

UBALDO GONZÁLEZ DE FRUTOS

Inspector de Hacienda

Extracto:

EN este artículo se examina el tratamiento fiscal del comercio electrónico en EE.UU., una cuestión que puede resumirse en la idea «Internet, *tax free zone*», y que suele citarse con nostalgia cuando se compara con la situación a este lado del Atlántico, aunque su contenido y fundamento no se conocen demasiado. El hecho es que, frente a la solución que adoptamos en Europa de aclimatar la Nueva Economía a las estructuras preexistentes en la imposición indirecta, en EE.UU. prohibieron establecer tributos sobre el acceso a Internet y, por diversas razones, dejaron normalmente exentos a los bienes y servicios que se prestan o negocian por medio de la red. De esta manera, el comercio electrónico raramente va a estar gravado en el impuesto indirecto, conformando una situación claramente ventajosa. En la génesis de esta situación confluyen ideas políticas sobre el no intervencionismo estatal, presiones de la industria para postergar lo más posible la imposición sobre la nueva economía de manera que se favorezca su desarrollo y limitaciones técnico-jurídicas sobre la imposición sobre el comercio a distancia en general, que se han materializado hasta ahora en tres leyes de moratoria temporal de los gravámenes sobre Internet. Sin embargo, la cuestión dista mucho de estar resuelta con carácter definitivo, sobre todo porque el galopante déficit norteamericano presiona a las Haciendas federal y estatales, que ven en este sector una fuente de ingresos en la que desearían participar, a la vez que el comercio tradicional denuncia la desleal discriminación que está sufriendo. A la conclusión del artículo se hace un inventario de las tensiones que están afectando a la prohibición y se evalúan las posibilidades de que se «regularice» la situación tributaria de Internet en EE.UU.

Frente a otros sistemas tributarios como el español, donde la nueva realidad económica que supone la sociedad de la información ha sido aclimatada a los esquemas tributarios anteriores a esta revolución tecnológica con soluciones más o menos creadas *ad hoc*, en EE.UU. se vive una situación distinta, que podríamos denominar de indefinición, en que razones técnicas y políticas se alían para mantener, mientras se decide qué hacer, una moratoria sobre los tributos indirectos relacionados con Internet que podrían constituir *virtualmente* una zona franca tributaria.

El régimen jurídico vigente en EE.UU. tipifica legalmente a la Red como *Tax Free Zone*, y prohíbe el establecimiento y exigencia de impuestos por el acceso a Internet en cualquiera de sus modalidades tecnológicas, a la vez que declara exentos los servicios suministrados *on-line*, ya sean servicios propiamente llamados electrónicos como la compra de un antivirus en Panda o Symantec o la descarga de canciones en i-Tunes, ya se trate de los servicios tradicionales que se prestan a través de la red, como la reserva de vuelos en Travelocity o entradas de teatro en Ticketmaster. Del mismo modo, existe una exención, en un número importante de ocasiones, en la adquisición de bienes a través de Internet, ya sea en las subastas de E-Bay, ya en las tiendas especializadas como Amazon u Overstock.

Esta exención contrasta con la situación en Europa, donde queda sometido al IVA todo el ciclo económico y comercial que constituye Internet, gravando desde el acceso a la red como una prestación de servicios por el operador de telecomunicaciones a la adquisición de bienes y servicios (electrónicos o tradicionales) a través del ciberespacio. Es probable que la discrepancia hunda sus raíces en el distinto peso que la iniciativa privada y pública adquieren en el proceso de producción normativa a uno y otro lado del Atlántico, pues mientras en EE.UU. han sido los grupos de presión los que han conseguido ir presentando ante las Cámaras proyectos de ley que sucesivamente han demorado la toma de decisiones técnicas y políticas sobre la tributación del E-commerce, en Europa la iniciativa fue pública, y concretamente nuestro país de la Secretaría de Estado de Hacienda que en el año 2000 presentó el Informe sobre el Impacto del Comercio Electrónico en la Fiscalidad Española, fundamento en buena medida la actual calificación tributaria de las transacciones en el ciberespacio. Igualmente el Parlamento Europeo y el Consejo Europeo llevaron la batuta en Bruselas, y preocupados por las implicaciones del comercio electrónico en el mercado interior presentaron un informe que después resultó en la denominada Directiva sobre el Comercio electrónico, Directiva 2000/31/CE, de 8 de junio. Se modificaron las reglas de lugar de realización del hecho imponible para las prestaciones de servicios electrónicos e incluso fue diseñado un sistema especial para que ingresaran el IVA los prestadores de servicios establecidos fuera del territorio de la Unión.

