



INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO



REPÚBLICA DEL ECUADOR

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES UNIVERSIDAD
DE POSTGRADO DEL ESTADO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

TÍTULO DE LA TESIS

EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR
AGREGADO EN EL ECUADOR

Tesis para optar

al Título de Magister en Administración Tributaria

Autora: Gioconda del Rocío Paredes Caicedo

Director: Dr. Joselito Ricardo Naranjo Santamaría, Mg.

Ambato, Abril de 2017

ACTA DE GRADO



No.025- 2017.

ACTA DE GRADO

En la ciudad de Ambato, a los seis días del mes de abril del año dos mil diecisiete, GIOCONDA DEL ROCIO PAREDES CAICEDO, portadora de la cédula de ciudadanía: 1803212115, EGRESADA DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA 2013-2015, se presentó a la exposición y defensa oral de su Tesis, con el tema: "EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL ECUADOR", dando así cumplimiento al requisito, previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA**.

Habiendo obtenido las siguientes notas:

Promedio Académico:	8.96
Tesis Escrita:	9.34
Grado Oral:	9.09
Nota Final Promedio:	9.10

De conformidad con la facultad
prevista en el estatuto del IAEI
CERTIFICO que lo presente es fiel
copio del original.



Firma: CI
Fecha: 12-4-17

En consecuencia, GIOCONDA DEL ROCIO PAREDES CAICEDO, se ha hecho acreedora al título mencionado.

Para constancia firman:

Mgs. Grace Tamayo
PRESIDENTA

Mgs. Bedoya Jara Mayra Patricia
MIEMBRO

Mgs. Gómez Romo Maria del Carmen
MIEMBRO




SECRETARÍA GENERAL

Mgs. Anabela Vallejo
DELEGADA DE SECRETARIA GENERAL IAEN

Mgs. Córdova Pacheco Ana Consuelo
MIEMBRO

AUTORÍA

Yo, Gioconda del Rocío Paredes Caicedo con CI 1803212115 declaro que las ideas, juicios, valoraciones, interpretaciones, consultas bibliográficas, definiciones y conceptualizaciones expuestas en el presente trabajo; así cómo, los procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, son de absoluta responsabilidad de la autora de la Tesis.



Gioconda del Rocío Paredes Caicedo

C.I. 1803212115

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Gioconda del Rocío Paredes Caicedo cedo al IAEN, los derechos de publicación de la presente obra por un plazo máximo de cinco años, sin que deba haber un reconocimiento económico por este concepto. Declaro además que el texto del presente trabajo de titulación no podrá ser cedido a ninguna empresa editorial para su publicación u otros fines, sin contar previamente con la autorización escrita de la universidad.

Ambato, Abril, 2017



Gioconda del Rocío Paredes Caicedo

C.I. 1803212115

RESUMEN

Con el proceso de globalización se ha beneficiado directamente el sector económico, pero a la vez se ha observado la preocupación de las Administraciones Tributarias al contar con una legislación que no está acorde a los cambios actuales y de posee medios limitados para el control del pago de impuestos en este tipo de comercio.

Uno de los inconvenientes que existe es la recaudación de IVA, debido al movimiento internacional tanto de compradores y vendedores, bienes tangibles como intangibles, se hace complicado ubicar cada uno de estos componentes, dificultándose la verificación de los elementos de la tributación como son sujeto pasivo, hecho generador, la base imponible, etc.

Las decisiones que tomen los gobiernos de cada país son importantes, porque darán viabilidad tanto al mejoramiento del sector económico con esta nueva forma de comercializar, como para que exista una recaudación de impuestos factible, sin que se convierta en una forma de evasión tributaria.

Palabras Claves: Globalización, Comercio Electrónico, Impuesto al Valor Agregado, Evasión Tributaria, Legislación.

ABSTRACT

With the globalization process has benefited directly the economic sector, but at the same time has observed the concern of the Tax Administrations to have legislation that is not in line with the current and limited means to control the payment of taxes in this Type of trade.

One of the disadvantages that exists is the collection of VAT, due to the international movement of both buyers and sellers, tangible and intangible goods, it is difficult to locate each of these components, making it difficult to verify the elements of taxation as a taxable person, Generating event, taxable base, etc.

The decision taken by the governments of each country is also important, because they will give road both the improvement of the economic sector with this new way of commercialization, so that there is a feasible tax collection without it becoming a form of tax evasion.

Keywords: Globalization, E-Commerce, Value-added tax, Tax evasion, Legislation.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico en primer lugar a Dios, a mi ángel del cielo quien siempre me enseñó que todo sacrificio y esfuerzo vale la pena y siempre conté con su apoyo de manera incondicional para ti mami, a mis hijos Matías y Rebeca para que lo tomen de ejemplo para su futura vida profesional.

Gioconda Paredes Caicedo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que han confiado en mi capacidad profesional y me impulsaron a seguir cosechando triunfos y estuvieron ahí para apoyarme en todo lo que necesité, durante todo el período de estudio y en la elaboración de la investigación.

