

Universidad F.A.S.T.A.

Facultad de Ciencias Económicas

Contador Público Nacional

# TARJETAS DE CRÉDITO

*Controversias en la aplicación de Convenio  
Multilateral por Servicios de  
Intermediación a través del Sistema de  
Comercio Electrónico*

**Estudio de Caso FAVACARD S.A.**

Melany Arietti

2016

**PLAN DE TRABAJO DE GRADUACION  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
UNIVERSIDAD F.A.S.TA**

### **1. TITULO**

TARJETAS DE CRÉDITO.

Controversias en la aplicación de Convenio Multilateral por servicios de intermediación a través del Sistema de Comercio Electrónico. Estudio de caso FAVACARD S.A.

### **2. PROBLEMA**

¿Cuál es el criterio a considerar en Convenio Multilateral para la asignación de ingresos de FAVACARD S.A. provenientes del servicio de intermediación a través del Sistema de Comercio Electrónico?

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA**

En los últimos años la globalización de la economía y el avance tecnológico han promovido la innovación en los modelos empresariales. A través de internet se generó una nueva modalidad de negocios, el Comercio Electrónico, y su evolución hizo que hoy tenga un rol fundamental en las empresas que buscan permanecer.

De manera concomitante, año a año se evidencia una tendencia cada vez más marcada: el uso de la tarjeta de crédito<sup>1</sup>. Ésta se convirtió en una herramienta de pago habitual entre los argentinos, quienes frente al acceso al crédito y el pago en cuotas han cambiado por completo la gestión de sus finanzas personales.

Como indica la Cámara Argentina de Comercio Electrónico<sup>2</sup>, cada vez son más las personas que eligen comprar por internet. La sociedad actual, caracterizada por estar interconectada 24 hs mediante su computadora o Smartphone, opta en gran medida por llevar a cabo sus compras en web mediante su tarjeta de crédito de manera sencilla, procurando rapidez y sobre todo comodidad.

La tarjeta de crédito como medio de pago en el llamado "E-commerce" constituye la premisa del presente trabajo que tiene por objetivo evaluar impositivamente en una empresa de Tarjeta de

---

<sup>1</sup> <http://www.cronista.com/finanzasmercados/Compras-con-tarjetas-crece-16-el-uso-del-debito-y-credito-en-todo-el-mundo-20160510-0001.html>

<sup>2</sup> <http://www.cace.org.ar/novedades/el-comercio-electronico-crecio-un-617-en-el-pais-y-ya-son-mas-de-14-millones-los-argentinos-que-compran-por-internet/>

<http://www.cace.org.ar/novedades/ya-se-facturaron-mas-de-45-000-millones-de-pesos-en-ventas-online-60-mas-que-el-primer-semester-del-ano-anterior/>

Crédito de la ciudad de Mar del Plata, FAVACARD S.A., el servicio de intermediación a través del Comercio Electrónico, permitiendo que los comercios adheridos al mismo puedan ofrecer ventas on-line a sus clientes mediante el uso de su tarjeta habitual; y evaluar sus implicancias impositivas desde el punto de vista del Convenio Multilateral.

El imparable crecimiento de los negocios digitales deja en evidencia que para mantenerse vigentes en el mercado las empresas de Tarjeta de Crédito deben adherirse al sistema de Comercio Electrónico. Este servicio será el canal que le permitirá a la empresa cubrir las necesidades de los comercios adheridos que desean vender por internet a través de ella, y a su vez abastecer la de los clientes –usuarios de la tarjeta–, incrementando de esta manera el rendimiento general de sus recursos y manteniéndose en la búsqueda continua de su expansión hacia nuevos comercios.

Desde el área comercial, FAVACARD S.A. ha iniciado intermediación en ventas sobre plataformas digitales que hoy en día ingresan en el mismo circuito de una venta tradicional. Esta problemática no solo afecta el Área de Comercio, que al incrementar este tipo de operatorias requerirá de la implementación de un sistema que abarque desde la contratación de proveedores de comercio electrónico - empresas intermediarias que le permitan estar en la pasarela de pagos-hasta cuestiones legales – condiciones contractuales para comercios adheridos al servicio de comercio electrónico -; sino también – y principalmente – afecta el Área Impositiva que, basándose en informes de aquella, no tiene una clasificación de los ingresos de comercios diferenciados entre uno y otro, lo que provoca distorsiones a la hora de cumplir sus obligaciones fiscales. Por ende, incorporar el sistema necesario, entre otras, permitirá centralizar los ingresos de comercios provenientes de E-commerce e informar eficientemente al Área Impositiva para su correcta tributación, que es lo que concierne en el presente trabajo.

La Terminal Pos es la terminal de captura a la que hace referencia las normas de Convenio Multilateral, su ubicación física indica la jurisdicción a la que se imputarán los ingresos en una operatoria convencional de tarjeta de crédito. El desafío radica en identificar la terminal de captura en una venta realizada bajo el sistema de Comercio Electrónico y la jurisdicción a la cual la Tarjeta de Crédito debe asignar dichos ingresos para el cálculo de la base imponible en Ingresos Brutos.

Resulta inminente la necesidad de establecer de qué manera se procederá a asignar los ingresos provenientes de esta nueva incorporación, ya que dependiendo de la jurisdicción a la que corresponda tributar, variará el cálculo de los coeficientes de ingresos y gastos, y con posterioridad el Impuesto a Ingresar, que será en función a las alícuotas y normativas de cada jurisdicción.

Finalmente, es relevante el estudio de la aplicación del Comercio Electrónico dentro de FAVACARD S.A y su implicancias impositivas desde el punto de vista del Convenio Multilateral, ya que su análisis puede derivar en un la potencial adhesión de nuevos comercios, tentados por las oportunidades que les brindará la incorporación de este nuevo servicio, como también la posible apertura de nuevas jurisdicciones que modifiquen en más o en menos el impuesto determinado.

## **4. OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Evaluar los criterios a considerar de asignación de ingresos de FAVACARD S.A. provenientes del servicio de intermediación a través del Sistema de Comercio Electrónico para la determinación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos en aplicación del Convenio Multilateral.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Definir Tarjeta de Crédito y su marco legal.
2. Analizar el Sistema de Tarjeta de Crédito en FAVACARD S.A. y su circuito de Comercio.
3. Describir Comercio Electrónico, su vinculación con las Tarjetas de Crédito y su incorporación al Servicio de Intermediación de FAVACARD S.A.
4. Determinar el marco legal de Tarjetas de Crédito y Comercio Electrónico en las normas de Convenio Multilateral.
5. Diagnosticar el estado de la cuestión sobre normas de Convenio Multilateral, Resoluciones de los organismos de aplicación, fallos, casos semejantes y doctrina en cuanto a criterios de asignación de ingresos en función al Régimen General.
6. Desarrollar criterios viables para la asignación de ingresos a las jurisdicciones provenientes de Servicios de Intermediación a través del Sistema de Comercio Electrónico, una visión crítica de las controversias existentes en cuanto a la definición "Terminal de Captura" para este tipo de operatorias.
7. Cuantificar la aplicación de los posibles criterios y analizar cada caso concreto en función a Coeficiente de Distribución de la Base Imponible de Ingresos Brutos y su Declaración Jurada.
8. Formular una opinión profesional en referencia al tema.

## **5. METODOLOGIA**

El presente trabajo es una investigación de carácter exploratorio - descriptivo -no experimental-, basado en el relevamiento del estado de la cuestión, incluye los pilares básicos del autor Bulit Goñi en lo referente a Convenio Multilateral – Ingresos Brutos.

Para el diagnóstico se realizará un análisis documental, teniendo en cuenta la Ley de Tarjeta de Crédito N° 25.065; informes estadísticos relevados por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.A.C.E.), y bibliografía referente al tema.

El caso de la empresa FAVACARD S.A. se llevará a cabo mediante información que se obtendrá de las diferentes aéreas de la organización a través de entrevistas a gerentes y el acceso a manuales de procedimientos internos.

Para el análisis impositivo se considerará la Ley de Convenio Multilateral en conjunción con las orientaciones jurisprudenciales que la Comisión Arbitral elabora vía Resoluciones Generales. Se recurrirá a doctrina, fallos, e información a la que sea posible acceder de casos semejantes, tales como VISA ARGENTINA S.A. o Mastercard S.A.

A partir de la evaluación de este análisis documental se determinarán los criterios viables para la asignación de ingresos provenientes del servicio de intermediación a través del Comercio Electrónico en FAVACARD S.A. para su correcta tributación.

Finalmente se procederá a valorar los criterios mediante la cuantificación de cada uno de ellos en un mismo supuesto práctico y concreto aplicable a la empresa FAVACARD S.A. Para ello en primer término se calcularán los Coeficientes de Distribución del Régimen General de Convenio Multilateral en cada caso planteado según los criterios, basándose por un lado en ingresos y gastos del Ejercicio Comercial cerrado en Abril 2016 obtenidos del Balance de Sumas y Saldos de la empresa y por otro en ingresos y gastos proyectados para la incorporación del nuevo servicio a través de E-commerce según datos de informes del Área Comercial en relación a proyecciones y objetivos planteados por la organización. En segundo término, y por último, se determinará el Impuesto a los Ingresos Brutos en aplicación del Convenio Multilateral, desarrollando el papel de trabajo necesario para confeccionar la Declaración Jurada Anual, en aplicación de cada criterio.

## **6. CRONOGRAMA.**

<b>Actividades a realizar</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de finalización</b>
Definir Sistema de Tarjeta de Crédito y su marco legal. Estudio de Caso FAVACARD S.A. Analizar el Sistema de Tarjeta de Crédito en FAVACARD S.A. como base de interpretación del funcionamiento y operatoria. Describir Comercio Electrónico, su vinculación con las Tarjetas de Crédito como medio de pago y su incorporación al Servicio de Intermediación de FAVACARD S.A.	01/07/2016	01/08/2016
Determinar el marco legal de Tarjetas de Crédito y Comercio Electrónico en las normas de Convenio Multilateral. Diagnosticar el estado de la cuestión sobre normas de Convenio Multilateral, Resoluciones de los Organismos de Aplicación, fallos, casos semejantes y doctrina en cuanto a criterios de asignación de Ingresos en función al Régimen General.	02/08/2016	31/08/2016
Desarrollar criterios viables para la asignación de ingresos a las jurisdicciones provenientes de Servicios de Intermediación a través de Comercio Electrónico mediante una visión crítica de las controversias existentes en cuanto a la definición "Terminal de Captura" para este tipo de operatorias.	01/09/2016	01/10/2016
Cuantificar la aplicación de los posibles criterios y analizar cada caso concreto, mediante cálculos para determinar Coeficiente de Distribución de la Base Imponible de Ingresos Brutos y el posterior desarrollo de Declaración Jurada.	01/10/2016	30/10/2016
Formular una opinión profesional en referencia al tema.	01/11/2016	05/11/2016

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>8</b>
<b>SISTEMA DE TARJETA DE CRÉDITO Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO</b>	<b>8</b>
EL SISTEMA DE TARJETAS DE CRÉDITO	10
CASO: FAVACARD S.A.	12
<i>Reseña</i>	12
<i>Segmentación de mercado</i>	13
<i>El Sistema de Tarjeta de Crédito y su aplicación en Favacard</i>	14
El sistema informático	15
Plataforma / Soporte Técnico	15
Módulos Principales del Sistema	16
COMERCIO ELECTRÓNICO	19
<i>Comercio Electrónico a través de Internet</i>	19
<i>Clasificación</i>	20
Según la forma del intercambio	20
Según el vínculo comercial entre las partes	21
<i>El rol de las Entidades Financieras en el E-commerce</i>	21
<i>Tendencia en Argentina</i>	23
IMPORTANCIA DE INCORPORAR COMERCIO ELECTRÓNICO EN FAVACARD S.A.	24
LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN EN FAVACARD S.A.	25
<i>Servicio de intermediación en Venta Tradicional</i>	25
Terminal POS	25
<i>Servicio de Intermediación a través de E-commerce</i>	27
Pasarela de Pagos	28
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>29</b>
<b>CONVENIO MULTILATERAL, CONTROVERSIAS EN CRITERIOS DE ASIGNACIÓN DE INGRESOS</b>	<b>29</b>
EL CONVENIO MULTILATERAL	31
LA ATRIBUCIÓN DE INGRESOS ENTRE LAS JURISDICCIONES	33
<i>Operaciones entre presentes</i>	34
1. Venta de Bienes	35
2. Prestaciones de Servicios	35
<i>Operaciones entre ausentes</i>	36
COMERCIO ELECTRÓNICO EN CONVENIO MULTILATERAL	37
JURISPRUDENCIA	38
A) Autos "ESPN Sur SRL c/Provincia de Santa Fe"	38
B) Autos "Red Link SA c/Provincia de Buenos Aires"	39
TARJETAS DE CRÉDITO Y EL RÉGIMEN EN CONVENIO MULTILATERAL	40
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>42</b>
<b>CRITERIOS DE ASIGNACIÓN DE INGRESOS DE E-COMMERCE EN FAVACARD S.A.</b>	<b>42</b>
INAPLICABILIDAD DE RESOLUCIÓN GENERAL 83/2002	44
TERMINAL DE CAPTURA PARA SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN TRADICIONAL	45
TERMINAL DE CAPTURA EN SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN A TRAVÉS DE E-COMMERCE	46
1. "Criterio - Pasarela de Pagos"	46
2. "Criterio - Domicilio del Comercio Adherido"	49

DESDE LA PRÁCTICA-----	50
<i>El Cálculo del Coeficiente Unificado en cada criterio</i> -----	52
Coeficiente de Ingresos -----	52
Coeficiente de Gastos-----	53
<i>Declaración Jurada Anual</i> -----	54
<i>Análisis de Resultados</i> -----	54
CAMBIO DE VARIABLES INGRESOS Y GASTOS A 10 AÑOS-----	55
<i>Análisis de Resultados</i> -----	57
<b>SUGERENCIA PROFESIONAL-----</b>	<b>58</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA -----</b>	<b>64</b>
<b>ANEXOS -----</b>	<b>67</b>
ANEXO 1 – CRITERIO DE ASIGNACIÓN DE INGRESOS – PASARELA DE PAGOS -----	68
ANEXO 2 – CRITERIO DE ASIGNACIÓN DE INGRESOS – DOMICILIO DEL COMERCIO ADHERIDO A E-COMMERCE -----	78
ANEXO 3 – ANÁLISIS DE CAMBIO DE VARIABLES INGRESOS Y GASTOS A 10 AÑOS -----	88
<i>CASO 1: Análisis de Cambio de Variables Ingresos y Gastos a 10 años – Criterio Pasarela de Pagos</i> -----	88
<i>CASO 2: Análisis de Cambio de Variables Ingresos y Gastos a 10 años – Criterio Domicilio de Comercio Adherido</i> -----	99

## Sistema de Tarjeta de Crédito y el Comercio Electrónico

---

*El presente capítulo procura introducir al lector en los servicios de Tarjeta de Crédito y su marco legal, dando a conocer la empresa FAVACARD S.A.*

*Se describe la organización, el sistema de la misma y sus procesos, para interpretar la base de su operatoria, haciendo hincapié en el Circuito de Comercio.*

*Se abordan los lineamientos básicos del Comercio Electrónico, su desarrollo en Argentina y su vinculación con las Tarjetas de Crédito como medio de pago, en aplicación al servicio de intermediación de FAVACARD S.A.*

En los últimos años, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han revolucionado a nivel internacional amplios sectores del conocimiento y de las actividades humanas, fomentando el surgimiento de nuevas formas de hacer negocios, han supuesto una auténtica revolución para la sociedad y para las empresas que las utilizan. Prácticamente ningún ámbito de la vida quedó excluido de la revolución tecnológica, y cabe destacar que uno de los primeros terrenos alcanzados por ella fue el sistema financiero global, que es objeto de estudio del presente trabajo: las empresas emisoras de Tarjeta de Crédito.

Teniendo en cuenta que desde 1950 hasta hoy las tarjetas de crédito han sido el método de pago que más creció a nivel mundial, que a través de la tecnificación de las comunicaciones se produjo la globalización de la economía, y que se incrementó la velocidad de las transferencias financieras, se puede establecer la relevancia que posee estudiar este fenómeno.

La existencia de 21 millones de tarjetas de crédito en Argentina<sup>3</sup> y el crecimiento constante del uso de las mismas, da cuenta de la importancia de la temática a nivel nacional, que siendo abordado de manera concomitante al desarrollo vertiginoso que evidencia el comercio electrónico, las instala como protagonistas, designándolas el principal medio de pago en los sitios web <sup>4</sup>.

El presente trabajo se basa en el estudio de caso de la empresa FAVACARD S.A. tarjeta de crédito no bancarizada líder en la prestación de servicios financieros de Mar del Plata, donde se plantea la incorporación de este nuevo servicio de intermediación de E-Commerce<sup>5</sup>. Seguidamente, se procede a definir y adentrar al lector en los servicios de tarjeta de crédito, particularizar el caso de la empresa FAVACARD S.A., haciendo hincapié en el funcionamiento del circuito de Comercio y la incorporación de E-Commerce al mismo.

---

<sup>3</sup> <http://www.cronista.com/finanzasmercados/Compras-con-tarjetas-crece-16-el-uso-del-debito-y-credito-en-todo-el-mundo-20160510-0001.html>

<sup>4</sup> <http://www.cace.org.ar/novedades/el-comercio-electronico-crecio-un-617-en-el-pais-y-ya-son-mas-de-14-millones-los-argentinos-que-compran-por-internet/>

<sup>5</sup> De aquí en adelante se utilizará como sinónimo de Comercio Electrónico.

## El Sistema de Tarjetas de Crédito

Es difícil conceptualizar la tarjeta de crédito sin hacer referencia al sistema de tarjetas de crédito y a los diversos contratos conexos unidos por el fin como lo hace la Ley N°25065 de Tarjeta de Crédito.

*“Se entiende por sistema de Tarjeta de Crédito al conjunto complejo y sistematizado de contratos individuales cuya finalidad es:*

- a) Posibilitar al usuario efectuar operaciones de compra o locación de bienes o servicios y obras, obtener préstamos y anticipos de dinero del sistema, en los comercios e instituciones adheridos.*
- b) Diferir para el titular responsable el pago o las devoluciones a fecha pactada o financiarlo conforme alguna de las modalidades establecidas en el contrato.*
- c) Abonar a los proveedores de bienes o servicios los consumos del usuario en los términos pactados.”<sup>6</sup>*

*“Se denomina genéricamente Tarjeta de Crédito al instrumento material de identificación del usuario, que puede ser magnético o de cualquier otra tecnología, emergente de una relación contractual previa entre el titular y el emisor”<sup>7</sup>*

Sancionada en 1998, la ley de Tarjeta de Crédito establece normas que regulan diversos aspectos vinculados con el Sistema de Tarjeta de Crédito, en lo referente a contratos, partes intervinientes, disposiciones comunes y obligaciones. Estas relaciones quedan sujetas a la ley en cuestión y supletoriamente a normas del Código Civil y Comercial y de la Ley N° 24.240 de Defensa al Consumidor.

Como bien indica la ley, los sujetos intervinientes son los siguientes:

- *Emisor:* Es la entidad financiera, comercial o bancaria que emite Tarjetas de Crédito o que haga efectivo el pago.
- *Titular de Tarjeta de Crédito:* Aquel que está habilitado para el uso de la tarjeta de crédito y quien se hace responsable de todos los cargos y consumos realizados personalmente o por los autorizados por él mismo.
- *Usuario, titular adicional o beneficiario de extensiones:* Aquel que está autorizado por el titular para realizar operaciones con tarjeta de crédito, a quien el emisor le entrega un instrumento de idénticas características que al titular.

---

<sup>6</sup> Art 1° Ley 25.065 de Tarjeta de Crédito.

<sup>7</sup> Art 4° Ley 25.065 de Tarjeta de Crédito.

- *Proveedor o comercio adherido*: Aquel que en virtud del contrato celebrado con el emisor, proporciona bienes, obras o servicios al usuario aceptando percibir el importe mediante el sistema de tarjeta de crédito.



A su vez, en su artículo 50 inciso a), la ley establece una doble autoridad de aplicación, otorgando al Banco Central de la República Argentina la calidad de autoridad en todas las cuestiones que versen sobre aspectos financieros – por el cual éste emite normas reglamentarias de cumplimiento por parte de las entidades emisoras de tarjeta de crédito - y a La Secretaría de Industria, Comercio y Minería de la Nación en lo referente a aspectos comerciales.

Desde el punto de vista funcional, la Tarjeta de Crédito, cumple dos roles básicos:

- ✓ Reemplaza circunstancialmente al dinero al momento de efectuar determinadas compras
- ✓ Es un instrumento especial de crédito que permite financiar dichas compras.

A partir de esta síntesis es posible referirse a determinadas ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito respecto del efectivo tales como comodidad, seguridad, disponibilidad y reusabilidad, frente a las desventajas de costo, accesibilidad y caducidad.

## Caso: FAVACARD S.A.

### **Reseña <sup>8</sup>**

FAVACARD S.A. forma parte del Grupo Fava, cuya empresa madre, Fava Hermanos S.A., es una de las más antiguas de la ciudad de Mar del Plata. Fundada en 1909, tuvo su origen en la carpintería y materiales de construcción.



La gestión empresarial desarrollada fue incrementándose a lo largo de los años juntamente con el crecimiento presentado por la ciudad. A comienzos de la década del 80, se decidió cerrar la carpintería, para concentrarse en la venta minorista de artículos del hogar, bazar y ferretería. Más tarde, adoptaron la rúbrica Centro Fava, y posteriormente Paseo de Compras Fava en la actualidad. Obtuvo numerosas representaciones, entre ellas Brothers, Xerox, Telefónica Argentina, Genexus e IBM.

En el año 1982 surge FAVACARD como una Tarjeta de Compra destinada a ser utilizada exclusivamente en los stands de venta de Fava Hnos, pero rápidamente se extiende a otros comercios. La demanda del crédito se fue incrementando en esos años en función de la creciente exigencia de los clientes a comprar en cuotas, pagar en cuotas y en plazos cada vez más largos.

En 1984 como consecuencia de la evolución del de créditos hacia una forma más moderna, se funda FAVACARD S.A. La amplia y favorable respuesta de usuarios y comerciantes, permitió que Favacard extendiera su radio comercial mucho más allá de sus instalaciones iniciales, desarrollando un gran crecimiento en la ciudad de Mar del Plata para luego hacerlo extensivo a toda la región Centro y Sudeste de la Provincia de Buenos Aires.

Por demanda de sus clientes, fue ampliando sus servicios financieros dando amplias facilidades para la compra en cuotas, otorgando préstamos personales, servicios de Salud y otros servicios de valor agregado.

---

<sup>8</sup> <http://favacardweb.com.ar/>

Actualmente con 34 años en el rubro de Tarjeta de Credito y a 107 años de la fundacion del Grupo Empresario, FAVACARD es la Tarjeta de Crédito no bancarizada líder en la Ciudad de Mar del Plata y en la Provincia de Buenos Aires, <sup>9</sup>cuenta con:

- ✓ más de 40 sucursales en la Provincia de Buenos Aires;
- ✓ más de 500 empleados altamente capacitados,
- ✓ 150.000 tarjetas de crédito y
- ✓ 15.000 comercios adheridos.



### Segmentación de mercado

Dentro del contexto general de las tarjetas de crédito podemos situar a la tarjeta Favacard, caracterizándola de la siguiente manera:

Segmentación según la cobertura geográfica

Una Tarjeta Regional de Fuerte presencia

Segmentación según el tipo de titular

Una Tarjeta Individual: son personales e intransferibles y el único autorizado a utilizarlas es el titular a cuyo nombre ha sido emitida.

Segmentación según la funcionalidad del producto

Una tarjeta Múltiple: estas tarjetas reúnen en un mismo “plástico” las funciones de compra, crédito y débito. Incluye la posibilidad de acceder a cajeros automáticos y otras terminales electrónicas.

Segmentación según el sistema de comercialización

Una Tarjeta de Sistema Cerrado: en éstos, una misma empresa es la responsable de captar tarjetahabientes, emitir las tarjetas y asumir el riesgo crediticio (función emisora), adherir comercios y pagarles por las compras que han efectuado los tarjetahabientes.

<sup>9</sup> Datos actualizados 2016. Fuente: consulta a la Gerencia de Favacard S.A. Datos estadísticos Banco Central de la República Argentina, Régimen de Transparencia (selección de tarjetas regionales para evaluar la situación frente a Favacard S.A. por ejemplo: Cliper).Link: <http://www.bcra.gob.ar/transparencia/inf010200.asp>

## El Sistema de Tarjeta de Crédito y su aplicación en Favacard

Para comprender el concepto técnico de la tarjeta de crédito es necesario comprender el sistema de tarjeta de crédito. La tarjeta propiamente dicha no vale por sí sino por pertenecer al sistema que le ha dado origen y en cual opera. El sistema vale por sí y subsiste aún en ausencia de la tarjeta.

En nuestra doctrina no se ha dado hasta ahora una definición específica del sistema. Ello se debe a que se ha intentado definir el fenómeno a partir de la tarjeta, no del sistema.

*“..Nos enfrentamos a una figura jurídica compleja, en la cual intervienen o participan diversas relaciones internas que no se presentan como independientes o aisladas las unas de las otras sino que se encuentran coordinadas entre sí, de forma tal que no tengan sentido ni finalidad alguna si no se estructuran dentro del conjunto del que participan”...”Nos abstenemos de efectuar una definición de este instituto ya que es la misma Ley la que se encarga de hacerlo, al tipificar en su art. 1 los caracteres esenciales de este "sistema de la tarjeta de crédito", como ella misma lo denomina.”<sup>10</sup>*

Es posible definir al sistema de tarjeta de crédito como el conjunto sistematizado de contratos cuya función básica, entre otras, consiste en un servicio de administración de cuentas corrientes mercantiles.

Este conjunto sistematizado de contratos individuales constituyen la estructura legal del sistema, la cual a su vez tiene varios componentes funcionales, que son subconjuntos sistematizados, entre ellos se identifican tres esenciales:

- *La organización:* Tiene por objeto predominante comercializar el sistema y administrar las cuentas de usuarios y establecimientos; conduce y opera el sistema.
- *Los usuarios:* Cada uno de ellos está ligado a la organización central por un contrato bilateral individual, el cual tiene como objeto predominante la incorporación del usuario al sistema mediante la emisión de la tarjeta y la apertura y administración de su cuenta.
- *Los establecimientos:* Llamados establecimientos adheridos o aceptantes de tarjeta. Se encuentran ligados a la organización central también mediante un contrato bilateral individual, cuyo objeto es la incorporación del establecimiento al sistema mediante la asignación de un código (N° de comercio) y la apertura e identificación de su cuenta.

---

<sup>10</sup> ESPER, Mariano, *Algunas reflexiones sobre la ley 25065 de tarjeta de crédito*. Año 2000. JA 2000-I-796.

Por consiguiente, claro está que el sistema es la base a analizar para poder determinar el funcionamiento de una tarjeta de crédito.

Dado el tipo de actividad, las empresas emisoras de tarjeta de crédito basan su operatoria en los sistemas informáticos, por lo que el Área de Sistemas toma un rol fundamental dentro de la organización. Así es que se posiciona como uno de los puntos de análisis en dicha investigación, considerándose la base para interpretar el desarrollo y funcionamiento de la operatoria principal. A través de una entrevista realizada al Gerente del Área de Sistemas, se accedió a información en referencia al Sistema de Tarjeta de Crédito de Favacard y su funcionamiento desde la perspectiva informática.

### *El sistema informático*

El sistema informático utilizado en la organización tiene como principal objetivo otorgar la flexibilidad necesaria para acompañar el dinamismo del negocio de una tarjeta no bancarizada, de tal forma que se puedan incorporar fácilmente nuevos servicios o segmentaciones de la cartera.

Aspectos Sobresalientes del sistema:

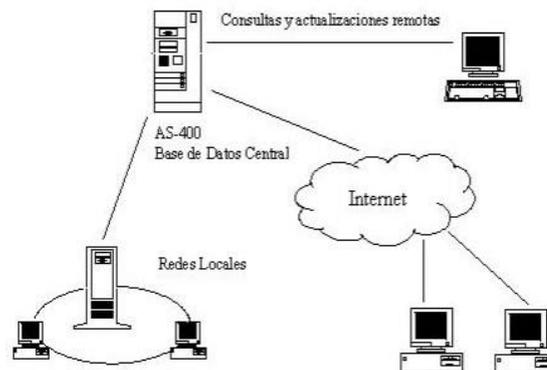
- *Identificación de la persona como Cliente dentro del Sistema:* cada cliente asociado a una cuenta con acrílico se lo denomina Usuario.
- *Procesamiento de múltiples Tipos de tarjetas:* dispone de varios productos, denominados Tipo de Cuenta (por ejemplo Clásico, Restringido, Corporativo, Mayorista, de Solo Compra, etc.), lo cual permite tener varios criterios de segmentación y administración de la cartera en una base de datos unificada, pudiendo definir para cada una de ellas su propio comportamiento.
- *Ciclos mensuales:* permiten acomodar a la cartera de cuentas según la fecha de su posibilidad de pago. Cada ciclo culmina con la liquidación de los cargos mensuales y la emisión del resumen.
- *Elevados Niveles de Seguridad:* todos los menús del Sistema son parametrizables y tienen incorporado un Sistema de Seguridad Interno con definición de atribuciones e ingresos cifrados de manera individual a través de contraseñas según responsables, sectores habilitados y nivel correspondiente a cada área lo que permite controlar el acceso a cada aplicación y programa.

### *Plataforma / Soporte Técnico*

- Sistema Central AS/400
- Sistemas Satélites Micro/LAN

El equipo utilizado para explotación del sistema es un Host<sup>11</sup> IBM AS/400 cuyo sistema de seguridad es reconocido por su confiabilidad<sup>12</sup>. Cuenta con terminales remotas en las diferentes sucursales como PCs en redes para realizar las consultas.

El servicio de previsión de Internet se realiza con un servidor HP. La empresa se encuentra conectada a Posnet, Datnet y Link, donde no es posible concretarse con estas redes sin contar con tecnología QNX<sup>2</sup> y seguridad que exigen.



### *Módulos Principales del Sistema*

Los módulos del sistema se clasifican en función a las dos grandes bases en la cual se centra la operatoria: Circuito de Usuarios y de Comercios.

### Gestión de Usuarios

- Afiliación de Clientes

El circuito comienza con el ingreso de las Solicitudes de Tarjeta, las cuales se ingresan en forma independiente a la Base de Datos de Cuentas. De estas solicitudes se emiten informes de antecedentes para evaluar el historial de cada solicitante. Este circuito está vinculado con los informes para el equipo de Venta y la posterior Liquidación a Vendedores. Si la Solicitud se resuelve en forma desfavorable, se guarda en un Histórico de Solicitudes Denegadas; de lo contrario pasa a estar Pendiente de Alta. Una vez confirmada el Alta de la Cuenta y sus Integrantes, las Tarjetas pasan a estar Activas para el sistema y permanecen con fines estadísticos en el circuito de Solicitudes hasta el Cierre Mensual como Solicitud Entregada. De acuerdo a lo parametrizado en la Promoción comercial con la que se la adhirió, se generará el Cargo de Adhesión correspondiente.

---

<sup>11</sup> El término host ("anfitrión", en español) es usado en informática para referirse a las computadoras conectadas a una red, que proveen y utilizan servicios de ella. Los usuarios deben utilizar anfitriones para tener acceso a la red. En general, los anfitriones son computadores monousuario o multiusuario que ofrecen servicios de transferencia de archivos, conexión remota, servidores de base de datos, servidores web, etc.

<sup>12</sup> AS/400 es un equipo de IBM de gama media y alta, para todo tipo de empresas y grandes departamentos. Se trata de un sistema multiusuario, con una interfaz controlada mediante menús y comandos intuitivos que utiliza terminales y un sistema operativo basado en objetos y bibliotecas, denominado OS/400.

#### - Control del Crédito de la Cuenta

Existe un conjunto de conceptos que administra el Sistema para realizar el control del Crédito de una Cuenta y así minimizar los riesgos asociados.

