



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), mayo-junio 2024,
Volumen 8, Número 3.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3

COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INCIDENCIA EN EL IMPUESTO A LA RENTA

**ELECTRONIC COMMERCE AND ITS IMPACT
ON INCOME TAX**

Grace Lilian Moreano Guerra

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

Lorena Fernanda Guerrero Sarzosa

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11615

Comercio Electrónico y su Incidencia en el Impuesto a la Renta

Grace Lilian Moreano Guerra¹

gmoreano@ups.edu.ec

<http://orcid.org/0009-0003-9586-9680>

Universidad Politécnica Salesiana
Ecuador

Lorena Fernanda Guerrero Sarzosa

lguerreros@ups.edu.ec

<http://orcid.org/0000-0002-8757-0238>

Universidad Politécnica Salesiana
Ecuador

RESUMEN

El comercio electrónico ha transformado la forma en que se realizan las transacciones comerciales, planteando nuevos desafíos para la tributación. El impuesto a la renta se ve afectado por la naturaleza transfronteriza y digital de estas operaciones, lo que requiere la implementación de medidas efectivas para garantizar una tributación tanto justa como equitativa. La cooperación internacional al igual que la adopción de estándares comunes son fundamentales para abordar este desafío además de asegurar que las empresas contribuyan adecuadamente al financiamiento del Estado. Este trabajo investigativo analiza la incidencia del comercio electrónico en el Impuesto a la Renta, el motivo que incitó a indagar sobre este tema es el notable incremento de entidades que comercializan sus productos de manera electrónica, así como los inconvenientes que presenta el SRI, al recaudar los impuestos. La investigación es de tipo mixta (cualitativa – cuantitativa), como documental dado que conllevó a examinar normativas, registros, documentos vinculados con el desarrollo de este modelo de negocio, se aplicó una encuesta a la muestra de 146 compañías divididas entre Guayas (73) y Pichincha (73), los resultados evidenciaron que existen ciertos vacíos en la ley referentes a la regulación de las transacciones digitales que forman parte de esta modalidad comercial.

Palabras claves: comercio electrónico, impuesto a la renta, tributación, empresas, normativas

¹ Autor principal

Correspondencia: gmoreano@ups.edu.ec

Electronic Commerce and its Impact on Income Tax

ABSTRACT

Electronic commerce has transformed the way business transactions are carried out, posing new challenges for taxation. Income tax is affected by the cross-border and digital nature of these operations, which requires the implementation of effective measures to ensure both fair and equitable taxation. International cooperation as well as the adoption of common standards are essential to address this challenge in addition to ensuring that companies contribute appropriately to State financing. This investigative work analyzes the incidence of electronic commerce in the Income Tax, the reason that prompted us to investigate this topic is the notable increase in entities that market their products electronically, as well as the inconveniences that the SRI presents, when collecting the taxes. The research is of a mixed type (qualitative - quantitative), as a documentary since it involved examining regulations, records, documents linked to the development of this business model, a survey was applied to the sample of 146 companies divided between Guayas (73) and Pichincha (73), the results showed that there are certain gaps in the law regarding the regulation of digital transactions that are part of this commercial modality.

Keywords: electronic commerce, income tax, taxation, companies, regulations

Artículo recibido 20 abril 2024

Aceptado para publicación: 28 mayo 2024



INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el comercio electrónico ha experimentado un exponencial crecimiento, convirtiéndolo en la forma de negocio más popular y rentable; no obstante, este progreso ha trazado nuevos desafíos tanto para los gobiernos como para las autoridades fiscales a nivel mundial, dado que la condición digital de dichas transacciones entorpece la aplicación de los tradicionales impuestos.

El impuesto a la renta es uno de los tributos con mayor importancia para el país, debido a que permite recaudar fondos dirigidos al financiamiento del gasto público, así como a mantener el funcionamiento del Estado; sin embargo, el comercio electrónico ha formulado serias interrogantes relacionadas con el gravamen adecuado de las operaciones y la garantía de una tributación justa.

La dificultad principal radica en la naturaleza transfronteriza que posee el comercio electrónico, lo que permite a las empresas vender sus productos o servicios mediante el Internet sin la necesidad de estar presente físicamente en el país donde se desarrolla la transacción. Aquello ha resultado en ocasiones que las compañías puedan evitar el pago de impuestos en la nación en la que los ingresos son generados, traspasando los beneficios a zonas que cuentan con una carga impositiva menor.

Con el fin de abordar esta problemática, numerosos países han aplicado medidas orientadas a gravar de forma mayormente efectiva el comercio electrónico. Varias de ellas integran la incorporación de impuestos con respecto a las ventas online, la imposición tanto de registrarse como presentar la debida declaración fiscal en el país de origen de los clientes, al igual que el establecimiento de tratados internacionales con el propósito de prevenir la evasión fiscal.

No obstante, dichas medidas no se encuentran exentas de retos. La escasa armonización que presentan los diversos países obstaculiza la implementación de impuestos sólidos en el comercio electrónico en el mundo entero. Asimismo, las compañías pueden hallar modos de evadir estos tributos a través de la elaboración de complejas estructuras fiscales o utilizando posibles lagunas legales.

En ese marco, resulta necesario impulsar una cooperación internacional, al igual que una adopción de estándares comunes con el objetivo de gravar tanto justa como equitativamente el comercio electrónico, lo cual conlleva la aportación entre gobiernos, autoridades fiscales y empresas a fin de fomentar resoluciones efectivas, además de garantizar una adecuada tributación.

Desarrollo

Comercio electrónico

Denominado también e-commerce, está relacionado con la compra-venta de servicios o bienes mediante apps o páginas web, así como la transferencia de datos y dinero necesarios para la ejecución de la transacción. Conforme a lo expresado por Amán Huaca (2022) a menudo suele utilizarse el término comercio electrónico para hacer referencia a la venta de diversos productos de forma online, aunque puede también describir toda transacción de tipo comercial que se realice mediante el uso del internet. En otras palabras, puede considerarse al comercio electrónico como el empleo de tecnología e información en actividades de tipo económicas o comerciales, involucra no solamente aquellas transacciones de productos o negociaciones por medio del internet, sino además la utilización de equipos de computación, faxes, redes así como teléfonos los cuales son operaciones comerciales que se efectúan mediante una diversidad de medios electrónicos.

Resulta importante analizar el comercio electrónico dado a que hoy en día el avance continuo de las Tic (Tecnologías de información y comunicación) al igual que las considerables inversiones efectuadas en el sector informático ha hecho del internet una herramienta trascendental en toda negociación, en la cual las compras se desplazan en un entorno digital en el que tanto los proveedores, servicios, bienes como los clientes cuentan con transmisión de información a nivel mundial, así como el acceso a ella.

De acuerdo con Cordero Linzán (2019) el comercio electrónico consiste en un intercambio operativo que se realiza mediante redes digitales, sustituyendo las ventas que se efectúan de forma tradicional en un local comercial, vía telefónica o visitando puerta a puerta, e implementando las ventas en línea que posibilita al cliente adquirir lo que desea, sin la necesidad de que exista una interacción física previa entre vendedor y comprador al igual que sin palpar el producto a comprar, es por esta razón que se convirtió en una tecnología de tipo promocional que favorece a las empresas al incrementar su efectividad así como su precisión en las transacciones comerciales.

Según Robayo Botiva (2020) las empresas suelen invertir en la implementación de sistemas de información con el fin de alcanzar objetivos estratégicos de negocio como la excelencia en sus operaciones, nuevos e innovadores servicios, productos o modelos de negocio, mayor proximidad tanto con los clientes como con los proveedores, mejor toma de decisiones y ventajas competitivas. Usar

tecnologías de información permite a las compañías aplicar diversos modelos de e-commerce, lo cuales llevan a las organizaciones logren incrementar la cantidad de clientes a nivel mundial.

Desde hace unos años este, se ha transformado en la posibilidad que tienen las empresas para expandirse a nivel global, basando principalmente sus operaciones en el empleo de medios electrónicos a fin de producir transacciones de servicios o bienes desde algún lugar del planeta, el cual ha sido un factor clave para efectuar sus negocios al interior o exterior del país, es por esta razón que se considera a este tipo de comercio como un desarrollo que ha generado cambios dado a los requerimientos de la sociedad así como a la incorporación de las Tic, las mismas que se fusionan con el propósito de transformar el modo en que las compañías realizan sus negocios.

Comercio electrónico en Ecuador

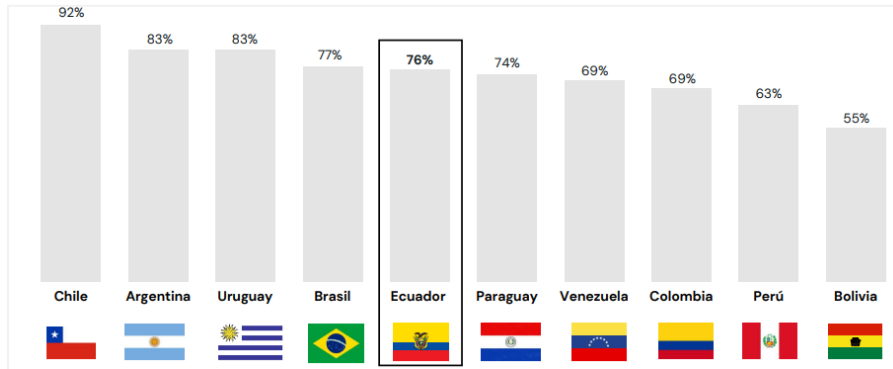
El continuo avance de las telecomunicaciones al igual que de las tecnologías ha ocasionado un extraordinario crecimiento del intercambio de datos, así como la creación de nuevos modos de comercio como el e-commerce, el cual es definido como un conglomerado de transacciones tanto financieras como comerciales, mismas que son ejecutadas mediante la transmisión y procesamiento de la información, añadiendo sonido, imagen o texto, que podría ser el principal elemento del negocio e incluso un objeto anexo.

De acuerdo con Nárvaez, Pinos, & Sánchez (2021) se puede considerar al comercio electrónico como una moderna metodología orientada a la realización de negocios que percibe las necesidades tanto de los consumidores, comerciantes como de las empresas, relacionadas con la reducción de costes, el mejoramiento de la calidad, así como la optimización del tiempo de entrega de sus servicios o productos, razón por la cual no debe contemplarse al e-commerce como una tecnología sino como el empleo de esta para reajustar el modo en que se realizan las operaciones empresariales.