Desde luego, la discrepancia entre los dos sistemas es fundamental, encontrando sus raíces en motivos ideológicos y en la diferente dinámica de la iniciativa legislativa, sin soslayar la distinta ponderación de los impuestos indirectos en la recaudación impositiva a uno y otro lado del Atlántico.

Desde este punto de vista, lo primero que hay que tener en cuenta es que en EE.UU. los impuestos sobre el consumo desempeñan un papel subordinado, especialmente si los comparamos con nuestro sistema. No existe un Impuesto federal sobre el Valor Añadido sino una multitud de impuestos estatales sobre las ventas al por menor (*Use and Sales Tax*) junto a diversas accisas que gravan desde productos cuyo consumo es nocivo o contaminante (tabaco, alcohol, hidrocarburos) a servicios como alojamientos hoteleros o suministros en el hogar cuya justificación está más en la facilidad de su recaudación que en la teoría de las externalidades. Sin embargo, en todos ellos los tipos de gravamen son moderados y esto determina que los impuestos indirectos tan sólo produzcan el 16,1 por 100 de la recaudación impositiva, casi la mitad que en Europa (30,1%) o que la media de la OCDE (31,1%). En el fondo de esta diferencia late la distribución de competencias en un estado que es federal: la décima enmienda de su Constitución residencia en los estados las competencias no atribuidas al Congreso, y la imposición, como atributo de soberanía, no es una de las transferidas al Congreso. Los redactores de la Constitución norteamericana mostraron en general fuertes reticencias a la concentración de poder, y el de exigir impuestos era uno de los más susceptibles. No en vano, en el *No taxation without representation* de la Casa de los Burgueses de Virginia se ha señalado por los historiadores el germen de la independencia de las colonias norteamericanas. Existen impuestos federales, ciertamente, pero fruto de atribuciones específicas. El más conocido es Impuesto sobre la Renta o *Income Tax*, que fue introducido originariamente durante la Guerra Civil o de secesión norteamericana, pero declarado inconstitucional por el Tribunal Supremo en 1895. Hoy, es un tributo de carácter federal porque el Congreso fue autorizado a establecerlo por la decimosexta enmienda. Por consiguiente, a falta de una enmienda constitucional específica, la imposición indirecta sigue siendo competencia de los Estados y de los gobiernos locales.

Pese a este matiz constitucional, los estados y los municipios podrían haber explotado el potencial recaudatorio del impuesto indirecto, pero no lo han hecho: la recaudación por *Sales Tax* apenas alcanza un tercio de la recaudación impositiva de los Estados y sólo un 17 por 100 de la de los municipios.

Técnicamente esto se explica porque la definición de las bases imponibles no es tan expansiva como en nuestro IVA, quedando fuera los servicios y una parte tan importante hoy de las entregas de bienes como es el comercio interestatal, así como por la moderación de los tipos de gravamen. Algunos estados ni siquiera han implantado el *Sales Tax* (Alaska, Delaware, Montana, New Hampshire y Oregon) y en los 45 que lo tienen la media de tipos de gravamen se sitúa en torno al 5 por 100, en una horquilla que oscila entre el 3,5 por 100 de Virginia y el 7 por 100 de Mississippi. Además del impuesto estatal, en 34 estados hay que añadir los diversos impuestos indirectos locales. Sin embargo, aun así los tipos siguen siendo moderados para los estándares europeos. Los tipos combinados más elevados del país se pagan en Alabama, donde la suma de impuesto indirecto estatal y local alcanza solamente el 11 por 100.