ÍNDICE

PORTADA	i
ACTA DE GRADO	ii
AUTORÍA	iii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	v
ABSTRACT	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE ILUSTRACIONES	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización	2
1.2.2 Análisis crítico.....	7
1.2.3 Prognosis	8
1.2.4 Formulación del Problema.....	8
1.2.5 Interrogantes	8
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	9
1.3 Justificación	9
1.4 Objetivos.....	11

1.4.1	General.....	11
1.4.2	Específicos.....	11

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO.....12

2.1	Antecedentes investigativos (estado del arte).....	12
2.2	Fundamentación filosófica.....	14
2.3	Fundamentación legal.....	15
2.4	Categorías fundamentales.....	17
2.4.1.	Marco Conceptual Variable Independiente.....	20
2.4.2.	Marco Conceptual Variable Dependiente.....	31
2.5.	Hipótesis.....	75
2.6.	Señalamiento de variables.....	76

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA.....77

3.1.	Enfoque.....	77
3.2.	Modalidad básica de la investigación.....	77
	Investigación bibliográfica-documental.....	78
3.3.	Nivel o tipo de investigación.....	78
	Investigación exploratoria.....	78
	Investigación descriptiva.....	79
3.4.	Población.....	79
3.5.	Operacionalización de variables.....	19
3.6.	Recolección de información.....	89

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	91
4.1. Análisis e interpretación	91
4.2. Comprobación de hipótesis.....	108
4.3.	111
4.4. Conclusiones	111

CAPÍTULO 5

PROPUESTA	113
5.1. Datos informativos.....	113
5.1.1. Título	113
5.1.2. Beneficiarios.....	113
5.2. Antecedentes de la propuesta.....	113
5.3. Objetivos.....	114
5.3.1. Objetivo General	114
5.4. Alternativas	114
5.4.1. El Estado	114
5.4.2. La Normativa Legal	115
5.4.3. La Administración Tributaria.....	118
Bibliografía	122

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CLASES DE COMERCIO ELECTRÓNICO	22
TABLA 2: CALENDARIO DE OBLIGATORIEDAD. SECTOR PRIVADO	55
TABLA 3: CALENDARIO DE OBLIGATORIEDAD. SECTOR PÚBLICO	56
TABLA 4: MULTAS DE IVA.....	64
TABLA 5: RECAUDACIÓN DE IVA. DISTINTA TARIFA A 0%	80
TABLA 6: CUADRO COMPARATIVO DE LAS ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS	82
TABLA 7: SERVICIOS COMERCIALES AL POR MENOR POR PEDIDO POSTAL O INTERNET	95
TABLA 8: SERVICIOS ELECTRÓNICOS DEL SRI UTILIZADOS POR LOS USUARIOS.....	99
TABLA 9: COMPROBANTES ELECTRÓNICOS.....	100
TABLA 10: CARGA FISCAL EN LATINOAMÉRICA.....	101
TABLA 11: PRESIÓN FISCAL EN ECUADOR	102
TABLA 12: CÁLCULO DE LA BRECHA DE EVASIÓN TRIBUTARIA DEL IVA.....	103
TABLA 13: PORCENTAJE DE COBERTURA DEL PROCESO DE CONTROL.....	104
TABLA 14: RESUMEN DE CONTROLES FINALIZADOS POR PROCESOS	105

ÍNDICE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Estimaciones De Ventas Modalidad B2c.....	4
Ilustración 2: Ingresos Tributarios. Proforma 2016.....	5
Ilustración 3: Árbol De Problemas.....	7
Ilustración 4: Categorías Fundamentales.....	17
Ilustración 5: Constelación De Ideas. Variable Independiente.....	18
Ilustración 6: Constelación De Ideas. Variable Dependiente.....	19
Ilustración 7: Formas De Pago. Método Off-Line.....	24
Ilustración 8: Formas De Pago. Método On-Line.....	24
Ilustración 9: Medios De Pago Preferidos.....	25
Ilustración 10: Ventajas Del Comercio Electrónico.....	27
Ilustración 11: Desventajas Del Comercio Electrónico.....	27
Ilustración 12: Principios Tributarios Aplicados Al Comercio Electrónico.....	34
Ilustración 13: Equilibrio Presupuestario.....	35
Ilustración 14: Proforma 2016-Regla Fiscal.....	37
Ilustración 15: Composición De Los Ingresos Permanentes.....	38
Ilustración 16: Crecimiento De Impuestos Con Mayor Contribución.....	39
Ilustración 17: Sujetos Pasivos. Impuesto Al Valor Agregado.....	48
Ilustración 18: Base Imponible General. Impuesto Al Valor Agregado.....	51
Ilustración 19: Base Imponible Bienes Importados.....	52
Ilustración 20: Base Imponible En Casos Especiales.....	52
Ilustración 21: Principal Barrera Para Implementar Factura Electrónica 2008.....	58
Ilustración 22: Esquema De Emisión Comprobantes-E Sri.....	59
Ilustración 23: Plazos Para Presentar La Declaración Del Iva.....	60
Ilustración 24: Recaudación Tributaria.....	61

Ilustración 25: Participación De Los Impuestos En La Recaudación Tributaria 2016..	61
Ilustración 26: Ranking De Iva En Latinoamérica.....	62
Ilustración 27: Clasificación De Las Infracciones Tributarias.....	63
Ilustración 28: Relación De Los Diferentes Controles.....	68
Ilustración 29: Recaudación Y Deuda Generada.....	69
Ilustración 30: Ciudades En Ecuador Con Mayor Porcentaje De Compras Virtuales...	71
Ilustración 31: Crecimiento De Compras Al Extranjero. Categoría B.....	73
Ilustración 32: Variable Independiente. Comercio Electrónico.....	77
Ilustración 33: Variable Dependiente. Recaudación De Iva.....	78