- Límite de Crédito de Contado: Es el importe máximo de endeudamiento de la cuenta para la próxima emisión de resumen.
- Límite de Crédito Financiado: Es el importe máximo de endeudamiento de la cuenta para los resúmenes posteriores al próximo.
- Límite Temporal: Es un importe variable que se adiciona a cualquiera de los dos límites anteriores para resolver problemas crediticios puntuales, por un tiempo determinado y se decrementa automáticamente.
- Límite Adelantos de Efectivo: Es el límite específico para los adelantos en efectivo, siendo éste una proporción del Límite de Contado.

#### - Autorizaciones

El Sistema inhibe automáticamente las cuentas con riesgos de morosidad, es decir, aquellas que han alcanzado un determinado grado de morosidad combinado con otros criterios parametrizados de antigüedad de la deuda, antigüedad de la cuenta y porcentaje de cancelación del saldo. Las tarjetas inhibidas no podrán operar, negándose para la misma las autorizaciones que lleguen al Sistema. Al sistema de Autorizaciones on-line se envían las novedades periódicamente, y este trabaja independiente del Sistema Central.

#### Gestión de Comercios

Se denomina Comercio a toda persona física o jurídica que se encuadre en el mismo marco solicitado por la legislación a tal efecto, lo cual lo habilita para realizar operaciones comerciales con la empresa. Cuando una sucursal administrativa interna realiza la adhesión del comercio, éste último quedará vinculado a la primera a todos los efectos. Se permite distinguir la casa matriz del comercio de las sucursales que éste posea, ingresando los datos comunes y particulares en cada caso.

#### - Gestión de afiliación de un Comercio

El ingreso de los comercios al sistema comienza con el Alta del Comercio. El Sistema no permite la eliminación de comercios que se desafilien sino que los mantiene con fecha y motivo de baja, lo que permite un posterior reingreso, manteniéndose todo su historial.

#### - Cuenta Corriente Comercios

La venta se ingresa por Presentación (unidad mínima para el sistema de comercios) y cada presentación agrupa cupones por Comercio, Estos ingresos pueden realizarse en forma manual o a través de presentaciones electrónicas (vía POS). De acuerdo al plan, los pagos de una presentación se distribuyen en el tiempo. El proceso de liquidación se divide en tres partes:

- *Movimientos e impuestos por fecha de Presentación:* se agrupan las presentaciones realizadas en el mes y la facturación correspondiente (comisión y percepción deducida e IVA).
- *Movimientos e impuestos por fecha de pago:* se agrupan los movimientos por fecha de pago; esto incluye venta de presentaciones anteriores (si las hubiera) y Notas de Crédito o Débito, sobre los que se aplicarán las retenciones correspondientes.
- *Movimientos no sujetos a impuestos:* en este punto se consideran los anticipos otorgados con anterioridad y los débitos automáticos.

Si una liquidación registrara saldo deudor, el mismo se transporta automáticamente a la siguiente liquidación. Con los saldos acreedores de los comercios se realiza un proceso de distribución dinámica por forma de pago, donde interviene un operador de Finanzas en la selección de los saldos escogidos de cada banco para realizar los pagos. Con posterioridad a esta selección, se emiten los cheques o se preparan los archivos para transferencias bancarias, según la modalidad de pago elegida por el comercio.

La gestión de clientes y comercios que se presenta como dos estructuras básicas del sistema, permite afirmar que FAVACARD S.A., como empresa de servicios financieros no bancarizada, se asienta en dos grandes bases: *USUARIOS* y *COMERCIOS*

FAVACARD S.A., al ser entidad emisora y pagadora, asume el riesgo crediticio de sus clientes – cobrando una comisión por la financiación - y adhiere a los comercios o proveedores de bienes y servicios para que a través de ella perciban el dinero que el sistema les envía para atender las ventas realizadas, percibiendo una comisión por la gestión de ventas. Este servicio de intermediación centrado en el COMERCIO es lo que se procederá a analizar detalladamente, teniendo en cuenta los circuitos y partes intervinientes necesarias para la realización de dicha operatoria, con el fin de poder luego trasladar el mismo servicio al campo del comercio electrónico.

Incorporar el comercio electrónico en FAVACARD S.A. implica una nueva modalidad de intermediación en la web, que debe ser entendida como un servicio más que presta a los Comercios Adheridos permitiendo que estos puedan vender a sus clientes (tarjetahabientes) de forma on-line a través de sus páginas web mediante la tarjeta Favacard como medio de pago. Esto generará un nuevo tipo de comisión por gestión de venta que percibirá la empresa por parte de comercios adheridos a dicho servicio, lo que de aquí en adelante se denominará “Comisión E-Commerce”.

En este contexto, y previo a continuar la línea de análisis, se procede a definir el Comercio Electrónico, su desarrollo en Argentina, para luego si interpretar su incorporación en el caso concreto.

## Comercio Electrónico

Convencionalmente denominamos “Comercio Electrónico” a la capacidad para realizar transacciones, tanto sea que se encuentren involucrados bienes como servicios, empleando medios electrónicos. Éste implica la ausencia en la transacción de contacto física entre las partes y en él la red telemática constituye el mercado.<sup>13</sup>

Siguiendo la definición brindada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE):

*“El comercio electrónico se refiere generalmente a todas las formas de transacciones que involucran a individuos y organizaciones, y están basadas en procesos electrónicos y transmisión de datos, incluyendo texto, sonido e imágenes”.*

La doctrina Argentina define al comercio electrónico como el *“conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos. Esto es, el procesamiento y la transmisión electrónica de datos, incluyendo texto, sonido e imagen”*. La misma doctrina considera al comercio electrónico, en un concepto más amplio, como aquel *“sistema global que, utilizando redes informáticas y en particular internet, permite la creación de un mercado electrónico de todo tipo de productos, servicios, tecnologías y bienes, y que incluye todas las operaciones necesarias para concretar operaciones de compra y venta, incluyendo negociación, información de referencia comercial, intercambio de documentos, acceso a la información de servicios de apoyo (aranceles, seguros, transportes, etc.) el banking de apoyo, y todo en condiciones de seguridad y confidencialidad necesarios”*<sup>14</sup>.

Por ende, en un sentido amplio, se puede definir el comercio electrónico como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet. Establecer contacto con clientes, intercambiar información, vender, realizar soporte pre y posventa, efectuar pagos electrónicos y distribución de productos son algunas de las formas de negociar electrónicamente.

### **Comercio Electrónico a través de Internet**

El comercio electrónico no es un fenómeno nuevo. En un principio estaba limitado a relaciones interempresariales, en donde a través de distintas redes de comunicación propias las empresas intercambian información, por ejemplo mediante los sistemas de Intercambio Electrónico de Documentos “EDI”. Luego, el uso comercial de Internet y el desarrollo de la World Wide Web, fueron los elementos clave que han hecho posible que el comercio electrónico llegara al

---

<sup>13</sup> Otero, Alejandro. *La cuestión del comercio electrónico en el Convenio Multilateral*. Doctrina Tributaria Errepar. Junio 2003. Boletín XXIV (pág. 523)

<sup>14</sup> Ministerio de economía y obras y servicios públicos. *Primer Informe de Progreso del Grupo de Trabajo sobre comercio electrónico y comercio exterior*. Bs. As., setiembre 1998 (pág. 6).

consumidor final y, en definitiva, los que han provocado el actual crecimiento explosivo del comercio electrónico en todas sus formas. Las diferencias entre ambas modalidades de comercio electrónico son las siguientes:

<b>Comercio Electrónico Tradicional</b>	<b>Comercio Electrónico en Internet</b>
Solo entre empresas.	Entre empresas, consumidores y administración pública, (y las diferentes relaciones entre ellos).
Círculos cerrados, a menudo específicos de un sector.	Mercado mundial abierto.
Número limitado de participantes empresariales	Número ilimitado de participantes
Redes cerradas propias	Redes abiertas, no protegidas
Participantes conocidos y dignos de confianza	Participantes conocidos y desconocidos
La seguridad forma parte del diseño de la red	La seguridad y autenticación son necesarias
El mercado es un círculo	La red es el mercado.

Fuente: Artículo - Comercio electrónico. La tributación y caracterización de las rentas en el Modelo de Convenio de la OCDE. Catinot, Silvia G., Campagnale, Norberto P., Parrondo, Alfredo J.

### **Clasificación**

*Según la forma del intercambio*

- *Indirecto*: consiste en adquirir bienes tangibles que luego necesitan ser enviados físicamente, usando canales convencionales de distribución (envío postal y servicio de courier). Esta clase de comercio depende de factores externos como, por ejemplo, la eficiencia del transporte.
- *Directo*: Es aquel mediante el cual el pedido, el pago y el envío de los bienes intangibles y/o servicios se producen "on-line" (programas informáticos, servicios de información); permite transacciones electrónicas de extremo a extremo sin obstáculos a través de las fronteras geográficas, aprovechando todo el potencial de los mercados electrónicos mundiales.

Esta clasificación es importante, ya que el Directo se asemeja a una venta telefónica, mientras que, en las otras como la venta de música, diseños y software, que puedan enviarse de una computadora a otra, se trata de inmateriales y viajan por la red, por lo cual resulta necesario comprender adecuadamente cada uno de los tipos de intangibles y servicios prestados.

### Según el vínculo comercial entre las partes

En el comercio electrónico participan como actores principales las empresas, los consumidores y las administraciones públicas. Mediante un esquema con siglas clásicas que los identifican, se indican a continuación todas las modalidades de Comercio Electrónico según los tipos de actores que intervienen en la transacción digital.<sup>15</sup>

	Negocio	Consumidor	Gobierno	Empleado
Negocio	B2B	B2C	B2G	B2E
Consumidor	C2B	C2C	C2G	-
Gobierno	G2B	G2C	G2G	G2E

Así se distinguen normalmente tres tipos básicos de comercio electrónico:

- *Entre empresa y consumidor o B2C (“business to consumers”)* – es el comercio al por menor realizado por internet.
- *Entre empresas o B2B (“business to business”)* – es el negocio entre empresas compradoras y proveedoras.
- *Entre empresa y Administración B2G (“business to government”)*, también conocido como “gobierno electrónico”. – por ejemplo puede ser la presentación electrónica de las obligaciones impositivas de la empresa.

Uno de los más recientes es el Comercio Electrónico entre consumidores, C2C (consumer to consumer), tales como subastas en línea, donde cualquier particular puede colocar a la venta un producto en un sitio especial al efecto, una plataforma para todos los ciudadanos que deseen vender directamente sus bienes o artículos. Estos sitios no necesariamente deben ser comerciales.

### **El rol de las Entidades Financieras en el E-commerce**

No hay duda que uno de los elementos fundamentales en el comercio en general y en el comercio electrónico en particular, es la realización del pago correspondiente a los bienes o servicios adquiridos. En este ámbito el comercio electrónico presenta una problemática semejante a la que plantea en otros sistemas de compra no presencial, es decir, en aquella en la que las partes no se reúnen físicamente para realizar la transacción, como por ejemplo en la compra por catálogo o telefónica

---

<sup>15</sup> Pertusi Ileana. *Aspectos tributarios del Comercio Electrónico*. Doctrina tributaria Errepar. Mayo 2007.

El comercio electrónico obliga a redefinir el papel de los intermediarios entre productor y consumidor, eliminándolos en algunos casos, pero también creando la necesidad de funciones de intermediación nuevas en otros. En este último encontramos a las entidades financieras, que como actores de servicios de intermediación en el comercio electrónico, ve afectado su papel debiendo modificar su intervención en relación a la operatoria de comercio tradicional.

Para las entidades emisoras de tarjeta de crédito, el comercio electrónico es fuente de nuevas oportunidades de crecimiento y expansión - teniendo en cuenta que son el medio de pago más utilizado en ventas por internet-, pero implica nuevas formas de intermediación que demandan un componente legal o regulatorio y un componente tecnológico, por lo que su implementación requiere la actuaciones en ambos sentidos.

Actualmente existen múltiples mecanismos de pago electrónico, basados en diferentes modelos y en variados estados de desarrollo: propuesta, pruebas piloto y uso comercial. Algunos de estos mecanismos se basan en reproducir sobre Internet procedimientos de pago habituales en el comercio tradicional, y tal es el caso que nos concierne: el pago con tarjeta de crédito. Otros, por ejemplo los sistemas que utilizan dinero electrónico, implican cambios de mayor calado en la actividad comercial. En general, los vendedores a través de Internet tratarán de soportar el mayor número posible de sistemas de pago con el fin de atraer más clientes, al igual que ocurre en el comercio tradicional.

Un ejemplo de método de pago electrónico es el protocolo SET (*Secure Electronic Transaction*) definido por MasterCard y Visa con la colaboración de otras importantes compañías como IBM, Microsoft y Netscape. SET permite hacer transacciones seguras con tarjeta de crédito a través de Internet. Para ello utiliza procedimientos de cifrado simétrico y asimétrico, firmas digitales y certificados. SET es un protocolo aplicable al comercio electrónico de empresa a consumidor, que básicamente reproduce en el entorno electrónico el procedimiento de pago con tarjeta de crédito utilizado hoy en día. Otros sistemas de pago electrónico basados en tarjetas son CyberCash<sup>16</sup> y First Virtual<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Cybercash es un sistema de realización de transacciones en Internet mediante el uso de tarjetas de crédito. Una vez realizada la compra, el comprador envía sus datos cifrados al vendedor. Este añade sus propios datos que lo identifican y solicita autorización a CyberCash. A partir de aquí, CyberCash se comunica con la red tradicional de medios de pago, y una vez obtenida la autorización de la transacción, se la envía al comercio.

<sup>17</sup> First Virtual (FV) es un sistema de pagos operado por "First USA" y "EDS", basado en el mantenimiento de cuentas virtuales de clientes que se liquidan periódicamente contra tarjetas de crédito. Cada posible comprador debe darse previamente de alta, recibiendo un número de identificación personal (NIP) sólo utilizable en transacciones por Internet. Al hacer cada transacción, el comprador envía su NIP por correo electrónico al vendedor, el cual lo comprueba contra FV. Una vez realizada la operación de compra, FV solicita a través de correo electrónico la aceptación del comprador, por lo que no se precisa ningún elemento de cifrado para proteger los mensajes, y procede a realizar el cargo en la cuenta.

## Tendencia en Argentina

La Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)<sup>18</sup>, asociación Civil sin fines de lucro, en pos de divulgar y promover el uso y desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas al trabajo y los negocios, las comunicaciones, el comercio y los negocios electrónicos, realiza un estudio anual de comercio electrónico.

Según los resultados del relevamiento<sup>19</sup>, el comercio electrónico en Argentina ha crecido durante el año 2014 un 61,7% respecto al año anterior. A alcanzado en 2014 ventas por \$40.100 millones de pesos (excluyendo IVA), \$36.300 millones bajo la modalidad empresa a consumidor (Business to consumer o B2C) y 3.800 millones en operaciones entre consumidores (Consumer to consumer o C2C). Los compradores en línea en 2014 han llegado a representar el 49% de los usuarios de Internet, es decir, más de 14 millones de personas.

El comercio electrónico en Argentina sigue creciendo a tasas muy importantes alcanzando un crecimiento en pesos mayor al 61% y ventas por 40.100 millones de pesos. En los últimos 5 años, el e-commerce B2C y C2C ha logrado un incremento interanual promedio del 50,3. En cuanto al número de ventas online representan un 1,6% de las ventas totales minoristas de Argentina. Algunos de los factores que favorecieron el crecimiento del comercio electrónico en el país para aquel año:

- El continuo crecimiento del número total de usuarios de Internet en el país: de 7,6 millones de usuarios en 2004 a 32,2 millones a fin de 2014.
- El crecimiento sostenido de la proporción de usuarios de internet que realizan compras en línea: de un 10% aproximado en 2001 al 49% en 2014, año en que los compradores en línea superan los 14 millones de personas.
- Asimismo han crecido exponencialmente el uso de redes sociales para promoción online, alcanzando un 90%. Adicionalmente, las redes sociales para venta online ha crecido a un 43%.
- En el último año se incrementó el uso de tarjetas de crédito para la compra on-line: 7 de cada 10 compradores las utilizan. Por otra parte, más de la mitad de los compradores eligen las plataformas de compra – venta para comprar y vender on-line.

Según cifras que arrojan los resultados del estudio llevado a cabo por CACE para el primer semestre del año 2016 presentado en el marco de la 10° edición del “E-Commerce Day” en Buenos Aires<sup>20</sup>, el monto transaccionado para la primer mitad del año ya representa el 66% de lo facturado

---

<sup>18</sup> [www.cace.org.ar](http://www.cace.org.ar)

<sup>19</sup> <http://www.cace.org.ar/novedades/el-comercio-electronico-crecio-un-617-en-el-pais-y-ya-son-mas-de-14-millones-los-argentinos-que-compran-por-internet/>

<sup>20</sup> <http://www.cace.org.ar/novedades/ya-se-facturaron-mas-de-45-000-millones-de-pesos-en-ventas-online-60->

[mas-que-el-primer-semestre-del-ano-anterior/](http://www.cace.org.ar/novedades/ya-se-facturaron-mas-de-45-000-millones-de-pesos-en-ventas-online-60-mas-que-el-primer-semestre-del-ano-anterior/)

en 2015 y un 60% de crecimiento en comparación con el mismo periodo del año anterior. Son cada vez más los usuarios que hacen compras online de manera frecuente: el 58% efectúan una compra al menos una vez al mes, en 2015 era el 52%. Además, la tasa de satisfacción sigue aumentando año a año llegando a cifras por encima del 95%. El dispositivo más elegido para efectuar la compra sigue siendo la computadora de escritorio; y el financiamiento sigue siendo el factor clave para el cierre de la compra, más de la mitad de los encuestados afirmó haber financiado sus compras online.

### Importancia de incorporar Comercio Electrónico en FAVACARD S.A.

El crecimiento del comercio electrónico es un hecho innegable e irreversible, y según se prevé, continuará creciendo en los próximos años. En el contexto de la tecnología digital, éste dejó de ser una oportunidad para convertirse en un requerimiento más, planteado ya no como una opción sino como una necesidad.

Dada la trascendencia y magnitud de este fenómeno, y teniendo en cuenta el incremento del uso de la tarjeta de crédito como principal medio de pago en las ventas on-line, queda explícita la necesidad de incorporar comercio electrónico en aquellas entidades que emiten tarjetas de crédito como FAVACARD S.A. (tarjeta regional), para buscar no solo mantenerse vigentes en el mercado sino también evitar ampliar la brecha ante la desventaja de la fuerte competencia de tarjetas nacionales e internacionales.

Como se indicó con anterioridad, implementar el servicio de E-commerce en FAVACARD S.A. permitirá ofrecer a comercios adheridos el servicio de intermediación con sus clientes a través de internet, por lo cual se percibirá un ingreso por la gestión de ventas realizadas en la web.

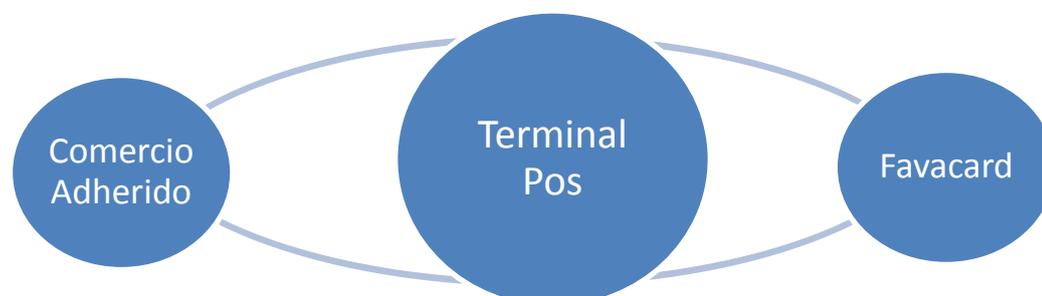
Estos nuevos ingresos, "Comisión E-commerce", provienen del circuito de Comercios, por ende se centra la investigación en analizar el proceso del mismo, explicando el circuito en la intermediación y los agentes intervinientes.

Si bien el análisis del proceso de validación y posterior autorización de las ventas en las distintas formas de intermediación de una tarjeta de crédito hace a la explicación del proceso desde un punto de vista informático, es un aporte interdisciplinario que además de otorgar valor agregado a la investigación, permite mayor claridad de la operatoria de las tarjetas de crédito, colaborando a la correcta interpretación de la misma para su posterior análisis impositivo -habiéndose éste quedado insatisfecho con la mera definición de las figuras intervinientes, tan características de dichos procesos-.

En función del informe relevado mediante entrevistas, se desarrolla el funcionamiento de la operatoria de comercio y el circuito en el que se basa lo que de aquí en adelante se denominará "Servicio de Intermediación Tradicional" para luego adentrarnos en el nuevo circuito ante la incorporación del comercio electrónico, "Servicio de Intermediación a través del E-commerce".

## Los Servicios de Intermediación en FAVACARD S.A.

### Servicio de intermediación en Venta Tradicional



En una operatoria tradicional los actores que intervienen son:

- el Usuario de la tarjeta de crédito – cliente- ,
- el Comercio Adherido
- la entidad emisora de tarjeta de crédito: Favacard S.A. –
- Terminal POS

Cuando el Usuario de la Tarjeta Favacard se dirige a un comercio adherido, en el momento de realizar la compra el comerciante pasa la tarjeta por la maquina POS.

#### *Terminal POS*

La terminal POS, hace referencia a las siglas “point of sale” - punto de venta en ingles-. Se trata de una tecnología que se adapta a los pagos a través de tarjetas de débito y de crédito gestionando el proceso de venta mediante una interfaz accesible para los vendedores y compradores. Cuenta con normas de seguridad que garantizan la protección de información confidencial. Es un único sistema informático o electrónico que permite la creación e impresión del recibo ticket o factura de venta —con los detalles de las referencias y precios – ante la autorización para el pago con tarjetas de crédito.

A partir de allí la transacción viaja a un operador, en nuestro país las dos redes principales que brindan este servicio son: “LaPos” y “First Data”. Favacard como ente emisor de Tarjeta de Crédito trabaja con ambos dos.

El proveedor recibe la transacción y la envía al ente emisor de la tarjeta, reconociendo a este último en función a los números que se encuentra en la parte frontal de la tarjeta - ISO<sup>21</sup>-.

---

<sup>21</sup> Los números de tarjetas de crédito no son una secuencia aleatoria de números; son construidos sobre la base de la norma ISO 7812, un sistema de numeración, por la Organización Internacional de Normalización (ISO por sus iniciales en inglés International Organization for Standardization), que regula las bandas magnéticas de tarjetas como las tarjetas de crédito.

FAVACARD, resuelve si da curso o no, teniendo en cuenta el límite de la tarjeta, si el usuario está inhibido, entre otros. Luego informa al proveedor si autoriza o no la transacción, y este último finalmente devuelve al comercio la información correspondiente denegando o validando la operación.

Este es el proceso de Autorización de una venta tradicional, donde la POS valida los datos del usuario con la tarjeta de crédito y el comercio adherido. Este proceso mediante uso del POS On-line es automático, y se lleva a cabo en un lapso breve de tiempo (dos segundos), caso contrario cae la transacción.

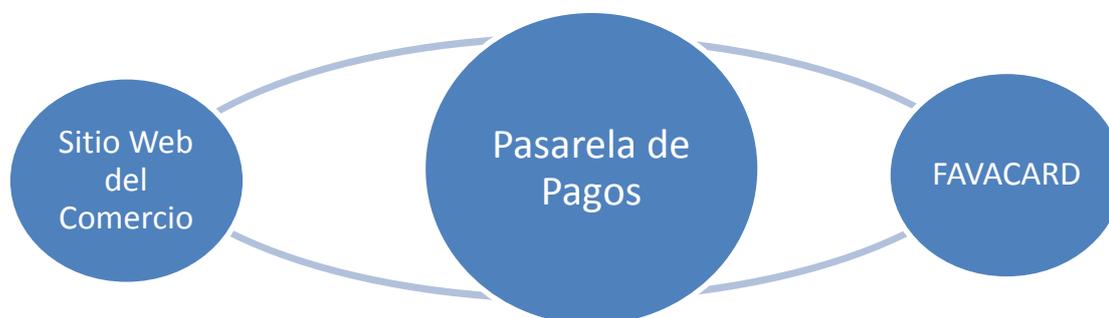
Por este servicio el proveedor POS cobra a Favacard una comisión por transacción y Favacard al comerciante. A su vez, el comercio paga un abono por el POS, que generalmente es manejado por los bancos.

En el POS queda el historial de ventas diario del comercio (ya sea ventas autorizadas o denegadas). El comerciante realiza el cierre del lote lo que se denomina "Presentación Z", y se envía al proveedor quien finalmente informa a FAVACARD todas las ventas, asegurándose esta última que se trata de ventas validadas (que el POS sea real, que no hubo fraudes, etc). Esos son los datos de ventas que diariamente se informan a FAVACARD, mediante el cual se realizan las Liquidaciones a Comercio los días 27 de cada mes, y por el que Favacard cobra una Comisión determinada en función al plan de cada uno.

En la operatoria de venta tradicional el comerciante tiene 4 formas de autorizar las ventas

- *Electrónica:* Mediante Sistema de Captura electrónica de Datos (equipos Pos). Son las transacciones que se autorizan automáticamente a través del sistema de POS on-line.
- *Mecánica o Manual:* El comerciante procede a autorizar la venta a través de un llamado telefónico a la entidad emisora de la tarjeta. Este tipo de autorización es la que se usaba anteriormente al equipo pos. Hoy en día se utilizan para las transacciones superiores a \$7000, donde la entidad requiere comunicación telefónica con el cliente para autorizar la operación, a través del cual se le otorga un número que se ingresa manualmente al mismo equipo pos pero de manera OFF-line. Carga la transacción y queda procesada en el mismo lote de ventas del día que se obtiene al momento del cierre.
- *Venta On-line:* Desde una PC vía Internet el comerciante ingresa los datos en la página web de Favacard. Esta página funciona como pos web propio de Favacard: el comerciante ingresa los datos, pide las autorizaciones y el sistema de la empresa va almacenando las ventas. Cuando el comerciante que usa Favacard on-line genera un "Z", se arma un archivo desde el sistema de Favacard, que va directamente al Área de Operaciones que lo procesa e ingresa con el resto del volumen de ventas siguiendo el circuito correspondiente.

## Servicio de Intermediación a través de E-commerce



En una operatoria a través de comercio electrónico intervienen:

- El Usuario de la tarjeta de crédito – cliente-
- El Comercio Adherido, su sitio web
- La entidad emisora de tarjeta de crédito: Favacard S.A.
- La Pasarela de Pagos

Los comercios que realizan venta on-line tienen un sitio web con una aplicación E-commerce (conocida como “carrito”), pero no cuentan con una aplicación de pagos propia sino que lo realizan mediante la contratación de una Pasarela de Pagos. En este sitio web, el comercio indica cuales son las tarjetas con las que tiene convenio (contrato de E-commerce) y por ende con las que sus clientes pueden pagar sus compras.

El usuario de Tarjeta de Crédito Favacard ingresa al sitio web del comercio adherido al servicio E-commerce de dicha entidad y procede a realizar la compra haciendo uso de su tarjeta. Al finalizar la selección de productos, la pagina del comercio (que puede o no tener seguridad) lo redirige automáticamente a la Pasarela de Pagos, donde se suscribirán los datos de la tarjeta.

La pasarela de pagos es un servicio que tiene nivel de seguridad regulado bajo normas nacionales e internacionales, por ende no lo presta cualquier proveedor. En Argentina FirstData, NPS, Credicoop son algunas de ellas.

Ingresados los datos la pasarela se contacta con Favacard que autoriza o deniega la transacción e informa a la pasarela para que finalmente esta indique al comercio la resolución de la operación, si se llevo a cabo el pago o en caso contrario el motivo por el cual se denegó, pero nunca hace visible los datos de la tarjeta.

El comercio para vender on-line con Favacard debe estar dado de alta en dicha entidad a través de un Número de E-commerce, para lo cual deberá establecerse un Contrato de E-commerce, que es mas laxo que el tradicional, ya que el Comercio establece la voluntad aceptando

que le descuenten todas las ventas de manera automática, independientemente de que esta pueda ser denegada o no con posterioridad.

### *Pasarela de Pagos*

Las pasarelas de pago, también conocidas como TPV Virtuales (Terminal Punto de Venta Virtuales) permiten al comercio autorizar y procesar pedidos on-line a través de tarjetas financieras en tiempo real. Actúan como “puente” entre la web del comercio y las instituciones financieras que procesan la información.

Como se indicó, para que el pago con tarjeta en un negocio virtual sea técnicamente seguro debe emplear las denominadas Pasarelas de Pago que cumplen una serie de requisitos de transparencia, confidencialidad y seguridad reconocidos internacionalmente. Incorporan tecnología SSL (Secure Socket Layer) que permite que la información viaje encriptada (protegida por una clave secreta inaccesible) desde la máquina del comprador hasta el banco o entidad de cobro. Así se impide que el número de tarjeta y los datos personales queden registrados en las bases de datos del comercio. También evita que se intercepte el mensaje y se produzcan malos usos por parte de terceros.

Por ende, la pasarela de pagos cumple la función de validar y autorizar las ventas, sustituyendo el rol que cumple la terminal POS en el servicio de intermediación tradicional.

Por último, incorporar E-commerce en una empresa que brinda un servicio tan característico y específico como es FAVACARD S.A. generará nuevas oportunidades como así también nuevos desafíos que implican la capacitación profesional para diseñar y poner en marcha dicho sistema. La implementación requiere de una labor interdisciplinaria. El Contador Público debe trabajar con los especialistas del Área Informática en la sistematización de los procesos a fin de solicitar y elaborar en conjunto los reportes de información necesarios para su correcto tratamiento contable e impositivo.

# Convenio Multilateral, controversias en criterios de Asignación de Ingresos

---

*Con el fin de abordar la temática en el ámbito impositivo, el presente apartado realiza un análisis del marco legal de Convenio Multilateral en referencia a Comercio Electrónico y a Servicios de Tarjetas de Crédito. Se lleva a cabo un diagnóstico normativo, de fallos y doctrina en cuanto a Asignación de Ingresos a las jurisdicciones.*

El cambio de paradigmas que trajo consigo la Sociedad de la Información y la evolución del Comercio Electrónico en Argentina presentan nuevos desafíos para los fiscos al momento de recaudar los diversos tributos. El crecimiento de las transacciones electrónicas en las prácticas comerciales implica un nuevo reto para la fiscalidad y para la gestión de la Administración: por un lado crear un ambiente fiscal en el que el Comercio Electrónico se pueda desarrollar y por el otro, asegurar que el E-commerce no reduzca la capacidad del Estado de obtener los ingresos requeridos. De la misma manera implica también un nuevo desafío para los contribuyentes en lo referente a sus obligaciones fiscales.

Argentina se encuentra frente al auge del comercio electrónico y el surgimiento de nuevas transacciones electrónicas transjurisdiccionales que obligan a reformular criterios. Así es como muchos conceptos fiscales que se diseñaron para un mundo de comercio tradicional de productos tangibles ya no resultan adecuados para un mundo de comercio de información que se transmite en forma digital.

En este contexto, y a nivel nacional, la tradicional puja entre las jurisdicciones provinciales en aplicación del Convenio Multilateral se ve potenciada frente a la dificultad de determinar el lugar donde se obtienen las rentas provenientes del E-commerce, en la búsqueda de adaptar la normativa a esta nueva forma de negociación, donde los elementos naturales del tributo se ven desdibujados producto de la “desmaterialización” y “deslocalización” que lo caracterizan y diferencian del comercio tradicional.

Más aún – principalmente – la dificultad de determinar el criterio a adoptar para atribuir dichos ingresos requiere de un segundo grado de análisis, cuando se trata de servicios de intermediación a través de internet de una operatoria particular como es la de empresas emisoras de tarjetas de crédito, que tienen su régimen y normativa específica.

Estas circunstancias derivan en diferentes interpretaciones sobre la aplicación del convenio. A través de pronunciamientos emanados de los órganos de aplicación – Comisión Arbitral y Comisión Plenaria – mediante resoluciones, se entretajan los criterios para adecuar la normativa a los negocios e implicancias del mundo actual, sentando jurisprudencia que exige un análisis en conjunto para aplicar a cada caso concreto.

Pese a lo antedicho, no debe olvidarse que el Convenio Multilateral tiene que ser un compendio de normas claras y precisas que permitan aplicarlo uniformemente en todas las jurisdicciones, llevando a su mínima expresión las posibles interpretaciones, manteniendo incólume el principio de seguridad jurídica.