En Ecuador de acuerdo a lo establecido en el artículo 74 del Código de comercio (2019) “Comercio electrónico es toda transacción comercial de bienes o servicios digitales o no, realizada en parte o en su totalidad a través de sistemas de información o medios electrónicos, considerando los tipos de relaciones existentes” (pág. 14). Cabe resaltar que este comercio se realiza por medio de diferentes medios electrónicos, fundamentalmente el internet.

En conformidad con la información presentada por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico en su Estudio de transacciones no presenciales en Ecuador - Quinta Medición (2022) a nivel de Latinoamérica, Ecuador se sitúa en la posición número cinco de los países que presentan mayor uso del internet, como se puede observar en la figura 1 a continuación.

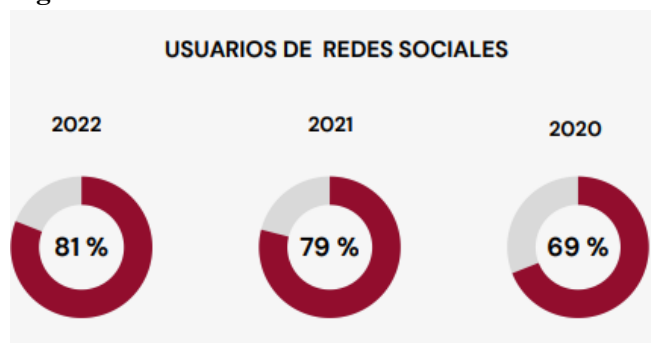
Figura. Países con mayor uso de internet en América Latina



Nota: Datos brindados por la (Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, 2022).

Heredia Pincay (2022) señala que en la actualidad un aproximado de 3.800 millones de personas a nivel mundial son activos usuarios de redes sociales, lo cual ha facilitado la intensificación de los procesos de compra en el e-commerce, además que posibilitó la generación de las transacciones comerciales que balancea la economía global. En Ecuador la participación de los medios sociales ha incrementado en los últimos años como se puede observar en la figura 2 alcanzando en el año 2022 un 81%, siendo las plataformas facebook con el 71%, youtube 65%, e instagram 34% las de mayor uso.

Figura 1. Usuarios activos de las redes sociales en Ecuador



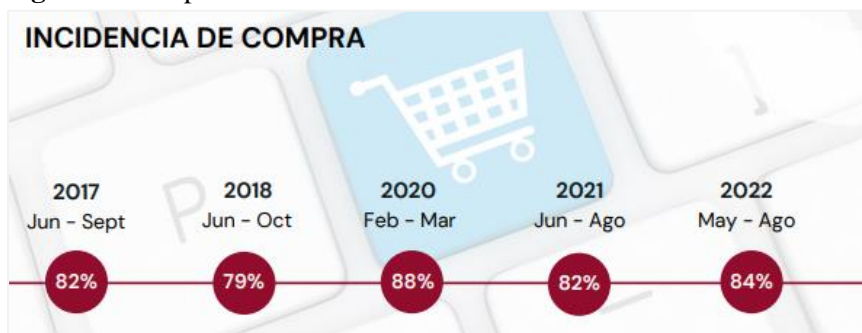
Nota: Porcentaje de participación de las redes sociales en el año 2022 obtenido del (Estudio de transacciones no presenciales en Ecuador - Quinta Medición, 2022)

El comercio electrónico presenta un exponencial crecimiento en el mundo entero, aún más tras el surgimiento del Covid-19 en el año 2020, virus causante de una pandemia global que ocasionó la restricción de la movilidad humana así como el aislamiento de la población, paralizando el desarrollo

de todo tipo de actividad, lo cual dio lugar a la interacción a través de dispositivos móviles con aplicaciones que les permitía efectuar compras en línea para ser receptadas en la comodidad de su casa. Aquello logró promover la transformación digital y el e-commerce a nivel mundial, dado a que mientras más fuerza cobraba el virus en el mundo, los consumidores se veían forzados a efectuar sus compras frecuentes mediante transacciones electrónicas.

En la figura 3 se puede observar la incidencia de las compras que se han realizado en línea desde el año 2017, evidenciando que durante el 2020 época en la que se desarrolló la pandemia, se alcanzó un 88% de compras por internet, mientras que en el 2021 dicho porcentaje disminuyó al 82%; no obstante, durante el 2022 estas actividades incrementaron al 84% lo que demuestra que el consumidor aún sigue adquiriendo los productos de su interés a través del internet.

Figura 2. Compras realizadas en internet durante los últimos años.



Nota: Porcentaje de compras que se han realizado en línea, obtenido del (Estudio de transacciones no presenciales en Ecuador - Quinta Medición, 2022).

Son diversas las motivaciones e intereses que tienen los consumidores para realizar sus compras así como ejecutar el comercio electrónico, es allí donde las compañías deben asegurarla. Las personas pretenden hallar un producto de calidad, a un buen precio, con pago y entrega segura. Otro de los elementos claves para que el e-commerce sea exitoso es la logística, principalmente para consolidar la satisfacción de los clientes en aspectos como el lugar de envío, tiempo, empaquetado de la mercancía, parámetros relacionados con la eficiencia e incluso el costo, razón por la que se la considera como el eje fundamental en la distribución de los artículos.

Régimen tributario en Ecuador

De acuerdo con lo expresado por el Estado Peruano (2022) el régimen tributario se encarga de establecer la forma de pago de los impuestos así como sus niveles de pago. El régimen tributario está compuesto por una serie de principios, parámetros y normas por los cuales el Estado debe regirse para regularizar

tanto las imposiciones de las actividades económicas como las relaciones jurídicas que se puedan producir dentro o fuera de su soberanía, con la condición de que influya o este vinculada con los tipos impositivos que reglamenta.

En Ecuador el régimen tributario es considerado como mecanismo orientado a la consecución de ingresos por parte del Estado, además de una herramienta de implementación de la política económica, debido a ello, no es posible estudiar el régimen tributario ecuatoriano, sin vincularlo con la situación económica y social de los habitantes, dado que sobre ellos se aplicarán todos aquellos mecanismos utilizados por las autoridades gubernamentales para regularizar los elementos del sistema económico.

Resulta oportuno señalar la inexistencia de alguna tasa impositiva concerniente al comercio electrónico en el ordenamiento jurídico ecuatoriano, además no se han desarrollado los análisis respectivos para la aplicación de exoneraciones especiales a las personas que llevan a cabo esta actividad y que se encuentran relacionados con aquellos tipos impositivos que se encuentran vigentes en el régimen tributario.

Hoy en día, en las leyes ecuatorianas se pueden encontrar diversos tipos de impuestos encargados de gravar la renta, el consumo, salida de divisas, propiedades, actividades económicas, así como también de regular, entre otros. Entre los más comunes se pueden encontrar al Valor Agregado (IVA), a la renta, a los consumos especiales (ICE), predial, a la salida de divisas (ISD), de patentes, el 1.5 por mil que es aquel que grava todas las actividades de tipo económicas que se realizan en un sector determinado, etc.

Es importante para la aplicación de estas y otras tasas impositivas aplicables en Ecuador, que la administración tributaria tenga en cuenta, los principios y objetivos del régimen tributario, antes de aplicar las normas tributarias, mismos que se encuentran establecidos en la Carta Magna, así como en las otras fuentes del derecho tanto financiero como tributario que han sido instituidas por diversos organismos o doctrinas internacionales. Por otra parte, la normativa tributaria ecuatoriana debería conformar un verdadero sistema tributario en el que las regulaciones materiales sobre las características de una tasa impositiva estén directamente vinculadas con las normas que establecen obligaciones tributarias formales para los contribuyentes, a fin de que puedan cumplir con ellas correctamente ante la Agencia Tributaria.

Impuesto a la Renta

Entre las principales tasas impositivas definidas por el Gobierno Ecuatoriano, se encuentra el impuesto a la renta, el cual según lo señalado por el Servicio de Rentas Internas (2023) es aplicado sobre las rentas obtenidas por las sociedades, personas naturales y sucesiones indivisas durante el ejercicio impositivo comprendido desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de cada año. Este impuesto se encuentra regulado por la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI), misma que en su primer artículo señala como objeto del tributo “Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley” (Gobierno del Ecuador, 2023, pág. 2).

Conforme a lo manifestado por el Servicio de Impuestos Internos de Chile (2022) se denomina renta a aquellos ingresos que constituyen los beneficios o utilidades obtenidos de una determinada actividad sin importar su naturaleza, denominación u origen. La renta global definida como el objeto de este impuesto, es decir la base sobre la que el tributo se asentaría, dependerá de la capacidad de pago de las personas en las que recae y con la cual se establecerá el monto a gravar.

La legislación ecuatoriana en lo que respecta a la renta, ha decidido adoptar una concepción mixta, señalando los ingresos que serán sometidos a la imposición, tal como lo señala el segundo artículo de la Ley de Régimen Tributario Interno el cual expresa lo siguiente:

Art. 2.- Concepto de renta. - Para efectos de este impuesto se considera renta: Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales. (Gobierno del Ecuador, 2023)

De acuerdo con los artículos 4 y 98 de la LRTI (2023) así como con el segundo artículo del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (2021) es obligación de las sociedades, personas naturales al igual que de las sucesiones indivisas nacionales o internacionales que posean o no domicilio en el territorio ecuatoriano, declarar el impuesto a la renta conforme a los resultados obtenidos de la actividad económica que desempeñen, incluso cuando el total de las rentas este constituido por ingresos exentos.

No obstante existen excepciones que son aplicadas a aquellos contribuyentes que se encuentran domiciliados en el extranjero, que no cuentan con representantes dentro del país y que disponen exclusivamente de ingresos sujetos a retenciones en la fuente, así como también a los individuos que en el transcurso del ejercicio fiscal obtuvieron ingresos brutos que no exceden a la fracción básica no gravada. El régimen tributario considera sujetos pasivos a los contribuyentes, mientras que define sujeto activo al Estado, el cual será encargado de administrar este impuesto por medio del Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para el cálculo del monto que un contribuyente debe cancelar de impuesto a la renta es importante considerar la base imponible misma que de acuerdo a lo establecido en el artículo 16 de la normativa tributaria “está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos” (Ley de Régimen Tributario Interno, 2023, pág. 33).