SIGLAS

OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
FMI	Fondo Monetario Internacional
SRI	Servicio de Rentas Internas
IVA	Impuesto al Valor Agregado
RUC	Registro Único de Contribuyentes
LRTI	Ley de Régimen Tributaria Interna
MC OCDE	Modelo de Convenio Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
CAN	Comunidad Andina de Naciones
ONU	Organización Naciones Unidas
ECOSOC	Consejo Económico Social de las Naciones Unidas
SBS	Superintendencia de Bancos y Seguros
COPCI	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión
COMEX	Comité de Comercio Exterior
BEPS	Erosión de la base imponible y traslado de beneficios
PYME	Pequeñas y Medianas Empresas
CIAT	Centro Iberoamericano de Administraciones Tributarias
SENAE	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación, se trata de abarcar la problemática que puede tener la Administración Tributaria ecuatoriana al existir un incremento de las actividades comerciales a través de comercio electrónico y como puede verse perjudicada la recaudación del Impuesto al Valor Agregado.

Se ha analizado el marco jurídico ecuatoriano para conocer que tratamiento se está dando al comercio electrónico tanto en el ámbito tributario como en la normativa de medios electrónicos, además de han analizado las situaciones de otros países de América y la Unión Europea, haciendo una comparación sobre el hecho generador, bases imponibles, sujetos del impuestos al valor agregado y las medidas que se han considerado con respecto a este impuesto en relación al comercio electrónico en los países comparados.

El Ecuador en su normativa no ha diferenciado el comercio tradicional del comercio electrónico, pero es necesario fortalecer los principios tributarios para el comercio electrónico que han puesto en manifiesto los Organismos Internacionales, así mismo el mejoramiento de los servicios en línea que pueda mejorar la Administración Tributaria para los contribuyentes, es fundamental para controlar la nueva forma de comercializar que se está creando alrededor del mundo gracias a la globalización.

Cada una de las alternativas propuestas para mejorar el imparto que puede tener el comercio electrónico en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado, es necesario que sean analizadas a profundidad para que puedan ser implementadas y ayudar a los contribuyentes a su crecimiento económico por la utilización del comercio electrónico y a la vez a la Administración Tributaria, para que mejore sus niveles de recaudación del Impuesto al Valor Agregado.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

“El comercio electrónico en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador”.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

Macrocontextualización

En el mundo globalizado en el que nos encontramos el acceso al comercio es sorprendente, es decir con solo estar frente a un computador podemos tener una extensa gama de mercado nacional e internacional donde con solo dar un clic se puede encontrar toda clase de productos y servicios los cuales van a satisfacer nuestras necesidades.

La globalización nos muestra algunas ventajas, entre ellas:

- Los recursos económicos mundiales se asignan de menor manera
- La variedad de bienes y servicios es más amplia
- Se disminuyen los costos y el tiempo de comercialización

De la misma manera que encontramos ventajas especialmente para los usuarios de este tipo de transacciones, encontramos que para las Administraciones Tributarias puede que este esquema de negocios se convierta en un problema, la mayoría de sistemas tributarios no están adaptados para controlar este tipo de transacciones, estos sistemas se desarrollaron cuando el

comercio era limitado y el recurso financiero no se desplazaba a nivel mundial como se lo realiza en la actualidad.

El Derecho Tributario Internacional es definido como “las reglas legales que demarcan la jurisdicción de cada país y que confirman el límite de aplicación de la ley tributaria sustantiva y que limita el poder impositivo del Estado” (Díaz, 2001, pág. 38), al tener los Estados una limitación en su posición de imponer tributos es donde se complica su función recaudatoria en tratar de enfrentarse al mundo globalizado.

Todavía se dificulta el poder entender los conceptos de fuente y residencia y es algo que incide directamente en el Derecho Tributario Internacional, para que los países puedan definir bien las estrategias a tomar en cuenta en este tipo de transacciones.

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y algunos otros países que no son parte de ella, han comenzado el análisis para desarrollar un control en la tributación y el comercio electrónico, entre las primeras conclusiones alcanzadas el 8 de octubre de 1988 y ratificadas en mayo de 1999, están:

- Que los gobiernos ofrezcan mejores servicios a los contribuyentes, aprovechando el uso de la tecnología.
- Que los principios tributarios del comercio convencional, se adapten también al electrónico.
- Que debe existir reglas tributarias para el comercio electrónico.
- Que no debe discriminarse al comercio electrónico.
- Que se debe conservar la soberanía fiscal en cada país y evitar la doble o escasa tributación internacional.
- Que debe existir una colaboración entre las diversas economías fuera de la OCDE y también entre los contribuyentes.

La tendencia mundial de comercio electrónico es muy alta, como lo demuestra el siguiente gráfico, publicado en *El Comercio Electrónico 2014* (Abad, 2014, pág. 9), por lo que es necesario que las Administraciones Tributarias comiencen a tomar las medidas necesarias para el control de este tipo de actividades.