## El Convenio Multilateral

En principio se puede definir el Convenio Multilateral como el instrumento por el cual se distribuye la base imponible del Impuesto sobre los Ingresos Brutos cuando el contribuyente ejerce su actividad en más de una jurisdicción provincial. Esto implica que a través de este convenio suscripto por todas las provincias se establece cuáles serán los ingresos atribuibles a cada jurisdicción que luego serán usados para calcular el impuesto sobre los Ingresos Brutos.

El texto original del convenio data de 1954, con sucesivas reformas hasta el día de hoy, con el fin de lograr uno de los principios más importantes de la imposición en el Estado Federal, esto es, que el solo hecho de desarrollar actividades que trasciendan los límites de una de las jurisdicciones en que se divide el país, no genere al contribuyente mayores tributos de los que tendría que soportar si toda su actividad se desarrollara en una sola jurisdicción<sup>22</sup>. Es decir, *“es un mecanismo de coordinación financiera horizontal firmado por todas las jurisdicciones del país para evitar que sus respectivos impuestos sobre los Ingresos Brutos, en los casos de actividades interjurisdiccionales, graven más de una vez la misma materia imponible”*<sup>23</sup>. A decir del maestro Jarach, el objetivo es *“armonizar y coordinar el ejercicio de poderes autónomos”*, y como señala Bulit Goñi *“evitar la superposición impositiva recortando la competencia de los fiscos”*.

Siguiendo la redacción de la ley en su primer artículo, el Convenio Multilateral se aplica cuando un mismo contribuyente realiza actividades en una, varias o todas sus etapas en dos o más jurisdicciones, pero cuyos ingresos brutos, por provenir de un proceso único, económicamente inseparable, deben atribuirse conjuntamente a todas ellas. Se trata entonces, de un mecanismo que solo distribuye materia imponible entre las distintas jurisdicciones, teniendo como objetivo evitar la doble imposición.

Uno de los conceptos fundamentales atinentes a la aplicación del convenio es el del sustento territorial, referido a la manera de determinar cuándo se debe considerar que un contribuyente, con asiento en una jurisdicción, ejerce su actividad en forma efectiva en el territorio de otra. Hace alusión al ámbito espacial en el que cada fisco ejerce su potestad tributaria, es decir, dentro de su territorio, no fuera de él. Configura el indicativo de cada uno de los lugares de realización del hecho imponible; consecuentemente, de atribución de la base imponible y, finalmente, de imputación de los pagos a efectuar por parte del contribuyente. Al respecto, el aludido cuerpo normativo en el último párrafo de su artículo primero indica:

---

<sup>22</sup> JARACH, Dino, *“Finanzas Públicas y Derecho Tributario”*, 2° ed., Buenos Aires, Abeledo Perrot, 1996, (pág 832/3).

<sup>23</sup> Bulit Goñi, Enrique. *“Convenio Multilateral. Distribución de los Ingresos Brutos”*. Ed. Depalma – 1992. Pag, 4.

*"Cuando se hayan realizado gastos de cualquier naturaleza, aunque no sean computables a los efectos del artículo tres, pero vinculados con las actividades que efectúe el contribuyente en más de una jurisdicción, tales actividades estarán comprendidas en las disposiciones de este convenio, cualquiera sea el medio utilizado para formalizar la operación que origina el ingreso (correspondencia, telégrafo, teletipo, teléfono, etc.)".*

La vinculación del sustento territorial con la expresión gastos sugiere, que la realización de un gasto en una jurisdicción implica haber desplegado el contribuyente parte de su actividad en ella, y queda en consecuencia alcanzado por la potestad tributaria local. Como indica Bulit Goñi en su tratado, se ha considerado que la existencia de un gasto hace presumir, sin admitir prueba en contrario, el desarrollo efectivo de la actividad, aunque se trate de gastos que, por lo preceptuado en el artículo tercero, no sean computables a los fines de la determinación de coeficientes. La exigencia establecida es que se trate de gastos vinculados con las actividades realizadas por el contribuyente en más de una jurisdicción. De esta manera, los gastos a computar para la determinación del sustento territorial son aquellos que tienen una relación directa y vinculante con la actividad cuyo ejercicio habitual origina la obligación. Esto en función a lo regulado en el artículo cuarto del convenio:

*"Se entenderá que un gasto es efectivamente soportado en una jurisdicción, cuando tenga una relación directa con la actividad que en la misma se desarrolle (por ejemplo: de dirección, de administración, de fabricación, etc.), aun cuando la erogación que él representa se efectúe en otra..."*

Pero la problemática que concierne en el presente trabajo no radica en los gastos sino en la asignación de ingresos a cada jurisdicción para determinar cómo tributar frente a servicios de intermediación de tarjetas de crédito llevados a cabo a través de internet, en función a considerar el criterio a abordar para atribuir los ingresos que FAVACARD S.A. obtiene en concepto de comisión por comercios que están adheridos a E-commerce.

Para el caso planteado se debe tener en cuenta no solo la normativa vigente sobre ventas por internet – debatido y criticado por gran parte de la doctrina – sino la adaptación del mismo en aplicación de empresas emisoras de tarjeta de crédito, que tienen su régimen y normas propias para la asignación de ingresos características de la actividad. Es decir, se debe tener en cuenta lo normado para Tarjetas de Crédito, en conjunción a lo expuesto mediante resolución por la Comisión Arbitral en relación al comercio electrónico. Como se verá más adelante, la ausencia de normativa en el caso implica un esfuerzo aun mayor por parte del contribuyente, que ante la falta de certeza está obligado a actuar por asimilación en virtud de la letra de la norma - siempre en función al principio de realidad económica-, y siguiendo los criterios emanados por los organismos de aplicación.

A continuación, se analiza diferentes criterios expedidos por la Comisión Arbitral en referencia a la Asignación de Ingresos en operaciones entre ausentes – asimilables al Comercio Electrónico –, en fallos donde se pone de manifiesto las falencias en la normativa que dan lugar a distintas interpretaciones; que además de falta de certeza, generan enfrentamientos constante entre las jurisdicciones que claro está, ante necesidades financieras, pretenden captar la mayor porción de ingresos posible.

### La atribución de ingresos entre las jurisdicciones

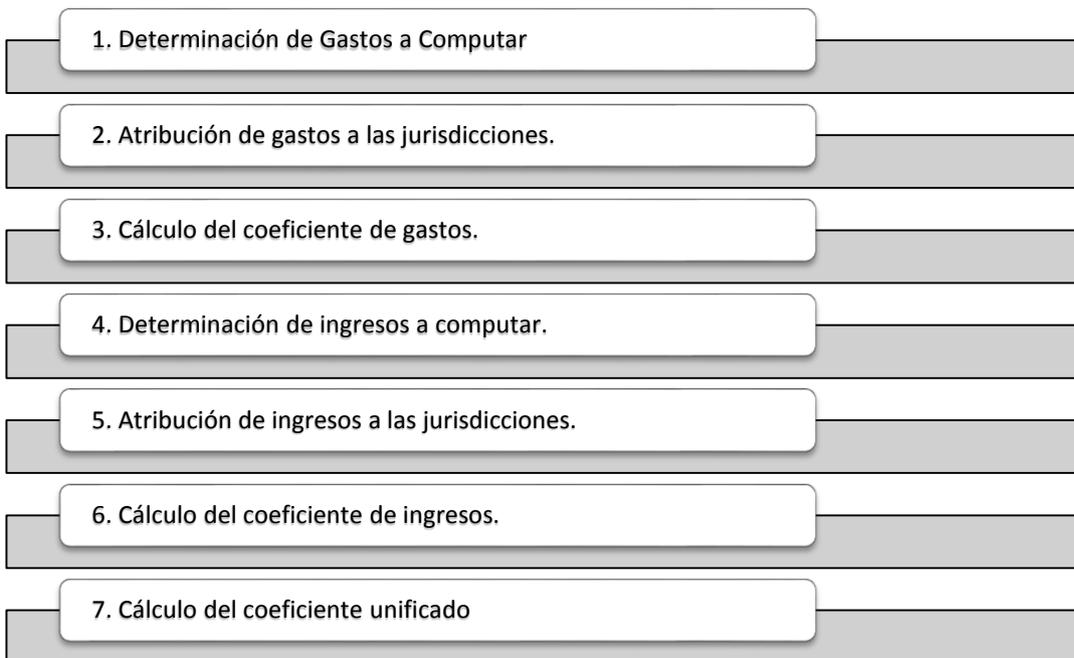
Las cuestiones referidas a la atribución de ingresos para el cálculo del coeficiente de distribución en Convenio Multilateral son de las más arduas de definir. La objeción más significativa a este régimen es que sus normas resultan demasiado escuetas; ya que la falta de precisión de las mismas sumado a la importancia de los intereses en juego, deriva en interpretaciones heterogéneas convirtiéndose en una constante fuente de conflictos entre los Fiscos y contribuyentes. Como se dijo anteriormente, esto provoca que sus organismos de aplicación, como es la Comisión Arbitral, lleven a cabo continuas intervenciones tomando decisiones que no siempre pacifican las tensiones entre los actores involucrados.

La falta de consideración al principio de certeza - enunciado por Adam Smith hace mas de 200 años - tiene como perjudicados a los contribuyentes, quienes deben tomar las decisiones de atribución sobre la base de premisas manifiestamente insuficientes, respecto de las cuales es difícil identificar tendencias en la jurisprudencia de los organismos de aplicación. Sobre este principio, el Máximo Tribunal se expresó reiteradamente "*...la necesidad de que el Estado prescriba claramente los gravámenes y exenciones, para que los contribuyentes puedan fácilmente ajustar sus conductas respectivas en materia tributaria*"<sup>24</sup>

Para el régimen general del Convenio Multilateral, el artículo 2 establece que los ingresos brutos de los contribuyentes se distribuyen entre las distintas jurisdicciones en proporción a "*los gastos efectivamente soportados en cada jurisdicción*" y "*los ingresos provenientes de cada jurisdicción*". Dichas proporciones se obtienen por medio de coeficientes de distribución, los que a su vez son calculados mediante un algoritmo que responde a la siguiente secuencia:

---

<sup>24</sup> Autos "Consultatio SA" - CSJN - 22/3/2005, entre otros.



En cuanto a la atribución de ingresos a las jurisdicciones (paso 5 del algoritmo propuesto), que es lo que concierne en el presente trabajo, las únicas premisas para decidirla están dadas por el artículo 2, inciso b), del Convenio, al establecer que el cincuenta por ciento (50%) de los ingresos será atribuido "*...en proporción a los ingresos brutos provenientes de cada jurisdicción, en los casos de operaciones realizadas por intermedio de sucursales, agencias u otros establecimientos permanentes similares, corredores, comisionistas, mandatarios, viajantes o consignatarios, etc., con o sin relación de dependencia*". La otra pauta directriz contenida en ese artículo es más precisa, al señalar respecto de las operaciones comprendidas en el ámbito del Convenio que fueran formalizadas por correspondencia, telégrafo, teletipo o teléfono, entre otros, que los ingresos provenientes de las mismas "*...deberán ser atribuidos a la jurisdicción correspondiente al domicilio del adquirente de los bienes, obras o servicios*".

Es decir, la asignación de ingresos del Régimen General debe realizarse a las jurisdicciones teniendo en cuenta la forma en que se lleva a cabo la operación, ya sea que se trate de operaciones entre presentes o entre ausentes.

### **Operaciones entre presentes**

Este principio surge del art 2 del Convenio donde se indica que "*las ventas realizadas por intermedio de sucursales, mandatarios, comisionistas, empleados en relación de dependencia, se asignan a la respectiva jurisdicción*", por ende los ingresos se asignan a la jurisdicción donde se concreta la operación.

La Comisión Plenaria en la *Resolución 18/2007 "Ambest c/Provincia de Buenos Aires"*, entre otros, ha concluido que *"la atribución de los ingresos debe hacerse en la jurisdicción en la que se produce la entrega de la cosa, y que a los fines de tal atribución, es importante identificar el lugar en el que el hecho económico se lleva a cabo y se concreta, dando derecho o motivando el ingreso del contribuyente, que -reitera- es el lugar de la entrega de la cosa o de la prestación del servicio, criterio que se compadece con el principio de realidad económica establecido por el artículo 27 del Convenio Multilateral y con múltiples decisorios de la Comisión Arbitral"*.

De esta manera, en función a ventas de bienes o prestación de servicios, se identifica un principio general de asignación de ingresos y excepciones al mismo. .

#### 1. *Venta de Bienes*

- Pauta de Atribución – Principio General: *"Lugar de entrega del bien"*
- Excepciones al principio general: *"Se atribuirán los ingresos al lugar de destino"*

Casos de Excepciones al principio general: Concesionarias; Agentes, representantes, comisionistas; Actuación post venta (instalaciones, puesta a punto, acondicionamiento).

*R. G. Comisión Plenaria 41/2015 "Fiat Auto Argentina S.A. c/ C.A.B.A."*

*"Que es importante destacar que el contribuyente conoce ese destino final aunque no fuera el lugar donde los entregó la empresa de transporte, puesto que, de acuerdo a la relación que la empresa apelante tiene con su concesionario, debe conocer perfectamente la forma y el lugar donde éste comercializa los vehículos en razón de que, según el contrato de concesión, accede a su documentación, información y registros"*.

#### 2. *Prestaciones de Servicios*

Para el caso de la atribución de ingresos provenientes de prestaciones de servicios tanto la Comisión Arbitral como la Comisión Plenaria han estado de acuerdo en que los ingresos obtenidos deben imputarse a la jurisdicción en la que se presta el servicio, por ser en ella en la que se ejerce la efectiva actividad. Sin embargo, ello no ha impedido que la decisión acerca de cuál es esta "jurisdicción en la que se prestan los servicios" motive un importante número de litigios.

- Pauta de Atribución – Principio General: *"Lugar de prestación del servicio"*
- Excepciones al principio general: *"Se atribuye el ingreso a la jurisdicción donde se utilice económicamente el servicio"*

R.G. Comisión Plenaria 7/2007 Red Link S.A. c/ Provincia de Buenos Aires

*“El lugar donde efectivamente se ha prestado el servicio es en la jurisdicción donde se encuentra radicado el cajero automático desde donde se solicita la información, y a donde se envía la autorización de la operación, y es por eso que a ella le corresponde la asignación de los ingresos que se derivan del desarrollo de esa actividad”.*

Prestación de Servicios	
Pauta de Atribución – Principio General	Excepción al principio general
Lugar de prestación del Servicio	Se atribuye el ingreso a la jurisdicción donde se utilice económicamente el servicio

Pauta de Atribución Principio General	
Resolución Comisión Arbitral	Resolución Comisión Plenaria
20/2000 – Taym S.A.	9/2001 – Pryam S.A.
8/2001 – Pryam S.A.	12/2005 – Asistencia Odontológica Integral S.A.
31/2004 – Asistencia Odontológica S.A.	
2/2007 PII Sudamericana S.A.	

Excepción al principio general	
Resolución Comisión Arbitral	Resolución Comisión Plenaria
1/2006 – Red Link S.A.	13/2007 – Red Link S.A.
3/2006 – Argencard S.A.	7/2007 – Argencard S.A.

Fuente: Convenio Multilateral – Asignación de Ingresos 2016. Estudio Diez, Consultores Impositivos. Autor: C.P. Humberto P. Diez

### **Operaciones entre ausentes**

Este principio surge del art 2 del Convenio donde se indica que *“Los ingresos provenientes de las operaciones por correspondencia, teléfono, internet, etc., deben ser atribuidos a las jurisdicción del domicilio del adquirente de los bienes, obras o servicio”* en tanto y en cuanto en dicha jurisdicción el contribuyente haya realizado gastos de cualquier tipo vinculados con sus actividades (sustento territorial).

*“Si existen clientes en una jurisdicción y se realizaron gastos por el ejercicio de actividad en la misma, dichas erogaciones significan un desplazamiento del vendedor que exterioriza la voluntad de captar una parte de la riqueza de la jurisdicción donde*

*está situado el comprador, lo cual da derecho a esa jurisdicción a cobrar parte del ingreso obtenido por aquel. Asimismo, la mera entrega de los bienes en otra jurisdicción otorga sustento territorial y torna aplicable el Convenio, aunque sea como un gasto atribuible a ella y aun cuando el ingreso no se atribuya a la misma. A pesar de que los gastos sean de escasa significación, la existencia de los mismos implica la sujeción al Convenio.”*<sup>25</sup>

Por ende, en virtud de este pacto, las jurisdicciones adheridas acordaron que el sustento territorial en las operaciones a distancia (sin presencia física) queda configurado por una ficción legal consistente en que el vendedor realiza actividad en la jurisdicción del domicilio del comprador y ésta tendrá derecho a una parte de la base imponible, siempre y cuando aquel sujeto realice algún gasto en la jurisdicción del comprador.

### Comercio electrónico en Convenio Multilateral

Como toda nueva modalidad o práctica comercial, la aparición del Comercio Electrónico exigió su correlativa evolución en el mundo del derecho, las leyes se fueron adaptando y otras diseñando a medida – por ejemplo la Ley 25.506 de Firma Digital - a fin de determinarle un marco legal al negocio y regular su funcionamiento. De la misma manera debe suceder en materia fiscal. Actualmente Argentina no posee una regulación impositiva específica para el comercio electrónico, dado que todas las transacciones comerciales realizadas por Internet están sujetas a impuestos como las operaciones comerciales tradicionales.

La única normativa mediante la cual se interpretó el alcance del Comercio Electrónico en el ámbito de aplicación del Convenio Multilateral es la Resolución General 83/2002 emanada por la Comisión Arbitral. Con el dictado de dicha resolución se determinó con carácter obligatorio para todas las jurisdicciones que el ejercicio del comercio a través de medios electrónicos se debe considerar como una actividad extraterritorial del oferente de productos y/o servicios.<sup>26</sup> Es decir, que conforme con la interpretación del órgano de aplicación, este tipo de operaciones deben ser asimiladas a las operaciones entre ausentes, encuadrándolas en el último párrafo del artículo primero del Convenio Multilateral.

Siguiendo el ordenamiento de normas de la Comisión Arbitral, R.G. 3/2016 en su artículo 19:

*“Las transacciones efectuadas por medios electrónicos por Internet o sistema similar a ella se hallan encuadradas en el último párrafo del artículo 1° del Convenio Multilateral del 18-8-77. A los efectos de la atribución de ingresos prevista en el inciso b) in fine del artículo 2° del Convenio Multilateral del 18-8-77, se entenderá que*

---

<sup>25</sup> Ernesto Celdeiro. Colección Impuestos comentados. Convenio Multilateral. Editorial Errepar, (pág. 8).

<sup>26</sup> Otero Alejandro. *La cuestión del comercio electrónico en el convenio multilateral*. Errepar Junio 2003 (pág, 523)

*el vendedor de los bienes, o el locador de las obras o servicios, ha efectuado gastos en la jurisdicción del domicilio del adquirente o locatario de los mismos, en el momento en el que estos últimos formulen su pedido a través de medios electrónicos por Internet o sistema similar a ella.” Fuente: Resolución General nº 83/2002*

Gran parte de la doctrina critica el agregado de la resolución que hace referencia a la asignación de ingresos ya que en ella la Comisión Arbitral crea una ficción legal al considerar que por utilizar el medio de Internet o similar se cumple con el principio de sustento territorial en el domicilio del adquirente, es decir, crea una presunción de gasto en la jurisdicción del comprador al momento en que éste emite el pedido por un medio electrónico.

La resolución evidencia el principal conflicto que generan las Tecnologías de la Información y Comunicación frente al principio de territorialidad en el impuesto sobre los Ingresos Brutos y el desafío al clásico esquema de reparto para las operaciones entre ausentes concebido por el Convenio Multilateral.<sup>27</sup>

Estas ficciones legales dan lugar a confusión y a controversias, siendo prueba de ello la gran cantidad de casos resueltos por las autoridades de aplicación del convenio, que con mayor énfasis se inclinan por un criterio de realidad económica.

### Jurisprudencia

Como se indicó en un principio, estas normas son insuficientes. Establecer de qué jurisdicción proceden los ingresos brutos de un contribuyente, son cuestiones que incesantemente originan controversias, y que obligan a una asidua intervención de los organismos de aplicación. Con la intención de establecer la tendencia que sigue la jurisprudencia de la Comisión Arbitral y de la Comisión Plenaria del Convenio en lo relativo a esta asignación de ingresos, se analizarán decisiones adoptadas en casos concretos, que brindan pautas que pueden resultar valiosas para decidir dicha asignación.

#### **A) Autos "ESPN Sur SRL c/Provincia de Santa Fe"**

ESPN es una empresa productora y comercializadora de señales televisivas para sistemas de televisión paga. Sus clientes son los "cableoperadores" Multicanal, Cablevisión y Gigacable, que tienen domicilio en la Provincia de Santa Fe. El acceso a las señales por parte de los "cableoperadores" se efectúa vía satélite, para lo cual ESPN contrata con el Telepuerto Internacional Buenos Aires (TIBA) la subida de las señales al satélite. Los clientes bajan la señal del satélite para transmitirlas por los sistemas de televisión por cable.

---

<sup>27</sup> <http://www.barrerolarroude.com.ar/articulo/E-Commerce-Incidencia-de-los-impuestos-provinciales-/441>

ESPN entiende que se trata de una operación entre ausentes, y asigna las operaciones al domicilio de los adquirentes de la señal (Buenos Aires), que coincide con el lugar en el que la señal se recibe por TIBA (Nodo Buenos Aires).

La Comisión Arbitral convalidó el criterio asumido por el Fisco de la Provincia de Santa Fe, en tanto se ha constatado que ESPN Sur codifica la señal, y que cada uno de los operadores, mediante decodificadores habilitados por ESPN en los centros de transmisión sitios en esa jurisdicción provincial (Prov. de Santa Fe), pueda decodificar el servicio de ESPN, y de esta manera distribuirlo a sus respectivas áreas de cobertura. Es decir, la Comisión Arbitral ha interpretado que "el domicilio del adquirente" no es el legal a que se refiere el Código Civil, sino aquel en el cual el servicio es prestado y que -en la especie- es el de la jurisdicción en la cual la señal es puesta a disposición de los clientes.

#### **B) Autos "Red Link SA c/Provincia de Buenos Aires"**

Red Link atribuye íntegramente sus ingresos a Capital Federal, por ser éste el lugar del domicilio de las entidades financieras con las que contrata el servicio de transmisión de datos vía cajeros automáticos.

Sostiene que su actividad es el procesamiento de operaciones que otorga la posibilidad de mantener, mediante su centro de cómputos, la validación de datos interconectados a todos aquellos cajeros automáticos que, a través de los bancos, conforman la red para asistir a sus clientes.

La Provincia de Buenos Aires afirma que la jurisdicción en la cual se presta el servicio es en la que se encuentra el cajero automático, y que -a falta de otro medio más idóneo- ha estimado los ingresos atribuibles a su jurisdicción proporcionándolos a la cantidad de cajeros existentes en ella.

La Comisión Plenaria señalaba que de lo antes expuesto se desprende que existen 2 temas a dilucidar:

- El lugar en el que efectivamente la empresa presta los servicios que dan origen a los ingresos en discusión.
- El parámetro que se utilice para proporcionar los ingresos a la actividad desarrollada en cada jurisdicción.

En cuanto al primer punto, considera necesario tener presente que las entidades financieras contratan los servicios de Red Link SA para que ésta administre la red y envíe, frente a una solicitud para operar en el sistema, la validación de las transacciones a través de un vínculo de telecomunicaciones hasta el cajero en el que se originó la transacción.

En consecuencia, los servicios de Red Link SA deben ser prestados en el lugar y en el momento en el que el cliente de la entidad financiera lo requiera. Así, como "administradora de la red", pone a disposición la información que procesa por cuenta y orden de las entidades financieras.

Así, los receptores del servicio contratado son los clientes de la entidad financiera adherida al sistema, que en el caso bajo análisis se encuentran radicados fuera de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y normalmente requieren el mismo en la jurisdicción de su domicilio.

Que, conforme con la operatoria descripta, el lugar en el que efectivamente se ha prestado el servicio es en la jurisdicción en la que se encuentra radicado el cajero automático desde el cual se solicita la información, y es por eso que a ella le corresponde la asignación de los ingresos que se derivan del desarrollo de dicha actividad.

Que en cuanto a la segunda cuestión, es necesario buscar un parámetro que responda lo más equitativamente posible a la porción de actividad que la firma desarrolla en cada jurisdicción, y éste debería ser la cantidad de transacciones que se producen en cada uno de los cajeros automáticos, puesto que ello refleja la realidad de los hechos exteriorizados en la jurisdicción y tiene un correlato directo con el origen de los ingresos.

Que si hubiera una imposibilidad material por parte del contribuyente para reunir la información para utilizar el parámetro antes mencionado, o ante su negativa a hacerlo, la cantidad de cajeros automáticos radicado en cada una de ellas es una alternativa válida para ser utilizado como un prorrateador que puede reflejar, razonablemente, la actividad del prestador del servicio en la jurisdicción.

En conclusión, el lugar en el que se presta el servicio es aquel en el que se encuentra el cajero, y el parámetro para prorratear los ingresos es la cantidad de cajeros en la jurisdicción.

### Tarjetas de Crédito y el régimen en Convenio Multilateral

El régimen de Tarjetas de Crédito en Convenio Multilateral se encuentra regulado por la R.G. 3/2011, incorporada al ordenamiento de normas de la R.G. (C.A.) 3/2016, en los artículos 23, 24 y 25 del Título II del Anexo de la misma.

Siguiendo la misma, las entidades emisoras de Tarjeta de Crédito – como es FAVACARD S.A.- en primer término atribuyen sus ingresos provenientes de cargos financieros, intereses punitivos y/u otros servicios financieros según el Régimen Especial del Art 7 del Convenio Multilateral; mientras que el resto de sus ingresos, en función al Régimen General de Convenio Multilateral a través del Cáculo de Coeficiente de distribución de la base imponible entre las jurisdicciones. Para llevar a cabo la atribución de ingresos a las distintas jurisdicciones siguiendo este último régimen se debe tener en cuenta donde fueron efectivamente prestados los servicios según el tipo de ingreso en cuestión. Los ingresos provenientes de Comercios Adheridos, se deberán asignar a la jurisdicción donde se encuentre ubicada la Terminal de captura de la operación.

*“Las entidades emisoras, comercializadoras, administradoras y/o licenciatarias del sistema de Tarjetas de Créditos, deberán efectuar la distribución de sus ingresos provenientes de los servicios prestados, de acuerdo a lo previsto en el artículo*

*segundo del Convenio Multilateral, con excepción de lo dispuesto en el artículo 24. A tales fines, los referidos ingresos deberán atribuirse a la jurisdicción donde los servicios son efectivamente prestados, entendiéndose que:*

- 1. Los ingresos obtenidos por servicios prestados a los titulares y/o usuarios del sistema, deberán asignarse al domicilio del titular de la tarjeta.*
- 2. Los ingresos obtenidos de los proveedores o comercios adheridos al sistema, deberán asignarse al lugar donde se encuentra ubicada la terminal de captura de la operación.***
- 3. Los ingresos obtenidos de las entidades emisoras o pagadoras, deberán asignarse a la jurisdicción donde se encuentran radicadas las sucursales de la entidad emisora o pagadora. Sin perjuicio de los criterios expuestos en los incisos precedentes, en caso de que no existan elementos ciertos que permitan su aplicación, los ingresos obtenidos se asignarán a cada jurisdicción en proporción a la cantidad de tarjetas emitidas en cada una de las mismas, teniendo en cuenta el domicilio del titular de la tarjeta.”*

La Terminal PóS es la terminal de captura a la que hace referencia las normas de Convenio Multilateral, su ubicación física indica la jurisdicción a la que se imputarán los ingresos en una operatoria convencional de tarjeta de crédito. El desafío radica en identificar la terminal de captura en una venta realizada bajo el sistema de Comercio Electrónico y la jurisdicción a la cual la Tarjeta de Crédito debe asignar dichos ingresos para el cálculo del coeficiente de distribución de la base imponible de Ingresos Brutos a cada jurisdicción.

Resulta inminente la necesidad de establecer de qué manera se procederá a asignar los ingresos provenientes de esta nueva incorporación, ya que dependiendo de la jurisdicción a la que corresponda tributar, variará el cálculo de los coeficientes de ingresos y gastos, y con posterioridad el Impuesto Determinado, que será en función a las alícuotas y normativas de cada jurisdicción.

# Criterios de Asignación de Ingresos de E-commerce en FAVACARD S.A.

---

*En el presente capítulo se desarrollan los criterios a considerar en Convenio Multilateral para la asignación de ingresos provenientes de E-commerce en FAVACARD S.A. mediante una visión crítica de las controversias existentes en cuanto a la definición "Terminal de Captura". Se abordan no solo desde el aspecto teórico- técnico, sino también desde el punto de vista práctico, a través de la presentación de un análisis de caso.*

*Se lleva a cabo la cuantificación de los criterios, a fin de determinar la aplicación de uno u otro, mediante el cálculo de Coeficiente de Distribución de la Base Imponible en Ingresos Brutos y el desarrollo de la Declaración Jurada en cada uno de ellos.*

Analizadas las normativas y disposiciones legales vigentes sobre Atribución de Ingresos del Régimen General en Convenio Multilateral, se observa que, pese a las diferentes interpretaciones, se establecen criterios definidos a considerar para Tarjetas de Crédito, que lo mismo sucede para Comercio Electrónico, pero no así un criterio en el caso concreto que se plantea, cuando los ingresos a distribuir en una Empresa Emisora de Tarjeta de Crédito provenientes de Comercios derivan de Servicios de Intermediación a través de E-commerce. Aquí es donde surge la problemática en cuestión a resolver en análisis de la normativa en su conjunto y en función a lineamientos emanados por los organismos de aplicación, que si bien no son de la temática particular orientan a la búsqueda de criterios viables.

Dado que el impuesto sobre los Ingresos Brutos grava la actividad del contribuyente desarrollada dentro de un territorio provincial – criterio de territorialidad -, requiere necesariamente de mecanismos que resuelvan la forma en que deberá distribuirse la base imponible cuando dicha actividad se realice en dos o más jurisdicciones, siendo el Convenio Multilateral la norma prevista para cumplir esta función.

Como fue analizado anteriormente, la norma del Convenio, que con sus años de vigencia aún sigue dando respuestas, hoy resulta escueta y no contempla hechos, negocios e implicancias de la realidad actual; producto de ello, las diferentes interpretaciones y adaptaciones, que son fuente constante de conflictos entre fiscos provinciales, organismos de aplicación y contribuyentes sometidos al mismo, siendo uno de los principales problemas los criterios de asignación de ingresos.

Las nuevas concepciones que imponen las tecnologías generan un cambio radical en el concepto de territorialidad, y el Servicio de Intermediación de las Tarjetas de Crédito aplicadas al E-commerce es un ejemplo de ello. En él, la tradicional terminal de captura “física” –la Terminal POS, analizada en el capítulo I- queda desmaterializada, producto de la validación de datos y autorizaciones de ventas a través de Pasarelas de Pagos. Como consecuencia, la dificultad de su ubicación concreta que permita reconocer la jurisdicción a la cual corresponde asignar el ingreso, y la consideración de la misma sin apartarse del principio de realidad económica por el que vela el art 27 de Convenio Multilateral, en función al lugar donde efectivamente se presta el servicio.

Teniendo en cuenta la particular naturaleza de las modalidades de desarrollo de dicha actividad en el uso de nuevas tecnologías, es fundamental su análisis entendiendo que la actividad es el punto central del hecho imponible del Impuesto sobre los Ingresos Brutos. Es menester aclarar la relevancia del análisis desde el punto de vista del gasto ya que, por imperio del último párrafo del artículo 1º, son estos los que hacen que una actividad se encuentre comprendida en el régimen; pero lo que atañe en el presente trabajo es develar los criterios de atribución de ingresos provenientes de dicha actividad, atendiendo a las controversias y diferentes interpretaciones de la norma.