Así mismo el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (2021) establece en su artículo 1 que aquellos ingresos que son obtenidos a título gratuito u oneroso, tanto de fuentes ecuatorianas como adquiridos en el extranjero por las sociedades al igual que por las personas naturales que residan en el país, deben ser registrados acorde al precio del servicio facilitado, bien transferido o valor bruto del ingreso percibido durante las inversiones empresariales así como en los rendimientos financieros. En lo que respecta a los ingresos por servicios o en especie, su valor debe ser determinado sobre el costo de mercado del servicio o bien recibido.

Analizando las normativas señaladas previamente, resulta posible definir que la base imponible fijada para el impuesto a la renta esta constituida por todos aquellos ingresos que los sujetos pasivos perciben de sus actividades económicas los cuales deberán ser considerados de acuerdo al costo del servicio brindado o del bien que ha transferido, y por el precio de mercado en el caso de los ingresos por servicios o en especie. EL régimen tributario señala también que la base imponible se encuentra compuesta por los denominados ingresos gravables a los que se les podría disminuir los gastos así como los valores que sean considerados deducibles, como los expuestos en la figura 4.

Figura 3. Gastos deducibles

Límites para la deducción de gastos personales						
Rubro	Continente	Galápagos*	Continente	Galápagos	Continente	Galápagos
	Número de veces la fracción básica desgravada de Impuesto a la Renta de personas naturales		Fracción básica desgravada IR			
			2020 (USD 11.315)	2020 (USD 11.315)	2021 (USD 11.212)	2021 (USD 11.212)
Vivienda	0,325	0,586	3.677,38	6.630,59	3.643,90	6.570,23
Educación incluye rubros de arte y cultura **	0,325	0,586	3.677,38	6.630,59	3.643,90	6.570,23
Alimentación	0,325	0,586	3.677,38	6.630,59	3.643,90	6.570,23
Vestimenta	0,325	0,586	3.677,38	6.630,59	3.643,90	6.570,23
Turismo****	0,325	0,586	3.677,38	6.630,59	3.643,90	6.570,23
Salud	1,3	2,344	14.709,50	26.522,36	14.575,60	26.280,93
Total gastos personales (Hasta el 50% de los ingresos gravados del contribuyente sin que supere los valores señalados en esta fila)	1,3	2,344	14.709,50	26.522,36	14.575,60	26.280,93
Enfermedades raras, catastróficas o huérfanas ***	2	3,606	22.630,00	40.801,89	22.424,00	40.430,47

Nota: Se detallan los gastos que pueden ser deducidos de la base imponible en el Impuesto a la renta de acuerdo a lo señalado por (Servicio de Rentas Internas , 2023).

De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (2023) para la declaración del impuesto a la renta del ejercicio fiscal correspondiente al presente año, el monto máximo deducible se determinará de acuerdo con la carga familiar que tenga la persona o si su carga presenta enfermedades catastróficas, en la figura 5 se muestran los detalles de lo expuesto.

Figura 4: Gastos a deducir en el ejercicio fiscal 2023



Nota: Se muestran las cargas familiares y los valores máximos a deducir en la declaración del 2023 de acuerdo a lo señalado por el (Servicio de Rentas Internas, 2023).

El Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (2021) señala en su artículo 46 un procedimiento denominado conciliación tributaria, misma que permite establecer la base imponible del impuesto mediante la aplicación de algunos ajustes y reglas que deberán ser implementadas por aquellos sujetos pasivos que están obligados a llevar contabilidad, lo cual consiste fundamentalmente en rectificar la pérdida o beneficio líquido obtenido del ejercicio fiscal a través de unas operaciones que conllevan a la obtención de una utilidad gravable, sobre la que se deberá aplicar el Impuesto a la Renta.

En lo que respecta a la liquidación del impuesto a la renta, el régimen tributario del Ecuador comprende dos principales modalidades para gravar la renta de los sujetos pasivos de esta tasa impositiva, mismas que se evidencian en aquellas tarifas que son aplicables a cada uno de los contribuyentes, de ese modo implica una categoría de tipo progresiva orientada a tributar la renta de las sucesiones indivisas y personas naturales que se encuentran domiciliadas en el país, así como la variante de tarifa única dirigida a las sociedades e individuos no residentes, organizadores de rifas, apuestas loterías entre otros.

En el artículo 36 de la Ley de Régimen Tributario Interno se establece una tabla con los ingresos y el detalle de las tarifas del Impuesto a la Renta que en el año 2023 va del 0% al 37% en función de las ganancias captadas por las personas naturales así como las sucesiones indivisas que residen en Ecuador, cabe resaltar que dicha tarifa incrementa a medida que los ingresos lo hacen. Este instrumento de progresividad es una respuesta al principio tributario que lleva el mismo nombre y que además forma parte de la constitución ecuatoriana, se origina de las finalidades redistributivas que el Estado buscaría alcanzar, de este modo aquellos sujetos pasivos que cuentan con una capacidad adquisitiva mayor deberían cancelar un alto tributo, a diferencia de los que tienen una capacidad de pago menor. Al tratarse de una normativa tributaria que pretende lograr que la carga tributaria recaiga en medidas superiores sobre los de mayor tenencia, se podría decir que es un régimen tributario equitativo, lo que equivale a un sistema con una equidad vertical. En la figura 6 se muestran las fracciones junto con los porcentajes y valores aplicables al impuesto.

Figura 5. Tabla de Impuesto a la Renta

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
\$ 0,00	\$ 11.722,00	\$ 0,00	0%
\$ 11.722,00	\$ 14.930,00	\$ 0,00	5%
\$ 14.930,00	\$ 19.385,00	\$ 160,00	10%
\$ 19.385,00	\$ 25.638,00	\$ 606,00	12%
\$ 25.638,00	\$ 33.738,00	\$ 1.356,00	15%
\$ 33.738,00	\$ 44.721,00	\$ 2.571,00	20%
\$ 44.721,00	\$ 59.537,00	\$ 4.768,00	25%
\$ 59.537,00	\$ 79.388,00	\$ 8.472,00	30%
\$ 79.388,00	\$ 105.580,00	\$ 14.427,00	35%
\$ 105.580,00	en adelante	\$ 23.594,00	37%

Nota: Muestra las tarifas del impuesto a la renta aplicables para el año 2023 conforme a lo señalado por (Servicio de Rentas Internas, 2023)

El literal b de este mismo artículo señala que todos los ingresos que las personas naturales no residentes del país obtengan por los servicios prestados ocasionalmente cancelarán una tarifa única dispuesta para las sociedades, calculada sobre el total de los ingresos percibidos. El literal c establece para los organizadores de rifas, apuestas, loterías y semejantes el pago de una tarifa igual a la descrita previamente; no obstante, los beneficiarios de aquellos eventos abonarán un único impuesto del 15% aplicable a los valores recibidos en dinero de cada uno de los premios o en especies que excedan la fracción básica no gravada del Impuesto a la Renta de sucesiones indivisas así como de personas naturales.

En el artículo 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno reformada en el (2023) indica que la tarifa aplicada a las sociedades es del 25% sobre su base imponible. Incluye además en la aplicación de dicha tarifa a todas las sucursales de las sociedades extranjeras que se encuentran domiciliadas en Ecuador tal como los establecimientos permanentes de aquellas que no cuentan con domicilios; no obstante, a dicha tarifa se le añadirá 3 puntos porcentuales adicionales cuando las sociedades esten conformadas por socios, accionistas o participantes que residan en paraísos fiscales que participen de forma directa e indirecta, superior o igual a un 50% del capital social al igual que de los que correspondan a su naturaleza, cuando la intervención de los paraísos fiscales sea menor al 50%, la tasa aplicativa más los 3 puntos porcentuales será aplicada al proporcional de la base imponible correspondiente a esta colaboración.

Aún cuando las tarifas impuestas a las sociedades son distintas e incrementan si estas cumplen con algunas condiciones, no precisamente corresponden a un sistema gradual del impuesto, aplicado a la renta de las sucesiones indivisas y personas naturales, sino que aplica a un instrumento tanto de control como de prevención de fraude fiscal. Además el régimen tributario determina que la tarifa será igual a la dispuesta para las sociedades, la cual es del 25% , para los ingresos de los no residentes, que no son atribuibles a los establecimientos permanentes; sin embargo, si aquellos ingresos recaudados por los sujetos residentes, ubicados o constituidos en los paraísos fiscales, la tasa imponible corresponderá a la máxima determinada para las personas naturales, misma que en la actualidad es del 37%.

Tributación en el comercio electrónico.

Desde su creación el comercio electrónico ha producido muchos debates relacionados con los efectos que puede generar en la tributación, principalmente en lo concerniente al reconocimiento de los destinatarios, naturaleza y localización de las rentas, además del valor de la actividad económica respectiva. Establecer la conexión del tributo con la transacción sigue siendo aún un elemento relevante dentro de la recaudación tributaria de todos los países a fin de prevenir la defraudación o evasión fiscal, así como la doble imposición.

Mientras que los gobiernos intentan promover el desarrollo del comercio mediante la aplicación de Tics, el reconocimiento internacional de las compañías, etc., las autoridades fiscales deben hacer frente al desafío de recaudar los tributos que dichas actividades generan, particularmente las que son realizadas de manera online y que difícilmente pueden ser controladas, tornándose en una problemática la ausencia de controles estrictos para lograr el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Conforme a lo señalado por Gutiérrez Jaramillo, Barrueto Pérez, & Orellana Ulloa (2020) es posible resumir las problemáticas asociadas al comercio electrónico y la tributación en dos dimensiones, la primera la reducción de la recaudación, la segunda el incremento del fraude fiscal. Aquello es un asunto de inquietud para las entidades nacionales e internacionales, dicha preocupación ha aumentado debido al considerable volumen de transacciones en línea que se realizan continuamente, en especial, cuando estas son efectuadas entre distintos países. En ese marco, con el propósito de prevenir el fraude o evasión tributaria, es común que exista colaboración entre las distintas naciones mediante tratados o

acuerdos, en los cuales también se busca impedir una doble tributación además de una errónea aplicación del tributo.

A fines del siglo XX, Owens (1993) señaló que en el siglo XXI la administración tributaria tendría que afrontar el desafío que se relaciona de forma directa con la maximización de los diversos beneficios que oferta el internet, sin desatender las funciones principales de administrar y recaudar tributos, sin que aquello conlleve a convertirse en un posible impedimento para el desarrollo tanto del comercio como de la tecnología. Dado a la inquietud que aquello generaba, se propuso la creación de algún tipo de tributo al comercio electrónico, el cual deberá ser adaptado a la realidad tecnológica, social y económica.