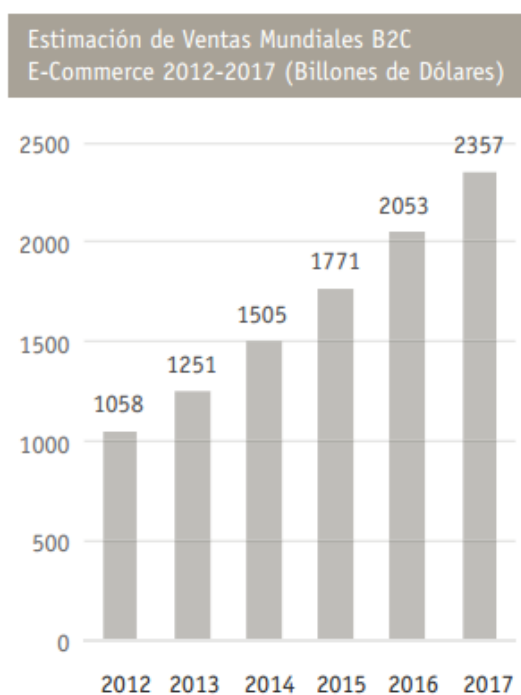


Ilustración 1: Estimaciones de Ventas Modalidad B2C¹

Fuente: eMarketer, Inc.

Elaborado por: eMarketer, Inc.

Mesocontextualización

Entenderemos a la Política Fiscal como:

El conjunto de medidas relativas al régimen tributario, gasto público, endeudamiento interno y externo del Estado, y a las operaciones y situación financiera de las entidades y organismos autónomos o paraestatales, por medio de los cuales se determina monto y distribución de la inversión y consumo público como componentes del gasto nacional (Alvarez, 2006, pág. 58).

¹ Las siglas B2C, es un término anglosajón “Business to Consumer” que significa Comercio al Consumidor.

Los Estados deben estar atentos a los cambios y repercusiones que tenga el aumento o disminución de recaudación de impuestos ya que están relacionados directamente con los ingresos presupuestarios que van a satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

Ecuador no es la excepción y nos damos cuenta que en la última década el incremento por ingresos permanentes-tributarios ha desarrollado considerablemente, formando parte importante de nuestro presupuesto, es así como se lo demuestra en el Resumen Ejecutivo Justificativo de la Proforma del Presupuesto General del Estado para el 2016, elaborado por la Subsecretaría de Presupuesto, en donde para el 2016 se espera un incremento en la recaudación de varios impuestos.

En la proforma para el 2016 los impuestos ascienden a USD 14.989.70 millones y representa el 50.24% de los ingresos permanentes (Presupuesto, 2015).

PROFORMA 2016
(Millones de dólares)

CONCEPTO	ESTIMADO 2015	% PIB	PROFORMA 2016	% PIB	APORTE 2016	VARIACIÓN 2016/2015
TOTAL	14.916,10	15,1%	15.642,91	15,3%	100,00%	4,87%
RENTA	3.567,48	3,6%	4.230,39	4,1%	27,04%	18,58%
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	6.702,33	6,8%	6.734,25	6,6%	43,05%	0,48%
ARANCELARIOS A LAS IMPORTACIONES A LA SALIDA DE DIVISAS	2.075,15	2,1%	1.900,00	1,9%	12,15%	-8,44%
IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES	740,93	0,7%	832,41	0,8%	5,32%	12,35%
OTROS IMPUESTOS	473,69	0,5%	530,44	0,5%	3,39%	11,98%
OTROS INGRESOS	227,16	0,2%	215,43	0,2%	1,38%	-5,16%

NOTA (1) Recaudados por el Estado Central sin transferencias

Ilustración 2: Ingresos Tributarios. Proforma 2016

Fuente: SRI-SENAE-Ministerio de Finanzas

Elaborado por: Subsecretaría de Presupuesto

El país incorporó por primera vez dentro de su normativa jurídica según Registro Oficial 557 del 17 de abril de 2002, la Ley de Comercio Electrónico, cuyo objetivo principal fue normar la utilización de medios electrónicos, es un paso gigante a la tecnología, sin embargo el normar, regular y controlar los contratos civiles y mercantiles que se dan a través del internet, no es lo esencial en materia tributaria, se necesita un enlace mucho más fuerte donde se pueda tener normas claras al momento de realizar transacciones comerciales electrónicas.

Microcontextualización

Un estudio realizado por e-Marketer, nos muestra que el crecimiento de ventas de comercio electrónico para el año 2015 en América Latina aumentó en un 24.2% y para el Ecuador el crecimiento esperado es del 42% para el 2018, ascendiendo a una cifra de casi \$ 200 millones en compras on-line en el 2013. (www.linio.com.ec, 2015).

El comercio electrónico, puede presentar ventajas y desventajas desde el punto de vista del comerciante, entre las que podemos encontrar:

Ventajas:

- Mayor número de Clientes
- Facilidad y rapidez para encontrar los productos
- Ahorro y optimización de tiempo
- Posibilidad de ofrecer información al comprador

Desventajas:

- Mayor competencia
- Altos gastos de envío
- Inversión en seguridad de la página
- Mayor esfuerzo para promocionar una tienda on-line

La preocupación de la Administración Tributaria surge debido a que la tecnología está avanzando a pasos gigantescos y cada vez más los ciudadanos ven la posibilidad más cercana de la utilización de medios electrónicos para realizar sus actividades comerciales, pudiendo tener como consecuencia la falta de tributación, llegando a una defraudación fiscal debido a que no se puede identificar quien es el que tiene que tributar o quien tiene que recaudar, en virtud del crecimiento del comercio electrónico se puede suponer que existe también un crecimiento de evasión tributaria lo que perjudica en gran medida al Estado ya que los ingresos tributarios son su fuente de financiamiento para poder redistribuir a la sociedad los ingresos obtenidos.

El Ecuador tendrá que analizar cuáles son las mejores alternativas para combatir la elusión que puede estar teniendo al verse involucrados sus ciudadanos en actividades de comercio electrónico.