Las normas para la Atribución de ingresos de Tarjetas de Crédito son claras al indicar que aquellos ingresos provenientes del Sistema de Comercios deben ser asignados a la jurisdicción donde se encuentra ubicada la “Terminal de Captura” de la operación. Siguiendo el Art 23 inciso 2 del Anexo del último ordenamiento de la Comisión Arbitral, R.G. 1/2016 “..Los ingresos obtenidos de los proveedores o comercios adheridos al sistema, deberán asignarse al lugar donde se encuentra ubicada la terminal de captura de la operación.” De esta manera, en la operatoria de Servicios de Intermediación Tradicional los ingresos que obtiene FAVACARD S.A. provenientes de los Comercios Adheridos se asignan a la jurisdicción donde se encuentra la Terminal POS.

Siendo entonces la POS la “Terminal de Captura convencional”, cuando los ingresos provienen de comercios adheridos al Servicio de intermediación a través de E-commerce - que realizan sus ventas por internet-;

¿Cuál es la Terminal de Captura?

¿En qué jurisdicción se ubica?

### Inaplicabilidad de Resolución General 83/2002

Teniendo en cuenta la única normativa que regula el Comercio Electrónico - R.G. C.A. 83/2002 – al encuadrarlo en el último párrafo del artículo 1° del Convenio Multilateral lo asimila a operaciones entre ausentes. Como se explicitó en el capítulo anterior, en ésta resolución - obligatoria para las jurisdicciones- se presenta la creación de lo que en derecho tributario se denomina ficción legal <sup>28</sup> al suponer sustento territorial en la jurisdicción del adquirente.

El criterio emanado de la Comisión Arbitral en dicha resolución no es aplicable a lo planteado, ya que lo enunciado en la misma no encuadra con las características propias de los servicios de intermediación proporcionados de forma on-line, simplemente porque ésta no se trata de una venta por internet, ni de una “operación entre ausentes” entendiéndose clara la diferenciación entre operaciones en las que el servicio en sí mismo es brindado por Internet (situación planteada) y operaciones concertadas, acordadas o pactadas vía Internet (a lo que refiere la resolución).

Por consiguiente, la normativa no aplica al caso concreto por las siguientes razones:

- No se trata de un ingreso por una venta propia de FAVACARD S.A. a través de internet, sino del ingreso -“Comisión E-commerce”- que FAVACARD S.A. obtiene por el servicio de intermediación que presta a los comercios adheridos al sistema; siendo éstos últimos los que realizan ventas en su sitio web. Por ende la resolución en cuestión opera para el comercio que realiza la venta, y no para la Tarjeta de Crédito que realiza la intermediación.

---

<sup>28</sup> Ficción Legal: Conceptualiza un hecho que siendo o no cierto, lo considera como tal sin admitir prueba en contrario.

- El caso planteado no es una prestación de servicio que se concreta por Internet y luego se presta personalmente o por esa misma vía sino que se pacta “entre presentes” y luego se presta por Internet. “..Siguiendo un entendimiento lógico de las normas la resolución se refiere a aquellas operaciones que se formalicen vía Internet y no a las que se lleven a cabo por esta vía..”<sup>29</sup>. La resolución hace referencia a la contratación a distancia, lo que se interpreta como “operaciones entre ausentes”, generalmente basadas en relaciones esporádicas, y la relación “FAVACARD S.A. – Comercio Adherido” no debe ser entendida como tal, ya que se trata de una relación de tracto sucesivo, continua y permanente<sup>30</sup>, regulada a través de un acuerdo entre partes involucradas– contrato de Adhesión de E-commerce-.

Por ende, los ingresos que FAVACARD S.A. percibe por la comisión facturada a los comercios adheridos a E-commerce, ¿En base a qué criterio se debe asignar? ¿Cómo tributan en Convenio Multilateral?

### Terminal de Captura para Servicio de Intermediación Tradicional

Es importante determinar que el concepto de “Terminal de Captura” para la asignación de ingresos de Comercios en Empresas Emisoras de Tarjeta de Crédito es el criterio de imputación territorial que establece la normativa para dicho ingreso y actividad específica, que proviene de un principio general de atribución de ingresos para prestaciones de servicios en el Régimen General; como fue explicitado en el capítulo anterior:

- Pauta de Atribución – Principio General: “Lugar de prestación del servicio”
- Excepción: “Lugar de utilización económica del servicio”
- Criterios de imputación territorial de los ingresos para operatoria de Tarjeta de crédito en lo que respecta a ingresos provenientes de Comercios: “Ubicación de la Terminal de Captura”.

En el “Servicio de Intermediación Tradicional” la jurisdicción donde se asigna el ingreso corresponde al domicilio del equipo POS, Terminal de Captura “tradicional y física”, que siempre coincide con uno o más de los domicilios del Comercio Adherido, donde efectivamente es prestado el servicio, (domicilio al cual la empresa emisora de Tarjeta de Crédito emite la correspondiente Liquidación de Pago a Comercio neta de comisiones facturadas).

---

<sup>29</sup> XL Jornadas Tributarias “Las Jornadas del Bicentenario” 17, 18 y 19 de Noviembre de 2010, ciudad de Mar del Plata – Colegio de Graduados en Cs. Económicas.

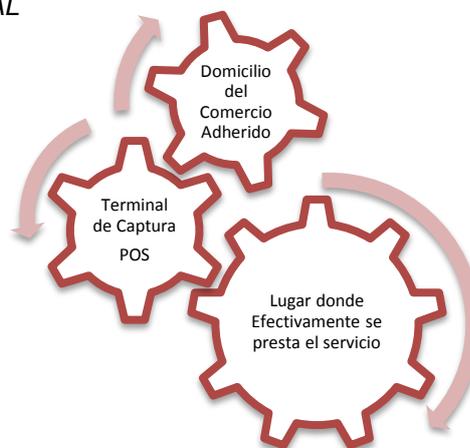
<sup>30</sup> R.G. C.A. 51/2011 “Deutz Agco Motores SA c/Provincia de Buenos Aires”. 14/12/2011, en dicha resolución “..señala que las operaciones a las que alude el artículo 1 del Convenio son esporádicas y no como en el caso de las de tracto sucesivo, continuo y permanente..”. En el mismo sentido, R.G. C.A. 50/25011 “Cosas Nuestras S.A. c/Provincia de Buenos Aires”.

De esta manera, asignar el ingreso al domicilio del equipo POS en un “Servicio de Intermediación Tradicional” se corresponde con la letra de la norma, ya que el POS es la “Terminal de Captura” y -principalmente- con el principio general de atribución de ingresos para la prestación de servicio, respecto del cual la jurisdicción donde corresponde tributar es aquella en la que efectivamente se presta el servicio.

*“Los ingresos por “Terminales de captura” -las instaladas en los comercios-, se asignan a donde está instalada cada terminal, es decir donde el servicio es efectivamente prestado”.<sup>31</sup>*

#### SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN TRADICIONAL

- ✓ Según letra de la norma:  
*Terminal de Captura: La Pos.*
- ✓ *Domicilio del Comercio donde se presta efectivamente el servicio.*



#### Terminal de Captura en Servicios de Intermediación a través de E-commerce

Del diagnóstico elaborado, centrado en lo normado para Tarjetas de Crédito y lo emanado por los organismos de aplicación, siguiendo un entendimiento lógico de ello, se concluye en dos posibles criterios de asignación:

##### 1. “Criterio - Pasarela de Pagos”

*“La Terminal de Captura se encuentra en la Jurisdicción o Domicilio donde se ubica la Pasarela de Pagos”.*

La Pasarela de Pagos es la encargada de realizar de forma instantánea y on-line la validación de los datos del usuario titular de la tarjeta de crédito y transmitirlos tanto al comercio que realiza la operación como a la tarjeta interviniente para que se procese la venta realizada en caso de

---

<sup>31</sup> R.G. Comisión Arbitral 70/2010 - Expediente Convenio Multilateral 803/2009 VISA ARGENTINA S.A. c/Provincia de Buenos Aires. Link: [www.ca.gov.ar/component/jdownloads/send/34-2010/691-ca-70-visa-s-a-exp-803](http://www.ca.gov.ar/component/jdownloads/send/34-2010/691-ca-70-visa-s-a-exp-803)

proceder la autorización. Como bien se explicitó en el Capítulo I del presente trabajo, la Pasarela de Pagos cumple la función de Terminal POS en una venta tradicional.

Este primer criterio se basa en que la jurisdicción a asignar los ingresos del Régimen General para el cálculo del coeficiente unificado se corresponde al Domicilio donde se encuentra ubicada la Pasarela de Pagos; debido a que, siguiendo la letra de la norma en lo que respecta a ingresos provenientes de Comercios estos se asignan a la jurisdicción donde se ubica la Terminal de Captura, la POS en el “Servicio de Intermediación Tradicional”, siendo entonces su paralelismo en “Servicios de Intermediación a través de E-commerce” el domicilio donde se ubica la Pasarela de Pagos.

La Pasarela, a diferencia del equipo POS, no es una Terminal de Captura “Física” ubicada en el Domicilio del Comercio Adherido, sino que tiene su propio domicilio desde donde opera; es decir, desde donde el proveedor del servicio de pasarela de pagos –que es distinto al comercio adherido- tiene centralizadas las operaciones, el procesamiento informático.

De esta manera, según este criterio y conforme literalidad de la norma de Tarjeta de Crédito en Convenio Multilateral, se deben asignar la totalidad de las “Comisiones E-commerce” que obtiene FAVACARD S.A. a la jurisdicción donde se encuentra el domicilio de la Pasarela de Pagos, es decir, donde está ubicado el software desde el cual opera la misma.

Es razonable considerar que la aplicación de este criterio simplifica la operatoria para el contribuyente ya que para todas las ventas presentadas por los comercios adheridos a dicho sistema existe un único domicilio de asignación que es el de la Pasarela de Pagos. Así, todos los ingresos que provengan de este servicio tributan en su totalidad en una misma jurisdicción a una alícuota determinada, evitando de esta forma la apertura de varias jurisdicciones - pudiendo ello derivar en un menor costo administrativo<sup>32</sup>. A su vez, podría realizarse un análisis adicional -en cada caso- de asignar los ingresos a una única jurisdicción, basado en posibles variaciones del Impuesto a Ingresar como también su potencial impacto en la estructura de costos de la organización (costo administrativo – según lo antedicho- y costo financiero). En cuanto al Impuesto a Ingresar, este estará en función a las alícuotas correspondientes a esa única jurisdicción para las actividades que se desarrollan, que de ser bajas ante otras jurisdicciones lógicamente resultará más beneficioso para el contribuyente. Teniendo en cuenta retenciones y percepciones sufridas en la jurisdicción es posible el análisis de una variación en el costo financiero - por ejemplo en cuanto a retenciones bancarias (SIRCRES<sup>33</sup>) de una u otra jurisdicción -.

---

<sup>32</sup> ,Evitar la apertura de varias jurisdicciones puede derivar en un menor costo de estructura del Área Administrativa, ya que éstas implican un mayor análisis impositivo y asesoramiento legal sobre normativas de cada jurisdicción, y normativa específica de la apertura de cada una de ellas, (costo de sellados, timbrados, personal para tramites, entre otros)

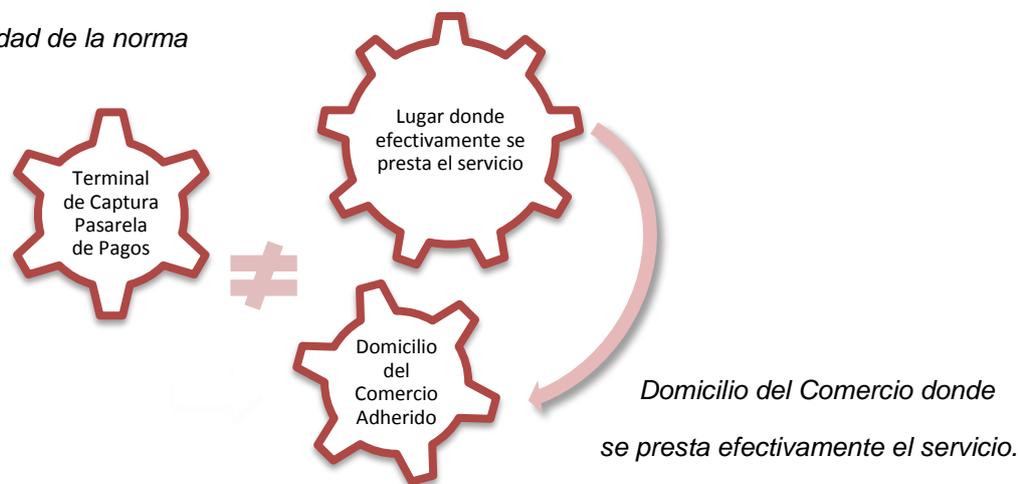
<sup>33</sup> El Sistema SIRCRES es un sistema de Recaudación y Control de Acreditaciones Bancarias para posibilitar el cumplimiento de los regímenes de recaudación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos correspondientes a

Independientemente de cualquier análisis adicional que se pueda evaluar a fin de buscar una política fiscal que brinde la alternativa más beneficiosa al contribuyente, y pese a posibles “ventajas” –o no- que éste obtendría por aplicación del mismo, no hay que apartarse de la norma, y aclarar que en desmedro de dicho criterio, al seguir lo que indica la letra expresa de la Resolución en lo que respecta a criterios de distribución de ingresos de Comercios en Empresas Emisoras de Tarjetas de Crédito, se estarían asignando ingresos a un domicilio ajeno al del comercio adherido que realizó la venta y al cual se le facturan las comisiones, es decir, donde efectivamente se presta el servicio.

De esta manera nos encontramos en una situación que difiere de lo establecido para Servicio de Intermediación Tradicional, ya que seguir la literalidad de la norma implica apartarse del principio de realidad económica, al que alude el artículo 27 del Convenio: “..En la atribución de los gastos e ingresos a que se refiere el presente Convenio se atenderá a la realidad económica de los hechos y actos y situaciones que efectivamente se realicen”.

#### SERVICIO DE INTERMEDIACIÓN A TRAVES DE E-COMMERCE

Según literalidad de la norma



---

los contribuyentes comprendidos en las normas del Convenio Multilateral, aplicable sobre los importes que sean acreditados en cuentas abiertas en las entidades financieras. Sitio web: [www.sircreb.gov.ar](http://www.sircreb.gov.ar)

## 2. “Criterio – Domicilio del Comercio Adherido”

*“La Terminal de Captura se encuentra en la Jurisdicción o Domicilio donde se ubica la infraestructura informática del Comercio Adherido para llevar a cabo la operatoria de ventas on-line”.*

Este segundo criterio se basa en que la jurisdicción a asignar los ingresos del Régimen General para el cálculo del coeficiente unificado se corresponde al Domicilio donde el Comercio Adherido a E-commerce utiliza económicamente el servicio, es decir, aquel en el cual FAVACARD S.A. efectivamente presta el servicio.

La “Terminal de Captura” se ubica en el domicilio en que el comercio adherido lleva a cabo la operatoria de sus ventas por internet, donde se encuentra su equipamiento para realizarlas, que no siempre coincide con el domicilio fiscal, comercial, legal, dada la operatoria propia de las ventas on-line.

Es decir, aquí surge un interrogante sobre la determinación del domicilio en cuestión. Teniendo en cuenta que en materia tributaria el domicilio puede tener otras implicancias, se debe apartar del concepto civilista del domicilio legal o real del cliente, y basarse en un domicilio económico en función al principio consagrado en esta materia, siendo este aquel en el cual el comercio utiliza el servicio, desde donde lleva a cabo la operatoria de su sitio web a través de su infraestructura informática.

Por este motivo, al aplicar dicho criterio en FAVACARD S.A. resulta necesario por parte del comerciante que adhiere al servicio la constitución del domicilio en cuestión. Por ejemplo, incluyendo como cláusula contractual en “Contrato de Adhesión a Comercio” el domicilio donde se ubica la infraestructura informática, que será donde utiliza el servicio (que podrá o no coincidir con el resto de los domicilios del mismo).

*“No se puede interpretar el Convenio basado en palabras aisladas, pues es principio básico en la interpretación de las leyes y jurisprudencia atender al contexto general de ellas y a los fines que las informan, no debiendo prescindirse de las consecuencias que se derivan de cada criterio, pues ellas constituyen uno de los índices más seguros para verificar la confiabilidad y su coherencia con el sistema en el que esta engarzada la norma”.*<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup>“OSPLAD c/Provincia de Catamarca, s/ acción declarativa de inconstitucionalidad” CSJN – 20/05/2008.

## Desde la práctica

Se proyecta incorporar en la empresa FAVACARD S.A. para el año 2017 el Sistema de Intermediación a través de E-commerce, para lo cual, entre otras cosas, ésta requiere contratar una Pasarela de Pagos; cumplimentar requisitos legales de un nuevo Contrato de Adhesión de Comercios donde se le otorgue un Número de Comercio en la organización que lo identifique como adherido al servicio; implementar procesos informáticos que posibiliten el desarrollo de la operatoria - lo cual implica el trabajo multidisciplinario del Área de Sistemas y Desarrollo con el resto de la organización-; diseñar campañas publicitarias para difundir el nuevo servicio a los comercios. De esta manera, queda explícita la necesidad de participación de todas las áreas de la organización, no estando ajeno a ello el Área Contable – Impositiva.

Actualmente FAVACARD S.A. tributa el Impuesto a los Ingresos Brutos bajo el Régimen de Convenio Multilateral estando inscrita en dos jurisdicciones provinciales, Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires, según Constancia de Inscripción (CM01). La incorporación de esta nueva modalidad de negociación permite que la empresa proyecte la adhesión de nuevos comercios con el fin de expandirse a nuevas jurisdicciones provinciales. A través del acceso a un informe elaborado por el Área Comercial, se observa que FAVACARD S.A proyecta ampliar su área de cobertura a las provincias de Entre Ríos, Córdoba y Santa Fe, ya que evalúa en ellas un potencial mercado en proporción a la población y sus consumos, frente a estadísticas realizadas en función a la competencia

Lo antedicho provoca la necesidad de un análisis impositivo en cuanto al tratamiento de los ingresos y gastos específicos que se obtengan de E-commerce, y la evaluación de los mismos en aplicación del Convenio Multilateral ante la posible apertura de nuevas jurisdicciones, en función a la correcta distribución de ingresos, siguiendo los criterios ya expuestos.

Así, se procede a realizar un análisis práctico de los criterios de imputación desarrollados, para lo cual se calculan a los fines del mismo, los coeficientes unificados aplicables al periodo 2017 y la correspondiente Liquidación del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, evaluando los resultados de implementar uno u otro criterio analizado. Los criterios elaborados se llevan a la práctica y se exponen en dos Anexos:

- Anexo 1: Criterio 1 - Pasarela de Pagos. Este caso plantea como supuesto que la Pasarela de Pagos se encuentra domiciliada en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por ende el 100% de ingresos y gastos proyectados de E-commerce se adjudican a dicha jurisdicción.
- Anexo 2: Criterio 2 – Domicilio del Comercio Adherid En dicho criterio se atribuyen ingresos y gastos proyectados de E-commerce a las jurisdicciones donde proyecta expandirse para el 2017: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Fe y Córdoba, en función a los porcentajes obtenidos a través del Informe del Área de Comercio de FAVACARD S.A. Se establece como supuesto

que la infraestructura informática de los Comercios Adheridos a E-commerce se encuentran domiciliados en dichas jurisdicciones (en función al domicilio contractual).

Para dar inicio al práctico se debe tener en cuenta que el Convenio Multilateral establece dos mecanismos para la distribución de la base imponible entre las jurisdicciones donde se ejerce la actividad, de acuerdo con las disposiciones de:

- El Artículo 2 del Régimen General, a través de la determinación de coeficientes unificados sobre la base de parámetros de ingresos y gastos de aplicación anual;
- Artículos 6 a 13 de Regímenes Especiales, a través de porcentajes fijos de atribución a cada jurisdicción según se trate.

De esta manera, al momento de aplicar el Convenio se debe analizar si la actividad económica desarrollada encuadra dentro de alguna de las definiciones de los distintos Regímenes Especiales, ya que de ser así se deberá emplear dichos lineamientos y no el Régimen General. Este análisis necesariamente se deberá hacer para todas y cada una de las actividades desarrolladas por el contribuyente, pudiendo ocurrir que deba distribuir los ingresos brutos de cierta actividad por alguno de los Regímenes Especiales, y por una o varias de sus otras actividades por el Régimen General.

Este es el caso de FAVACARD S.A., que como empresa emisora de tarjeta de crédito, se encuentra inscripta en Convenio Multilateral - Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires - por actividades que la encuadran tanto en el Régimen General del Artículo 2 como también en Régimen Especial del Artículo 7 - Entidades de Seguros, de capitalización y ahorro, de créditos y de ahorro y préstamo no incluidas en el Régimen de la Ley de Entidades Financieras<sup>35</sup>.

Por consiguiente, se clasifican los ingresos y gastos según correspondan a Régimen General o Régimen Especial<sup>36</sup>, exponiéndose estos últimos a fines meramente informativos ya que forman parte de la operatoria de la empresa y por ende de la liquidación del impuesto pero no hacen al análisis en cuestión - entre ellos intereses, cargos financieros, y otros servicios financieros -. Es decir, solo afectan al análisis de lo planteado los ingresos y gastos que corresponden al Régimen General del Artículo 2 de Convenio Multilateral – ya que la incorporación de E-commerce no implica variaciones de ingresos y gastos del Régimen Especial-.

---

<sup>35</sup> Régimen Especial del Artículo 7, siempre que la sede central o administración se encuentre ubicada en una jurisdicción y realicen operaciones relativa a bienes situados o personas domiciliadas en otro u otros distritos, se debe atribuir el 20% de los ingresos a la provincia donde se encuentra ubicada la referida sede y el 80% restante a la jurisdicción donde se encuentra situada o domiciliada el bien o la persona, respectivamente.

<sup>36</sup> En función a Balance Cerrado de FAVACARD S.A. al 30/04/2016 y a informe de Proyecciones E-Commerce del Área Comercial para el 2017.

En cuanto al Régimen General, los ingresos totales del contribuyente se deben distribuir 50% en proporción a los gastos efectivamente soportados en cada jurisdicción y 50% en proporción a los ingresos brutos provenientes de cada jurisdicción, lo cual deriva en la tarea de determinar coeficientes tanto de ingresos como de gastos entre las jurisdicciones, luego sumar ambos coeficientes y dividirlos por dos para obtener los coeficientes unificados que se utilizarán mensualmente y en forma anual para la asignación de la base imponible entre las distintas jurisdicciones.

$$\text{Coeficiente Unificado} = \frac{\text{Coeficiente de Ingresos} + \text{Coeficiente de Gastos}}{2}$$

A tal efecto, a través de la entrevista a la Gerencia de FAVACARD S.A., se accede a los Estados Contables del Período 2016 y al Informe de Proyecciones E-commerce para el Período 2017 –primer año de incorporación-. La empresa cierra su Ejercicio Comercial el 30 de abril de cada año, por ende para llevar a cabo el análisis práctico se determinan los coeficientes unificados sobre la base de la información que surja de los Estados Contables finalizados al 30/04/2016 - ingresos y gastos del ente - y los ingresos y gastos proyectados por la incorporación de la nueva operatoria al 2017. Todo ello con fines meramente prácticos, a fin de establecer los posibles montos de los Impuestos Determinados y evaluar el impacto impositivo de aplicar uno u otro criterio ante la incorporación del E-commerce en su primer año de lanzamiento.

#### **El Cálculo del Coeficiente Unificado en cada criterio**

Para llevar a cabo la primera parte del análisis práctico, se toman los datos proyectados para E-Commerce al 2017 por la empresa en la proporción correspondiente a cada jurisdicción en aplicación de cada criterio - Figura 1, Anexo 1 y 2 - y con los datos del Balance de Sumas y Saldos cerrado al 30/04/2016, se procede a calcular el Coeficiente Unificado para el Régimen General – Figura 6, Anexo 1 y 2- ; conformado por:

#### *Coeficiente de Ingresos*

$$\text{Coeficiente Ingresos} = \frac{\text{Ingresos Computables de la Jurisdicción}}{\text{Ingresos Computables Totales (E.E.R.R.)}}$$

Se parte del total de ingresos del Estado de Resultados al 30/04/2016 y los ingresos proyectados para E-Commerce al 2017 correspondiente a cada jurisdicción (exentos, gravados, y gravados a tasa cero), a los cuales se le detraen: los ingresos correspondientes al Régimen Especial (art 7 C.M.) y los No Gravados y Exentos en el Impuesto sobre los ingresos brutos por ser No Computables (“No base en Figuras de Anexos”), tales como Ingresos recibidos a título gratuito;

las exportaciones; Recupero de incobrables, resultado por venta de bienes de uso (artículo 188 y 207 del Código Fiscal de la Provincia de Buenos Aires). - Figura 2, Anexo 1 y 2 –

Una vez clasificados los ingresos que serán distribuidos (“Total Ingresos Computables del Régimen General), se deben asignar los mismos entre las distintas jurisdicciones, en función a los criterios de asignación planteados.

De esta forma se obtiene el total de ingresos computables a asignar a las jurisdicciones que se deben ponderar a los ingresos totales para la obtención del respectivo coeficiente. Es decir, los coeficientes de ingresos de cada jurisdicción se determinan dividiendo los ingresos obtenidos y asignados a cada una de ellas por el total de ingresos computables a los fines del Convenio Multilateral. – Figura 4, Anexo 1 y 2 -

#### *Coeficiente de Gastos*

$$\text{Coeficiente Gastos} = \frac{\text{Gastos Computables de la Jurisdicción}}{\text{Gastos Computables Totales (S/Anexo de Gastos)}}$$

Se parte del total de gastos que surge del Estado de Resultados al 30/04/2016 y los gastos proyectados para la nueva operatoria según informe de la empresa, luego se clasifican y distribuyen en cada jurisdicción<sup>37</sup> - Figura 1 y 3, Anexo 1 y 2 -.

Son gastos computables todos aquellos que se originan en el ejercicio de la actividad. El principio general es que todos los gastos son computables excepto los enunciados taxativamente en el Artículo 3 como gastos no computables. Tampoco deben computarse aquellos vinculados con ingresos no gravados o no computables ni los asociados a Régímenes Especiales.

Por ende para el Cálculo del Coeficiente, de los gastos totales se detraen al 100% los gastos de atribución directa al Régimen Especial. Los gastos restantes, que no se pueden atribuir con certeza, se los somete a prorrateo en función del porcentaje que representan los ingresos del Régimen General sobre el total de ingresos computables - “Coeficiente Relativo al Régimen General”- (detrayendo así la proporción de gastos atribuibles al Régimen Especial). De esta manera se determina el total de gastos correspondientes al Régimen General a los cuales se le descuentan los gastos no computables del Art 3<sup>38</sup>, también en función al porcentaje en cuestión – “Coeficiente

<sup>37</sup> El artículo 4 indica que un gasto es efectivamente soportado en una jurisdicción cuando tenga relación directa con la actividad que en dicha jurisdicción se desarrolle, por ejemplo, de dirección, administración, de fabricación, etc., aun cuando la erogación que el gasto representa se efectuó en otra. Así por ejemplo los sueldos y jornales se consideran soportados en la jurisdicción en que se presentan los servicios a que dichos gastos se refieren.

<sup>38</sup> Gastos no computables: el costo de la materia prima adquirida a terceros o el costo de las mercaderías en las actividades comerciales; el costo de las obras o servicios que se contraten para su comercialización, los

Relativo al Régimen General"-, obteniendo como resultado el total de gastos computables por Régimen General a asignar a las jurisdicciones, que se deben ponderar a los gastos totales para la obtención del respectivo coeficiente.- Figura 5, Anexo 1 y 2 –

### **Declaración Jurada Anual**

En la segunda parte del análisis práctico, se procede a la confección de la Declaración Jurada Anual de Ingresos Brutos (la cual corresponde a la suma de los 12 anticipos mensuales proyectados correspondientes al periodo fiscal 2017-de Enero a Diciembre en base a datos de la empresa) teniendo en cuenta la apertura de jurisdicciones correspondientes a cada criterio planteado para el mismo supuesto, en donde se aplicarán, para cada una de las actividades en las que FAVACARD S.A. está inscripta, las alícuotas y normativas de cada Jurisdicción, analizando con posterioridad la variación del Impuesto Determinado– Figura 7, Anexo 1 y 2-.

### **Análisis de Resultados**

Del análisis práctico se puede observar que la determinación del Impuesto a los Ingresos Brutos en aplicación de ambos criterios de asignación de ingresos no difiere de manera relevante. Es decir, aplicar uno u otro criterio para el caso concreto que se plantea genera una diferencia en el Impuesto Determinado que frente al volumen total del mismo no es significativa.

Resultado del Análisis Práctico de Aplicación de Criterios de Asignación de Ingresos para el cálculo de Coeficiente Unificado del Régimen General de Convenio Multilateral en Favacard S.A. ante la incorporación del Servicio de Intermediación a través de E-commerce - Proyección 2017		
Criterios	1 - Pasarela de Pagos	2 - Domicilio del Comercio Adherido
Impuesto Determinado	\$ 24.046.259,17	\$ 24.223.007,14
Diferencia	\$ 176.747,96	

Se debe tener en cuenta que el resultado se corresponde al caso concreto planteado, que está en función a el cálculo de coeficientes basado en datos del Ejercicio Comercial cerrado en Abril 2016 y proyecciones del Informe del Área comercial de la empresa sobre ingresos y gastos del Servicio de Intermediación a través de E-commerce para el primer año de incorporación del nuevo servicio, tomando en consideración la posible expansión hacia jurisdicciones de Santa Fe, Córdoba y Entre Ríos.

---

gastos de propaganda y publicidad, los tributos nacionales, provinciales y municipales; los intereses; los honorarios y sueldos a directores, síndicos y socios de sociedades, en los importes que excedan del 1% de la utilidad del balance comercial. Si se analiza el concepto de "gasto no computable", la norma los declara de esta manera ya que los mismos no representan el desarrollo de la actividad y por tanto no implican sustento territorial.

Por ende, para evaluar el resultado se debe considerar que el mismo está sujeto a:

- Proyecciones de ingresos y gastos que se tomaron para el periodo 2017 basados en Informe de Área de Comercio sobre E-commerce y valores de los Estados Contables al 30/04/2016.
- Jurisdicciones que FAVACARD S.A. proyecta expandirse.
- Porcentaje de atribución de ingresos de cada una de las jurisdicciones y la asignación de gastos, (siempre suponiendo sustento territorial en ellas).
- Alícuotas correspondientes de las actividades en las cuales está inscripta FAVACARD S.A. según leyes impositivas del año 2016 de cada jurisdicción. –ya que aun no se cuenta con datos de Ley Impositiva año 2017-
- Supuestos de cada Criterio:
  - o Criterio Pasarela de Pagos: El domicilio de la Pasarela de Pagos corresponde a la Jurisdicción C.A.B.A.
  - o La infraestructura informática de los Comercios Adheridos a E-Commerce se encuentran ubicadas en provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba, CABA y Provincia de Buenos Aires, en función al Domicilio Contractual.

De los datos relevados y los resultados expuestos, se concluye que la decisión de aplicar uno u otro criterio - para el caso concreto y específico que se plantea en FAVACARD S.A - no genera una variación significativa en el Impuesto Determinado.

### Cambio de Variables Ingresos y Gastos a 10 años

Con el objetivo de analizar la aplicación de los Criterios de Asignación de Ingresos de Convenio Multilateral desarrollados desde la práctica, se instituye un cambio de las variables Ingresos y Gastos a futuro, proyectando cuál sería el escenario al año 2027 de la empresa FAVACARD S.A. y los resultados de aplicar uno u otro criterio.

De esta manera, debido al crecimiento exponencial que el E-Commerce evidencia año a año, se plantea como hipótesis de análisis: *“El 30% de los Servicios de Intermediación Tradicional de la empresa FAVACARD S.A. al año 2027 deja de existir para pasar a ser Servicio de Intermediación a través de E-Commerce”* teniendo en cuenta que cada vez son más las operaciones que se realizan on-line y que con los años las operaciones presenciales tienden a desaparecer siendo el Comercio Electrónico el principal protagonista.

Esta hipótesis se basa en los siguientes supuestos<sup>39</sup>:

- Inflación proyectada: 40%
- Incremento de Ingresos y Gastos (en base a valores proyectados) de Servicio de Intermediación a través de E-Commerce: 65%
- Disminución de Ingresos y Gastos (en base a valores de la empresa) de Servicios de Intermediación Tradicional: 30%

Dichos supuestos – dada la imposibilidad de proyectarlos con certeza a 10 años, considerando las condiciones y características de la economía de nuestro país - se basan en función a un promedio de los índices de inflación de los últimos años, teniendo en cuenta estadísticas e informes de la Universidad Católica Argentina (UCA)<sup>40</sup> y perspectivas de economistas para los próximos años<sup>41</sup>.