De todos los tributos propuestos el de mayor reconocimiento fue el planteado por Cordell (1997) quien diseñó el denominado Bit Tax, con el propósito de gravar todas aquellas transacciones que son realizadas mediante medios electrónicos, cuantificando cada uno de los bits de información que circula en las redes. Aquella iniciativa consideraba como sujeto pasivo a los usuarios del internet, mientras que el receptor de la red fungiría como el agente de retención del impuesto, el hecho imponible se apoyaba en la transmisión de datos, imágenes y voz que puedan encontrarse de modo digital en las redes, mientras que la base imponible sería establecida por la cantidad de los bits emitidos.

Sin embargo, dicha idea fue desestimada debido a la poca acogida, así como el bajo impacto causado, dado a que se calificó su cálculo como inadecuado al no considerar algunos principios tributarios importantes, entre ellos, al sujeto pasivo y su capacidad contributiva además del principio de neutralidad del e-commerce, lo cual lo diferencia del comercio tradicional, al igual que no procuraba los propósitos tributarios definidos en los diversos regímenes impositivos.

Del mismo modo existieron propuestas contrarias al bit tax las cuales plantean dentro del debate no sujetar el internet a ningún tipo de soberanía estatal o normal, es decir, que las actividades o transacciones que se realicen por este medio no graven impuestos, debido a que no se encuentran sujetas a una determinada soberanía tributaría, como lo señala la Declaración de independencia del ciberespacio presentada por Perry Barlow (1996) que enaltece la naturaleza abierta y libre del internet, resaltando que el espacio global posee una soberanía propia; por lo tanto, ninguna autoridad gubernamental la puede controlar.

Conforme a lo señalado por Pazmiño Jara (2020) la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) adoptó en el 2013 una propuesta para prevenir la erosión de las bases imponibles al igual que la transferencia de beneficios, una de las primeras acciones que forma parte del plan esta relacionado con el análisis, así como las medidas a implementar para hacer frente a los desafíos tributarios que puedan presentarse como consecuencia de la transformación digital del mercado.

Principalmente el comercio electrónico genera desafíos relacionados tanto con la erosión de las bases imponibles como con el traslado de los beneficios, comprendiendo por ello a las consecuencias impositivas que poseen las complejas estructuras societarias, quienes pretenden emplear ciertas normativas tributarias de algunas jurisdicciones a fin de obtener una menor o incluso inexistente carga impositiva; por esta razón, las compañías que desarrollan operaciones digitales transnacionales regularmente suelen domiciliarse en esta jurisdicción, sin contar con algún nexo o presencia física que los asocie al área en la que realizan sus actividades y adquieren sus ingresos mediante canales digitales. Estas estrategias, teniendo en cuenta los principios que rigen la tributación internacional, posibilita que estos tipos de modelos de negocios no cuenten con una efectiva tributación sobre las transacciones comerciales que efectúan, circunstancia que provoca riesgos y retos para la Administración Tributaria tanto en la imposición como en la recaudación de impuestos directos e indirectos.

La OECD (2015) en su reporte final determinó que el riesgo principal de los impuestos directos, como el Impuesto a la Renta (IR), consiste en la dificultad que tiene el país, en el cual se desarrolla la transacción para tributar, debido a la ausencia de la presencia física de las empresas, así como la inexistencia de imposiciones mediante retenciones en las fuentes, coacciones reducidas o nulas a las compañías, al igual que a los beneficiarios finales. Asimismo, otro de los retos fundamentales al que debe enfrentarse la tributación del comercio electrónico radica en el modo en que los países exigen el cobro de las tasas sobre aquellos sujetos que aplican este modelo de negocio, puesto que al no contar con presencia física entorpece la implementación de exigibilidad en los tributos.

Por otra parte, se han reconocido también riesgos en la implementación de los impuestos indirectos, como por ejemplo, al aplicar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) en las operaciones comerciales relacionadas con la compra de intangibles, bienes o servicios, circunstancia que cobra una dificultad menor debido a la naturaleza de este tributo, así como que ha sido tratado por la legislación del Ecuador.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada a la presente investigación es de tipo mixta, enfocada en un estudio tanto cualitativo como cuantitativo, mediante el análisis a través de una encuesta orientada al sector empresarial con el fin de conocer su situación ante el comercio electrónico y la declaración del Impuesto a la Renta, además de la examinación de los datos obtenidos de páginas oficiales sobre el comportamiento de las variables en Ecuador durante el año 2022. Del mismo modo se realizó una revisión de las leyes, documentos, códigos, así como otras normativas vigentes para comprender aquellas políticas tributarias definidas respecto al comercio electrónico lo que permitió realizar una descripción de cada aspecto que formo parte del estudio.

Se aplicó el método inductivo, el cual emplea el razonamiento para la obtención de conclusiones, partiendo de datos validos o hechos que conlleven a una deducción general, así como también para pormenorizar las características del comercio electrónico y analizar su incidencia en el Impuesto a la Renta. Se empleó como técnica de recolección de datos, una encuesta orientada a recolectar las opiniones de diferentes individuos, mediante la implementación de un cuestionario compuesto por múltiples preguntas que permitan obtener directamente información de los participantes del e-commerce.

El universo de estudio determinado en el desarrollo del trabajo investigativo son las empresas que desarrollan sus actividades en Ecuador y que hasta la actualidad se encuentran activas, mismas que de acuerdo con el Registro Estadístico de Empresas 2022 publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2023) son 863.681 entidades, un incremento de 13.807 compañías, es decir una variación del 1,6% en comparación con el año 2021. La población objeto de estudio del trabajo investigativo son las 166.250 empresas presentes en la Provincia del Guayas así como las 219.812 pertenecientes a Pichincha, dado a que se trata de una población extensa, resulta necesario definir el tamaño muestral, para lo cual se aplicó la fórmula siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 \alpha p * q}{d^2 (N - 1) + Z^2 \alpha * p * q}$$

En la que: N=Tamaño de la muestra; Z_{α} =Seguridad del 95% (1.96); p=proporción esperada (5%); q= 1-p y d= precisión (5%).

GUAYAS	PICHINCHA
$\frac{166250 * (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}{(0,05)^2(166250 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$	$\frac{219812 * (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}{(0,05)^2(219812 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$
$n = \frac{30336.635}{415.804976}$	$n = \frac{40110.414512}{549.709976}$
$n = 72,96$	$n = 72,97$
$n = 73$	$n = 73$

La fórmula previamente detallada se aplicó con la finalidad de calcular la muestra a la que se aplicará la encuesta, obteniendo como resultado los señalados en la tabla 1:

Tabla 1: Tamaño de la muestra a analizar

	Población	Muestra
Guayas	166.250	73
Pichincha	219.812	73
Total	386.062	146









Nota: Elaborada por el autor de la investigación

RESULTADOS

Cifras del Comercio Electrónico en Ecuador

En Ecuador el comercio electrónico se encuentra en un crecimiento pleno, debido al incremento de la penetración del internet en los últimos años así como al creciente acceso a los dispositivos móviles. Cabe resaltar la influencia que ha tenido la pandemia generada por el Covid 19 en el acrecentamiento del e-commerce dado a que más personas optan por efectuar sus compras online, impulsando de esta manera dicho negocio. En la figura 7 se muestran las cifras alcanzadas por el comercio electrónico durante los últimos años en Ecuador.

Figura 6: Transacciones del comercio electrónico

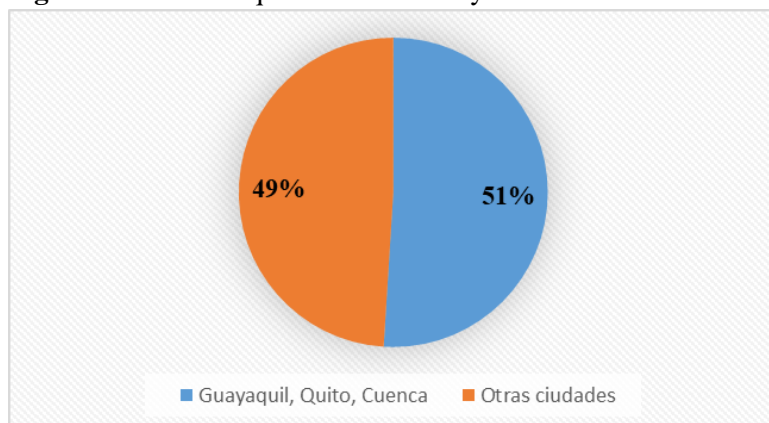
	2020	2021	2022*
 Número de transacciones digitales	166 M	274 M	152 M
Proporción transacciones Ecommerce	 13%	 17%	 20%
Número de transacciones Ecommerce	22 M	47,5 M	29,7 M
Monto de transacciones digitales	\$ 11.553 M	\$ 13.964 M	\$ 7.829 M
 Proporción de montos Ecommerce	 15%	 19%	 23%
Monto de transacciones Ecommerce	\$ 1.679 M	\$ 2.570 M	\$ 1.789 M

Nota: Se detalla el número y monto alcanzado por las transacciones realizadas a través del comercio electrónico durante los años 2020, 2021 y durante el periodo enero – junio del 2022 (Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, 2022).

El año 2020 estableció un antes y un después en Ecuador, debido a que la crisis sanitaria generada en aquel entonces, impulsó a las empresas a adaptarse a la nueva realidad con el fin de ofrecer sus servicios o productos de forma directa y eficiente. De acuerdo a lo manifestado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (2022) desde que inicio la pandemia, el e-commerce ha presentado un considerable crecimiento generando \$1.679 millones en el 2020 y alcanzando \$2.570 millones en el 2021, en tanto durante el periodo enero – junio del 2022 este tipo de comercio evidenció un incremento de 23%, llegando las ventas a \$1.789 millones.

De acuerdo con Pesantez Cedeño & Moreira Torres (2020) las ciudades en las que se evidencia un mayor auge del comercio electrónico son Guayaquil, Quito y Cuenca, esto dado a que son las que tienen un mayor número de habitantes, es por esta razón que concentran un alto porcentaje de compras y ventas a través del internet, como se muestra en la figura 8.

Figura 7: Ciudades que concentran mayor cantidad de transacciones de comercio electrónico.