Esta estructura impositiva dio como resultado que la recaudación total de los Estados por el *Sales Tax* en 2003 fuese 185.000 millones de dólares, cifra que apenas representa un 1,7 por 100 del producto interior bruto (10,933 billones). Ahora bien, esta situación tampoco es casual: el pensamiento convencional estadounidense caracteriza al impuesto indirecto como una injerencia en la iniciativa individual, la libertad de empresa y un freno al consumo, la base de la dinámica económica norteamericana.

Sin duda son estos condicionantes económicos e ideológicos los que en los primeros años de crecimiento del comercio electrónico desembocaron en la tipificación de Internet como una *Tax Free Zone*. En 1998, pocos años después de haberse popularizado Netscape y Explorer, un estudio de la Universidad de Texas y Cisco Systems calculaba que Internet generaba ya un volumen de operaciones de 300.000 millones de dólares y era responsable de 1,2 millones de puestos de trabajo en EE.UU. sumando los cuatro estratos empresariales que conforman la industria: las compañías responsables de la infraestructura de comunicaciones, los proveedores de software, los que ofrecen servicios complementarios a la propia red (como buscadores, o creadores de páginas web) y, por último, los que utilizan la red como canal de comercialización de productos o servicios no electrónicos. Ya en 1998, la renta generada por el sector en EE.UU. superaba al sector energético, al de telecomunicaciones, y era casi tan alta como la del sector automovilístico (350.000 millones de dólares).

El potencial económico de Internet no pasó, lógicamente, desapercibido a los legisladores estatales, que vieron en Internet un filón de nuevos ingresos fiscales. Algunos, lo primero que hicieron fue establecer accisas por el acceso a Internet y otros empezaron a tomar en serio el problema de las ventas a distancia. Sin embargo, existía un argumento político y otro técnico para frenar la imposición del ciberespacio. El argumento político, descendiente directo de los planteamientos no intervencionistas reseñados antes, es que gravar Internet frenaría su crecimiento y constituiría un error estratégico para la economía norteamericana, puesto que parte de su competitividad se basa precisamente en Internet: más de un tercio de los internautas en el mundo son norteamericanos, y la red crea un nuevo entorno de competitividad que estimula el crecimiento de las empresas. Éstos son los argumentos que defendía en 1998, por ejemplo, el responsable de la Comisión Federal de Comercio, Orson Swindle, para quien implantar impuestos sobre el ciberespacio supondría frenar el motor más dinámico de la economía nacional.

Junto al argumento ideológico venía la dificultad de técnica tributaria: Internet genera mucha riqueza pero es sumamente difícil vincularla a una jurisdicción concreta, y no sólo por la facilidad internacional de ubicar las sedes sociales o los equipos técnicos en territorios de baja tributación, sino también en el plano interior por enfrentarse al abigarrado mapa que forman 7.500 autoridades (estados y entidades locales) que en la actualidad ostentan competencias para establecer y exigir impuestos sobre las ventas minoristas.

Era evidente que las cuestiones que la imposición sobre las ventas por Internet planteaba no se limitaban a la pérdida de recaudación de los estados: también alcanzaban a cuestiones de competencia frente al comercio tradicional, lo que llevó al Congreso a querer regular el fenómeno con perspectiva global. Sin embargo, la extremada complejidad de los problemas implicados y las fuertes presiones de la industria para que se mantuviera Internet libre de impuestos para no frenar su crecimiento, dejaron al Congreso en el deseo, y le llevaron a adoptar la única solución factible a corto plazo: pedir más tiempo. Así nació en 1998 la Ley de Exención Fiscal de Internet (*Internet Tax Freedom Act* o ITFA), que concedía una moratoria de tres años para poder estudiar las alternativas para gravar el comercio *on-line*, prohibiendo además la proliferación de accisas sobre el acceso a Internet. Después, en 2001, Bush firmó una extensión de dos años más que expiró en 2003 y en diciembre de 2004 se terminó por aprobar la Ley de no discriminación fiscal de Internet (*Internet Tax Non-Discrimination Act, Public Law 108-435*) concediendo una nueva moratoria hasta el 1 de