Por otro lado, y como ya fue analizando en profundidad en las primeras hojas de dicho trabajo, el E-commerce en Argentina – y a nivel mundial – crece de manera exponencial año a año. De esta manera, se ha proyectado el incremento de la nueva operatoria –frente a la operatoria tradicional- en función a Objetivos Empresariales de Favacard S.A. según información obtenida a través de entrevista a la Gerencia de la organización, y –principalmente – siguiendo las estadísticas de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) del Informe del 2016<sup>42</sup>.

De esta manera, partiendo de una inflación del 40% proyectada para el año 2027, para todos los ingresos y egresos de Servicios de Intermediación a través de E-Commerce la empresa obtendrá un incremento del 65% del cual un 30% corresponde a traslado de Servicio de Intermediación Tradicional. El resto de las variables que influyen en el análisis: *Ceteris Paribus*.

Por ende, la actividad principal del ente, es decir, la Prestación de Servicio de Intermediación Total (ambos tipos de intermediación) se incrementa en un 35% al año 2027 que se corresponde con un 65% de crecimiento del E-commerce (conformado por un 30% de traslado del Servicio Tradicional y el resto por el propio crecimiento tanto del Comercio Electrónico como el que se proyecta para la empresa).

---

<sup>39</sup> En función a los Objetivos del ente y los informes proyectados del mismo, se procedió a extenderlos a 10 años para poder evaluar el impacto que a futuro genera el E-Commerce en la organización.

<sup>40</sup> Según Presentación del Informe 2016 - UCA. Observatorio de la Deuda Social Argentina. Link: <http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo68/files/2016-Obs-Informe-n1-Pobreza-Desigualdad-Ingresos-Argentina-Urbana-Presentacion.pdf>

<sup>41</sup> Artículos periodísticos. Link: <http://www.lanacion.com.ar/1967350-la-inflacion-de-noviembre-fue-de-16>  
<http://www.ambito.com/866027-para-la-cepal-en-2017-argentina-crecera-23-e-inflacion-sera-del-20>

<sup>42</sup> <http://www.cace.org.ar/estadisticas/>

El Anexo 3 del presente trabajo expone el análisis práctico de dicha Hipótesis. Para ello en se deben incrementar los valores expuestos en los Anexos 1 y 2, tomados tanto del Balance Cerrado al 30/04/2016 como del Informe del Área de Comercios de Proyección E-Commerce 2017, en un 40% en función a la Inflación Proyectada al 2027.

Por ejemplo, las variaciones de las Comisiones de Servicios de Intermediación (variación Ingresos de Comercios):

- “Comisiones Ganadas Servicios de Intermediación tradicional al 2027:

Comisiones Ganadas Comercio Servicio de Intermediación Tradicional Proyectada al 2027	=	Comisiones Ganadas Balance cerrado al 30/04/2016 x (1+0,40) x (1-0,70)
---	---	--

- “Comisiones Proyectadas E-Commerce 2027”:

Comisiones Ganadas Servicio de Intermediación a través de E-commerce Proyectada al 2027	=	Comisiones Ganadas E-Commerce Proyectadas al 2017 x (1+0,40) x (1+0,65)
---	---	---

De esta manera, luego de expresar todos los valores al 2027, al total de ingresos y gastos del Balance que corresponden al Servicio de Intermediación Tradicional se le detrae el 30%, mientras que, tanto a los ingresos como a los gastos proyectados de E-commerce, se los incrementa por el 65%.

### Análisis de Resultados

Del análisis práctico propuesto en base a una proyección de la empresa FAVACARD S.A. a 10 años, se puede observar que la determinación del Impuesto a los Ingresos Brutos en aplicación de ambos criterios de asignación de ingresos no difiere de manera relevante. Es decir, al igual que la situación analizada para el primer año de incorporación del E-commerce, al establecer como supuestos un incremento de dicha operatoria en un 65%, frente a una disminución no proporcional del Servicio de Intermediación Tradicional en un 30%, se determina que aplicar uno u otro criterio en el caso planteado genera una diferencia en el Impuesto Determinado que frente al volumen total del mismo no es significativa.

Resultado del Análisis Practico de Aplicación de Criterios de Asignación de Ingresos para el cálculo de Coeficiente Unificado del Régimen General de Convenio Multilateral en Favacard S.A. ante cambio de las variables Ingresos y Gastos, Proyección del Impuesto Determinado al 2027		
Criterios	1 - Pasarela de Pagos	2 - Domicilio del Comercio Adherido
Impuesto Determinado	\$ 33.507.965,70	\$ 33.908.884,01
Diferencia	\$400.918,31	

# Sugerencia Profesional

---

El Comercio Electrónico es todo un desafío en materia impositiva. Sus particulares características, donde los elementos naturales del tributo se desdibujan y la desmaterialización y deslocalización son conceptos fundamentales, han puesto en posición de irrelevancia la localización física de las operaciones, es más, la ha esfumado. Podemos decir que el E-Commerce puso en coalición el aspecto espacial del hecho imponible.

Teniendo en cuenta la falta de investigaciones en el área, el presente trabajo se ha analizado las implicancias que en materia de tributación genera la incorporación del Comercio Electrónico en Empresas Emisoras de Tarjeta de Crédito, para cubrir la brecha informativa existente sobre las normativas vigentes en Convenio Multilateral – Impuesto sobre los Ingresos Brutos - aplicables para este tipo de operatorias, en cuanto a Criterios de Asignación de Ingresos.

Si bien la Comisión Arbitral en el uso de sus facultades relativas a la aplicación del Convenio Multilateral ha dictado diversas resoluciones generales interpretativas - hoy reordenadas en la actual RG (CA) 1/2016- que son obligatorias para las jurisdicciones adheridas, se observó que estas no resultan suficientes para cubrir las nuevas modalidades en el ejercicio de las distintas actividades y negocios que devienen de un país mucho más desarrollado dentro de un mundo globalizado, donde las fronteras y los límites entre las distintas provincias ya no existen del mismo modo como eran concebidas en el momento de su redacción original.

No debe olvidarse que el Convenio debe ser un compendio de normas claras y precisas que permitan aplicarlo uniformemente en todas las jurisdicciones, llevando a su mínima expresión las interpretaciones, manteniendo incólume el principio de seguridad jurídica.

La falta de actualización de la norma provoca por un lado que jurisdicciones fuercen la letra del Convenio para gravar hechos o situaciones que no están expresamente contempladas en el mismo - en varias ocasiones resolviendo en pos de sus fines recaudatorios- y por otro, que los contribuyentes busquen también adaptar los criterios a las circunstancias que le sean más beneficiosas.

A través de un extenso diagnóstico normativo, doctrinario y jurisprudencial, y ante el vacío legal expuesto, se establecieron posibles criterios de imputación de ingresos para Servicios de Intermediación, que ante la falta de una “Terminal de Captura física” ubicada en los comercios adheridos donde se presta efectivamente el servicio, genera incertidumbre en cuanto a su correcta determinación.

El primero de los criterios desarrollados, considera como Terminal de Captura la Pasarela de Pagos. Tendiente a resolver la falta de normativa en función a la literalidad de la norma, busca el paralelismo con el Servicio de Intermediación Tradicional. Pero cuando nos referimos a servicios de intermediación a través de la red, a diferencia de otras formas de E-Commerce, el medio electrónico es algo más que un “medio de comunicación”; constituye la operación en sí misma, por lo que la analogía ya no parece tan directa. Seguir la letra de la norma implica adjudicar ingresos a una jurisdicción que no se corresponde con la que se prestó efectivamente el servicio. Aquí es

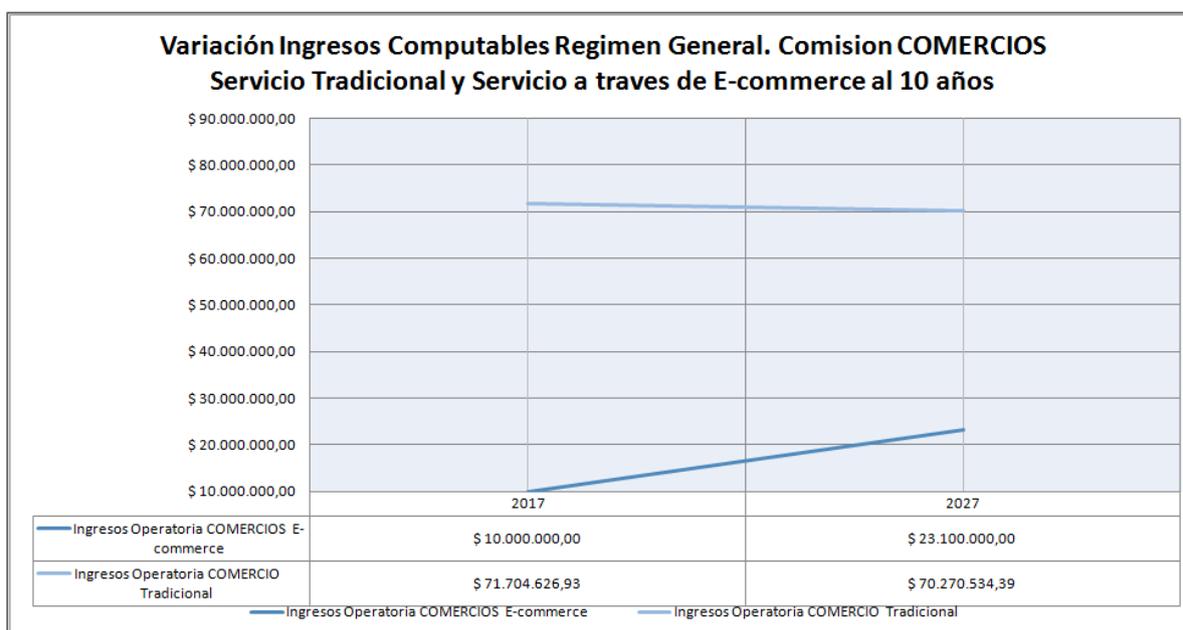
donde se plantea el segundo criterio, que considera el domicilio del comercio adherido en función a la ubicación de la infraestructura informática desde donde realiza sus operaciones on-line, basándose en el principio de realidad económica.

A partir del análisis práctico del presente trabajo se observó que la aplicación de ambos criterios para el caso concreto planteado en la empresa FAVACARD S.A. no determina una diferencia significativa en cuanto al Impuesto Determinado en función al valor total del mismo.

A su vez, y con el fin de evaluar cuándo podría considerarse una diferencia significativa en el Impuesto Determinado al aplicar un criterio u otro, se planteó el análisis de un escenario distinto haciendo una proyección a diez años en FAVACARD S.A.

Ante la modificación de las variables ingresos y gastos: *“Incremento en Operatoria de E-Commerce no proporcional a la disminución de Operatoria tradicional”* el resultado al que se arribó determinó que tampoco existiría diferencia en el Impuesto Determinado que sea significativa en relación al volumen total del mismo, que implique desde la práctica la intención de aplicar un criterio u otro.

<b>Análisis Escenario 2027 - Variación Ingresos y Gastos</b>	
Incremento Ingresos/Gastos Servicio de Intermediación a través de E-Commerce	65%
Decremento Ingresos/Gastos Servicio de Intermediación Tradicional	30%
Inflación Proyectada	40%

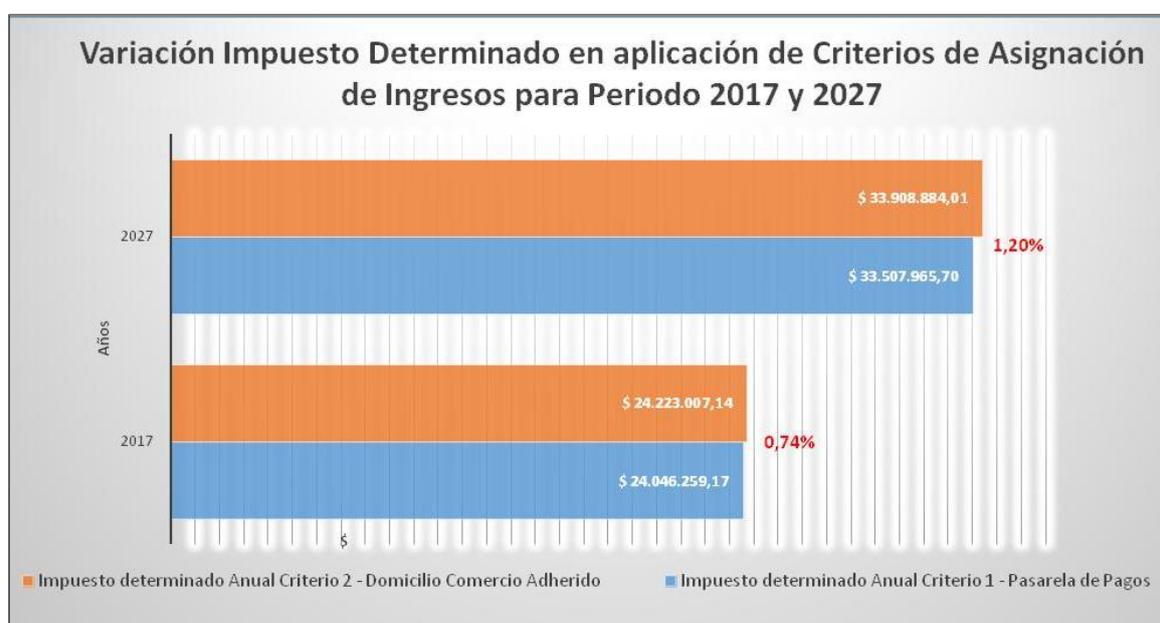


Fundamento: El crecimiento exponencial que evidencia el E-commerce en los últimos años y lo que se espera a futuro, se establece que la incorporación de este servicio a 10 años dará como resultado un incremento de la actividad de FAVACARD S.A. en un 35%, que se corresponde a un 65% de incremento de la Operatoria de E-commerce, del cual un 30% es traslado del Comercio Tradicional.

Si bien se observa que la aplicación del criterio de Domicilio del Comercio en los dos escenarios implica un mayor Impuesto Determinado, este no resulta significativo. Igualmente se determina que pese a ello, la diferencia de aplicar este criterio se incrementa hacia el años 2027: pasó de representar un 0,74% en el 2017 a un 1,20% al 2027, como bien queda expresado seguidamente:

<b>Análisis práctico primer año de incorporación de E-commerce</b>	
Total Ingresos Gravados Proyectados a 2017	\$ 308.842.951,53
Impuesto Determinado Criterio 1	\$ 24.046.259,17
Impuesto Determinado Criterio 2	\$ 24.223.007,14
Diferencia de Aplicación de Criterios	\$ 176.747,97
% de Incremento del Impuesto Determinado al aplicar el Criterio de Domicilio de Comercios Adheridos frente al Criterio de Pasarela de Pagos	
	0,74%

<b>Análisis a 10 Años</b>	
Total Ingresos Gravados Proyectados a 2027	\$ 432.380.132,14
Impuesto Determinado Criterio 1	\$ 33.507.965,70
Impuesto Determinado Criterio 2	\$ 33.908.884,01
Diferencia de Aplicación de Criterios	\$ 400.918,31
% de Incremento del Impuesto Determinado al aplicar el Criterio de Domicilio de Comercios Adheridos frente al Criterio de Pasarela de Pagos	
	1,20%



A lo largo del trabajo, se han expuesto una variedad de situaciones en las cuales los contribuyentes asumieron decisiones de atribución sustentadas en el texto literal de la norma, y que los organismos de aplicación impugnaron con fundamento en que dicho criterio entraba en contradicción con el principio de realidad económica.

En virtud de los resultados del trabajo y del diagnóstico de la normativa y en función a los criterios por los que se inclina la jurisprudencia en base a lo emanado por los organismos de aplicación, se determina que la actividad debe gravarse por el lugar efectivo en el cual se presta el servicio, y no por el lugar de domicilio del prestador de la pasarela de pagos, haciendo énfasis como premisa central, en el principio de Realidad Económica por sobre la letra de la norma. Debe primar el criterio de territorialidad en el cual, la fuente de la renta o el lugar de destino y utilización económica del servicio son el elemento vinculante primordial para definir la relación del hecho imponible con el sujeto pasivo.

Por ende, sugiero aplicar en FAVACARD S.A. el criterio del Domicilio del Comercio Adherido y las siguientes recomendaciones:

- Incorporar cláusula contractual en “Contrato de Adhesión a Comercio E-Commerce” donde el Comercio constituya domicilio de ubicación de su infraestructura informática (lugar de utilización económica del servicio).
- Elaborar Reportes de Información para el Área Contable-Impositiva trabajando en conjunción con el personal del Área de Sistemas e Informática, promoviendo la correcta clasificación de los ingresos de comercios en Servicio Tradicional y de E-Commerce, para que sea informado eficientemente a los fines de su correcta tributación.

La ausencia de definición de los criterios de asignación de ingresos en Convenio Multilateral, la falta de claridad en la aplicación a casos concretos debido a diversas interpretaciones vertidas por los fisco, la doctrina y las Autoridades de Aplicación, no hacen más que acentuar la incertidumbre de los contribuyentes a la hora de aplicar las normas.

Existe necesidad de un cambio profundo y urgente del Convenio Multilateral, a efectos de reducir la gran incertidumbre jurídica que hoy tiene y en el cual estamos inmersos los profesionales que velamos por la aplicación del mismo.

Año a año, nos enfrentamos con la necesidad de aplicar las normas del Convenio a situaciones que no contemplan la realidad de los negocios actuales, y a prestar atención a las distintas interpretaciones de los fiscos provinciales que tratan de proteger la base imponible que corresponde a su jurisdicción, con criterios que algunas veces pueden resultar contrapuestos.

Es fundamental que como profesionales seamos visionarios y podamos anticiparnos a estas nuevas formas de negocios. El cliente actual requiere un profesional polifacético, que desempeñe funciones más amplias y que posea una visión global del negocio, y para ello como Contadores

Públicos debemos colaborar con el proceso de toma de decisiones, brindar apoyo de consultoría gerencial y de planificación estratégica.

De acuerdo al Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados (AICPA),

*“.. El E-Business y los asuntos de Internet son controversias de interés para los Contadores. Se espera que el Contador sea facilitador de la transformación de las personas y las organizaciones, que siga ocupando una posición destacada en la comunidad empresarial y que siga haciendo contribuciones significativas al desarrollo económico del país. ¿Cómo lo logrará? Tiene que desarrollarse en áreas fundamentales que amplían el alcance de sus funciones y que le capacitan sólidamente para ofrecer servicios que van más allá del rol tradicional de Contador.”<sup>43</sup>*

De lo anterior se desprende que como profesionales debemos desarrollar un rol más amplio, ofreciendo nuevos servicios que excedan nuestras funciones tradicionales. Trabajar de manera interdisciplinaria con el resto de los profesionales para lograr los objetivos propuestos, tales como Ingenios en Sistemas y Abogados. Para esto se reconoce la importancia de fortalecer la formación profesional en competencias complementarias de la actividad, como por ejemplo, en tecnología.

En resumen, tenemos la responsabilidad de evaluar las nuevas oportunidades que se abren para la profesión y para nuestros clientes con el desarrollo de la economía digital, orientando nuestra labor hacia el objetivo de agregar valor, contribuyendo en los resultados y en el éxito de las organizaciones.

---

<sup>43</sup> Yvonne Huertas, E-Business: ¿Oportunidad o riesgo peligroso de nuevas formas de hacer negocios para el Contador del nuevo Milenio? - Uruguay, XXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad, Noviembre 2001.

# Bibliografía

---

- Almada, Lorena. *“El Convenio Multilateral y el ejercicio de la actividad a través de medio electrónicos”*. Doctrina Tributaria Errepar. Mayo 2011
- Althabe, Mario E. y Sanelli, Alejandra P.: *“Convenio Multilateral. Análisis teórico y aplicación práctica”* – Editorial La ley – 2001.
- Bulit Goñi, Enrique G.: *“Convenio Multilateral. Distribución de ingresos brutos”* - Ed. Depalma - Bs. As. – 1992
- Convenio Multilateral
- Ernesto Celdeiro. *Colección Impuestos comentados. Convenio Multilateral*. Editorial Errepar,
- Esper, Mariano, *Algunas reflexiones sobre la ley 25065 de tarjeta de crédito*. Año 2000. JA 2000-I-796.
- Gariboldi Gerardo, *“Comercio Electrónico: conceptos y reflexiones básicas”*. Editor: INTAL. Julio 1999.
- JARACH, Dino, *“Finanzas Públicas y Derecho Tributario”*, 2º ed., Buenos Aires, Abeledo Perrot, 1996.
- Karaben Raúl E. - Halley Cabrera Luis M.: *“El convenio multilateral del impuesto sobre los ingresos brutos”* Editorial Errepar – Noviembre 2011
- Lenardón, Fernando R. *“Convenio Multilateral, propuestas para unificar criterios en el Régimen General”*. Doctrina Tributaria Errepar.
- Ley N° 25.065 Tarjeta de Crédito
- Link paginas consultadas Comercio Electrónico:
  - SICE: Sistema de Información sobre Comercio Exterior de la Organización de los Estados Americanos.  
[http://www.sice.oas.org/e-comm/e\\_comms.asp](http://www.sice.oas.org/e-comm/e_comms.asp)
  - ALCA: Area de Libre Comercio de las Américas. Fuentes de información sobre Comercio Electrónico.  
[http://www.ftaa-alca.org/SPCOMM/ecom/lnkbyct\\_s.asp](http://www.ftaa-alca.org/SPCOMM/ecom/lnkbyct_s.asp)  
[http://www.ftaa-alca.org/SPCOMM/COMMEC\\_s.ASP](http://www.ftaa-alca.org/SPCOMM/COMMEC_s.ASP)
  - CACE: Cámara Argentina de Comercio Electrónico.  
<http://www.cace.org.ar/>
  - CICOMRA: Cámara de Informática y comunicaciones de la Republica Argentina.  
<http://www.cicomra.org.ar/cicomra2/index1.asp#>
  - Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico  
<http://www.einstituto.org/site/einstituto/>
- Ministerio de economía y obras y servicios públicos. *Primer Informe de Progreso del Grupo de Trabajo sobre comercio electrónico y comercio exterior*. Bs. As., setiembre 1998.
- Otero, Alejandro. *“La cuestión del Comercio Electrónico en el Convenio Multilateral”*. Doctrina Tributaria Errepar. Junio 2003. Boletín XXIV.
- Pertusi Ileana. *Aspectos tributarios del Comercio Electrónico*. Doctrina tributaria Errepar. Mayo 2007.

- Pou María Arias, *“Manual Práctico de Comercio Electrónico”*. Editor: La Ley. Mayo 2016
- Resoluciones de la Comisión Arbitral.
- XL Jornadas Tributarias “Las Jornadas del Bicentenario” 17, 18 y 19 de Noviembre de 2010, ciudad de Mar del Plata – Colegio de Graduados en Cs. Económicas.  
Link: <http://www.cgce.org/documentos/comision2-completo.pdf>
- Yvonne Huertas, *E-Business: ¿Oportunidad o riesgo peligroso de nuevas formas de hacer negocios para el Contador del nuevo Milenio?* - Uruguay, XXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad, Noviembre 2001.

# Anexos

---

Anexo 1 – Criterio de Asignación de Ingresos – Pasarela de Pagos

**Figura 1 - Proyección de Ingresos y Gastos E- Commerce para 2017 por jurisdicción**

CASO 1	<b>Criterio: Pasarela de Pagos</b>							
	<b>Supuesto: El domicilio de la Pasarela de Pagos corresponde a la Jurisdicción C.A.B.A.</b>							
	<b>% de Atribución de Ingresos Proyectados 2017 por Jurisdicción</b>				<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>
<b>Clasificación</b>	<b>Cuenta Contable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Proyección 2017</b>	<b>Entre Ríos</b>	<b>Santa Fe</b>	<b>Córdoba</b>	<b>CABA</b>	<b>PBA</b>
Ingresos	4010100	COMISIONES GANADAS E-COMMERCE	10.000.000,00	0,00	0,00	0,00	10.000.000,00	0,00
<b>Total Ingresos Proyectados E-Commerce 2017</b>			<b>10.000.000,00</b>				<b>10.000.000,00</b>	
Gastos	5010313	COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	2.500.000,00	0,00	0,00	0,00	2.500.000,00	0,00
Gastos	5020202	INFORMES COMERCIALES	1.500.000,00	0,00	0,00	0,00	1.500.000,00	0,00
Gastos	5020204	SERVICIOS A COMERCIOS	960.000,00	0,00	0,00	0,00	960.000,00	0,00
Gastos	5020206	PAPELERIA COMERCIOS	880.000,00	0,00	0,00	0,00	880.000,00	0,00
Gastos	5020302	PUBLICIDAD ACCION COMERCIOS	950.000,00	0,00	0,00	0,00	950.000,00	0,00
Gastos	5020403	IMPUESTOS Y TASAS VARIAS	900.000,00	0,00	0,00	0,00	900.000,00	0,00
<b>Total Gastos Proyectados E-Commerce 2017</b>			<b>7.690.000,00</b>				<b>7.690.000,00</b>	

**Figura 2 - Ingresos clasificados en Régimen General y Especial de Convenio Multilateral, distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 y Proyecciones E- Commerce 2017.**

Cuenta	INGRESOS	TOTAL	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba	CABA	PCIA. BS. AS
<b>RÉGIMEN GENERAL</b>		<b>207.423.996,43</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.391.632,36</b>	<b>194.032.364,07</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>162.582.839,28</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>11.666.860,81</b>	<b>150.915.978,47</b>
4010101	Comisiones Ganadas	71.704.626,93				1.665.942,81	70.038.684,12
4010100	Comisiones Ganadas E-Commerce Proyectadas	10.000.000,00	0,00	0,00	0,00	10.000.000,00	0,00
4010102	Adhesiones	304.639,21				0,00	304.639,21
4010103	Renovaciones	26.073.591,22				0,00	26.073.591,22
4010104	Cargos Excedidos	1.219.799,23				0,00	1.219.799,23
4010107	Gastos Renovación	454.565,54				0,00	454.565,54
4010109	Cargo Retiro Efectivo	319.973,69				0,00	319.973,69
4010111	Cargo Emisión y Envío Liquidación Comercios	392.909,50				918,00	391.991,50
4010112	Cargo Emisión y Envío Resumen Usuarios	3.889.710,27				0,00	3.889.710,27
4010114	Cargo Gestión	3.253.197,83				0,00	3.253.197,83
4010117	Cargo Mantenimiento	44.650.622,22				0,00	44.650.622,22
4010121	Cargo Evaluación Crediticia	319.203,64				0,00	319.203,64
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES</u></b>	<b>368.829,17</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>368.829,17</b>
	<b><u>SALUD</u></b>	<b>17.480.509,95</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>17.480.509,95</b>
	<b><u>SEGUROS</u></b>	<b>7.675.606,48</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.607,04</b>	<b>7.673.999,44</b>
	<b><u>OTROS INGRESOS</u></b>	<b>9.830.535,11</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.723.164,51</b>	<b>8.107.370,60</b>
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>9.485.676,44</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>9.485.676,44</b>

<b>RÉGIMEN ESPECIAL</b>		<b>60.624.141,16</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.969,02</b>	<b>60.620.172,14</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>46.978.833,28</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>46.978.833,28</b>
4010105	Intereses Punitivos	37.392.062,33				0,00	37.392.062,33
4010106	Intereses Financiación Usuarios	5.337.473,38				0,00	5.337.473,38
4010108	Intereses Retiro Efectivo	3.409.137,62				0,00	3.409.137,62
4010118	Cargo por Transferencia de Dinero	64,00				0,00	64,00
4050101	Intereses Ganados	840.095,95				0,00	840.095,95
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES</u></b>	<b>13.543.450,32</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.543.450,32</b>
	<b><u>FIDEICOMISOS – INGRESOS</u></b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	<b><u>SISTEMA CREDITOS VARIOS</u></b>	<b>101.857,56</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.969,02</b>	<b>97.888,54</b>
<b>"NO BASE"</b>		<b>-11.111.329,23</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-11.111.329,23</b>
4010110	RECUPERO DE INCOBRABLES ´99	30.354,86				0,00	30.354,86
4010122	RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	19.337.465,42				0,00	19.337.465,42
4050102	DIFERENCIA CAMBIO/COTIZACIÓN/REVALUO	-53.214.640,11				0,00	-53.214.640,11
4050106	RESULTADO VENTA BIENES DE USO	6.659,20				0,00	6.659,20
4060101	INTERESES CAJA DE AHORRO / BANCOS	0,00				0,00	0,00
4060201	INTERESES PLAZOS FIJOS	0,00				0,00	0,00
4060301	INTERESES FONDOS DE INVERSION	0,00				0,00	0,00
4070101	RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SEGUROS	258.353,23				0,00	258.353,23
4070102	RESULTADO VENTA DE INVERSIONES	0,00				0,00	0,00
4120301	DIFERENCIA COTIZACIÓN FIDEICOMISO FINANCIERO PÚBLICO	2.797.258,81				0,00	2.797.258,81
4120401	REVALUO BONO RESIDUAL FIDEICOMISO FINANCIERO PÚBLICO	19.673.219,36				0,00	19.673.219,36
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>256.936.808,36</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.395.601,38</b>	<b>243.541.206,98</b>

**Figura 3-** Gastos clasificados y distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 y Proyecciones E- Commerce 2017.