Nota: Elaborado por autores a partir de la información obtenida de (Pesantez Cedeño & Moreira Torres, 2020)

Conforme a lo señalado por la Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana (2023) la tendencia del comercio electrónico ha incrementado considerablemente durante los últimos años, estimando que para el 2023 las ventas online presenten un crecimiento del 25% generando ingresos mayores a \$5.000 millones. En base a aquello Zambrano, Castellanos, & Miranda (2021) señalan al e-commerce como un modelo que debe ser asentado aún más en el país, dado a que pese a su crecimiento acelerado aún existen retos significativos que deberán ser tratados con el propósito de impulsar más este sector.

Recaudación del Impuesto del Impuesto a la Renta en Ecuador

En lo que respecta a la recaudación tributaria en Ecuador, esta presenta hasta el año 2019 una creciente tendencia; no obstante, en 2020 disminuye y en el 2021 muestra una considerable recuperación e incrementa en el periodo próximo como se muestra en la figura 9, aquello evidencia que la política tributaria posee un eficiente control sobre la cobranza de los tributos, los cuales son ingresos con los que cuenta el gobierno para hacer frente a las demandas sociales, así como para financiar los gastos relacionados con la educación, seguridad, obras, salud, entre otros.

Figura 8: Ingresos obtenidos en la recaudación tributaria

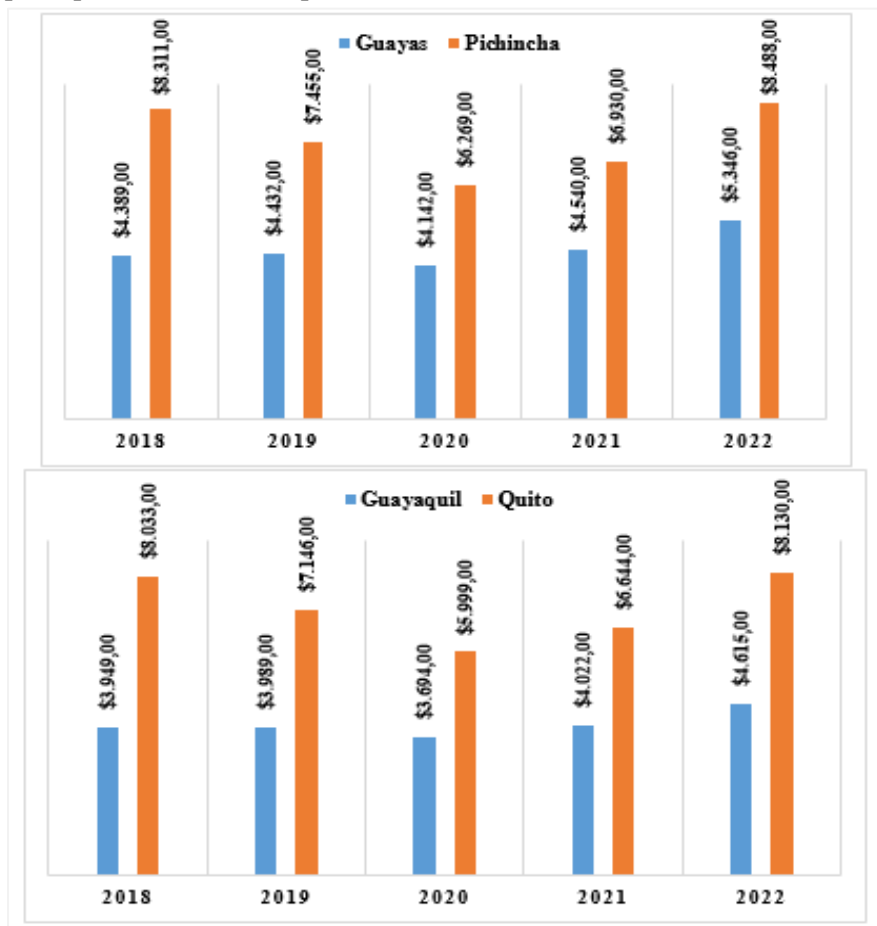


Nota: Se detallan los millones de dólares recaudados en los tributos ecuatorianos durante los últimos años (Servicio de Rentas Internas, 2023).

Los ingresos que genera la recaudación de tributos son irrenunciables para el Estado, dado a que representan un recurso de gran valor que contribuye al financiamiento del Presupuesto General Gubernamental en las diversas partidas presupuestarias. Resulta importante señalar que durante el 2022, el país obtuvo una alta recaudación de \$17.164; no obstante, en el 2020 dado a la recesión económica que experimentó el Ecuador provocó que los ingresos por impuestos disminuya, alcanzando la cifra de \$12.382, dado al confinamiento que causó la pandemia la cual paralizó a todo el sector productivo,

provocando el cierre de actividades, así como la detención del sistema económico lo que desencadenó un retroceso tributario.

Figura 9: Recaudación Tributaria obtenida en las Provincias de Guayas y Pichincha, así como en sus principales ciudades. (Expresado en millones de dólares).



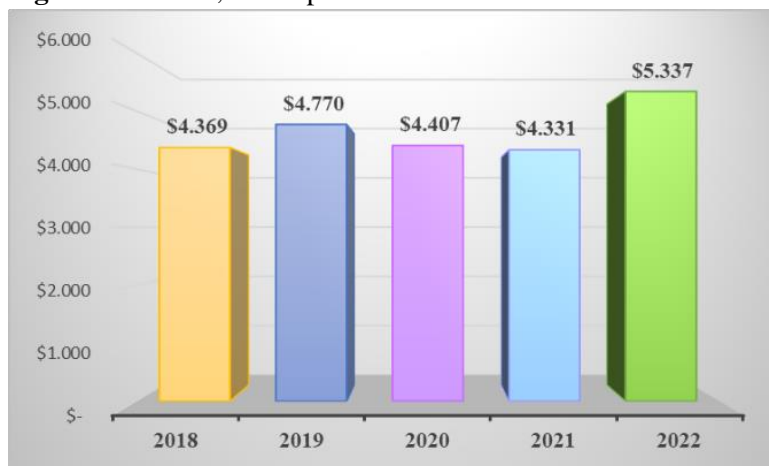
Nota: Elaborado por el autor a partir de la información obtenida de (SRI, 2022).

Conforme a lo evidenciado por el informe de la Recaudación por provincia y cantón de domicilio en los años fiscales 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022, publicado por el SRI (2022) las provincias con mayor índice de recaudación tributaria en los últimos años son Guayas y Pichincha mismas que acorde a lo expuesto en la figura 10 son las que generan un mayor ingreso, esto podría deberse al hecho de que tienen como capitales a las dos ciudades con mayor población como son Guayaquil y Quito, las cuales que han generado un significativo ingreso en impuestos.

Entre los ingresos tributarios que recibe el Ecuador destaca la recaudación del Impuesto a la Renta, el cual de acuerdo a lo que muestra la figura 11, durante el año 2019 obtuvo una creciente tendencia; sin embargo, en el 2020 sufrió una reducción a causa de la paralización de las actividades económicas

ocasionada por la pandemia del Covid-19 que generó un decaimiento en el campo empresarial, disminuyendo la producción e inversión al igual que la caída de las ventas y el empleo.

Figura 10: Total, del Impuesto a la Renta recaudado en Ecuador

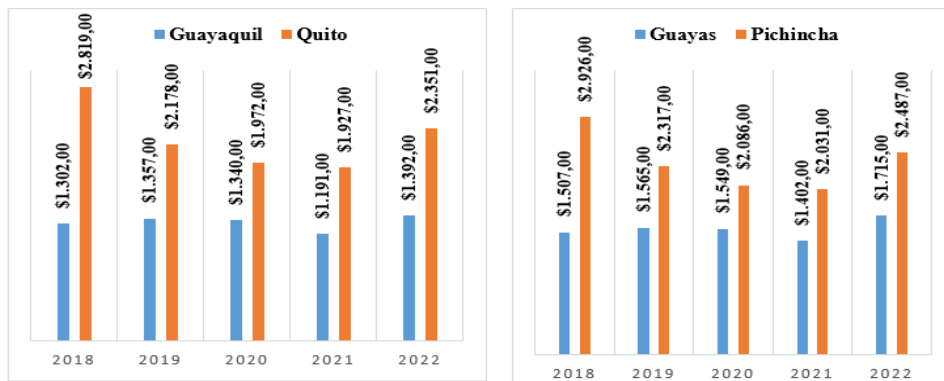


Nota: Se detallan los valores en millones de dólares recaudados por motivo de Impuesto a la Renta desde el año 2019 hasta el 2022.

El 2022 fue el año en que el Estado percibió un ingreso mayor proveniente del Impuesto a la Renta, recaudando un total de \$5.337 a diferencia del 2021 en que se alcanzó una cifra de \$4.331 lo cual corresponde a un 23,2% de variación entre esos periodos, siendo Diciembre el mes en el que se logró una cobranza de \$440.000.000, esto debido en parte a la extraordinaria recaudación de \$52.000.000 que se realizó a causa de la Regularización de activos en el exterior.

En lo que respecta a la recaudación del impuesto a la Renta, la provincia con un alto ingreso de tributos es Pichincha, siendo Quito la ciudad donde mayormente se recauda, en segundo lugar se sitúa Guayas con su capital Guayaquil, como se muestra en la figura 12, estas localidades poseen una gran importancia económica y tributaria para el País debido a los significativos ingresos que les generan al Estado ecuatoriano.

Figura 11: Provincias y ciudades donde se obtiene mayor recaudación de Impuesto a la Renta. (Expresado en millones de dólares)



Nota: Elaborado por el autor a partir de la información obtenida de (SRI, 2022).

Durante el año 2023 en el periodo comprendido de enero – septiembre por motivo de tributos se han recaudado \$13.502 millones una variación positiva del 2,5% en comparación con lo obtenido en los mismos meses correspondientes al 2022 en el que se alcanzó la cifra de \$13.176 millones, como se evidencia en la figura 10. Con relación al impuesto a la renta es posible observar que se ha logrado percibir \$4.607 millones una variabilidad del 10,4% a diferencia del periodo anterior en el que solo se alcanzó la cantidad de \$4.172 millones.