1.2.2 Análisis crítico

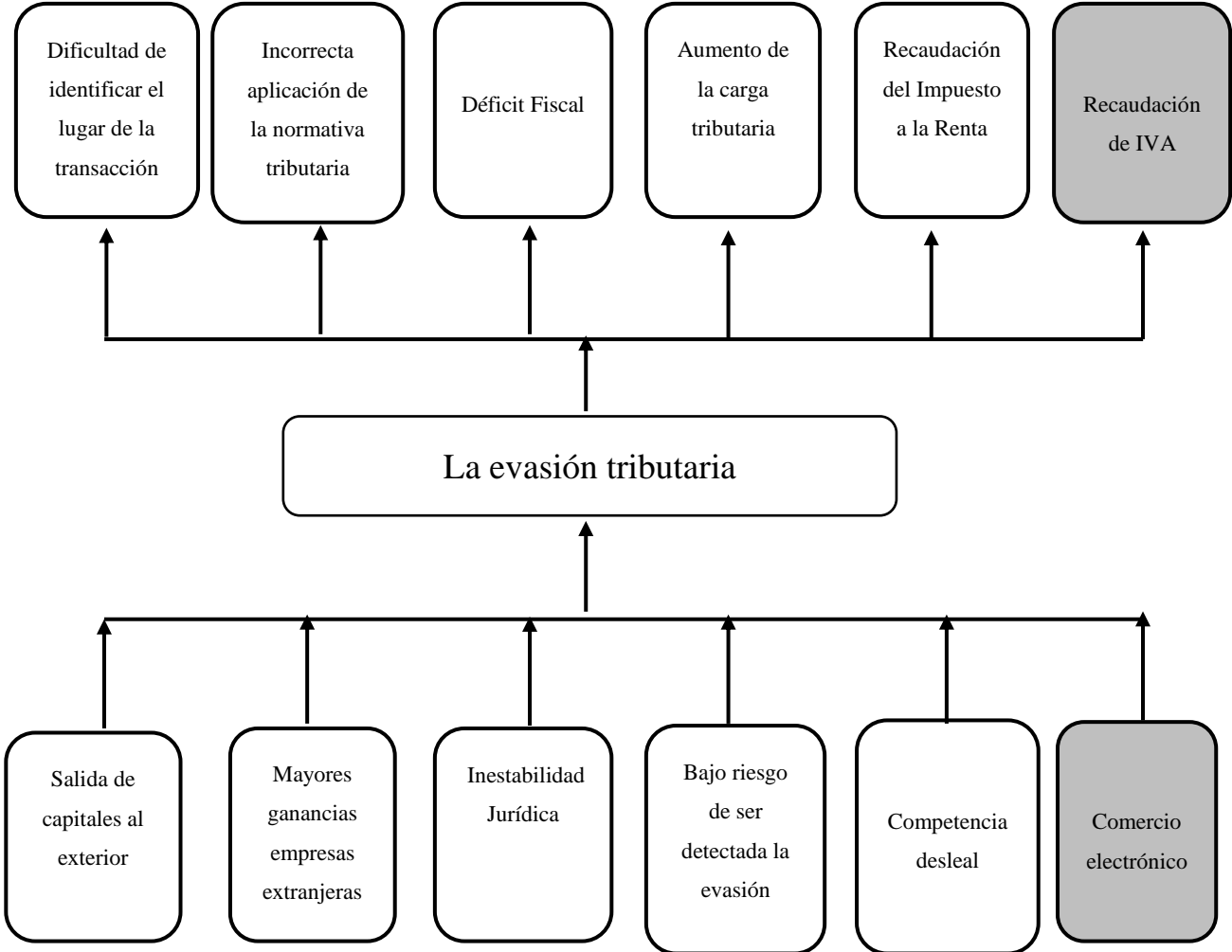


Ilustración 3: Árbol de problemas

Elaborado por: Paredes, G.

Las transacciones de comercio electrónico pueden conducir a una evasión tributaria, sobre todo en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado, debido a la falta de conocimiento legal tanto del contribuyente como de la Administración Tributaria al encontrarse con vacíos legales en este tema, y es por ello que se necesita establecer mecanismos que aseguren una recaudación eficaz.

1.2.3 Prognosis

Si partimos de la teoría económica que indica que a mayor actividad comercial debe existir una mayor recaudación tributaria, podría ser que con el comercio electrónico esto no se cumpliera esto ya que al existir vacíos legales y desconocimiento se estaría originando una evasión fiscal, la que conlleva a disminuir los ingresos tributarios afectando con ello al Presupuesto General del Estado.

Al tener estos antecedentes es necesario tomar las medidas correctivas en este campo para que el Ecuador pueda seguir manteniendo el incremento en la recaudación de IVA, el mismo que servirán para satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Qué impacto puede tener el comercio electrónico en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador?

1.2.5 Interrogantes

1. ¿El uso del comercio electrónico ha incrementado la evasión tributaria en el Ecuador?

2. ¿Existe normativa legal tributaria en el Ecuador que regule la utilización del comercio electrónico como parte del hecho generador del Impuesto al Valor Agregado influyendo en la recaudación este impuesto?
3. ¿Las alternativas que se propongan ayudarán a evitar la evasión tributaria y mejoraran la recaudación del Impuesto al Valor Agregado al utilizar comercio electrónico?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

- **Campo:** Economía.
- **Área:** Tributaria
- **Aspecto:** Recaudación de Impuesto al Valor Agregado y el Comercio Electrónico.
- **Temporal:** Período comprendido entre 2007 al 2015.
- **Espacial:** Ecuador.
- **Poblacional:** Contribuyentes del Ecuador.