EGRESOS	TOTAL	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba	CABA	PCIA. BS. AS.
<b>EGRESOS COMPUTABLES</b>	<b>159.291.045,14</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>20.119.984,00</b>	<b>139.171.061,14</b>
<b><i>Gastos de Personal</i></b>	<b>87.666.738,27</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>418.212,36</b>	<b>87.248.525,91</b>
<b><i>Gastos Generales</i></b>	<b>53.802.241,05</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>17.030.496,77</b>	<b>36.771.744,28</b>
501020502 - ALQUILERES	2.980.349,42	0,00	0,00	0,00	0,00	2.980.349,42
501020602 - SERVICIOS PUBLICOS	2.405.193,92	0,00	0,00	0,00	123.438,16	2.281.755,76
501020702 - SEGUROS	601.303,87	0,00	0,00	0,00	12.404,73	588.899,14
501030102 - ALQUILER DE EQUIPOS	555.501,27	0,00	0,00	0,00	0,00	555.501,27
501030202 - PAPELERÍA Y UTILES DE OFICINA	973.778,34	0,00	0,00	0,00	545,58	973.232,76
501030502 - FRANQUEO	138.874,63	0,00	0,00	0,00	5.666,91	133.207,72
501030602 - SERVICIO DE VIGILANCIA	549.800,56	0,00	0,00	0,00	0,00	549.800,56
501030702 - TRANSPORTE DE CAUDALES	6.627.884,18	0,00	0,00	0,00	3.228.539,95	3.399.344,24
501030801 - SERVICIOS CONTRATADOS	209.799,51	0,00	0,00	0,00	79.138,88	130.660,63
501031102 - GASTOS JUDICIALES	99.992,79	0,00	0,00	0,00	12.596,43	87.396,36
501031202 - GASTOS DE REFRIGERIO	277.472,69	0,00	0,00	0,00	18.897,83	258.574,86
501031302 - COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	5.356.687,27	0,00	0,00	0,00	3.319.501,64	2.037.185,63
501031402 - DONACIONES	44.974,24	0,00	0,00	0,00	0,00	44.974,24
501031502 - SUSCRIPCIONES	29.861,46	0,00	0,00	0,00	62,81	29.798,65
501031602 - DIFERENCIAS DE CAJA	-23.664,81	0,00	0,00	0,00	0,00	-23.664,81
501031802 - VARIOS	30.444,09	0,00	0,00	0,00	0,00	30.444,09
501031902 - REDONDEO	4.537,59	0,00	0,00	0,00	0,10	4.537,49
501032002 - ENCOMIENDAS Y FLETES	1.463.830,98	0,00	0,00	0,00	7.957,23	1.455.873,75
501032202 - MULTAS VARIAS	26.164,17	0,00	0,00	0,00	0,00	26.164,17
502020102 - TARJETAS ACRILICAS	536.893,51	0,00	0,00	0,00	0,00	536.893,51
502020202 - INFORMES COMERCIALES	3.529.888,32	0,00	0,00	0,00	2.815.437,56	714.450,76
502020302 - SERVICIOS A USUARIOS	7.971.285,28	0,00	0,00	0,00	4.454.595,43	3.516.689,85
502020402 - SERVICIOS A COMERCIOS	2.092.750,07	0,00	0,00	0,00	1.425.252,46	667.497,62
502020502 - ENTREGA DE TARJETAS	446.504,40	0,00	0,00	0,00	68.484,62	378.019,78
502020602 - PAPELERIA COMERCIOS	1.082.113,87	0,00	0,00	0,00	880.060,05	202.053,82
502020802 - GESTIÓN DE COBRANZAS	1.078.216,21	0,00	0,00	0,00	42.398,54	1.035.817,67

502021002 – FRAUDES	45.836,77	0,00	0,00	0,00	0,00	45.836,77
502021302 - DAÑOS Y PERJUICIOS	1.240.818,32	0,00	0,00	0,00	0,00	1.240.818,32
502021502 - SERVICIOS SORTEO	25.755,20	0,00	0,00	0,00	0,00	25.755,20
502021710 - MULTAS VARIAS	31.787,34	0,00	0,00	0,00	0,00	31.787,34
502050102 - COMISIONES POR COBRANZAS	2.058.056,77	0,00	0,00	0,00	521.247,87	1.536.808,90
503040202 - GASTOS GENERALES FINANCIEROS	20.391,60	0,00	0,00	0,00	14.270,00	6.121,60
509010102 - SERVICIOS VARIOS F/SALUD	10.560.907,81	0,00	0,00	0,00	0,00	10.560.907,81
509010302 - PERDIDA VENTA FAVA SALUD	856.701,48	0,00	0,00	0,00	0,00	856.701,48
510010102 - RENTA DIARIA SANCOR	519,00	0,00	0,00	0,00	0,00	519,00
515010102 - AJUSTE DIFERENCIA DE INVENTARIO	-128.971,07	0,00	0,00	0,00	0,00	-128.971,07
<b>Gastos de Honorarios</b>	<b>4.742.716,33</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>295.796,77</b>	<b>4.446.919,56</b>
<b>Comisiones</b>	<b>272.157,70</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>148.901,77</b>	<b>123.255,93</b>
<b>Bs. De Uso</b>	<b>4.755.861,10</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.696,67</b>	<b>4.754.164,43</b>
<b>Bonificaciones</b>	<b>5.696.166,68</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.696.166,68</b>
<b>Inversiones</b>	<b>127.534,35</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>127.534,35</b>
<b>Gastos Fideicomisos</b>	<b>2.227.629,66</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.224.879,66</b>	<b>2.750,00</b>
<b>EGRESOS NO COMPUTABLES</b>	<b>112.196.077,91</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>20.941.562,98</b>	<b>91.254.514,93</b>
<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>	<b>6.607.760,16</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.785.540,45</b>	<b>4.822.219,71</b>
502030102 - PUBLICIDAD NO GRÁFICA	2.567.179,87	0,00	0,00	0,00	499.864,40	2.067.315,47
502030202 - PUBLICIDAD ACCION COMERCIOS	995.961,49	0,00	0,00	0,00	950.000,00	45.961,49
502030302 - PUBLICIDAD GRAFICA-PROMOCION	3.044.618,80	0,00	0,00	0,00	335.676,05	2.708.942,75
<b>Tributos Nacionales, Prov. y Municipales</b>	<b>29.983.835,12</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4.370.693,66</b>	<b>25.613.141,46</b>
501030402 - SELLADOS VARIOS	79.151,53	0,00	0,00	0,00	2.801,62	76.349,91
502040102 - IMP. ING. BRUTOS	22.515.552,86	0,00	0,00	0,00	1.188.919,19	21.326.633,67
502040202 - T.I.S.e.H.	3.604.719,51	0,00	0,00	0,00	0,00	3.604.719,51
502040302 - IMPUESTOS Y TASAS VS.	1.169.546,00	0,00	0,00	0,00	910.458,17	259.087,83
502040402 - FONDO MUNICIP.TURISMO	273.877,08	0,00	0,00	0,00	0,00	273.877,08
502040502 - TASA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	44.188,14	0,00	0,00	0,00	0,00	44.188,14

502040601 - IMPUESTO AL CHEQUE S/DEBITOS	1.752.492,08	0,00	0,00	0,00	1.102.832,23	649.659,85
502040701 - IMPUESTO AL CHEQUE S/CREDITOS	1.302.954,25	0,00	0,00	0,00	835.125,35	467.828,90
503040401 - SELLADOS BANCARIOS	1.235.998,36	0,00	0,00	0,00	330.557,10	905.441,26
505010101 - IMPUESTO A LAS GANANCIAS	-1.994.644,69	0,00	0,00	0,00	0,00	-1.994.644,69
<b><i>Intereses</i></b>	<b>28.604.366,84</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>14.785.328,87</b>	<b>13.819.037,97</b>
<b><i>Deudores Incobrables</i></b>	<b>47.000.115,79</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>47.000.115,79</b>
<b>Total Egresos</b>	<b>271.487.123,05</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>41.061.546,98</b>	<b>230.425.576,07</b>

Figura 4- Coeficientes Ingresos

<b><u>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</u></b>								
<b>CÁLCULO DE INGRESOS EJERCICIO 01/05/2015 al 30/04/2016 y PROYECCIONES E-COMMERCE 2017</b>								
				Ingresos PBA	Ingresos CABA	Ingresos Entre Rios	Ingresos Santa Fe	Ingresos Córdoba
<b>TOTAL DE INGRESOS al 30/04/16 + Proyectados E-Commerce 2017</b>				\$ 243.541.206,98	\$ 13.395.601,38	-	-	-
<b>Menos Ingresos Regimen Especial</b>				60.620.172,14	3.969,02			
<b>Menos Ingresos No Computables</b>								
<b>4050106</b>	405010600 - RESULTADO VENTA BIENES DE USO	6.659,20	0,00					
<b>4050102</b>	405010200 - DIFERENCIA CAMBIO/COTIZ/REVALUO	-53.214.640,11	0,00					
<b>4010122</b>	401012200 - RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	19.337.465,42	0,00					
<b>4010110</b>	401011000 - RECUPERO DE INCOBRABLES '99	30.354,86	0,00					
<b>4120301</b>	412030100 - DIFERENCIA COTIZACION FF PUBLICO	2.797.258,81	0,00					
<b>4120401</b>	412040100 - REVALUO BONO RESIDUAL FF PUBLICO	19.673.219,36	0,00					
<b>4070101</b>	407010100 - RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SGR	258.353,23	0,00					
				<b>-11.111.329,23</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL INGRESOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>				<b>\$ 207.423.996,43</b>	<b>194.032.364,07</b>	<b>13.391.632,36</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Coeficiente Ingresos (C.I.)</b>				1,0000	0,9354	0,0646	0,0000	0,0000
<b>"Coeficiente Relativo R.G"</b>	<b>Porcentaje que representan Ingresos REGIMEN GENERAL sobre Total de Ingreso Computables</b>			76,19%	99,97%	100,00%	100,00%	100,00%
	(Ingresos computables de Regimen General de cada jurisdicción sobre la suma de dichos ingresos y los de Regimen Especial de cada jurisdicción)							

Figura 5 - Coeficientes Gastos

<b>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</b>						
CÁLCULO DE EGRESOS EJERCICIO 01/05/2015 al 30/04/2016 y PROYECCIONES E-COMMERCE 2017						
		Egresos PBA	Egresos CABA	Egresos Entre Rios	Egresos Cordoba	Egresos CABA
Total de Egresos al 30/04/16 + Proyectados E-commerce 2017		230.425.576,07	41.061.546,98	-	-	-
- GASTOS NO COMPUTABLES ATRIBUCIÓN DIRECTA RÉGIMEN ESPECIAL		-13.819.037,97	-14.785.328,87			
<b>GASTOS PRORRATEABLES REGIMEN GENERAL</b>		<b>216.606.538,10</b>	<b>26.276.218,11</b>	-	-	-
Porcentaje Ingresos Regimen General sobre Total de Ingreso Computables		76,19%	99,97%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>TOTAL GASTOS CORRESPONDIENTE AL REGIMEN GENERAL al 30/04/2016 + Proyectados E-commerce 2017</b>		<b>\$ 165.043.236,11</b>	<b>\$ 26.268.432,66</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Menos: Gastos No computables X "Coeficiente Relativo R.G."						
		PBA	CABA			
3 c)	<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>			<b>-3.674.287,73</b>	<b>-1.785.011,41</b>	
	Publicidad no gráfica 5020301	2.067.315,47	499.864,40			
	Publicidad acciones comercios 5020302	45.961,49	950.000,00			
	Publicidad gráfica 5020303	2.708.942,75	335.676,05			
3 d)	<b>Tributos Nacionales, Prov. Y Municipales</b>			<b>-19.515.919,47</b>	<b>-4.369.398,66</b>	
	Sellados 5010304	76.349,91	2.801,62			
	Sellados Documentos 5010317	-	-			
	IIBB 5020401	21.326.633,67	1.188.919,19			
	TISH 5020402	3.604.719,51	-			
	IMPUESTOS VARIOS 5020403	259.087,83	910.458,17			
	Fondo Municipal de Turismo 5020404	273.877,08	-			
	Tasa Publicidad y Proaganda 5020405	44.188,14	-			
	Imp. Al Cheque s/ Débitos 5020406	649.659,85	1.102.832,23			
	Imp. Al Cheque s/ Créditos 5020407	467.828,90	835.125,35			
	Sellados Bancarios Matriz 5030404	905.441,26	330.557,10			
	Impuestos Edificio 5040101	-	-			
	Tasas Edificio 5040102	-	-			
	Impuesto a las Ganancias 5050101	-1.994.644,69	-			
	Imp. Ganancia Mínima Presunta 5050102	-	-			
	Imp. Sellos 5050103	-	-			
3 e)	<b>Intereses</b>					
	Int. Bancarios Matriz 5030101	13.270.118,36	14.566.455,87			
	Int p/ Cargas Soc. 5030102	66,06	-			
	Int p/ Cargas F. 5030103	52.987,08	-			
	Int. Diversos 5030104	495.866,47	218.873,00			
	Int. Soc Art 33 L 19550 5030105	-	-			
	Int. Cesión 5030301	-	-			(Gastos Asingacion Directa a Regimen Especial, restados al 100% en el apartado de arriba)
RG.CA 5/12	<b>Deudores Incobrables</b>			<b>-35.811.713,14</b>	<b>-</b>	
	Deudores Incobrables 5020209	47.000.115,79	-			
mas						
3 f)	<b>Sueldos y Honorarios Directores y Sindico - (Tope 1 %)</b>			<b>-616.152,49</b>	<b>-</b>	
	Sueldos Dirección	401.451,50	-			
	Honorarios Dirección y Sindico Aprobados	261.698,05	-			
	1 % Utilidad Comercial Balance 2016	-145.503,15	-			
<b>TOTAL GASTOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>		<b>\$ 125.539.185,87</b>	<b>105.425.163,28</b>	<b>20.114.022,59</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Coeficiente Egresos (C.E.)</b>		<b>1,0000</b>	<b>0,8398</b>	<b>0,1602</b>	<b>0,0000</b>	<b>0,0000</b>

Figura 6 - Coeficientes Unificados

	<u>C.I.</u>	<u>C.E.</u>	<u>C.U.</u>
<b>PBA</b>	93,5438%	83,9779%	88,7609%
<b>CABA</b>	6,4562%	16,0221%	11,2391%
<b>ENTRE RIOS</b>	0,0000%	0,0000%	0,0000%
<b>SANTA FE</b>	0,0000%	0,0000%	0,0000%
<b>CORDOBA</b>	0,0000%	0,0000%	0,0000%
<b>Total</b>	100,0000%	100,0000%	100,0000%

Figura 7 - Liquidación Anual Convenio Multilateral

Total Ingresos (Clas. 4)		320.125.328,41	
Otros conceptos que no integran B.I. (no integran la base los pasajes a incobrables del período y deben incluirse los recuperos de incobrables de períodos anteriores que ya han sido deducidos, no integran la base diferencia de cambio, revaluos, etc)			
Total Conceptos que no integran la Base Imponible		-10.722.368,31	
TOTAL Base Imponible		309.402.960,10	
Exentos		-560.008,57	
TOTAL Gravados		308.842.951,53	

RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN ESPECIAL ART. 7																
Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.		
		Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado
	Ingresos TOTALES	0,0000			0,0000			0,0000			0,0000			1,0000		
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	5,50%	0,00	27,960,51	8,00%	2.236,84
659892	Servicios de Crédito n.p.p. (Ing. Operativos y Financieros)	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	7,00%	0,00	79.159.730,55	8,00%	6.332.778,44
	<b>79.187.691,06</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>79.187.691,06</b>		<b>6.335.015,28</b>

RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN GENERAL ART. 2																
Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.		
		Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado	Coficiente	Alicotas	Impuesto Determinado
	Ingresos	0,0000%			0,0000%			0,0000%			11,2391%			88,7609%		
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito ((Ing. Operativos y Financieros)	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	25.706.603,15	5,50%	1.413.863,17	203.017.428,18	8,00%	16.241.394,25
659892	Servicios de Crédito n.p.p. (Ing. Operativos y Financieros)	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	11.736,93	7,00%	821,59	92.692,21	8,00%	7.415,38
701090	Servicios Inmobiliarios por cuenta propia (Ing. Operativos y Financieros)	0,00	3,00%	0,00	0,00	4,00%	0,00	0,00	3,50%	0,00	92.925,17	4,00%	3.717,01	733.874,83	6,00%	44.032,49
	<b>229.655.260,47</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>25.811.265,25</b>		<b>1.418.401,77</b>	<b>203.843.995,22</b>		<b>16.292.842,12</b>
	<b>TOTAL IMPUESTO DETERMINADO</b>			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>			<b>1.418.401,77</b>			<b>22.627.857,41</b>

Anexo 2 – Criterio de Asignación de Ingresos – Domicilio del Comercio Adherido a E-Commerce

**Figura 1 - Proyección de Ingresos y Gastos E- Commerce para 2017 por jurisdicción**

CASO 2	<b>Criterio: Domicilio del Comercio Adherido</b>								
	<b>Supuesto: La infraestructura informática de los Comercios Adheridos a E-Commerce se encuentran ubicadas en provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba, CABA y Provincia de Buenos Aires, en función al Domicilio Contractual.</b>								
	<b>% de Atribución de Ingresos Proyectados 2017 por Jurisdicción</b>				<b>5,00%</b>	<b>2,00%</b>	<b>3,00%</b>	<b>23,00%</b>	<b>67,00%</b>
<b>Clasificación</b>	<b>Cuenta Contable</b>	<b>Leyenda</b>	<b>Proyección 2017</b>	<b>Entre Ríos</b>	<b>Santa Fe</b>	<b>Córdoba</b>	<b>CABA</b>	<b>PBA</b>	
Ingresos	4010100	COMISIONES GANADAS E-COMMERCE	10.000.000,00	500.000,00	200.000,00	300.000,00	2.300.000,00	6.700.000,00	
<b>Total Ingresos Proyectados E-Commerce 2017</b>			<b>10.000.000,00</b>	<b>500.000,00</b>	<b>200.000,00</b>	<b>300.000,00</b>	<b>2.300.000,00</b>	<b>6.700.000,00</b>	
Gastos	5010313	COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	2.500.000,00	125.000,00	50.000,00	75.000,00	575.000,00	1.675.000,00	
Gastos	5020202	INFORMES COMERCIALES	1.500.000,00	75.000,00	30.000,00	45.000,00	345.000,00	1.005.000,00	
Gastos	5020204	SERVICIOS A COMERCIOS	960.000,00	48.000,00	19.200,00	28.800,00	220.800,00	643.200,00	
Gastos	5020206	PAPELERIA COMERCIOS	880.000,00	44.000,00	17.600,00	26.400,00	202.400,00	589.600,00	
Gastos	5020302	PUBLICIDAD ACCION COMERCIOS	950.000,00	47.500,00	19.000,00	28.500,00	218.500,00	636.500,00	
Gastos	5020403	IMPUESTOS Y TASAS VARIAS	900.000,00	45.000,00	18.000,00	27.000,00	207.000,00	603.000,00	
<b>Total de Egresos Proyectados E-Commerce 2017</b>			<b>7.690.000,00</b>	<b>384.500,00</b>	<b>153.800,00</b>	<b>230.700,00</b>	<b>1.768.700,00</b>	<b>5.152.300,00</b>	

**Figura 2** - Ingresos clasificados en Régimen General y Especial de Convenio Multilateral, distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 y Proyecciones E- Commerce 2017.

Cuenta	INGRESOS	TOTALES	Entre Ríos	Santa Fe	Córdoba	CABA	PCIA. BS. AS
<b>RÉGIMEN GENERAL</b>		<b>207.423.996,43</b>	<b>500.000,00</b>	<b>200.000,00</b>	<b>300.000,00</b>	<b>5.691.632,36</b>	<b>200.732.364,07</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>162.582.839,28</b>	<b>500.000,00</b>	<b>200.000,00</b>	<b>300.000,00</b>	<b>3.966.860,81</b>	<b>157.615.978,47</b>
4010101	Comisiones Ganadas	71.704.626,93				1.665.942,81	70.038.684,12
4010100	Comisiones Ganadas E-commerce Proyectadas 2017	10.000.000,00	500.000,00	200.000,00	300.000,00	2.300.000,00	6.700.000,00
4010102	Adhesiones	304.639,21				0,00	304.639,21
4010103	Renovaciones	26.073.591,22				0,00	26.073.591,22
4010104	Cargos Excedidos	1.219.799,23				0,00	1.219.799,23
4010107	Gastos Renovación	454.565,54				0,00	454.565,54
4010109	Cargo Retiro Efectivo	319.973,69				0,00	319.973,69
4010111	Cargo Emisión y Envío Liquidación Comercios	392.909,50				918,00	391.991,50
4010112	Cargo Emisión y Envío Resumen Usuarios	3.889.710,27				0,00	3.889.710,27
4010114	Cargo Gestión	3.253.197,83				0,00	3.253.197,83
4010117	Cargo Mantenimiento	44.650.622,22				0,00	44.650.622,22
4010121	Cargo Evaluación Crediticia	319.203,64				0,00	319.203,64
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES</u></b>	<b>368.829,17</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>368.829,17</b>
	<b><u>SALUD</u></b>	<b>17.480.509,95</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>17.480.509,95</b>
	<b><u>SEGUROS</u></b>	<b>7.675.606,48</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.607,04</b>	<b>7.673.999,44</b>
	<b><u>OTROS INGRESOS</u></b>	<b>9.830.535,11</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.723.164,51</b>	<b>8.107.370,60</b>
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>9.485.676,44</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>9.485.676,44</b>

RÉGIMEN ESPECIAL		60.624.141,16	0,00	0,00	0,00	3.969,02	60.620.172,14
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>46.978.833,28</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>46.978.833,28</b>
4010105	Intereses Punitivos	37.392.062,33				0,00	37.392.062,33
4010106	Intereses Financiacion Usuarios	5.337.473,38				0,00	5.337.473,38
4010108	Intereses Retiro Efectivo	3.409.137,62				0,00	3.409.137,62
4010118	Cargo por Transferencia de Dinero	64,00				0,00	64,00
4050101	Intereses Ganados	840.095,95				0,00	840.095,95
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES (Fin)</u></b>	<b>13.543.450,32</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.543.450,32</b>
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	<b><u>SISTEMA CREDITOS VARIOS (Fin)</u></b>	<b>101.857,56</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.969,02</b>	<b>97.888,54</b>
"NO BASE"		-11.111.329,23	0,00	0,00	0,00	0,00	-11.111.329,23
4010110	RECUPERO DE INCOBRABLES '99	30.354,86				0,00	30.354,86
4010122	RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	19.337.465,42				0,00	19.337.465,42
4050102	DIFERENCIA CAMBIO/COTIZACIÓN/REVALUO	-53.214.640,11				0,00	-53.214.640,11
4050106	RESULTADO VENTA BIENES DE USO	6.659,20				0,00	6.659,20
4060101	INTERESES CAJA DE AHORRO / BANCOS	0,00				0,00	0,00
4060201	INTERESES PLAZOS FIJOS	0,00				0,00	0,00
4060301	INTERESES FONDOS DE INVERSION	0,00				0,00	0,00
4070101	RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SEGUROS	258.353,23				0,00	258.353,23
4070102	RESULTADO VENTA DE INVERSIONES	0,00				0,00	0,00
4120301	DIFERENCIA COTIZACIÓN FIDEICOMISO FINANCIERO PÚBLICO	2.797.258,81				0,00	2.797.258,81
4120401	REVALUO BONO RESIDUAL FIDEICOMISO FINANCIERO PUBLICO	19.673.219,36				0,00	19.673.219,36
TOTAL INGRESOS		256.936.808,36	500.000,00	200.000,00	300.000,00	5.695.601,38	250.241.206,98

**Figura 3-** Gastos clasificados y distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 y Proyecciones E- Commerce 2017.

EGRESOS	TOTAL	Entre Ríos	Santa Fe	Córdoba	CABA	PCIA. BS. AS.
<b>EGRESOS COMPUTABLES</b>	<b>159.291.045,14</b>	<b>292.000,00</b>	<b>116.800,00</b>	<b>175.200,00</b>	<b>15.623.184,00</b>	<b>143.083.861,14</b>
<b><i>Gastos de Personal</i></b>	<b>87.666.738,27</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>418.212,36</b>	<b>87.248.525,91</b>
<b><i>Gastos Generales</i></b>	<b>53.802.241,05</b>	<b>292.000,00</b>	<b>116.800,00</b>	<b>175.200,00</b>	<b>12.533.696,77</b>	<b>40.684.544,28</b>
501020502 - ALQUILERES	2.980.349,42	0,00	0,00	0,00	0,00	2.980.349,42
501020602 - SERVICIOS PUBLICOS	2.405.193,92	0,00	0,00	0,00	123.438,16	2.281.755,76
501020702 - SEGUROS	601.303,87	0,00	0,00	0,00	12.404,73	588.899,14
501030102 - ALQUILER DE EQUIPOS	555.501,27	0,00	0,00	0,00	0,00	555.501,27
501030202 - PAPELERÍA Y UTILES DE OFICINA	973.778,34	0,00	0,00	0,00	545,58	973.232,76
501030502 - FRANQUEO	138.874,63	0,00	0,00	0,00	5.666,91	133.207,72
501030602 - SERVICIO DE VIGILANCIA	549.800,56	0,00	0,00	0,00	0,00	549.800,56
501030702 - TRANSPORTE DE CAUDALES	6.627.884,18	0,00	0,00	0,00	3.228.539,95	3.399.344,24
501030801 - SERVICIOS CONTRATADOS	209.799,51	0,00	0,00	0,00	79.138,88	130.660,63
501031102 - GASTOS JUDICIALES	99.992,79	0,00	0,00	0,00	12.596,43	87.396,36
501031202 - GASTOS DE REFRIGERIO	277.472,69	0,00	0,00	0,00	18.897,83	258.574,86
501031302 - COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS	5.356.687,27	125.000,00	50.000,00	75.000,00	1.394.501,64	3.712.185,63
501031402 - DONACIONES	44.974,24	0,00	0,00	0,00	0,00	44.974,24
501031502 - SUSCRIPCIONES	29.861,46	0,00	0,00	0,00	62,81	29.798,65
501031602 - DIFERENCIAS DE CAJA	-23.664,81	0,00	0,00	0,00	0,00	-23.664,81
501031802 - VARIOS	30.444,09	0,00	0,00	0,00	0,00	30.444,09
501031902 - REDONDEO	4.537,59	0,00	0,00	0,00	0,10	4.537,49
501032002 - ENCOMIENDAS Y FLETES	1.463.830,98	0,00	0,00	0,00	7.957,23	1.455.873,75
501032202 - MULTAS VARIAS	26.164,17	0,00	0,00	0,00	0,00	26.164,17
502020102 - TARJETAS ACRILICAS	536.893,51	0,00	0,00	0,00	0,00	536.893,51
502020202 - INFORMES COMERCIALES	3.529.888,32	75.000,00	30.000,00	45.000,00	1.660.437,56	1.719.450,76
502020302 - SERVICIOS A USUARIOS	7.971.285,28	0,00	0,00	0,00	4.454.595,43	3.516.689,85
502020402 - SERVICIOS A COMERCIOS	2.092.750,07	48.000,00	19.200,00	28.800,00	686.052,46	1.310.697,62
502020502 - ENTREGA DE TARJETAS	446.504,40	0,00	0,00	0,00	68.484,62	378.019,78
502020602 - PAPELERIA COMERCIOS	1.082.113,87	44.000,00	17.600,00	26.400,00	202.460,05	791.653,82
502020802 - GESTIÓN DE COBRANZAS	1.078.216,21	0,00	0,00	0,00	42.398,54	1.035.817,67
502021002 - FRAUDES	45.836,77	0,00	0,00	0,00	0,00	45.836,77
502021302 - DAÑOS Y PERJUICIOS	1.240.818,32	0,00	0,00	0,00	0,00	1.240.818,32

502021502 - SERVICIOS SORTEO	25.755,20	0,00	0,00	0,00	0,00	25.755,20
502021710 - MULTAS VARIAS	31.787,34	0,00	0,00	0,00	0,00	31.787,34
502050102 - COMISIONES POR COBRANZAS	2.058.056,77	0,00	0,00	0,00	521.247,87	1.536.808,90
503040202 - GASTOS GENERALES FINANCIEROS	20.391,60	0,00	0,00	0,00	14.270,00	6.121,60
509010102 - SERVICIOS VARIOS F/SALUD	10.560.907,81	0,00	0,00	0,00	0,00	10.560.907,81
509010302 - PERDIDA VENTA FAVA SALUD	856.701,48	0,00	0,00	0,00	0,00	856.701,48
510010102 - RENTA DIARIA SANCOR	519,00	0,00	0,00	0,00	0,00	519,00
515010102 - AJUSTE DIFERENCIA DE INVENTARIO	-128.971,07	0,00	0,00	0,00	0,00	-128.971,07
<b>Gastos de Honorarios</b>	<b>4.742.716,33</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>295.796,77</b>	<b>4.446.919,56</b>
<b>Comisiones Prestamos</b>	<b>272.157,70</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>148.901,77</b>	<b>123.255,93</b>
<b>Bs. De Uso</b>	<b>4.755.861,10</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.696,67</b>	<b>4.754.164,43</b>
<b>Bonificaciones</b>	<b>5.696.166,68</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.696.166,68</b>
<b>Inversiones</b>	<b>127.534,35</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>127.534,35</b>
<b>Gastos Fideicomisos</b>	<b>2.227.629,66</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.224.879,66</b>	<b>2.750,00</b>
<b>EGRESOS NO COMPUTABLES</b>	<b>112.196.077,91</b>	<b>92.500,00</b>	<b>37.000,00</b>	<b>55.500,00</b>	<b>19.517.062,98</b>	<b>92.494.014,93</b>
<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>	<b>6.607.760,16</b>	<b>47.500,00</b>	<b>19.000,00</b>	<b>28.500,00</b>	<b>1.054.040,45</b>	<b>5.458.719,71</b>
502030102 - PUBLICIDAD	2.567.179,87	0,00	0,00	0,00	499.864,40	2.067.315,47
502030202 - PUBLIC. ACCION COMERCIOS	995.961,49	47.500,00	19.000,00	28.500,00	218.500,00	682.461,49
502030302 - PUBLICIDAD GRAFICA-PROMOCION	3.044.618,80	0,00	0,00	0,00	335.676,05	2.708.942,75
<b>Tributos Nacionales, Prov. y Municipales</b>	<b>29.983.835,12</b>	<b>45.000,00</b>	<b>18.000,00</b>	<b>27.000,00</b>	<b>3.677.693,66</b>	<b>26.216.141,46</b>
501030402 - SELLADOS VARIOS	79.151,53	0,00	0,00	0,00	2.801,62	76.349,91
502040102 - IMP. ING. BRUTOS	22.515.552,86	0,00	0,00	0,00	1.188.919,19	21.326.633,67
502040202 - T.I.S.e.H.	3.604.719,51	0,00	0,00	0,00	0,00	3.604.719,51
502040302 - IMPUESTOS Y TASAS VS.	1.169.546,00	45.000,00	18.000,00	27.000,00	217.458,17	862.087,83
502040402 - FONDO MUNICIP.TURISMO	273.877,08	0,00	0,00	0,00	0,00	273.877,08
502040502 - TASA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	44.188,14	0,00	0,00	0,00	0,00	44.188,14
502040601 - IMPUESTO AL CHEQUE S/DEBITOS	1.752.492,08	0,00	0,00	0,00	1.102.832,23	649.659,85
502040701 - IMPUESTO AL CHEQUE S/CREDITOS	1.302.954,25	0,00	0,00	0,00	835.125,35	467.828,90

503040401 - SELLADOS BANCARIOS	1.235.998,36	0,00	0,00	0,00	330.557,10	905.441,26
505010101 - IMPUESTO A LAS GANANCIAS	-1.994.644,69	0,00	0,00	0,00	0,00	-1.994.644,69
<b><i>Intereses</i></b>	<b>28.604.366,84</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>14.785.328,87</b>	<b>13.819.037,97</b>
<b><i>Deudores Incobrables</i></b>	<b>47.000.115,79</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>47.000.115,79</b>
<b>Total Egresos</b>	<b>271.487.123,05</b>	<b>384.500,00</b>	<b>153.800,00</b>	<b>230.700,00</b>	<b>35.140.246,98</b>	<b>235.577.876,07</b>

Figura 4- Coeficientes Ingresos

CÁLCULO DE INGRESOS EJERCICIO 1/05/2015 al 30/04/2016 y PROYECCIONES E-COMMERCE 2017						
		Ingresos PBA	Ingresos CABA	Ingresos Entre Ríos	Ingresos Santa Fe	Ingresos Córdoba
<b><u>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</u></b>						
<b>TOTAL DE INGRESOS al 30/04/16 + Proyectados E-Commerce 2017</b>		\$ 250.241.206,98	\$ 5.695.601,38	\$ 500.000,00	\$ 200.000,00	\$ 300.000,00
<b>Menos Ingresos Regimen Especial</b>		60.620.172,14	3.969,02			
<b>Menos Ingresos No Computables</b>						
<b>4050106</b>	405010600 - RESULTADO VENTA BIENES DE USO	6.659,20	0,00			
<b>4050102</b>	405010200 - DIFERENCIA CAMBIO/COTIZ/REVALUO	53.214.640,11	0,00			
<b>4010122</b>	401012200 - RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	19.337.465,42	0,00			
<b>4010110</b>	401011000 - RECUPERO DE INCOBRABLES '99	30.354,86	0,00			
<b>4120301</b>	412030100 - DIFERENCIA COTIZACION FF PUBLICO	2.797.258,81	0,00			
<b>4120401</b>	412040100 - REVALUO BONO RESIDUAL FF PUBLICO	19.673.219,36	0,00			
<b>4070101</b>	407010100 - RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SGR	258.353,23	0,00			
		<b>-11.111.329,23</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL INGRESOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>		<b>\$ 207.423.996,43</b>				
		<b>200.732.364,07</b>	<b>5.691.632,36</b>	<b>500.000,00</b>	<b>200.000,00</b>	<b>300.000,00</b>
<b>Coeficiente Ingresos (C.I.)</b>		1,0000				
<b>Porcentaje que representan Ingresos REGIMEN GENERAL sobre Total de Ingreso Computables</b>		0,9677	0,0274	0,0024	0,0010	0,0014
<b>Coeficiente Relativo</b>	(Ingresos computables de Regimen General de cada jurisdicción sobre la suma de dichos ingresos y los de Regimen Especial de cada jurisdicción)	76,81%	99,93%	100,00%	100,00%	100,00%