noviembre de 2007. Esta ley de nuevo prohíbe establecer accisas sobre el acceso a Internet, previene contra la doble imposición de productos comprados en la red y evita la imposición discriminatoria que trataría de forma distinta las compras en Internet respecto de otras compras a distancia.

Mediante esta referencia a la no discriminación ha entrado sutilmente en la escena de la moratoria sobre los *Internet Taxes* el tratamiento de las ventas a distancia o por catálogo, y con un argumento sólido: puesto que las ventas a distancia tradicionales disfrutaban de una exención, los que abogan por la moratoria de los impuestos sobre el comercio electrónico han venido a presentar su pretensión no como un privilegio sino como una cuestión de justicia: en otro caso, se estaría discriminando en contra de Internet. Claro, que lo que podemos entonces preguntarnos es por qué no se considera injusta y discriminatoria la exención de las ventas a distancia, sean contratadas por carta o teléfono, lo sean por Internet. Para aclarar esto, tenemos que referirnos a la tributación del comercio a distancia y, concretamente, a la Decisión del Tribunal Supremo en el caso *Quill*, que enfrentó a la Quill Corporation con el estado de Dakota del Norte. Éste, para defenderse de la pérdida de recaudación que suponía el comercio interestatal, tenía establecido el denominado *Use Tax*, una modalidad del *Sales Tax* que obliga a los ciudadanos a autoliquidar e ingresar ellos mismos, junto a su declaración anual del Impuesto sobre la Renta, el impuesto que hubieran tenido que ingresar si los bienes comprados en otros estados los hubieran adquirido en el de su residencia. Ni que decir tiene que el cumplimiento de esta obligación no pasaba de lo testimonial, motivo que les llevó en 1987 a obligar a las empresas de fuera del estado a recaudar el impuesto local por las ventas a distancia remitidas a clientes de su Estado, aunque lo hicieron con prudencia: no obligaban a cualquier empresa que vendiese a distancia, sino sólo a la que en un plazo de 12 meses se anunciase tres veces o más en cualquiera de los medios de comunicación del Estado. En tal caso, tenían que darse de alta en la hacienda estatal e ingresar los tributos por sus ventas locales. Quill, sin embargo, no aceptó esta regla y, argumentando el caos que sería tener que darse de alta teóricamente en hasta 7.500 jurisdicciones, cuestionó ante los tribunales la competencia del Estado de Dakota del Norte para dictar esta ley. El Tribunal Supremo, de acuerdo con una doctrina que ya se había aplicado en 1967 (caso *Bellas Hess*) resolvió el 26 de mayo de 1992 que el vendedor por catálogo no estaba obligado a recaudar impuestos sobre las ventas a distancia en los estados donde no tuviera presencia física. La decisión se apoyaba en la autoridad del Congreso para regular el comercio interestatal y ésta a su vez en la *commerce clause* de la Constitución que prohíbe tratar peor al comercio que provenga de fuera del Estado que al interior. La decisión del caso *Quill* excluyó la competencia del estado de Dakota del Norte y la entregó al Congreso dentro de su habilitación para regular el comercio interestatal.

En la actualidad esta doctrina no ha sido cuestionada constitucionalmente y, por tanto, el régimen jurídico de las ventas a distancia es el de exención de los productos expedidos desde otro estado. Es esta regla la misma que defienden para el E-commerce los que han ido promoviendo las sucesivas moratorias: sólo estarán sujetos a impuestos indirectos los artículos vendidos por Internet si el empresario tiene un *nexus* o establecimiento fijo en el Estado donde los bienes se entregan. Por ejemplo, si la entidad que vende los bienes sólo está establecida en el estado de Nueva York, repercutirá el Impuesto sobre las Ventas a los neoyorquinos, pero no al resto de norteamericanos.