1.3 Justificación

La globalización está moviendo al mundo y por ende el comercio electrónico es uno de los pilares fundamentales de las nuevas empresas, toda actividad económica está relacionada con transacciones electrónicas, el nuevo canal de ventas es a través de internet, por lo que es importante conocer cuáles son los beneficios y que obligaciones se tiene al realizar en transacciones comerciales electrónicas.

El ingreso tributario dentro del Presupuesto General del Estado ecuatoriano ha ocupado un lugar muy importante debido a su incremento dentro de los últimos años, gracias a la creación del Servicio de Rentas Internas y a las reformas tributarias, el crecimiento por cobro de impuestos ha significado que el país tenga otra fuente de financiamiento diferente al petróleo, la recaudación del Impuesto al Valor Agregado se ha incrementado considerablemente, llegado en el año 2015 a ser del 470.90 millones de dólares, impuesto que se lo recauda por concepto de transferencia de bienes y/o servicios, cifra que se podría ver disminuida al comercializar a través de medios electrónicos.

Las Administraciones Tributarias tiene un gran problema al momento del cobro de impuestos cuando los contribuyentes realizan transacciones a través de comercio electrónico, debido que se dificulta el situar el lugar de la transacción, el verificar el lugar del consumo y pudiendo darse una evasión de impuestos.

Para que el Estado pueda seguir cumpliendo con lo planificado es necesario mantener niveles óptimos de recaudación lo que puede verse afectado al ingresar a un mundo globalizado donde el comercio electrónico está predominando a la sociedad, la importancia del estudio radica en observar el comportamiento del contribuyente en transacciones electrónicas e identificar cuáles son las falencias que tiene la administración tributaria para controlar este tipo de comercio, si como gobierno tengo dificultad para establecer controles a los contribuyentes cuando realizan transacciones comerciales electrónicas es muy probable que esos mismos contribuyentes estén evadiendo el pago de impuestos, unos lo harán por desconocimiento y otros lo harán premeditadamente, por tal motivo será necesario que el comercio electrónico y la tributación caminen de la mano para evitar a futuro un desfinanciamiento del Estado por motivo de la falta de legislación y acciones para controlar las transacciones electrónicas.

El objetivo principal de la Administración Tributaria es que se mantenga el pago de impuestos y es necesario mejorar el cumplimiento tributario y ejercer un control a través de las acciones de fiscalización.

Los beneficiarios de esta investigación son tanto la Administración Tributaria, como los contribuyentes, la AT al mejorar sus niveles de recaudación a través de nuevos esquemas de control y los contribuyentes al tener claro la forma de tributar cuando realiza transacciones electrónicas y así evitar sanciones por parte del organismo de control.

Este tipo de investigación ayudará a reforzar los conocimientos tanto en materia de comercio electrónico como en el ámbito tributario, debido a que no solo se abordó la problemática

nacional sino internacional y se analizó las medidas de control que están planteando otros países respecto a este tema.

Es importante destacar también la factibilidad del tema, debido la amplia información que existe al respecto y al asesoramiento cercano de expertos tributarios y expertos en comercio electrónico, que aportaron con su conocimiento a este trabajo.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Evaluar el comercio electrónico en el Ecuador como instrumento de recaudación del Impuesto al Valor Agregado.

1.4.2 Específicos

1. Identificar si en Ecuador se ha incrementado el uso del comercio electrónico y es utilizado como herramienta de evasión tributaria.
2. Determinar si la normativa legal tributaria del Ecuador regula la utilización del Comercio Electrónico como parte del hecho generador del Impuesto al Valor Agregado, influyendo directamente en la recaudación de este impuesto.
3. Proponer algunas alternativas para el que comercio electrónico sea utilizado como mecanismo de recaudación del Impuesto al Valor Agregado evitando la evasión tributaria.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos (estado del arte)

Los estudios realizados tanto de la evolución del comercio electrónico como los esfuerzos de las administraciones tributarias por legislar y tomar acciones correctivas frente a las dificultades que puedan generar este tipo de transacciones se detallan a continuación:

La era digital nos muestra muchas alterativas; por ejemplo, el internet es un mundo sin fronteras, es un mercado completamente libre en donde la ubicación física de la empresa es de poca importancia y las regulaciones que los gobiernos planteen serán difíciles. (Pequeño, 1998).

Por otro lado debemos entender que no debería existir diferencia entre el comercio tradicional y el electrónico ni entre sus rentas, como se lo explica a continuación:

El comercio electrónico genera actos que por sí solos manifiestan la capacidad económica de los individuos, así como lo hacen las transacciones comerciales comunes y ordinarias. Con este antecedente se determinan que no existe diferencia entre los individuos que compran mercadería o servicios por los canales tradicionales con otros que hacen la misma compra a través de la red. Y ahora en el sentido tributario, así mismo las rentas que se producen en las transacciones comerciales que no se diferencian entre las rentas que se hacen de negocio que utilizan en internet. (García Y. , 2002, pág. 2).

Ya en el año 2000, Vito Tanzi, Director del Departamento de Asunto Fiscales del Fondo Monetario Internacional- FMI, advertía sobre como: “La globalización puede representar un problema para las actuales administraciones tributarias, pero quizá haga posible utilizar

nuevas tecnologías y conocimientos para aumentar el ingreso tributario a través de mecanismos innovadores” (pág. 3) que hasta la actualidad pocos países han puesto empeño en realizar un análisis de sus necesidades en esta materia.