Figura 5 - Coeficientes Gastos

<b>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</b>											
CÁLCULO DE INGRESOS EJERCICIO 1/05/2015 al 30/04/2016 y PROYECCIONES E-COMMERCE 2017											
				Egresos PBA	Egresos CABA	Egresos Entre Ríos	Egresos Santa Fe	Egresos Córdoba	TOTAL GASTOS		
Total de Egresos al 30/04/16 + Proyectados E-commerce 2017				235.577.876,07	35.140.246,98	384.500,00	153.800,00	230.700,00	271.487.123,05		
- GASTOS NO COMPUTABLES ATRIBUCIÓN DIRECTA RÉGIMEN ESPECIAL				-13.819.037,97	-14.785.328,87	-	-	-	-28.604.366,84		
<b>GASTOS PRORRATEABLES REGIMEN GENERAL</b>				<b>221.758.838,10</b>	<b>20.354.918,11</b>	<b>384.500,00</b>	<b>153.800,00</b>	<b>230.700,00</b>	<b>242.882.756,21</b>		
Porcentaje Ingresos Regimen General sobre Total de Ingreso Computables				76,81%	99,93%	100,00%	100,00%	100,00%			
<b>TOTAL GASTOS CORRESPONDIENTE AL REGIMEN GENERAL al 30/04/2016 + Proyectados E-commerce 2017</b>				<b>\$ 170.322.341,12</b>	<b>\$ 20.340.733,64</b>	<b>\$ 384.500,00</b>	<b>\$ 153.800,00</b>	<b>\$ 230.700,00</b>	<b>\$ 191.432.074,76</b>		
Menos: Gastos No computables X "Coeficiente Relativo"											
		PBA	CABA	Entre Ríos	Santa Fe	Cordoba					
3 c)	<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>						-4.192.581,13	-1.053.305,93	-47.500,00	-19.000,00	-28.500,00
	Publicidad no gráfica 5020301	2.067.315,47	499.864,40	-	-	-					
	Publicidad acciones comercios 5020302	682.461,49	218.500,00	47.500,00	19.000,00	28.500,00					
	Publicidad gráfica 5020303	2.708.942,75	335.676,05	-	-	-					
3 d)	<b>Tributos Nacionales, Prov. Y Municipales</b>						-20.135.362,48	-3.675.130,83	-45.000,00	-18.000,00	-27.000,00
	Sellados 5010304	76.349,91	2.801,62								
	Sellados Documentos 5010317	-	-								
	IBB 5020401	21.326.633,67	1.188.919,19								
	TISH 5020402	3.604.719,51	-								
	IMP. VARIOS 5020403	862.087,83	217.458,17	45.000,00	18.000,00	27.000,00					
	Fondo Munic. T. 5020404	273.877,08	-								
	Tasa Public.y Proaganda 5020405	44.188,14	-								
	Imp. Al Cheque s/ Débitos 5020406	649.659,85	1.102.832,23								
	Imp. Al Cheque s/ Créditos 5020407	467.828,90	835.125,35								
	Sellados Bancarios Matriz 5030404	905.441,26	330.557,10								
	Impuestos Edificio 25 de Mayo 5040101	-	-								
	Tasas Edificio 25 de Mayo 5040102	-	-								
	Impuesto a las Gcias 5050101	-1.994.644,69	-								
	Imp. Gcia. Mínima Presunta 5050102	-	-								
	Imp. Sellos 5050103	-	-								
3 e)	<b>Intereses</b>										
	Int. Bancarios Matriz 5030101	13.270.118,36	14.566.455,87								
	Int p/ Cargas Soc. 5030102	66,06	-								
	Int p/ Cargas F. 5030103	52.987,08	-								
	Int. Diversos 5030104	495.866,47	218.873,00								
	Int. Soc Art 33 L 19550 5030105	-	-								
	Int. Cesion 5030301	-	-								
							(Gastos Asingacion Directa a Regimen Especial, restados al 100% en el apartado de arriba)				
RG.CA 5	<b>Deudores Incobrables</b>						-36.098.537,60	-			
	Deudores Incobrables 5020209	47.000.115,79	-								
mas											
3 f)	<b>Sueldos y Honorarios D y S - (Tope 1 %)</b>						-621.087,40	-			
	Sueldos Dirección	401.451,50	-								
	Honorarios Dirección y Sind. Aprobados	261.698,05	-								
	1 % Utilidad Comercial Bce 2015	-145.503,15	-								
<b>TOTAL GASTOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>		<b>\$ 125.471.069,38</b>					<b>109.274.772,51</b>	<b>15.612.296,87</b>	<b>292.000,00</b>	<b>116.800,00</b>	<b>175.200,00</b>
<b>Coeficiente Egresos (C.E.)</b>		1,0000					0,8709	0,1244	0,0023	0,0009	0,0014

**Figura 6 - Coeficientes Unificados**

	<u>C.I.</u>	<u>C.E.</u>	<u>C.U.</u>
<b>PBA</b>	96,7739%	87,0916%	91,9328%
<b>CABA</b>	2,7440%	12,4429%	7,5935%
<b>ENTRE RIOS</b>	0,2411%	0,2327%	0,2369%
<b>SANTA FE</b>	0,0964%	0,0931%	0,0948%
<b>CORDOBA</b>	0,1446%	0,1396%	0,1421%
<b>Total</b>	100,0000%	100,0000%	100,0000%

Figura 7 - Liquidación Anual Convenio Multilateral

<b>Total Ingresos</b> Otros conceptos que no integran B.I.(no integran la base los pases a incobrables del periodo y deben incluirse los recuperos de incobrables de periodos anteriores que ya han sido deducidos, no integran la base diferencia de cambio, revaluos, etc) Art 188	<b>320.125.328,41</b>
<b>Total Conceptos que no integran la Base Imponible</b>	-10.722.368,31
<b>TOTAL Base Imponible</b>	309.402.960,10
<b>Exentos (Art 207 del Código Fiscal)</b>	-560.008,57
<b>TOTAL Gravados</b>	<b>308.842.951,53</b>

**RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN ESPECIAL ART. 7**

Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.			
		Ingresos TOTALES	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado
			0,0000		0,0000			0,0000			0,0000			1,0000			
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	27.960,51	0,00	5,00%	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	5,50%	0,00	27.960,51	8,00%		2.236,84
659892	Servicios de Crédito n.c.p. (Ing. Operativos y Financieros)	79.159.730,55	0,00	5,00%	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	7,00%	0,00	79.159.730,55	8,00%		6.332.778,44
<b>TOTAL</b>		<b>79.187.691,06</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>79.187.691,06</b>			<b>6.335.015,28</b>

**RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN GENERAL ART. 2**

Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.			
		Ingresos	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado
			0,2369%		0,0948%			0,1421%			7,5935%			91,9328%			
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	228.724.031,33	541.818,78	5,00%	27.090,94	216.727,51	5,50%	11.920,01	325.091,27	4,75%	15.441,84	17.368.051,81	5,50%	955.242,83	210.272.341,97	8,00%	16.821.787,36
659892	Servicios de Crédito n.c.p. (Ing. Operativos y Financieros)	104.429,14	247,38	5,00%	12,37	98,95	5,50%	5,44	148,43	4,75%	7,05	7.929,78	7,00%	355,08	96.004,60	8,00%	7.680,37
701090	Servicios Inmobiliarios por cuenta propia (Ing. Operativos y Financieros)	826.800,00	1.958,59	3,00%	58,76	783,43	4,00%	31,34	1.175,15	3,50%	41,13	62.782,67	4,00%	2.511,31	760.100,16	6,00%	45.606,01
<b>TOTAL</b>		<b>229.655.260,47</b>	<b>544.024,75</b>		<b>27.162,07</b>	<b>217.609,89</b>		<b>11.956,79</b>	<b>326.414,85</b>		<b>15.490,02</b>	<b>17.438.764,26</b>		<b>958.309,24</b>	<b>211.128.446,73</b>		<b>16.875.073,74</b>
<b>TOTAL IMPUESTO DETERMINADO</b>		<b>24.223.007,14</b>			<b>27.162,07</b>			<b>11.956,79</b>			<b>15.490,02</b>			<b>958.309,24</b>			<b>23.210.089,02</b>

### Anexo 3 – Análisis de Cambio de Variables Ingresos y Gastos a 10 años

Análisis Variación al 2027	
Incremento Ingresos/Gastos Servicio de Intermediación a través de E-Commerce	65%
Decremento Ingresos/Gastos Servicio de Intermediación Tradicional	30%
Inflación Proyectada	40%

#### CASO 1: Análisis de Cambio de Variables Ingresos y Gastos a 10 años – Criterio Pasarela de Pagos

Figura 1 - Proyección de Ingresos y Gastos E- Commerce para 2027 por jurisdicción.

Clasificación	Cuenta Contable	Concepto	Proyección 2017	% de Atribución de Ingresos Proyectados 2027 por Jurisdicción				
				Entre Ríos	Santa Fe	Córdoba	CABA	PBA
				0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
<b>Criterio: Pasarela de Pagos</b>								
<b>CASO 1</b>								
<b>Supuesto: El domicilio de la Pasarela de Pagos corresponde a la Jurisdicción C.A.B.A.</b>								
Ingresos	4010100	COMISIONES GANADAS E-COMMERCE	23.100.000,00	0,00	0,00	0,00	23.100.000,00	0,00
<b>Total Ingresos Proyectados E-Commerce 2027</b>			<b>23.100.000,00</b>	<b>23.100.000,00</b>				
Gastos	5010313	COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS.	2.500.002,31	0,00	0,00	0,00	2.500.002,31	0,00
Gastos	5020202	INFORMES COMERCIALES	1.500.002,31	0,00	0,00	0,00	1.500.002,31	0,00
Gastos	5020204	SERVICIOS A COMERCIOS	960.002,31	0,00	0,00	0,00	960.002,31	0,00
Gastos	5020206	PAPELERIA COMERCIOS	2.032.800,00	0,00	0,00	0,00	2.032.800,00	0,00
Gastos	5020302	PUBLICIDAD ACCION COMERCIOS	950.002,31	0,00	0,00	0,00	950.002,31	0,00
Gastos	5020403	IMPUESTOS Y TASAS VARIAS	900.002,31	0,00	0,00	0,00	900.002,31	0,00
<b>Total Gastos Proyectados E-Commerce 2027</b>			<b>8.842.811,55</b>	<b>8.842.811,55</b>				

**Figura 2 - Ingresos clasificados en Régimen General y Especial de Convenio Multilateral, distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 Proyectado al 2027 y Proyecciones E- Commerce 2027.**

Cuenta	INGRESOS	TOTAL	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba	CABA	PCIA. BS. AS
<b>RÉGIMEN GENERAL</b>		<b>269.377.651,69</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>27.148.589,32</b>	<b>242.229.062,37</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>206.600.031,68</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>24.733.909,15</b>	<b>181.866.122,53</b>
4010101	Comisiones Ganadas	70.270.534,39				1.632.623,95	68.637.910,44
4010100	Comisiones Ganadas E-Commerce Proyectadas 2027	23.100.000,00	0,00	0,00	0,00	23.100.000,00	0,00
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES</u></b>	<b>516.360,84</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>516.360,84</b>
4010115	Cargo Otorgamiento Préstamos Personales	516.360,84				0,00	516.360,84
	<b><u>SALUD</u></b>	<b>24.472.713,93</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>24.472.713,93</b>
4090101	Ingreso Servicios Fava Salud	23.709.804,51				0,00	23.709.804,51
4090201	Sancor Salud	762.909,42				0,00	762.909,42
	<b><u>SEGUROS</u></b>	<b>10.745.849,07</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.249,86</b>	<b>10.743.599,22</b>
4040101	Comisiones Ganadas Seguros.S.Cris	733.977,87				0,00	733.977,87
4050401	Comisiones Ganadas Seg. De Vida	2.249,86				2.249,86	0,00
4050402	Comisión seguro de vida us.	4.026.093,08				0,00	4.026.093,08
4050109	Reintegro Gastos Publicidad	5.983.528,26				0,00	5.983.528,26
	<b><u>OTROS INGRESOS</u></b>	<b>13.762.749,15</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.412.430,31</b>	<b>11.350.318,84</b>
4030101	Comisiones Ganadas Cobro Servicios de terceros	1.823.294,41				0,00	1.823.294,41
4050104	Comisiones Ganadas Mailing Comercios	1.339.738,40				0,00	1.339.738,40
4050105	Ingresos Diversos	7.208,32				0,00	7.208,32
4050501	Comisiones Ganadas HOGAR EXPRESS	2.270.288,62				2.270.288,62	0,00
4050601	Comisiones Ganadas RECARGA VIRTUAL	142.141,69				142.141,69	0,00
4050602	Cargo uso Recarga Virtual	4.110.706,00				0,00	4.110.706,00
4050801	Comisiones ganadas Fava Phone	37.371,71				0,00	37.371,71
4050901	Servicios Prestados	4.032.000,00				0,00	4.032.000,00
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>13.279.947,02</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.279.947,02</b>
4120201	Renta Bonos "B"	0,00				0,00	0,00

4120202	Comisiones Ganadas Fiduciante	0,00			0,00	0,00
4120501	Resultado por Cesión Préstamos Personales	13.279.947,02			0,00	13.279.947,02

<b>RÉGIMEN ESPECIAL</b>		<b>84.873.797,62</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.556,63</b>	<b>84.868.241,00</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>65.770.366,59</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>65.770.366,59</b>
4010105	Intereses Punitivos	52.348.887,26				0,00	52.348.887,26
4010106	Intereses Financiación Usuarios	7.472.462,73				0,00	7.472.462,73
4010108	Intereses Retiro Efectivo	4.772.792,67				0,00	4.772.792,67
4010118	Cargo por Transferencia de Dinero	89,60				0,00	89,60
4050101	Intereses Ganados	1.176.134,33				0,00	1.176.134,33
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES</u></b>	<b>18.960.830,45</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>18.960.830,45</b>
4010113	Intereses Financieros Préstamos Personales	16.551.018,33				0,00	16.551.018,33
4010120	Intereses Financieros Préstamos Comerciales	2.264.422,52				0,00	2.264.422,52
4010116	Cargo Cancelación Anticipada Préstamos Personales	145.389,59				0,00	145.389,59
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
4010119	Intereses Préstamos Fideicomitidos	0,00				0,00	0,00
	<b><u>SISTEMA CREDITOS VARIOS</u></b>	<b>142.600,58</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.556,63</b>	<b>137.043,96</b>
4020102	Intereses Punitivos	666,46				0,00	666,46
4050301	Servicios Financieros	66.961,09				5.556,63	61.404,46
4080202	Intereses Punitivos	12.206,61				0,00	12.206,61
4080303	Intereses Punitivos	62.766,42				0,00	62.766,42
	<b>"NO BASE"</b>	<b>-15.555.860,92</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-15.555.860,92</b>
4010110	RECUPERO DE INCOBRABLES '99	42.496,80				0,00	42.496,80
4010122	RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	27.072.451,59				0,00	27.072.451,59
4050102	DIFERENCIA CAMBIO/COTIZACIÓN/REVALUO	-74.500.496,15				0,00	-74.500.496,15
4050106	RESULTADO VENTA BIENES DE USO	9.322,88				0,00	9.322,88
4060101	INTERESES CAJA DE AHORRO / BANCOS	0,00				0,00	0,00

4060201	INTERESES PLAZOS FIJOS	0,00				0,00	0,00
4060301	INTERESES FONDOS DE INVERSION	0,00				0,00	0,00
4070101	RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SEGUROS	361.694,52				0,00	361.694,52
4070102	RESULTADO VENTA DE INVERSIONES	0,00				0,00	0,00
4120301	DIFERENCIA COTIZACIÓN FIDEICOMISO FINANCIERO PÚBLICO	3.916.162,33				0,00	3.916.162,33
4120401	REVALUO BONO RESIDUAL FIDEICOMISO FINANCIERO PUBLICO	27.542.507,10				0,00	27.542.507,10
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>338.695.588,39</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>27.154.145,95</b>	<b>311.541.442,44</b>

**Figura 3-** Gastos clasificados y distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 Proyectados al 2027 y Proyecciones E- Commerce 2027.

EGRESOS	TOTAL	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba	CABA	PCIA. BS. AS.
<b>EGRESOS COMPUTABLES</b>	<b>221.824.270,13</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>26.984.784,53</b>	<b>194.839.485,60</b>
<b><i>Gastos de Personal</i></b>	<b>122.733.433,58</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>585.497,30</b>	<b>122.147.936,27</b>
<b><i>Gastos Generales</i></b>	<b>74.139.944,40</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>22.659.502,41</b>	<b>51.480.441,99</b>
501020502 - ALQUILERES	4.172.489,19	0,00	0,00	0,00	0,00	4.172.489,19
501020602 - SERVICIOS PUBLICOS	3.367.271,49	0,00	0,00	0,00	172.813,42	3.194.458,07
501020702 - SEGUROS	841.825,42	0,00	0,00	0,00	17.366,62	824.458,80
501030102 - ALQUILER DE EQUIPOS	777.701,78	0,00	0,00	0,00	0,00	777.701,78
501030202 - PAPEL. Y UT. DE OFIC.	1.363.289,68	0,00	0,00	0,00	763,81	1.362.525,86
501030502 – FRANQUEO	194.424,48	0,00	0,00	0,00	7.933,67	186.490,81
501030602 - SERVICIO DE VIGILANCIA	769.720,78	0,00	0,00	0,00	0,00	769.720,78
501030702 - TRANSP.DE CAUDALES	9.279.037,85	0,00	0,00	0,00	4.519.955,92	4.759.081,93
501030801 - SERVICIOS CONTRATADOS	293.719,31	0,00	0,00	0,00	110.794,43	182.924,88
501031102 - GASTOS JUDICIALES	139.989,91	0,00	0,00	0,00	17.635,00	122.354,90
501031202 - GASTOS DE REFRIGERIO	388.461,77	0,00	0,00	0,00	26.456,96	362.004,80
501031302 - COM.Y GASTOS BCOS.	6.499.364,49	0,00	0,00	0,00	3.647.304,61	2.852.059,88
501031402 - DONACIONES	62.963,94	0,00	0,00	0,00	0,00	62.963,94
501031502 - SUSCRIPCIONES	41.806,04	0,00	0,00	0,00	87,93	41.718,11

501031602 - DIFERENCIAS DE CAJA	-33.130,73	0,00	0,00	0,00	0,00	-33.130,73
501031802 - VARIOS	42.621,73	0,00	0,00	0,00	0,00	42.621,73
501031902 - REDONDEO	6.352,63	0,00	0,00	0,00	0,14	6.352,49
501032002 - ENCOM. Y FLETES	2.049.363,37	0,00	0,00	0,00	11.140,12	2.038.223,25
501032202 - MULTAS VARIAS	36.629,84	0,00	0,00	0,00	0,00	36.629,84
502020102 - TARJETAS ACRILICAS	751.650,91	0,00	0,00	0,00	0,00	751.650,91
502020202 - INFORMES COMERCIALES	4.341.845,96	0,00	0,00	0,00	3.341.614,89	1.000.231,06
502020302 - SERVIC.A USUARIOS	11.159.799,39	0,00	0,00	0,00	6.236.433,60	4.923.365,79
502020402 - SERVIC.A COMERCIOS	2.545.852,41	0,00	0,00	0,00	1.611.355,75	934.496,66
502020502 - ENTREGA DE TARJ.	625.106,16	0,00	0,00	0,00	95.878,47	529.227,69
502020602 - PAPELERIA COMERC.	2.315.759,42	0,00	0,00	0,00	2.032.884,07	282.875,35
502020802 - GEST. DE COBRANZAS	1.509.502,69	0,00	0,00	0,00	59.357,96	1.450.144,74
502021002 - FRAUDES	64.171,48	0,00	0,00	0,00	0,00	64.171,48
502021102 - GTOS. DE REP.P/VIAJ.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
502021302 - DAÑOS Y PERJUICIOS	1.737.145,65	0,00	0,00	0,00	0,00	1.737.145,65
502021502 - SERVICIOS SORTEO	36.057,28	0,00	0,00	0,00	0,00	36.057,28
502021602 - ROBO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
502021710 - MULTAS VARIAS	44.502,28	0,00	0,00	0,00	0,00	44.502,28
502050102 - COMIS.POR COBR.	2.881.279,48	0,00	0,00	0,00	729.747,02	2.151.532,46
502050300 - COMISIONES ACCIONES MKT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
503040202 - GASTOS GENERALES FINANCIEROS	28.548,24	0,00	0,00	0,00	19.978,00	8.570,24
507010202 - GTOS.VARIOS SEG.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
507010302 - PAPELERIA/UTIL.DPTO SEGUROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
507020102 - GTOS ADMIN.RECUP.SEGUROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
507020202 - BONIF./DESC.PERS.S.CRISTOB.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
507030102 - GTOS VARIOS PLAN SALUD	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
507030202 - PAPEL. Y UTILES PLAN SALUD	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
507030402 - OTROS GASTOS PERSONAL PLAN SALUD	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
509010102 - SERVICIOS VARIOS F/SALUD	14.785.270,93	0,00	0,00	0,00	0,00	14.785.270,93
509010302 - PERDIDA VTA F. SALUD	1.199.382,07	0,00	0,00	0,00	0,00	1.199.382,07
510010102 - RENTA DIARIA SANCOR	726,60	0,00	0,00	0,00	0,00	726,60
515010102 - AJUSTE DIF.INVENTARIO	-180.559,50	0,00	0,00	0,00	0,00	-180.559,50
<b>Gastos de Honorarios</b>	<b>6.639.802,86</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>414.115,48</b>	<b>6.225.687,38</b>
501050102 - AUDITORIA Y SINDICATURA	459.778,69	0,00	0,00	0,00	380.323,33	79.455,36
501050202 - ESCRIB. Y LETRADO	4.727.807,48	0,00	0,00	0,00	1.308,93	4.726.498,55
501050301 - HONORARIOS DIRECTORES Y SINDICO	366.377,27	0,00	0,00	0,00	0,00	366.377,27

501050502 - HONORARIOS VARIOS	1.074.891,59	0,00	0,00	0,00	27.863,22	1.047.028,37
503040102 - HONORARIOS FINANCIEROS	10.947,83	0,00	0,00	0,00	4.620,00	6.327,83
<b>Comisiones</b>	<b>381.020,78</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>208.462,48</b>	<b>172.558,30</b>
501032101 - DATACASH/ LINK	206.772,69	0,00	0,00	0,00	208.462,48	-1.689,79
502050202 - COMISIONES VARIAS PREST.PERS.	174.248,09	0,00	0,00	0,00	0,00	174.248,09
<b>Bs. De Uso</b>	<b>6.658.205,54</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.375,34</b>	<b>6.655.830,20</b>
501020102 - AMORTIZACIONES	2.730.816,09	0,00	0,00	0,00	0,00	2.730.816,09
501020202 - LIMPIEZA	1.585.019,58	0,00	0,00	0,00	2.375,34	1.582.644,24
501020302 - REPAR. Y MANTEN.	2.342.369,88	0,00	0,00	0,00	0,00	2.342.369,88
504010302 - AMORTIZACIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Bonificaciones</b>	<b>7.974.633,35</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7.974.633,35</b>
502021402 - DTO.PROM.US.	7.974.633,35	0,00	0,00	0,00	0,00	7.974.633,35
<b>Inversiones</b>	<b>178.548,09</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>178.548,09</b>
504010102 - IMPUESTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
504010402 - EXPENSAS	178.548,09	0,00	0,00	0,00	0,00	178.548,09
504010602 - GASTOS POR VTAS DPTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
504010702 - COSTO VENTA DEPARTAMENTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
504010802 - RTDOS VTAS DEPARTAMENTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
506010102 - PARTICIPAC. SOC. ART. 33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Gastos Fideicomisos</b>	<b>3.118.681,52</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.114.831,52</b>	<b>3.850,00</b>
503030324 - COMISIONES PUBLICO	2.627.159,40	0,00	0,00	0,00	2.623.309,40	3.850,00
503030424 - HONORARIOS PUBLICO	418.600,00	0,00	0,00	0,00	419.077,25	-477,25
503030524 - GASTOS VARIOS PUBLICO	72.922,12	0,00	0,00	0,00	72.444,88	477,25
<b>EGRESOS NO COMPUTABLES</b>	<b>156.334.513,69</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>28.578.192,79</b>	<b>127.756.320,90</b>
<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>	<b>8.870.866,53</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.119.758,94</b>	<b>6.751.107,59</b>
502030102 - PUBLICIDAD NO GRÁFICA	3.594.051,82	0,00	0,00	0,00	699.810,16	2.894.241,66
502030202 - PUBLICIDAD ACCION COMERCIOS	1.014.348,40	0,00	0,00	0,00	950.002,31	64.346,09
502030302 - PUBLICIDAD GRAFICA-PROMOCION	4.262.466,32	0,00	0,00	0,00	469.946,47	3.792.519,85

<b><i>Tributos Nacionales, Prov. y Municipales</i></b>	<b>41.617.371,48</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.758.973,43</b>	<b>35.858.398,04</b>
501030402 - SELLADOS VARIOS	110.812,14	0,00	0,00	0,00	3.922,27	106.889,87
501031702 - SELLADOS DOCUMENTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
502040102 - IMP. ING. BRUTOS	31.521.774,00	0,00	0,00	0,00	1.664.486,87	29.857.287,14
502040202 - T.I.S.e.H.	5.046.607,31	0,00	0,00	0,00	0,00	5.046.607,31
502040302 - IMPUESTOS Y TASAS VS.	1.277.366,71	0,00	0,00	0,00	914.643,75	362.722,96
502040402 - FONDO MUNICIP.TURISMO	383.427,91	0,00	0,00	0,00	0,00	383.427,91
502040502 - TASA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	61.863,40	0,00	0,00	0,00	0,00	61.863,40
502040601 - IMPUESTO AL CHEQUE S/DEBITOS	2.453.488,91	0,00	0,00	0,00	1.543.965,12	909.523,79
502040701 - IMPUESTO AL CHEQUE S/CREDITOS	1.824.135,95	0,00	0,00	0,00	1.169.175,49	654.960,46
503040401 - SELLADOS BANCARIOS	1.730.397,70	0,00	0,00	0,00	462.779,94	1.267.617,76
504010202 - TASAS Y CONTRIBUCIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
505010101 - IMPUESTO A LAS GANANCIAS	-2.792.502,57	0,00	0,00	0,00	0,00	-2.792.502,57
505010201 - IMP. GANANCIA MINIMA PRESUNTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b><i>Intereses</i></b>	<b>40.046.113,58</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>20.699.460,42</b>	<b>19.346.653,16</b>
503010101 - INTERESES BANCARIOS	38.971.203,92	0,00	0,00	0,00	20.393.038,22	18.578.165,70
503010202 - INTER.P/CARGAS SOC.	92,48	0,00	0,00	0,00	0,00	92,48
503010302 - INT. P/CARG. FISC.	74.181,91	0,00	0,00	0,00	0,00	74.181,91
503010401 - INTERESES DIVERSOS	1.000.635,26	0,00	0,00	0,00	306.422,20	694.213,06
503030127 - INTER. POR CESION PUBLICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b><i>Deudores Incobrables</i></b>	<b>65.800.162,11</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>65.800.162,11</b>
502020902 - DEUDORES INCOBR.	65.800.162,11	0,00	0,00	0,00	0,00	65.800.162,11
<b>Total Egresos</b>	<b>378.158.783,82</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>55.562.977,32</b>	<b>322.595.806,50</b>

Figura 4- Coeficientes Ingresos

<b>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</b>						
CÁLCULO DE INGRESOS EJERCICIO 01/05/2015 al 30/04/2016 <i>Proyectados 2027</i> y PROYECCIONES E-COMMERCE 2017						
		Ingresos PBA	Ingresos CABA	Ingresos Entre Rios	Ingresos Santa Fe	Ingresos Cordoba
<b>TOTAL DE INGRESOS al 30/04/16 Proyectados 2027 + Proyectados E-commerce 2027</b>		\$ 311.541.442,44	\$ 27.154.145,95	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Menos Ingresos Regimen Especial</b>		84.868.241,00	5.556,63			
<b>Menos Ingresos No Computables</b>						
4050106	405010600 - RESULTADO VENTA BIENES DE USO	9.322,88	0,00			
4050102	405010200 - DIFERENCIA CAMBIO/COTIZ/REVALUO	-74.500.496,15	0,00			
4010122	401012200 - RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	27.072.451,59	0,00			
4010110	401011000 - RECUPERO DE INCOBRABLES '99	42.496,80	0,00			
4120301	412030100 - DIFERENCIA COTIZACION FF PUBLICO	3.916.162,33	0,00			
4120401	412040100 - REVALUO BONO RESIDUAL FF PUBLICO	27.542.507,10	0,00			
4070101	407010100 - RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SGR	361.694,52	0,00			
		-15.555.860,92	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL INGRESOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>		<b>\$ 269.377.651,69</b>	<b>242.229.062,37</b>	<b>27.148.589,32</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Coeficiente Ingresos (C.I.)</b>		<b>1,0000</b>	<b>0,8992</b>	<b>0,1008</b>	<b>0,0000</b>	<b>0,0000</b>
<b>Coeficiente Relativo</b>	<b>Porcentaje que representan Ingresos REGIMEN GENERAL sobre Total de Ingreso Computables</b> (Ingresos computables de Regimen General de cada jurisdicción sobre la suma de dichos ingresos y los de Regimen Especial de cada jurisdicción)	74,05%	99,98%	100,00%	100,00%	100,00%

Figura 5 - Coeficientes Gastos

<b>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</b>							
CÁLCULO DE EGRESOS EJERCICIO 01/05/2015 al 30/04/2016 Proyectados y PROYECCIONES E-COMMERCE 2017							
		Egresos PBA	Egresos CABA	Egresos Entre Rios	Egresos Cordoba	Egresos CABA	TOTAL GASTOS
Total de Egresos al 30/04/16 Proyectados + Proyectados E-commerce 2027		322.595.806,50	55.562.977,32	-	-	-	378.158.783,82
- GASTOS NO COMPUTABLES ATRIBUCIÓN DIRECTA RÉGIMEN ESPECIAL		-19.346.653,16	-20.699.460,42				-40.046.113,58
<b>GASTOS PRORRATEABLES REGIMEN GENERAL</b>		<b>303.249.153,34</b>	<b>34.863.516,90</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>338.112.670,24</b>
Porcentaje Ingresos Regimen General sobre Total de Ingreso Computables		74,05%	99,98%	100,00%	100,00%	100,00%	
<b>TOTAL GASTOS CORRESPONDIENTE AL REGIMEN GENERAL al 30/04/2016 Proyectados + Proyectados E-commerce 2027</b>		<b>\$ 224.568.522,34</b>	<b>\$ 34.856.382,68</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>259.424.905</b>
<b>Menos: Gastos No computables X Coeficiente Relativo</b>							
		<i>PBA</i>	<i>CABA</i>				
3 c)	<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>			-4.999.474,00	-2.119.325,17		
	Publicidad no gráfica 5020301	2.894.241,66	699.810,16				
	Publicidad acciones comercios 5020302	64.346,09	950.002,31				
	Publicidad gráfica 5020303	3.792.519,85	469.946,47				
3 d)	<b>Tributos Nacionales, Prov. Y Municipales</b>			-26.554.624,72	-5.757.794,96		
	Sellados 5010304	106.889,87	3.922,27				
	Sellados Documentos 5010317	-	-				
	IIBB 5020401	29.857.287,14	1.664.486,87				
	TISH 5020402	5.046.607,31	-				
	IMPUESTOS VARIOS 5020403	362.722,96	914.643,75				
	Fondo Munical de Turismo 5020404	383.427,91	-				
	Tasa Publicidad y Proaganda 5020405	61.863,40	-				
	Imp. Al Cheque s/ Débitos 5020406	909.523,79	1.543.965,12				
	Imp. Al Cheque s/ Créditos 5020407	654.960,46	1.169.175,49				
	Sellados Bancarios Matriz 5030404	1.267.617,76	462.779,94				
	Impuestos Edificio 5040101	-	-				
	Tasas Edificio 5040102	-	-				
	Impuesto a las Ganancias 5050101	-2.792.502,57	-				
	Imp. Ganancia Mínima Presunta 5050102	-	-				
	Imp. Sellos 5050103	-	-				
3 e)	<b>Intereses</b>						
	Int. Bancarios Matriz 5030101	18.578.165,70	20.393.038,22				
	Int p/ Cargas Soc. 5030102	92,48	-				
	Int p/ Cargas F. 5030103	74.181,91	-				
	Int. Diversos 5030104	694.213,06	306.422,20				
	Int. Soc Art 33 L 19550 5030105	-	-				
	Int. Cesion 5030301	-	-				(Gastos Asingacion Directa a Regimen Especial, restados al 100% en el apartado de arriba)
RG.CA 5/12	<b>Deudores Incobrables</b>			-48.727.737,61	-		
	Deudores Incobrables 5020209	65.800.162,11	-				
mas							
3 f)	<b>Sueldos y Honorarios Directores y Sindico - (Tope 1 %)</b>			-860.850,18	-		
	Sueldos Dirección	401.451,50	-				
	Honorarios Dirección y Sindico Aprobados	366.377,27	-				
	1 % Utilidad Comercial Balance 2016	-394.631,95	-				
	<b>TOTAL GASTOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>	<b>\$ 170.405.098,40</b>	<b>143.425.835,84</b>	<b>26.979.262,56</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	<b>Coeficiente Egresos (C.E.)</b>	<b>1,0000</b>	<b>0,8417</b>	<b>0,1583</b>	<b>0,0000</b>	<b>0,0000</b>	<b>0,0000</b>