Claro que es muy sencillo burlar la regla del *nexus* o presencia efectiva: los grandes distribuidores con establecimientos tradicionales (el comercio de ladrillos y mortero, que llaman en EE.UU.)

que están implantados en la mayoría de estados pueden constituir filiales específicas para la venta por Internet. De esta manera, y salvo situaciones particulares, Internet se puede considerar *virtualmente* un sitio *tax free*.

Esta situación no deja de plantear problemas para los comerciantes tradicionales, que ven en el comercio electrónico una amenaza competitiva muy importante porque sus costes estructurales son inferiores, y aunque han albergado esperanzas en mantener su nicho de mercado porque el comercio electrónico tiene inconvenientes que muchos consumidores no pueden superar, como la imposibilidad de examinar la mercancía físicamente antes de comprarla o la confianza que ofrece tener un establecimiento cerca de casa donde llevar el artículo para asistencia postventa, para presentar reclamaciones o simplemente para cambiarlo, lo que no es infrecuente en el consumidor norteamericano, en los últimos tiempos estos comerciantes de *bricks and mortar* se han alarmado cuando algunas de las cadenas tradicionales han creado filiales para el comercio electrónico y ofrecen sus productos *on-line* a la vez que prestan sus establecimientos físicos como apoyo comercial y de asistencia postventa. Estos comerciantes están presionando a través de *lobbies* o de páginas web como www.e-fariness.org para restaurar esta desventaja competitiva.

A su lado, los Estados, que han visto crecientemente erosionado su poder recaudatorio, empezaron a organizarse de manera que la administración de los impuestos indirectos alcanzase un grado de homogeneidad suficiente como para que el Congreso pudiera tomar en serio la implementación de alguna medida de ámbito nacional. Así, poco después de la primera ley de moratoria de gravamen en Internet, nació el Proyecto de Modernización del Impuesto sobre las Ventas minoristas o *Streamlined Sales Tax Project* (SSTP). Tres años después, 33 estados y el Distrito de Columbia acordaron aprobar leyes en sus respectivas asambleas para homogeneizar el procedimiento de recaudación de este tributo y reducir la presión fiscal indirecta sobre los minoristas. En colaboración con el sector empresarial, el SSTP desarrolló medidas para diseñar, probar y poner en práctica un sistema que reduzca radicalmente las obligaciones de los detallistas, y a la vez homogeneice las estructuras del impuesto entre los distintos sujetos activos.

El nuevo impuesto sobre las ventas tendrá una definición de las bases imponibles más uniforme, menos dispersión de tipos de gravamen, reducirá las obligaciones formales e incorporará la tecnología para simplificar los procedimientos de declaración e ingreso. En este momento, el acuerdo no ha entrado en vigor aún porque deben aprobar leyes de reforma del *Sales Tax* al menos 10 estados que representen un 20 por 100 de la población total estadounidense. Sin embargo, aunque el SSTP se presenta como un proyecto de modernización con efectos que van mucho más allá que el tratar el problema de las ventas a distancia, tampoco oculta en sus notas de prensa que es una forma de poner coto al problema de la pérdida de recaudación que generan las ventas por Internet, y albergan la esperanza de que los minoristas empiecen a recaudar voluntariamente impuestos sobre las ventas en otros estados donde no tienen la presencia física, al menos como forma de evitar conflictos judiciales con los Estados. Los detalles del proyecto se pueden contemplar en su página web www.streamlinedsaletax.org.

De modo que cuando 10 estados que representen más del 20 por 100 de la población armonicen sus legislaciones, la organización presionará a Washington para que dicte legislación federal, movimiento que empezará según sus previsiones a partir del 1 de octubre de 2005.