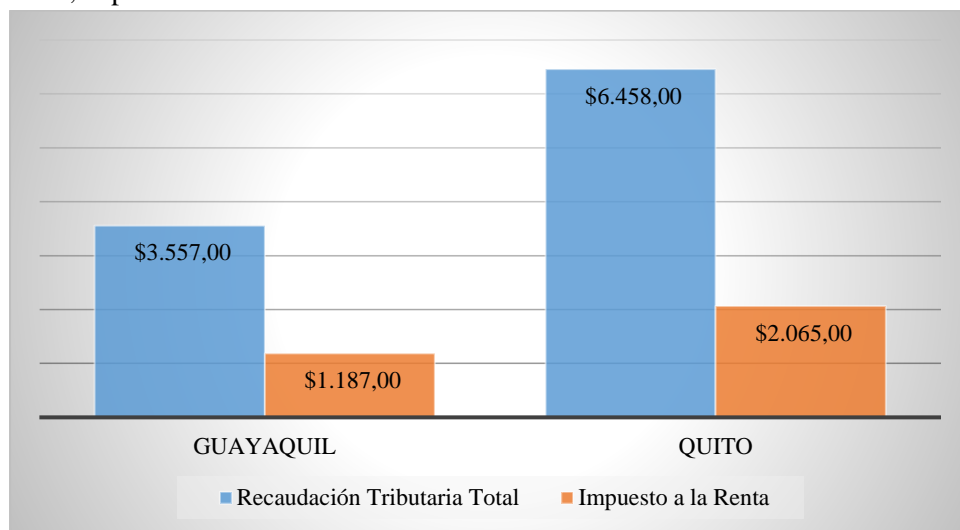
Figura 12: Tributos recaudados en 2023



Fuente: (SRI, 2023).

Con respecto al 2023, las ciudades de Guayaquil y Quito siguen manteniéndose como las que mayor recaudación en tributos le genera tanto en el Impuesto a la Renta como en los ingresos totales, aquello se evidencia en la figura 14, que se muestra a continuación:

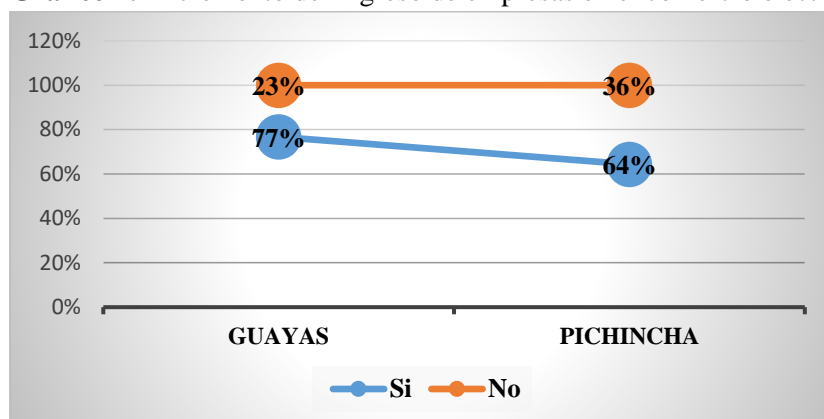
Figura 13: Recaudación tributaria en las ciudades de Guayaquil y Quito durante enero - septiembre 2023, expresado en millones de dólares



Nota: Realizado por el autor a partir de la información obtenida de (SRI, 2023).

Resultados obtenidos en las encuestas

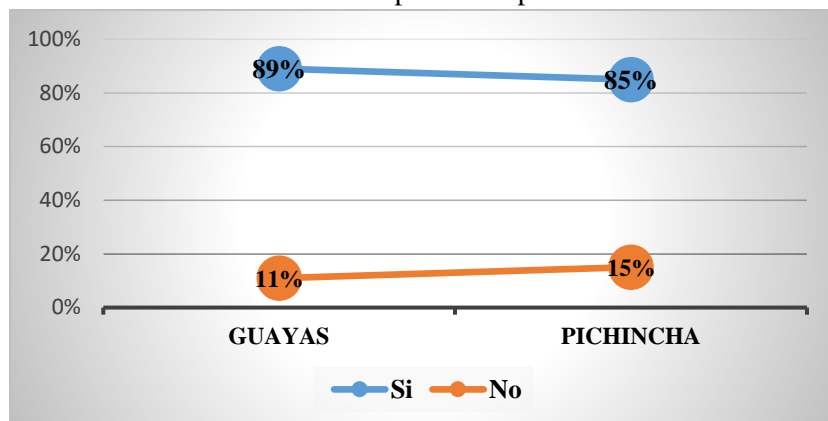
Gráfico 1: Incremento del ingreso de empresas en el comercio electrónico



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Conforme a los datos obtenidos se obtuvo que en el Guayas el 77% de los empresarios estiman un considerable incremento de las entidades que emplean el comercio electrónico en sus actividades; no obstante, un 23% señala lo contrario. En Pichincha solo un 64% de encuestados consideran que el número de negocios que realizan transacciones en línea ha aumentado, mientras que un 36% manifiesta que esta nueva forma de comercializar no presenta variación alguna.

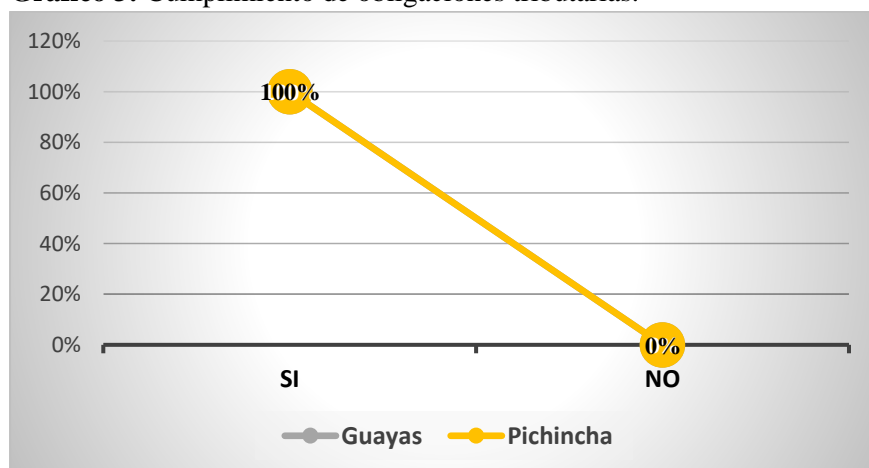
Gráfico 2: Comercialización de productos por medios electrónicos



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Al consultar a los empresarios tanto del Guayas como de Pichincha sobre si emplean medios electrónicos o digitales para comercializar sus productos, la mayoría brindó una respuesta positiva, alcanzando el 89% y 85% respectivamente, además señalaron que las de mayor uso son las redes sociales debido a la gratuidad que esta tiene, así como a su alcance, cabe resaltar que las páginas web también son empleadas para este fin; no obstante, existe una minoría de negocios que han decidido mantenerse comercializando de manera tradicional.

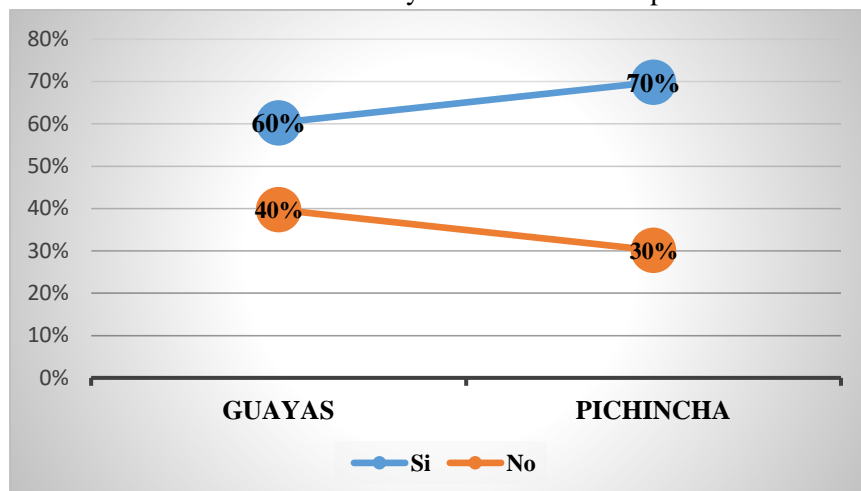
Gráfico 3: Cumplimiento de obligaciones tributarias.



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Conforme a los datos recabados el 100% de los encuestados en ambas Provincias aseguraron cumplir a cabalidad con las obligaciones tributarias impuestas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), con el fin de evitar inconvenientes con la institución gubernamental; no obstante, ninguno confirmo si los impuestos que declaran están acorde a los ingresos que percibe, lo cual denota una posible existencia de evasión tributaria.

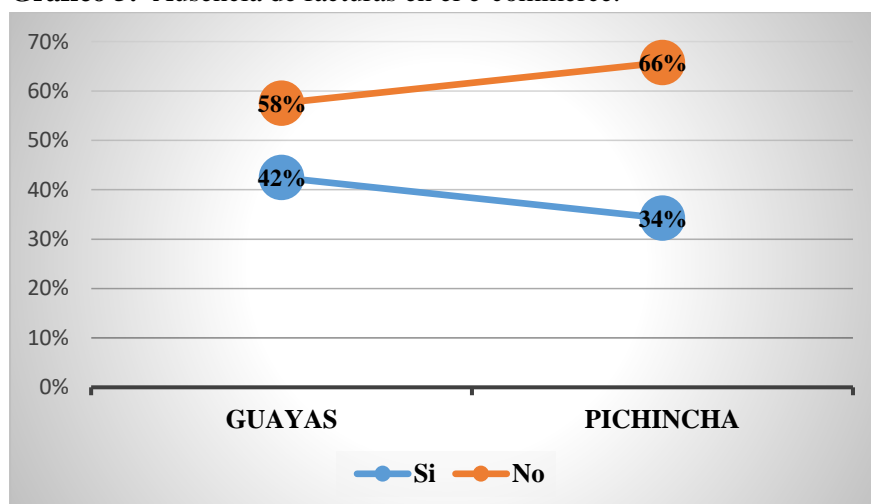
Gráfico 4: Comercio electrónico y su afectación al Impuesto a la Renta



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

En lo que respecta a las posibles afectaciones que podría producir el comercio electrónico al Impuesto a la Renta, el 60% en Guayas, así como el 70% en Pichincha manifestaron que es posible que se presenten inconvenientes e incluso déficit en la recaudación de este tributo, debido a que el SRI, como ente regulador del comercio, no emplea suficientes controles sobre las transacciones de compra – venta que se generan a través de redes sociales o páginas web; no obstante, un 40% y 30% respectivamente consideran innecesario este control, dado que no estiman que este modelo de negocio produzca problemas en la tributación.

Gráfico 5: Ausencia de facturas en el e-commerce.

