vinetur

La problemática tributaria del e-commerce en las ventas de vino por internet

En los últimos años han proliferado multitud de tiendas on-line que operan en un marco global, sin embargo la mayoría desconoce que en el ámbito de bebidas alcohólicas existen unos procedimientos específicos para la circulación de mercancías que deben cumplirse

viernes 16 de noviembre de 2018

ESCRITO POR JORDI PORCEL GOMILA



En los últimos años han proliferado multitud de tiendas on-line que venden a particulares y empresas todo tipo de productos, entre los cuales, están las bebidas alcohólicas, entre ellas, el vino. Estas empresas operan en un marco global, vendiendo indistintamente a clientes situados en el ámbito nacional, intracomunitario o un tercer país. Sin embargo, la mayoría desconoce que en el ámbito de bebidas alcohólicas, como en el resto de productos sujeto a impuestos especiales, existen unos procedimientos específicos para la circulación de mercancías que deben cumplirse para así garantizar la tributación en destino. Es decir, lo que se persigue es que se pague el impuesto del país en el que se consuma el producto.

Lo cierto es que el envío de pequeñas cantidades de vino que se realizan a un destino y con fines comerciales debe realizarse a través del denominado sistema de ventas a distancia. Esto implica que si una persona física establecida en Alemania desea adquirir una caja de vino de una bodega española, el envío de dicho producto deberá someterse a un riguroso procedimiento que desincentiva totalmente los intercambios intracomunitarios.



El sistema de ventas a distancia es un sistema de circulación intracomunitaria de productos objeto de impuestos especiales por los que ya se ha devengado el impuesto en el Estado miembro de origen, que sean adquiridos por un particular establecido en otro Estado miembro, y que no ejerza una actividad económica en relación con dichos productos, corriendo a cuenta del vendedor el transporte. Es decir, es el sistema que debe utilizarse para el envío o recepción de vino en el ámbito europeo cuando el producto ya ha pagado el impuesto sobre el vino que, en el caso de España, es cero. Por tanto, **salvo que el producto se envíe en régimen suspensivo de impuesto**, las bodegas y distribuidores de vino españoles que deseen enviar a una simple botella de vino a un cliente fuera de España deberán acudir forzosamente a este sistema.

En nuestro caso, la bodega española deberá designar un representante fiscal en Alemania, que deberá inscribirse en la Administración Tributaria alemana, sobre el que recaerá la responsabilidad del pago del impuesto como sujeto pasivo sustituto del contribuyente. Dicho representante fiscal deberá solicitar una autorización de recepción por cada envío, garantizar el pago de los impuestos especiales si los hubiere, llevar una contabilidad de los productos y realizar el pago del impuesto.



Este complejo sistema de envíos que tiene como fin último garantizar la tributación en destino del producto, supone una discriminación respecto a los pequeños envíos procedentes de terceros países no comunitarios, ya que aquellos pueden realizarse exentos si son ocasionales, sin carácter comercial y no superan determinadas cantidades. Es decir, una bodega chilena o establecida en California podrá enviar una caja de vino a un cliente de cualquier país europeo, sin tener que pasar por todas estas trabas.

Por tanto, el principal problema del e-commerce para las bodegas de vino es exclusivamente tributario, problema que representa un obstáculo a la libre circulación de mercancías en el mercado comunitario y que hacen inviable en la práctica el intercambio entre países europeos de pequeñas cantidades de vino.