Si bien es conocido que la OCDE² aprobó algunas directrices para la Protección del Consumidor en el Contexto del Comercio Electrónico para coordinar la ayuda a los gobiernos, no se podrá imposibilitar que puedan tomar medidas más estrictas a ser aplicadas en cada uno de los países y que cada uno aplique su Potestad Tributaria que para Troya la explica como: “la facultad de establecer contribuciones o tributos, es propia de los Estados. No se ha reconocido aún la existencia de una atribución semejante a la comunidad internacional” (1990), por lo que el Ecuador tendrá que preocuparse por establecer controles al momento de que los contribuyentes transaccionen electrónicamente para que este tipo de actividad no afecte el ingreso tributario en nuestro presupuesto.

El Servicio de Rentas Internas -SRI no se ha quedado fuera de todo el contexto internacional y dentro de su plan estratégico vigente para los años 2012-2015 se ha trazado cumplir con objetivos para dar respuesta al fenómeno del comercio electrónico y beneficiar tanto al contribuyente como a la administración tributaria, es así que la entidad en este campo busca:

- Integrar medios físicos y virtuales, estos deben estar calificados con estándares de calidad y los cuales pueden facilitar una información veraz y oportuna, enfocada al control tributario
- Incrementar la emisión de comprobantes electrónicos
- Fortalecer el uso de la firma electrónica (SRI, 2012).

Sin embargo todavía falta analizar a profundidad el tema de la evasión de impuestos por el uso de comercio electrónico y es lo que se investigó para observar que relación existe en el comportamiento que tenga la recaudación con el Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador.

² OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo, coordina las políticas económicas y sociales, está compuesta por 34 estados.

2.2 Fundamentación filosófica

En la presente investigación es importante la utilización de un paradigma Crítico Propositivo, para poder identificar si existen falencias y poder sugerir cambios que permitan mejorar la gestión en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado en relación al comercio electrónico.

Para el tema estudiado es necesario tomar en cuenta que el conocimiento va a formar parte fundamental para crear un cambio en la situación investigada y poder fijar una estrategia para cambiar la realidad.

Fundamentación Ontológica.- este es un paradigma que: “concibe la realidad social como simple, tangible y fragmentable y a la sociedad como poseedora de propiedades aditivas, ella es el resultado de la sumatoria de características y conductas de los individuos” (Carrera, 2013).

Por lo tanto se tiene que conocer las distintas entidades involucradas en la comercialización electrónica y sobre todo en las disposiciones legales que están aportando cambios a la Administración Tributaria para hacer que los contribuyentes cumplan con su papel.

Fundamentación Axiológica.- los valores que se han aplicado en la investigación son de gran importancia, porque de ello depende los resultados, la honradez, la ética, son el camino para alcanzar el objetivo esperado.

La Fundamentación Axiológica está basada en:

El análisis y comprensión de la problemática de los valores, parte de un hecho de vital significación: los valores surgen como expresión de la actividad humana y la transformación del medio, debemos tomar en consideración que el valor, como significación de un hecho, es al mismo tiempo objetivo y

subjetivo. Por tanto, el valor como significado atribuido tiene una naturaleza subjetiva, toda vez que existe individualmente en los seres humanos capaces de valorar; así también tiene una naturaleza objetiva, en tanto constituye parte de la realidad social e histórica en la que se desarrolla el ser humano (Coll, 2008).

Fundamentación Epistemológica.- según Tamayo (2007) indica que: “La epistemología es situada como la teoría del conocimiento científico, y se caracteriza por su método, el cual nos lleva a plantearnos problemas científicos y de investigación, a formular hipótesis y mecanismos para su verificación” (págs. 30-31), por lo tanto se buscó conseguir una transformación en la forma de ver el comercio electrónico y el pago de impuestos, para darnos cuenta que estos dos aspectos no pueden ser tratados de forma independiente.

2.3 Fundamentación legal

El cuerpo legal más importante en el Ecuador es la Constitución³, que en su sección Quinta, Régimen Tributario en el artículo 300 nos habla de los principios tributarios que regirán en el país, los que fueron analizados para verificar si están siendo aplicados en concordancia con el interés de la presente investigación, se puede mencionar también que el Código Orgánico Tributario también hace referencia en su artículo 5, a los principios tributarios como son: generalidad, igualdad, irretroactividad, proporcionalidad y no confiscación, por lo que se verificará la alineación de los mismos (2005, pág. 1).

De la igual manera la Constitución en su artículo 301 señala: “Sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos.” (pág. 140), por lo que el presente trabajo no podrá irse en contra de lo que señala este artículo.

³ Constitución de la República del Ecuador, vigente desde el año 2008.

Como base del presente trabajo se analizará también la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI), que a partir de su artículo 52, nos habla del Impuesto al Valor Agregado el que es la esencia del estudio.

La LRTI⁴, nos da a conocer cual es el objeto del Impuesto al Valor Agregado, para poder entender a que se está gravando dicho impuesto, y consiste en gravar a la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles, los mismos que tendrán una naturaleza corporal y serán gravados en todas las etapas de comercialización, también se gravará este impuesto a los servicios prestados, derechos de autor, propiedad industrial y derechos conexos, este objeto los encontramos en el artículo 52 de la ley antes mencionada.