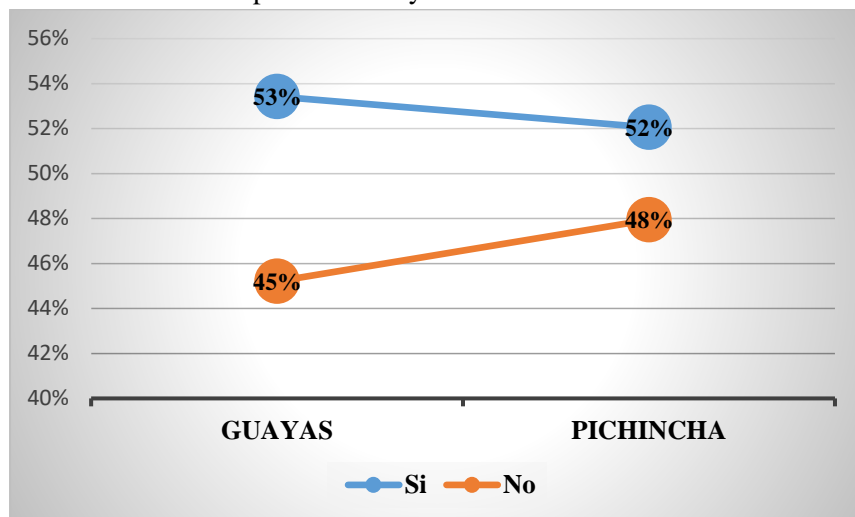


Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Tanto los empresarios de la Provincia del Guayas (58%) como los de Pichincha (66%), no consideran que la ausencia de facturación en las compras que se realizan virtualmente, sea una forma o método de

evadir el pago de impuestos, especialmente del Impuesto a la Renta; no obstante, el 42% y 34% correspondiente manifiestan que aquello si puede presentarse dado a que no existe un comprobante que evidencie que esa transacción existió.

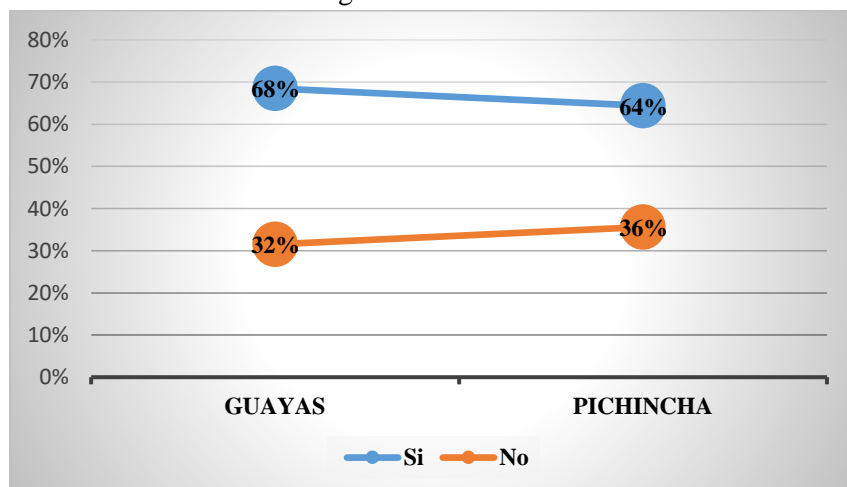
Gráfico 6: Las compras en línea y su afectación al comercio tradicional



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Al consultar a los encuestados sobre el impacto que podría ocasionar la realización de compras en línea a los empresarios que prefieren comerciar de forma tradicional, el 53% en el Guayas y 52% en Pichincha manifestaron que este nuevo modelo de negocio si podría ser perjudicial para aquellos que optan con desarrollar sus actividades en un local físico, puesto que las personas por lo general prefieren adquirir productos desde la comodidad de sus casas; sin embargo, el 45% y 48% respectivamente señalan lo contrario.

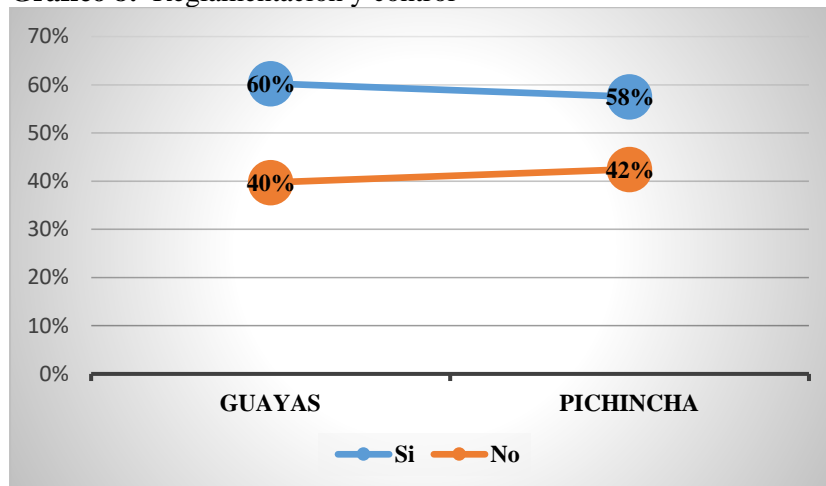
Gráfico 7: Reformas a la regulación del comercio electrónico



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Conforme a los resultados obtenidos el 68% de los empresarios del Guayas, al igual que el 64% de Pichincha estiman necesario que el Servicio de Rentas Internas y el Estado apliquen reformas a las leyes que regulan las transacciones que se realizan a través del internet, así como la creación de normas más estrictas que controlen cada uno de los movimientos comerciales que se desarrollen de forma online; no obstante, el 32% como el 36% restante consideran lo contrario.

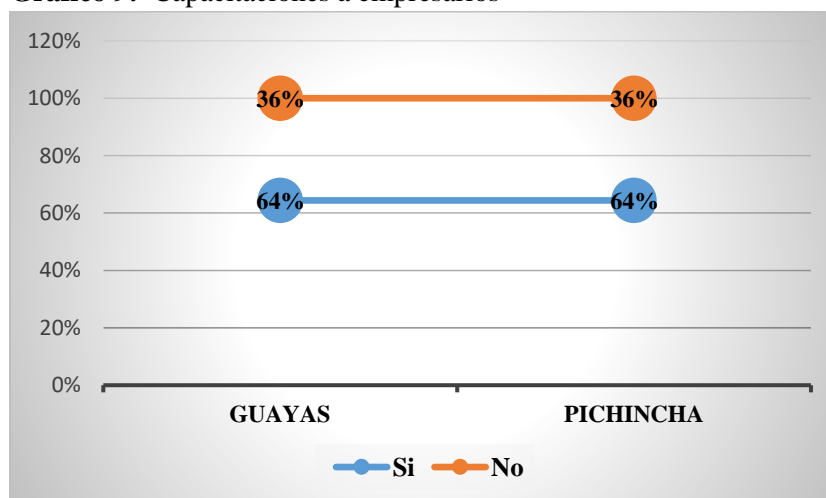
Gráfico 8: Reglamentación y control



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

Los empresarios encuestados un 60% en el Guayas y 58% en Pichincha consideran que la implementación de una reglamentación rigurosa, al igual que un control eficiente, podría mejorar el mercado competitivo, estableciendo un entorno más equitativo para el desarrollo de las actividades comerciales; sin embargo, el 40% y 42% restante no lo creen conveniente.

Gráfico 9: Capacitaciones a empresarios



Nota: Gráfico elaborado a partir de los datos obtenidos por el autor.

En lo que respecta a capacitaciones, en ambas provincias el 64% de encuestados manifestaron que es necesario que los entes gubernamentales capaciten e informen a los empresarios sobre los beneficios que produce la recaudación tributaria a la economía ecuatoriana, así como también que el correcto uso del comercio electrónico no solo genera ventajas económicas y sociales a las compañías sino también potencia la presencia del país en el mercado extranjero; no obstante, una minoría del 36% lo consideran innecesario.

DISCUSIÓN

Se determinó como población objeto de estudio a las Provincias de Guayas y Pichincha dado a que además de la importancia turística que estas tienen para el País, también son las que poseen el mayor número de empresas a nivel nacional; es así que, de las 863.681 entidades activas en el 2022, el 25,45% de ellas se sitúan en Pichincha, lo que equivale a 219.812, mientras que un 19,25%, es decir 166.250 compañías pertenecen al Guayas. Cabe resaltar además que son las localidades que cuentan con una alta recaudación de tributos conforme a lo evidenciado en la figura 11 que se muestra a continuación:

Tabla 2 Recaudación de tributos a nivel Provincial

Provincia	Recaudación Ene-Dic 2021	Recaudación Ene-Dic 2022	Variación Nominal	Variación Relativa
Pichincha	\$ 6.930	\$ 8.488	\$ 1.558	22.50%
Guayas	\$ 4.540	\$ 5.346	\$ 806	17.70%
Azuay	\$ 730	\$ 889	\$ 159	21.70%
Zamora Chinchipe	\$ 138	\$ 414	\$ 276	200.80%
Manabi	\$ 281	\$ 339	\$ 58	20.60%
El Oro	\$ 241	\$ 306	\$ 65	26.90%
Tungurahua	\$ 240	\$ 299	\$ 59	24.40%
Cotopaxi	\$ 138	\$ 165	\$ 27	19.60%
Imbabura	\$ 110	\$ 135	\$ 25	22.60%
Santo Domingo	\$ 92	\$ 108	\$ 16	17.00%
Los Ríos	\$ 89	\$ 103	\$ 14	16.10%
Loja	\$ 81	\$ 98	\$ 17	21.70%
Chimborazo	\$ 76	\$ 92	\$ 16	22.00%
Esmeraldas	\$ 56	\$ 73	\$ 17	29.90%
Santa Elena	\$ 38	\$ 49	\$ 11	30.50%
Cañar	\$ 37	\$ 43	\$ 6	15.70%

Orellana	\$	32	\$	39	\$	7	23.80%
Sucumbios	\$	25	\$	35	\$	10	37.50%
Galapagos	\$	17	\$	34	\$	17	100.50%
Morona Santiago	\$	23	\$	30	\$	7	28.70%
Carchi	\$	22	\$	26	\$	4	16.00%
Napo	\$	12	\$	18	\$	6	50.00%
Pastaza	\$	14	\$	18	\$	4	30.60%
Bolívar	\$	12	\$	15	\$	3	23.70%
Sin Domicilio Asignado	\$	1	\$	1	\$	0	2.20%
TOTAL RECAUDADO	\$	13.976	\$	17.164	\$	3.188	22.80%

Nota: Se detallan las cifras alcanzadas en la recaudación de tributos a nivel de Provincias durante el periodo enero – diciembre del 2022 y su comparación con lo obtenido en el mismo lapso de tiempo del año 2021 (SRI, 2022).