**Figura 6 - Coeficientes Unificados**

	<b><u>C.I.</u></b>	<b><u>C.E.</u></b>	<b><u>C.U.</u></b>
<b>PBA</b>	89,9217%	84,1676%	87,0447%
<b>CABA</b>	10,0783%	15,8324%	12,9553%
<b>ENTRE RIOS</b>	0,0000%	0,0000%	0,0000%
<b>SANTA FE</b>	0,0000%	0,0000%	0,0000%
<b>CORDOBA</b>	0,0000%	0,0000%	0,0000%
<b>Total</b>	100,0000%	100,0000%	100,0000%

**Figura 7 - Liquidación Anual Convenio Multilateral**

<b>Total Ingresos (Ctas. 4 )</b>	<b>448.175.459,77</b>
Otros conceptos que no integran B.I.(no integran la base los pases a incobrables del periodo y deben incluirse los recuperos de incobrables de periodos anteriores que ya han sido deducidos, no integran la base diferencia de cambio, revaluos, etc) Art 188	
<b>Total Conceptos que no integran la Base Imponible.</b>	<b>-15.011.315,63</b>
<b>TOTAL Base Imponible</b>	<b>433.164.144,14</b>
<b>Exentos</b>	<b>-784.012,00</b>
<b>TOTAL Gravados</b>	<b>432.380.132,14</b>

**RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN ESPECIAL ART. 7**

Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.				
		Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado		
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	39.144,71	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	0,00	5,50%	0,00	39.144,71	8,00%	3.131,58
659892	Servicios de Crédito n.c.p. (Ing. Operativos y Financieros)	110.823.622,77	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	0,00	7,00%	0,00	110.823.622,77	8,00%	8.865.889,82
<b>TOTAL</b>		<b>110.862.767,48</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5,50%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4,75%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7,00%</b>	<b>0,00</b>	<b>110.862.767,48</b>	<b>8,00%</b>	<b>8.869.021,40</b>

**RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN GENERAL ART. 2**

Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.			
		Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	Ingresos	Coefficiente	Impuesto Determinado	
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	320.213.643,86	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	41.484.782,73	12,9553%	2.281.663,05	278.728.861,13	87,0447%	22.298.308,89
659892	Servicios de Crédito n.c.p. (Ing. Operativos y Financieros)	146.200,80	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	18.940,82	7,00%	1.325,86	127.259,98	127,25998%	10.180,80
701090	Servicios Inmobiliarios por cuenta propia (Ing. Operativos y Financieros)	826.800,00	0,00	3,00%	0,00	0,00	4,00%	0,00	0,00	3,50%	0,00	107.114,79	12,9553%	4.284,59	719.685,21	87,0447%	43.181,11
<b>TOTAL</b>		<b>321.186.644,66</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5,50%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4,75%</b>	<b>0,00</b>	<b>41.610.838,34</b>	<b>12,9553%</b>	<b>2.287.273,50</b>	<b>279.575.806,32</b>	<b>87,0447%</b>	<b>22.351.670,80</b>
<b>TOTAL IMPUESTO DETERMINADO</b>		<b>33.507.965,70</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.287.273,50</b>	<b>0,00%</b>	<b>2.287.273,50</b>	<b>0,00</b>	<b>31.220.692,20</b>	

**CASO 2: Análisis de Cambio de Variables Ingresos y Gastos a 10 años – Criterio Domicilio de Comercio Adherido**

**Figura 1 - Proyección de Ingresos y Gastos E- Commerce para 2027 por jurisdicción.**

Clasificación	Cuenta Contable	Concepto	Proyección 2017	% de Atribución de Ingresos Proyectados 2027 por Jurisdicción				
				Entre Ríos	Santa Fe	Córdoba	CABA	PBA
				5,00%	2,00%	3,00%	23,00%	67,00%
<b>CASO 1</b>								
<b>Criterio: Domicilio del Comercio Adherido</b>								
<b>Supuesto: La infraestructura informática de los Comercios Adheridos a E-Commerce se encuentran ubicadas en provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba, CABA y Provincia de Buenos Aires, en función al Domicilio Contractual.</b>								
Ingresos	4010100	COMISIONES GANADAS E-COMMERCE	13.000.000,00	650.000,00	260.000,00	390.000,00	2.990.000,00	8.710.000,00
<b>Total Ingresos Proyectados E-Commerce 2027</b>			<b>13.000.000,00</b>	<b>650.000,00</b>	<b>260.000,00</b>	<b>390.000,00</b>	<b>2.990.000,00</b>	<b>8.710.000,00</b>
Gastos	5010313	COMISIONES Y GASTOS BANCARIOS.	2.500.001,30	125.000,07	50.000,03	75.000,04	575.000,30	1.675.000,87
Gastos	5020202	INFORMES COMERCIALES	1.500.001,30	75.000,07	30.000,03	45.000,04	345.000,30	1.005.000,87
Gastos	5020204	SERVICIOS A COMERCIOS	960.001,30	48.000,07	19.200,03	28.800,04	220.800,30	643.200,87
Gastos	5020206	PAPELERIA COMERCIOS	1.144.000,00	57.200,00	22.880,00	34.320,00	263.120,00	766.480,00
Gastos	5020302	PUBLICIDAD ACCION COMERCIOS	950.001,30	47.500,07	19.000,03	28.500,04	218.500,30	636.500,87
Gastos	5020403	IMPUESTOS Y TASAS VARIAS	900.001,30	45.000,07	18.000,03	27.000,04	207.000,30	603.000,87
<b>Total Gastos Proyectados E-Commerce 2027</b>			<b>7.954.006,50</b>	<b>397.700,33</b>	<b>159.080,13</b>	<b>238.620,20</b>	<b>1.829.421,50</b>	<b>5.329.184,36</b>

**Figura 2 - Ingresos clasificados en Régimen General y Especial de Convenio Multilateral, distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 Proyectado al 2027 y Proyecciones E- Commerce 2027.**

Cuenta	INGRESOS	Ingresos Totales	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba	CABA	PCIA. BS. AS
<b>RÉGIMEN GENERAL</b>		<b>289.393.595,00</b>	<b>650.000,00</b>	<b>260.000,00</b>	<b>390.000,00</b>	<b>7.738.285,30</b>	<b>280.355.309,70</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>226.615.974,99</b>	<b>650.000,00</b>	<b>260.000,00</b>	<b>390.000,00</b>	<b>5.323.605,13</b>	<b>219.992.369,86</b>
4010101	Comisiones Ganadas	100.386.477,70				2.332.319,93	98.054.157,77
4010100	Comisiones Ganadas e-commerce	13.000.000,00	650.000,00	260.000,00	390.000,00	2.990.000,00	8.710.000,00
4010102	Adhesiones	426.494,89				0,00	426.494,89
4010103	Renovaciones	36.503.027,71				0,00	36.503.027,71
4010104	Cargos Excedidos	1.707.718,92				0,00	1.707.718,92
4010107	Gtos.Renov./Extrav.	636.391,76				0,00	636.391,76
4010109	Cargo Retiro Efectivo	447.963,17				0,00	447.963,17
4010111	Cargo Emis.y Envio Liquidación Comercios	550.073,30				1.285,20	548.788,10
4010112	Cargo Emis.y Envio Resumen Usuarios	5.445.594,38				0,00	5.445.594,38
4010114	Cargo Gestión	4.554.476,96				0,00	4.554.476,96
4010117	Cargo Mantenimiento	62.510.871,11				0,00	62.510.871,11
4010121	Cargo Evaluación Crediticia	446.885,10				0,00	446.885,10
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES</u></b>	<b>516.360,84</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>516.360,84</b>
	<b><u>SALUD</u></b>	<b>24.472.713,93</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>24.472.713,93</b>
	<b><u>SEGUROS</u></b>	<b>10.745.849,07</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.249,86</b>	<b>10.743.599,22</b>
	<b><u>OTROS INGRESOS</u></b>	<b>13.762.749,15</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.412.430,31</b>	<b>11.350.318,84</b>
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>13.279.947,02</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>13.279.947,02</b>

<b>RÉGIMEN ESPECIAL</b>		<b>84.873.797,62</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.556,63</b>	<b>84.868.241,00</b>
	<b><u>TC FAVACARD</u></b>	<b>65.770.366,59</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>65.770.366,59</b>
4010105	Intereses Punitivos - SF	52.348.887,26				0,00	52.348.887,26
4010106	Intereses Financiacion Usuarios - SF	7.472.462,73				0,00	7.472.462,73
4010108	Intereses Retiro Efectivo - SF	4.772.792,67				0,00	4.772.792,67
4010118	Cargo x Transf. Dinero	89,60				0,00	89,60
4050101	Intereses Ganados - SF	1.176.134,33				0,00	1.176.134,33
	<b><u>PRESTAMOS PERSONALES (Fin)</u></b>	<b>18.960.830,45</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>18.960.830,45</b>
	<b><u>FIDEICOMISOS - INGRESOS</u></b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	<b><u>SISTEMA CREDITOS VARIOS (Fin)</u></b>	<b>142.600,58</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.556,63</b>	<b>137.043,96</b>
<b>"NO BASE"</b>		<b>-15.555.860,92</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>-15.555.860,92</b>
4010110	RECUPERO DE INCOBRABLES '99	42.496,80				0,00	42.496,80
4010122	RECUPERO DS.INCOBRABLES	27.072.451,59				0,00	27.072.451,59
4050102	DIFERENCIA CAMBIO/COTIZ/REVALUO	-74.500.496,15				0,00	-74.500.496,15
4050106	RESULT.VTA BIENES DE USO	9.322,88				0,00	9.322,88
4060101	INTERESES C.AHORRO / BANCOS	0,00				0,00	0,00
4060201	INT. PLAZOS FIJOS	0,00				0,00	0,00
4060301	INTERESES FONDOS DE INVERSION	0,00				0,00	0,00
4070101	RDO VARIACION FONDO DE RIESGO SGR	361.694,52				0,00	361.694,52
4070102	RDO VENTA DE INVERSIONES	0,00				0,00	0,00
4120301	DIF. COTIZ. FF PÚBLICO	3.916.162,33				0,00	3.916.162,33
4120401	REVALUO BONO RESIDUAL FF PUBLICO	27.542.507,10				0,00	27.542.507,10
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>358.711.531,70</b>	<b>650.000,00</b>	<b>260.000,00</b>	<b>390.000,00</b>	<b>7.743.841,93</b>	<b>349.667.689,77</b>

**Figura 3-** Gastos clasificados y distribuidos por Jurisdicción, según Estado de Resultados al 30/04/2016 Proyectados al 2027 y Proyecciones E-Commerce 2027.

EGRESOS	TOTAL	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba	CABA	PCIA. BS. AS.
<b>EGRESOS COMPUTABLES</b>	<b>220.935.467,10</b>	<b>305.200,20</b>	<b>122.080,08</b>	<b>183.120,12</b>	<b>21.395.898,50</b>	<b>198.929.168,21</b>
<b>Gastos de Personal</b>	<b>122.733.433,58</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>585.497,30</b>	<b>122.147.936,27</b>
501010102 - SUELDOS / AGUIN.	56.170.997,78	0,00	0,00	0,00	0,00	56.170.997,78
501010202 - CARGAS SOCIALES	11.938.705,97	0,00	0,00	0,00	0,00	11.938.705,97
501010302 - SEGURO DE VIDA	120.725,70	0,00	0,00	0,00	0,00	120.725,70
501010402 - OTROS GASTOS PERS.	1.973.946,70	0,00	0,00	0,00	233.232,66	1.740.714,04
501010502 - GRATIF. AL PERSONAL	-265,58	0,00	0,00	0,00	0,00	-265,58
501010702 - INDEMNIZACIONES	385.256,93	0,00	0,00	0,00	0,00	385.256,93
501010802 - A.R.T.	367.899,06	0,00	0,00	0,00	0,00	367.899,06
501010902 - RETIROS VOLUNTARIOS	348.797,40	0,00	0,00	0,00	0,00	348.797,40
501011202 - PRODUCTIVIDAD	1.163.110,41	0,00	0,00	0,00	0,00	1.163.110,41
501031002 - VIAT. Y MOV. DEDUC.	1.215.062,77	0,00	0,00	0,00	227.666,07	987.396,70
502010102 - SUELDOS / SAC.	32.928.005,47	0,00	0,00	0,00	0,00	32.928.005,47
502010202 - COMISIONES	4.187.885,10	0,00	0,00	0,00	0,00	4.187.885,10
502010302 - CARGAS SOCIALES	7.953.380,67	0,00	0,00	0,00	0,00	7.953.380,67
502010402 - VIAT. Y MOV. DEDUC.	441.861,38	0,00	0,00	0,00	84.494,24	357.367,14
502010502 - SEGURO DE VIDA	98.119,69	0,00	0,00	0,00	0,00	98.119,69
502010602 - OTROS GASTOS PERS.	1.045.695,39	0,00	0,00	0,00	40.104,33	1.005.591,06
502010702 - GRATIF. AL PERSONAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
502010802 - INDEMNIZACIONES	1.218.445,90	0,00	0,00	0,00	0,00	1.218.445,90
502010902 - A.R.T.	262.813,40	0,00	0,00	0,00	0,00	262.813,40
502011002 - RETIROS VOLUNTARIOS	87.962,87	0,00	0,00	0,00	0,00	87.962,87
502011202 - PRODUCTIVIDAD	825.026,58	0,00	0,00	0,00	0,00	825.026,58
<b>Gastos Generales</b>	<b>73.251.141,37</b>	<b>305.200,20</b>	<b>122.080,08</b>	<b>183.120,12</b>	<b>17.070.616,37</b>	<b>55.570.124,61</b>
501020502 - ALQUILERES	4.172.489,19	0,00	0,00	0,00	0,00	4.172.489,19
501020602 - SERVICIOS PUBLICOS	3.367.271,49	0,00	0,00	0,00	172.813,42	3.194.458,07
501020702 - SEGUROS	841.825,42	0,00	0,00	0,00	17.366,62	824.458,80
501030102 - ALQUILER DE EQUIPOS	777.701,78	0,00	0,00	0,00	0,00	777.701,78
501030202 - PAPEL. Y UT. DE OFIC.	1.363.289,68	0,00	0,00	0,00	763,81	1.362.525,86

501030502 - FRANQUEO	194.424,48	0,00	0,00	0,00	7.933,67	186.490,81
501030602 - SERVICIO DE VIGILANCIA	769.720,78	0,00	0,00	0,00	0,00	769.720,78
501030702 - TRANSP.DE CAUDALES	9.279.037,85	0,00	0,00	0,00	4.519.955,92	4.759.081,93
501030801 - SERVICIOS CONTRATADOS	293.719,31	0,00	0,00	0,00	110.794,43	182.924,88
501031102 - GASTOS JUDICIALES	139.989,91	0,00	0,00	0,00	17.635,00	122.354,90
501031202 - GASTOS DE REFRIGERIO	388.461,77	0,00	0,00	0,00	26.456,96	362.004,80
501031302 - COM.Y GASTOS BCOS.	6.499.363,48	125.000,07	50.000,03	75.000,04	1.722.302,60	4.527.060,75
501031402 - DONACIONES	62.963,94	0,00	0,00	0,00	0,00	62.963,94
501031502 - SUSCRIPCIONES	41.806,04	0,00	0,00	0,00	87,93	41.718,11
501031602 - DIFERENCIAS DE CAJA	-33.130,73	0,00	0,00	0,00	0,00	-33.130,73
501031802 - VARIOS	42.621,73	0,00	0,00	0,00	0,00	42.621,73
501031902 - REDONDEO	6.352,63	0,00	0,00	0,00	0,14	6.352,49
501032002 - ENCOM. Y FLETES	2.049.363,37	0,00	0,00	0,00	11.140,12	2.038.223,25
501032202 - MULTAS VARIAS	36.629,84	0,00	0,00	0,00	0,00	36.629,84
502020102 - TARJETAS ACRILICAS	751.650,91	0,00	0,00	0,00	0,00	751.650,91
502020202 - INFORMES COMERCIALES	4.341.844,95	75.000,07	30.000,03	45.000,04	2.186.612,88	2.005.231,94
502020302 - SERVIC.A USUARIOS	11.159.799,39	0,00	0,00	0,00	6.236.433,60	4.923.365,79
502020402 - SERVIC.A COMERCIOS	2.545.851,40	48.000,07	19.200,03	28.800,04	872.153,74	1.577.697,53
502020502 - ENTREGA DE TARJ.	625.106,16	0,00	0,00	0,00	95.878,47	529.227,69
502020602 - PAPELERIA COMERC.	1.426.959,42	57.200,00	22.880,00	34.320,00	263.204,07	1.049.355,35
502020802 - GEST. DE COBRANZAS	1.509.502,69	0,00	0,00	0,00	59.357,96	1.450.144,74
502021002 - FRAUDES	64.171,48	0,00	0,00	0,00	0,00	64.171,48
502021302 - DAÑOS Y PERJUICIOS	1.737.145,65	0,00	0,00	0,00	0,00	1.737.145,65
502021502 - SERVICIOS SORTEO	36.057,28	0,00	0,00	0,00	0,00	36.057,28
502021710 - MULTAS VARIAS	44.502,28	0,00	0,00	0,00	0,00	44.502,28
502050102 - COMIS.POR COBR.	2.881.279,48	0,00	0,00	0,00	729.747,02	2.151.532,46
502050300 - COMISIONES ACCIONES MKT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
503040202 - GASTOS GENERALES FINANCIEROS	28.548,24	0,00	0,00	0,00	19.978,00	8.570,24
509010102 - SERVICIOS VARIOS F/SALUD	14.785.270,93	0,00	0,00	0,00	0,00	14.785.270,93
509010302 - PERDIDA VTA F. SALUD	1.199.382,07	0,00	0,00	0,00	0,00	1.199.382,07
510010102 - RENTA DIARIA SANCOR	726,60	0,00	0,00	0,00	0,00	726,60
515010102 - AJUSTE DIF.INVENTARIO	-180.559,50	0,00	0,00	0,00	0,00	-180.559,50
<b>Gastos de Honorarios</b>	<b>6.639.802,86</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>414.115,48</b>	<b>6.225.687,38</b>
<b>Comisiones Prestamos</b>	<b>381.020,78</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>208.462,48</b>	<b>172.558,30</b>

<b>Bs. De Uso</b>	<b>6.658.205,54</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.375,34</b>	<b>6.655.830,20</b>
<b>Bonificaciones</b>	<b>7.974.633,35</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7.974.633,35</b>
<b>Inversiones</b>	<b>178.548,09</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>178.548,09</b>
<b>Gastos Fideicomisos</b>	<b>3.118.681,52</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3.114.831,52</b>	<b>3.850,00</b>
<b>EGRESOS NO COMPUTABLES</b>	<b>156.334.511,67</b>	<b>92.500,13</b>	<b>37.000,05</b>	<b>55.500,08</b>	<b>27.153.688,77</b>	<b>128.995.822,64</b>
<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>	<b>8.870.865,52</b>	<b>47.500,07</b>	<b>19.000,03</b>	<b>28.500,04</b>	<b>1.388.256,93</b>	<b>7.387.608,47</b>
502030102 - PUBLICIDAD	3.594.051,82	0,00	0,00	0,00	699.810,16	2.894.241,66
502030202 - PUBLIC. ACCION COMERCIOS	1.014.347,39	47.500,07	19.000,03	28.500,04	218.500,30	700.846,96
502030302 - PUBLICIDAD GRAFICA-PROMOCION	4.262.466,32	0,00	0,00	0,00	469.946,47	3.792.519,85
<b>Tributos Nacionales, Prov. y Municipales</b>	<b>41.617.370,47</b>	<b>45.000,07</b>	<b>18.000,03</b>	<b>27.000,04</b>	<b>5.065.971,42</b>	<b>36.461.398,92</b>
501030402 - SELLADOS VARIOS	110.812,14	0,00	0,00	0,00	3.922,27	106.889,87
501031702 - SELLADOS DOCUMENTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
502040102 - IMP. ING. BRUTOS	31.521.774,00	0,00	0,00	0,00	1.664.486,87	29.857.287,14
502040202 - T.I.S.e.H.	5.046.607,31	0,00	0,00	0,00	0,00	5.046.607,31
502040302 - IMPUESTOS Y TASAS VS.	1.277.365,70	45.000,07	18.000,03	27.000,04	221.641,74	965.723,83
502040402 - FONDO MUNICIP.TURISMO	383.427,91	0,00	0,00	0,00	0,00	383.427,91
502040502 - TASA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	61.863,40	0,00	0,00	0,00	0,00	61.863,40
502040601 - IMPUESTO AL CHEQUE S/DEBITOS	2.453.488,91	0,00	0,00	0,00	1.543.965,12	909.523,79
502040701 - IMPUESTO AL CHEQUE S/CREDITOS	1.824.135,95	0,00	0,00	0,00	1.169.175,49	654.960,46
503040401 - SELLADOS BANCARIOS	1.730.397,70	0,00	0,00	0,00	462.779,94	1.267.617,76
504010202 - TASAS Y CONTRIBUCIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
505010101 - IMPUESTO A LAS GANANCIAS	-2.792.502,57	0,00	0,00	0,00	0,00	-2.792.502,57
505010201 - IMP. GANANCIA MINIMA PRESUNTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Intereses</b>	<b>40.046.113,58</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>20.699.460,42</b>	<b>19.346.653,16</b>
<b>Deudores Incobrables</b>	<b>65.800.162,11</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>65.800.162,11</b>
<b>Total Egresos</b>	<b>377.269.978,77</b>	<b>397.700,33</b>	<b>159.080,13</b>	<b>238.620,20</b>	<b>48.549.587,27</b>	<b>327.924.990,85</b>

**Figura 4- Coeficientes Ingresos**

<b>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</b>									
CÁLCULO DE INGRESOS EJERCICIO 1/05/2015 al 30/04/2016 Proyectados al 2027 y PROYECCIONES E-COMMERCE 2027									
				Ingresos PBA	Ingresos CABA	Ingresos Entre Rios	Ingresos Santa Fe	Ingresos Cordoba	
<b>TOTAL DE INGRESOS al 30/04/16 Proyectados al 2027 + Proyectados E-commerce 2027</b>				\$ 349.667.689,77	\$ 7.743.841,93	\$ 650.000,00	\$ 260.000,00	\$ 390.000,00	
<b>Menos Ingresos Regimen Especial</b>				84.868.241,00	5.556,63				
<b>Menos Ingresos No Computables</b>									
4050106	405010600 - RESULTADO VENTA BIENES DE USO	9.322,88	0,00						
4050102	405010200 - DIFERENCIA CAMBIO/COTIZ/REVALUO	-74.500.496,15	0,00						
4010122	401012200 - RECUPERO DEUDORES INCOBRABLES	27.072.451,59	0,00						
4010110	401011000 - RECUPERO DE INCOBRABLES 99	42.496,80	0,00						
4120301	412030100 - DIFERENCIA COTIZACION FF PUBLICO	3.916.162,33	0,00						
4120401	412040100 - REVALUO BONO RESIDUAL FF PUBLICO	27.542.507,10	0,00						
4070101	407010100 - RESULTADO VARIACION FONDO DE RIESGO SGR	361.694,52	0,00						
				-15.555.860,92	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL INGRESOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>				\$ 289.393.595,00	280.355.309,70	7.738.285,30	650.000,00	260.000,00	390.000,00
<b>Coeficiente Ingresos (C.I.)</b>				1,0000	0,9688	0,0267	0,0022	0,0009	0,0013
<b>Coeficiente Relativo</b>	<b>Porcentaje que representan Ingresos REGIMEN GENERAL sobre Total de Ingreso Computables (Ingresos computables de Regimen General de cada jurisdicción sobre la suma de dichos ingresos y los de Regimen Especial de cada jurisdicción)</b>			76,76%	99,93%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Figura 5 - Coeficientes Gastos

<b>Ingresos Brutos - Convenio Multilateral</b>										
CÁLCULO DE EGRESOS EJERCICIO 1/05/2015 al 30/04/2016 Proyectados al 2027 y PROYECCIONES E-COMMERCE 2027										
					Egresos PBA	Egresos CABA	Egresos Entre Rios	Egresos Santa Fe	Egresos Cordoba	
Total de Egresos al 30/04/16 Proyectados al 2027					327.924.990,85	48.549.587,27	397.700,33	159.080,13	238.620,20	
- GASTOS NO COMPUTABLES RÉGIMEN ESPECIAL					-19.346.653,16	-20.699.460,42	-	-	-	
<b>GASTOS PRORRATEABLES REGIMEN GENERAL</b>					<b>308.578.337,70</b>	<b>27.850.126,85</b>	<b>397.700,33</b>	<b>159.080,13</b>	<b>238.620,20</b>	
Porcentaje Ingresos R.G. sobre Total de Ingreso Computables					76,76%	99,93%	100,00%	100,00%	100,00%	
<b>TOTAL GASTOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>					<b>\$ 236.872.937,87</b>	<b>\$ 27.830.142,87</b>	<b>\$ 397.700,33</b>	<b>\$ 159.080,13</b>	<b>\$ 238.620,20</b>	
Menos: Gastos no computables X COEF. RELATIVO										
			PBA	CABA	Entre Rios	Santa Fe	Cordoba			
3 c)	<b>Gastos de Propaganda y Publicidad</b>									
	Publicidad no gráfica	5020301	2.894.241,66	699.810,16	-	-	-			
	Publicidad acciones comercios	5020302	700.846,96	218.500,30	47.500,07	19.000,03	28.500,04			
	Publicidad gráfica	5020303	3.792.519,85	469.946,47	-	-	-			
3 d)	<b>Tributos Nacionales, Prov. Y Municipales</b>									
	Sellados	5010304	106.889,87	3.922,27						
	Sellados Documentos	5010317	-	-						
	IIBB	5020401	29.857.287,14	1.664.486,87						
	TISH	5020402	5.046.607,31	-						
	IMP. VARIOS	5020403	965.723,83	221.641,74	45.000,07	18.000,03	27.000,04			
	Fondo Munic. T.	5020404	383.427,91	-						
	Tasa Public.y Proaganda	5020405	61.863,40	-						
	Imp. Al Cheque s/ Débitos	5020406	909.523,79	1.543.965,12						
	Imp. Al Cheque s/ Créditos	5020407	654.960,46	1.169.175,49						
	Sellados Bancarios Matriz	5030404	1.267.617,76	462.779,94						
	Impuestos Edificio 25 de Mayo	5040101	-	-						
	Tasas Edificio 25 de Mayo	5040102	-	-						
	Impuesto a las Gcias	5050101	-2.792.502,57	-						
	Imp. Gcia. Mínima Presunta	5050102	-	-						
	Imp. Sellos	5050103	-	-						
3 e)	<b>Intereses</b>									
	Int. Bancarios Matriz	5030101	18.578.165,70	20.393.038,22						
	Int p/ Cargas Soc.	5030102	92,48	-						
	Int p/ Cargas F.	5030103	74.181,91	-						
	Int. Diversos	5030104	694.213,06	306.422,20						
	Int. Soc Art 33 L 19550	5030105	-	-						
	Int. Cesion	5030301	-	-						
										(Gastos Asingacion Directa a Regimen Especial, restados al 100% en el apartado de arriba)
RG.CA 5/12	<b>Deudores Incobrables</b>									
	Deudores Incobrables	5020209	65.800.162,11	-						
mas										
3 f)	<b>Sueldos y Honorarios D y S - (Tope 1 %)</b>									
	Sueldos Dirección		401.451,50	-						
	Honorarios Dirección y Sind. Aprobados		366.377,27	-						
	1 % Utilidad Comercial Bce 2016 Proyectado al 2027		-185.584,47	-						
<b>TOTAL GASTOS COMPUTABLES REGIMEN GENERAL</b>					<b>\$ 173.962.400,34</b>					
<b>Coeficiente Egresos (C.E.)</b>					1,0000	0,8736	0,1229	0,0018	0,0007	0,0011

**Figura 6 - Coeficientes Unificados**

	<b><u>C.I.</u></b>	<b><u>C.E.</u></b>	<b><u>C.U.</u></b>
<b>PBA</b>	96,8768%	87,3588%	92,1178%
<b>CABA</b>	2,6740%	12,2903%	7,4821%
<b>ENTRE RIOS</b>	0,2246%	0,1754%	0,2000%
<b>SANTA FE</b>	0,0898%	0,0702%	0,0800%
<b>CORDOBA</b>	0,1348%	0,1053%	0,1200%
<b>Total</b>	100,0000%	100,0000%	100,0000%

**Figura 7 - Liquidación Anual Convenio Multilateral**

<b>Total Ingresos Proyectados al 2027</b> Otros conceptos que no integran B.I.(no integran la base los pases a incobrables del periodo y deben incluirse los recuperos de incobrables de periodos anteriores que ya han sido deducidos, no integran la base diferencia de cambio, revaluos, etc) Art 188		<b>448.175.459,77</b>
<b>Total Conceptos que no integran la Base Imponible.</b> TOTAL Base Imponible Exentos (Art 207 del Código Fiscal)		-15.011.315,63 433.164.144,14 -784.012,00
<b>TOTAL Gravados</b>		<b>432.380.132,14</b>

RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN ESPECIAL ART. 7																	
Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.			
		Ingresos TOTALES	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado									
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	39.144,71	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	5,50%	0,00	39.144,71	8,00%	3.131,58
659892	Servicios de Crédito n.c.p. (Ing. Operativos y Financieros)	110.823.622,77	0,00	5,00%	0,00	0,00	5,50%	0,00	0,00	4,75%	0,00	0,00	7,00%	0,00	110.823.622,77	8,00%	8.865.889,82
		110.862.767,48	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	110.862.767,48		8.869.021,40

RESUMEN - LIQUIDACIÓN REGIMEN GENERAL ART. 2																	
Código	Actividades	Entre Ríos			Santa Fe			Cordoba			Capital Federal			Pcia. Bs. As.			
		Ingresos	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado	Coefficiente	Alicuotas	Impuesto Determinado
659920	Servicios de Tarjeta de Compra y ó Crédito (Ing. Operativos y Financieros)	320.213.643,86	640.504,01	5,00%	32.025,20	256.201,60	5,50%	14.091,09	384.302,41	4,75%	18.254,36	23.958.851,46	5,50%	1.317.736,83	294.973.784,39	8,00%	23.597.902,73
659892	Servicios de Crédito n.c.p. (Ing. Operativos y Financieros)	146.200,80	292,44	5,00%	14,62	116,97	5,50%	6,43	173,46	4,75%	8,33	10.938,96	7,00%	765,73	134.676,97	8,00%	10.774,16
701090	Servicios Inmobiliarios por cuenta propia (Ing. Operativos y Financieros)	826.800,00	1.653,80	3,00%	49,61	661,52	4,00%	26,46	992,28	3,50%	34,73	61.862,38	4,00%	2.474,50	761.630,02	6,00%	45.697,80
		321.186.644,66	642.450,25		32.089,44	256.980,09		14.123,98	385.470,15		18.297,43	24.031.652,80		1.320.977,05	295.870.091,38		23.654.374,71
<b>TOTAL IMPUESTO DETERMINADO</b>		<b>33.908.884,01</b>			<b>32.089,44</b>			<b>14.123,98</b>			<b>18.297,43</b>			<b>1.320.977,05</b>			<b>32.523.396,11</b>