En su ánimo no está gravar el acceso a Internet, que seguiría estando exento, sino sólo sustituir el *Use Tax* (que obliga a los consumidores a ingresar el impuesto a modo de inversión del sujeto pasivo) y cuyo cumplimiento es casi testimonial, por un *Sales Tax* ingresado a distancia por los minoristas. En lo que no hay acuerdo es en las cifras que esto representaría. Algunos calculan que el comercio interestatal aportaría una recaudación adicional de unos 10.000 millones de dólares, mientras que otros cifran el objetivo en 54.000 millones al año. Esta cifra parece sospechosamente elevada porque el déficit de los estados en el año 2004 estuvo entre 50.000 y 60.00 millones de dólares.

No es ésta la única incertidumbre que se cierne sobre la imposición del comercio electrónico. Es también posible que la búsqueda de un sistema para someter a gravamen estos consumos tome un giro nuevo este año, si la comisión de expertos creada por el Presidente el 10 de enero de 2005, para redactar un informe con una propuesta de reforma fiscal fundamental, llega a considerar entre sus propuestas la implantación de un IVA a nivel federal, lo que personajes tan destacados como Alan Greenspan no verían con malos ojos aunque en general se antoja hartó complicada porque no sólo requiere, como sabemos, una modificación constitucional, sino que los estados verían cómo la federación entraría en los impuestos indirectos, un terreno de juego en el que, hasta ahora, los únicos jugadores han sido ellos.

Pero, venga o no venga un IVA federal, es casi seguro que los estados seguirán organizándose y presionando para participar en el gran negocio que se ha convertido el comercio electrónico: mientras el comercio tradicional creció en 2002 un 1,6 por 100, el electrónico creció un 28,2 por 100, y en 10 años pasará de su volumen actual de 754.000 millones a 6 billones de dólares. Pensemos sólo que cuando la ITFA fue aprobada en 1998, sólo el 26,2 por 100 de los hogares en Norteamérica tenía acceso a Internet, según el Departamento de Comercio. Cuatro años después, el Instituto de Investigaciones Forrester, estimaba que el 64 por 100 de los hogares de América tenía acceso a Internet. Este fuerte crecimiento, que es fundamental para la economía y permite a empresas y consumidores relacionarse de un modo que era apenas un sueño hace pocos años, sigue viéndose como una veta de ingresos públicos que los gobiernos central y territoriales no quieren dejar de explotar, en parte por motivos financieros (el déficit público hoy en EE.UU. es el más alto en términos monetarios de la historia) en parte por cuestiones de justicia contributiva.

En esta línea, el Comité Conjunto Congreso y Senado sobre Imposición, preocupado por el creciente déficit, emitió en enero de 2005 un informe que en él sugería la posibilidad de establecer una accisa de tipo federal que gravase sólo el acceso a Internet y otros medios digitales. Esta propuesta exigiría por supuesto derogar previamente la ley de moratoria de los tributos sobre el acceso a Internet, pero no afectaría al tratamiento de las ventas a distancia y, consecuentemente, sería bastante más viable. Como hemos dicho anteriormente, el problema de esta propuesta sería una falta de legitimación constitucional. Sin embargo, el Comité Conjunto considera que el Congreso ostentaría la competencia –sin reformar la Constitución– mediante una reedición de la Tasa Federal sobre Servicios de Comunicaciones, ley que se aprobó en 1898 para financiar la guerra precisamente con España. Esta Tasa Federal sobre Servicios de Comunicaciones es otra norma de larga y curiosa historia, que se derogó en 1902 pero se reeditó para financiar la Segunda Guerra Mundial, y que desde entonces ha venido gravando teléfono, telégrafo, teletipo y tarjetas prepago. En principio debería haberse eliminado en 1968, pero siguió exigiéndose al tipo del 9 por 100. Empezó a descender en 1973, e incluso llegó al 1 por 100 en 1983, pero en 1990 volvió a subirse al actual 3 por 100 con carácter permanen-

te. Si el Congreso adoptase esta iniciativa, se aplicaría el mismo tipo del 3 por 100 al acceso a Internet por línea telefónica o por banda ancha y, de paso, se aprovecharía para empezar a gravar las comunicaciones Voz sobre Protocolo Internet (VoIP), el servicio de televisión por cable o satélite y las comunicaciones por medio de los teléfonos digitales, aportando un caudal recaudatorio no desdeñable.