Conforme a la información obtenida mediante la encuesta aplicada a los empresarios de las localidades previamente mencionadas sobre el comercio electrónico y la incidencia que este puede tener en la tributación ecuatoriana especialmente en la recaudación del Impuesto a la Renta, se logró evidenciar que cada año son más las empresas que deciden implementar el e-commerce como modelo de negocio dado a las diversas ventajas que esta ofrece relacionado con la competitividad, expansión así como el reconocimiento mundial. Del mismo modo fue posible conocer que un considerable número de propietarios emplean redes sociales y páginas web para comercializar sus productos tanto a nivel local como nacional e incluso internacional.

Conforme a lo analizado se identificó que entre las problemáticas a las que puede enfrentarse la tributación del comercio electrónico, se encuentran tanto la disminución en la recaudación como el aumento del posible fraude fiscal. Del total de 176 personas encuestadas, 95 manifestaron que el uso continuo del comercio electrónico como modelo innovador de negocio puede ocasionar afectaciones e inconvenientes en la recaudación del Impuesto a la Renta ocasionando incluso evasiones tributarias, por lo que consideran necesario que el SRI como ente regulador de las actividades económicas que se desarrollan en el país, apliquen controles más eficientes además de una normativa rigurosa sobre las transacciones comerciales que se realicen en internet, ya sea a través de redes sociales o páginas web, razón por la cual resulta necesario establecer nuevos sistemas de control, que se adapten a la realidad económica que vive el Ecuador en la actualidad.

Una escasa normativa suele conducir al desconocimiento de las obligaciones que poseen los contribuyentes, lo cual puede conllevarlo a incurrir en una evasión tributaria, es por esta razón que los encuestados en su mayoría creen importante que el SRI brinde capacitaciones relacionadas con el sistema tributario detallando los beneficios que genera la recaudación de impuestos a la economía del País, así como los controles y regulaciones que se pueden implementar en el comercio electrónico a fin de evitar posibles fraudes.

CONCLUSIONES

Al analizar la incidencia del comercio electrónico en el Impuesto a la Renta, se logró establecer la existencia de problemáticas relacionadas con el control que ejerce el Servicio de Rentas Internas (SRI), pese a que no existan en los informes del Estado un registro de los ingresos obtenidos por la recaudación de los impuestos relacionados con las transacciones electrónicas, es evidente el impacto que este genera, que en comparación con el monto actual de recaudación podría ser considerado residual; no obstante, el desarrollo acelerado de esta actividad a nivel mundial, particularmente en el país, da lugar a que adquiera mayor significancia tanto a mediano como a largo plazo.

Al examinar la bibliografía consultada en la investigación, es notable que la ley posee ciertos vacíos, además que la Administración Tributaria no cuenta con suficiente información, ni el adecuado control sobre las actividades del comercio electrónico, lo cual generaría el desbordamiento de su naturaleza propia, así como la pérdida del compromiso para declarar y contribuir el pago obligado. En Ecuador, los vacíos que contiene la normativa podría deberse a que la regulación tributaria vigente hoy en día, fue aprobada en los tiempos en que las actividades vinculadas al e-commerce, eran aún incipientes; del cual, por lo tanto, no se ubicaba entre las más empleadas por los usuarios; no obstante, actualmente la realidad ha sufrido cambios importantes, especialmente relacionados con la tecnología la cual ha evolucionado a la par del comercio. Razón por la que resulta indispensable que la reglamentación se enmarque en la situación moderna, de modo que aporte al control tributario del modelo comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Amán Huaca, A. P. (2022). *Comercio electrónico y su impacto en las recaudaciones tributarias del Ecuador, periodo 2019*. Obtenido de Universidad Nacional de Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10123/1/Am%C3%A1n%20Huaca%2C%20A.%>



[282022%29%20Comercio%20Electr%C3%B3nico%20y%20su%20impacto%20en%20las%20recaudaciones%20tributarias%20del%20Ecuador%2C%20periodo%202019..pdf](#)

Asamblea Nacional República del Ecuador. (29 de Mayo de 2019). *Código de comercio*. Obtenido de Biblioteca LEXIS: <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/codigo-comercio>

Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana. (Enero de 2023). *Mapeo del ecosistema E-commerce en Ecuador*. Obtenido de Observatorio Ecuador Digital:

<https://observatorioecuadordigital.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2023/01/CITEC-Situacion-del-E-Commerce-en-Ecuador.pdf>

Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. (2022). *Estudio de transacciones no presenciales en Ecuador - Quinta Medición*. Obtenido de Universidad Espiritu Santo:

<https://online.uees.edu.ec/investigacion/presentacion-de-resultados-del-estudio-de-transacciones-no-presenciales-en-ecuador>

Cordell , A. (1997). Gravar Internet: La propuesta de un impuesto a los bits. *Revista de banca y comercio por internet*. Obtenido de <https://www.icommerceland.com/open-access/taxing-the-internet-the-proposal-for-a-bit-tax.pdf>

Cordero Linzán, M. G. (19 de Noviembre de 2019). *El comercio electrónico e-commerce, análisis actual desde la perspectiva del consumidor en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas y estrategias efectivas para su desarrollo*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/14064/1/T-UCSG-POS-MFEE-179.pdf>

Estado Peruano. (3 de Mayo de 2022). *Regímenes tributarios*. Obtenido de Gobierno de Perú: <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>

Gobierno del Ecuador. (23 de Enero de 2023). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Obtenido de Segundo Suplemento del Registro Oficial 235:

<https://www.infancia.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/LEY-DE-REGIMEN-TRIBUTARIO-INTERNO-LRTI.pdf>



- Gutiérrez Jaramillo, N., Barrueto Pérez, M., & Orellana Ulloa, M. (2020). La fiscalidad del comercio electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Revista de Investigación Contable Quipukamayoc*, XXVIII(57), 67 - 74. doi: <https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18062>
- Heredía Pincay, D. E. (Enero - Junio de 2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *Revista ComHumanitas*, XIII(1), 1-33. doi: <https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.333>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (Abril de 2023). *Registro Estadístico de Empresas 2022*.
Obtenido de INEC:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Registro_Empresas_Establecimientos/2022/Boletin_Tecnico_REEM_2022.pdf
- Nárvaez, D., Pinos, M., & Sánchez, A. (Septiembre de 2021). *Comercio electrónico en Ecuador*.
Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/354849572_El_comercio_electronico_en_Ecuador
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). (2015). *Proyecto OCDE/G20 sobre erosión de la base imponible y traslado de beneficios*. Obtenido de OECDiLibrary:
<https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264241046-en.pdf?expires=1698102680&id=id&accname=guest&checksum=14558D4431A94654CA54AC01C8D34B7C>
- Owens, J. (Agosto de 1993). Globalización: las implicaciones para las políticas fiscales. *Estudios Fiscales*, XIV(3), 21 - 44. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/24437311>
- Pazmiño Jara, J. (2020). Impuesto a la Renta en la economía digital. ¿Cuál es la situación del Ecuador? *Iuris Dictio*(26), 105 - 119. Obtenido de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/iurisdictio/article/view/1834/2209>
- Perry Barlow, J. (1996). *Declaración de independencia del ciberespacio*. Obtenido de Electronic Frontier Foundation: <http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>
- Pesantez Cedeño, Z., & Moreira Torres, E. (2020). Análisis de la tendencia de negocios digitales (e-business) en la zona de planificación 8 del Ecuador. *Boletín de Coyuntura*(27), 36-42. Obtenido de <https://revistas.uta.edu.ec/erevista/index.php/bcoyu/article/download/1017/942/2448>

- Presidencia Constitucional de la República de Ecuador. (23 de Abril de 2021). *Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI - Reformado*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/639ef933-b688-4069-87b4-d936e352691>
- Real Narváez, D. (Agosto de 2022). *Análisis del comercio electrónico en la recaudación tributaria de los emprendimientos del Cantón Milagro*. Obtenido de Universidad Estatal de Milagro: <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/6311/1/David%20Orlando%20Real%20Narva%C3%A9z.pdf>
- Robayo Botiva, D. M. (20 de Septiembre de 2020). El comercio electrónico: Concepto características e importancia en las organizaciones. *Generación de contenidos impresos*(20). doi: <https://doi.org/10.16925/gclc.13>
- Servicio de Impuestos Internos de Chile. (2022). *Diccionario Básico Tributario Contable*. Obtenido de Servicio de Impuestos Internos : https://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_r.htm#:~:text=Renta%3A%20Ingresos%20que%20constituyan%20utilidades,su%20origen%2C%20naturaleza%20o%20denominaci%C3%B3n.
- Servicio de Rentas Internas . (2023). *Impuesto a la renta*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>
- Servicio de Rentas Internas. (Enero de 2023). *Declaración Impuesto a la Renta 2023*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/declaracion-impuesto-a-la-renta-2023#r%C3%A9gimen-general>
- Servicio de Rentas Internas. (2023). *Reseña histórica de la Recaudación Anual de la Gestión del Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Estadísticas Generales de Recaudación: <https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri#per%C3%ADodos>
- SRI. (Diciembre de 2022). *Boletín técnico anual: Informe de recaudación tributaria Año 2022*. Obtenido de SRI: <https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri#per%C3%ADodos>
- SRI. (2022). *Recaudación por impuesto anual*. Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri>

SRI. (2022). *Recaudación por provincia y cantón de domicilio fiscal*. Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri>

SRI. (2023). *Cifras de recaudación Nacional Periodo Enero- Septiembre 2023*. Obtenido de Estadísticas generales de recaudación período 2023:

<https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri#per%C3%ADodo>

SRI. (2023). *Recaudación Nacional por domicilio fiscal Enero-Septiembre*. Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri>

Zambrano, B., Castellanos, E., & Miranda, M. (Marzo de 2021). EL E-COMMERCE EN LAS Empresas Ecuatorianas. Un Análisis De Los Informes De La Cámara Ecuatoriana De Comercio Electrónico (Cece) En El Marco De La Pandemia Covid-19. *Revista Publicando*, VIII(29), 13-20. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2176/2348>