A pesar de estos intentos, los que defienden la exención no dan la batalla por perdida. El 5 de mayo tres legisladores han vuelto a presentar otro proyecto de ley –la iniciativa legislativa no tiene los mismos requisitos de quórum que en España– para hacer permanente la actual moratoria de imposición sobre Internet (*Internet Tax Non-discrimination Act of 2003*) a su vencimiento en 2007. El proyecto de ley de nuevo incluye las tres modalidades de imposición que pueden darse, desde el de acceso a la red a la posible doble imposición en las ventas a distancia por Internet y, finalmente, incluye la prohibición de impuestos específicos sobre ventas en Internet que pudieran resultar discriminatorios (hay que entender de nuevo frente a las ventas a distancia). El proyecto lo firman dos republicanos y un demócrata (George Allen, de Virginia, Christopher Cox de Oregon y el demócrata Ron Wyden, de Oregon). Aunque es temprano para especular sobre el apoyo que puede recibir la propuesta en las cámaras, la reciente decisión del Tribunal Supremo del 16 de mayo en el caso de las ventas de vinos a distancia es otro paso muy importante en la consolidación de la doctrina de la exención de las ventas a distancia, y eso que en este caso había más intereses en juego y el apoyo constitucional parecía sólido. El caso es que 24 estados habían venido dictando leyes prohibiendo a las bodegas de otros estados vender a distancia en su territorio. Evidentemente, con ello los estados aspiraban a seguir recaudando la accisa sobre el vino, pero lo hacían con un apoyo muy importante en la Constitución, la 21.ª enmienda constitucional que, tras la prohibición de vender alcohol, garantizó en 1933 a los Estados la autoridad para regular el tráfico de productos alcohólicos. Sin embargo, el Tribunal Supremo ha resuelto que la autoridad para regular el comercio de productos alcohólicos no les da autoridad para discriminar en contra de los productos de fuera del Estado.

En realidad, parece que hay más partidarios que detractores de la prohibición. De hecho, cuando se tramitó la ley que concede la moratoria actual lo que impidió que se declarase la prohibición de los impuestos en Internet con carácter permanente fue el miedo a que de ese modo quedase comprometida la recaudación por el impuesto sobre el uso del teléfono, toda vez que el Protocolo Internet (IP) está empezando a sustituir al teléfono en llamadas a distancia, y cada día son más los proveedores de servicios de telecomunicación los que utilizan esta tecnología. Consecuentemente, en el proyecto recientemente presentado para hacer permanente la prohibición se evita entrar en el debate de la tecnología VoIP. Para no ganar mayores detractores, tampoco se erradican los impuestos sobre el acceso a Internet que habían sido establecidos tempranamente por algunos estados, y que se han mantenido a lo largo de estos años como excepciones a la moratoria. Una vez más, la justificación ideológica del proyecto es evitar que se obstaculice el desarrollo de la banda ancha de Internet, elemento que se considera clave en el desarrollo económico norteamericano, así como el comercio por Internet, que se percibe como un motor al consumo, base de la economía norteamericana.

En definitiva, la única conclusión clara es que existe una tensión entre la Administración que elabora los presupuestos y necesita recaudar y el Congreso, que prefiere mantener la exención para favorecer el desarrollo de Internet. Todas las opciones están abiertas y posiblemente no exista una solución que altere el *statu quo* por lo menos hasta 2007, cuando venza la moratoria actual.