Al considerar la recaudación del Impuesto al Valor Agregado, se debe tener claro cual es el objeto de este impuesto, y transacciones a las cuales se las está gravando, tanto la Ley de Régimen Tributario Interno como su Reglamento ayudarán a la comprensión y análisis del impuesto en mención.

El Ecuador no se ha quedado atrás en lo referente a comercio electrónico por lo que en Registro Oficial 557-S, 17-IV-2002, se crea la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, que regulan el uso de los medios electrónicos para transaccionar y entre los artículos más importantes encontramos que la responsabilidad del uso de mensajes de datos, la prestación de servicios electrónicos, el envío y recepción de comunicaciones electrónicas entre otras será de exclusiva responsabilidad del propietario de la información, para lo cual se establece el empleo de sistemas seguros en todas las etapas del proceso de prestación de dicho servicio, esta ley también considera como datos sensibles del consumidor aspectos como: datos personales, información financiera, números de tarjetas de crédito, o cualquier tipo de información con la que pueda cometerse fraudes o ilícitos que vayan a afectar al usuario (Ley de Comercio Electrónico, 2002).

No podemos dejar de lado los convenios para evitar la doble imposición que ha firmado nuestro país nos ayudará a comprender los lineamientos que tenemos entre países al generar transacciones comerciales entre estos, lo que se analizará más adelante.

⁴ LRTI, Ley de Régimen Tributario Interno.

2.4 Categorías fundamentales

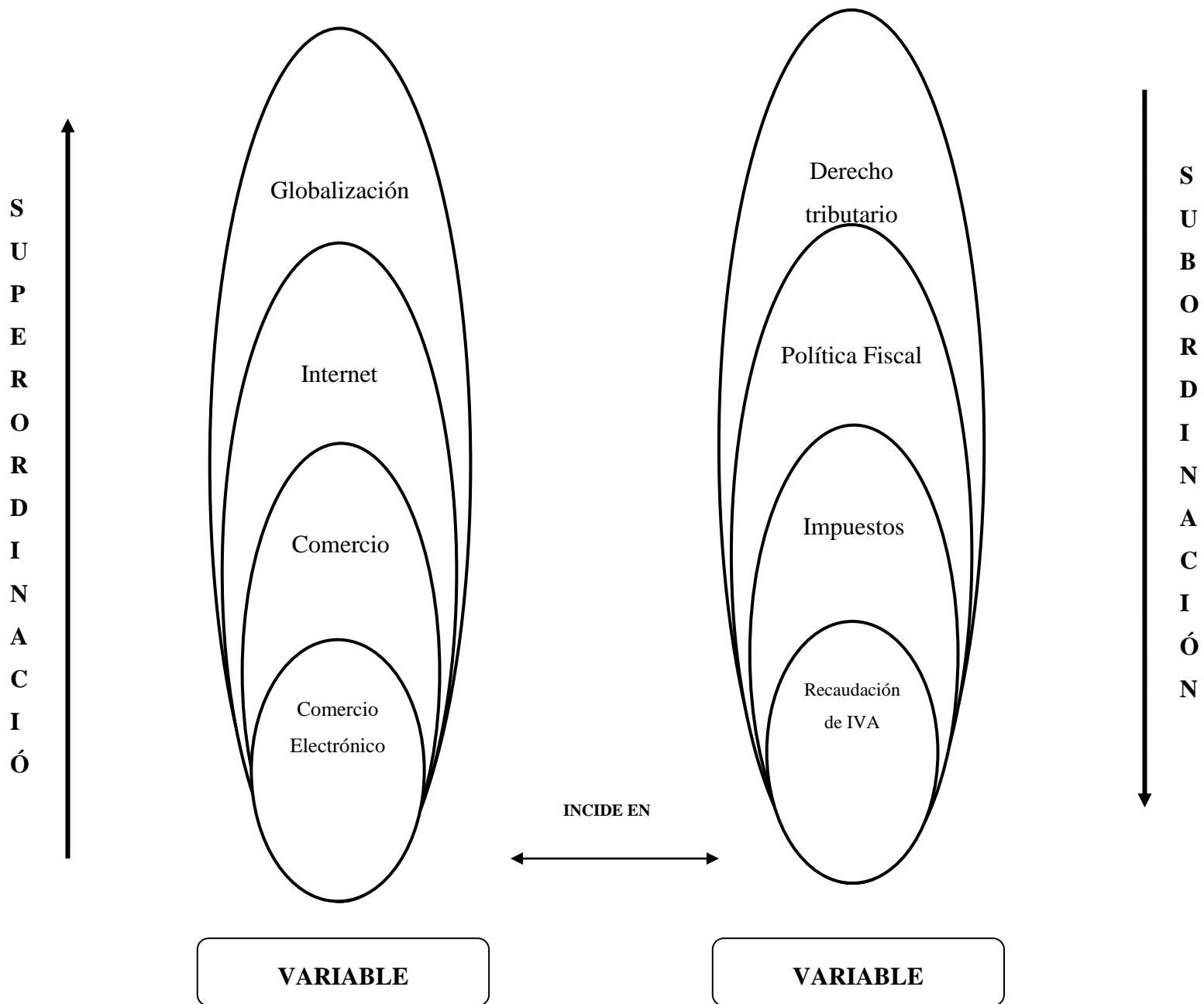


Ilustración 4: Categorías Fundamentales

Elaborado por: Paredes, Gioconda



Ilustración 5: Constelación de Ideas. Variable Independiente

Elaborado por: Paredes, Gioconda

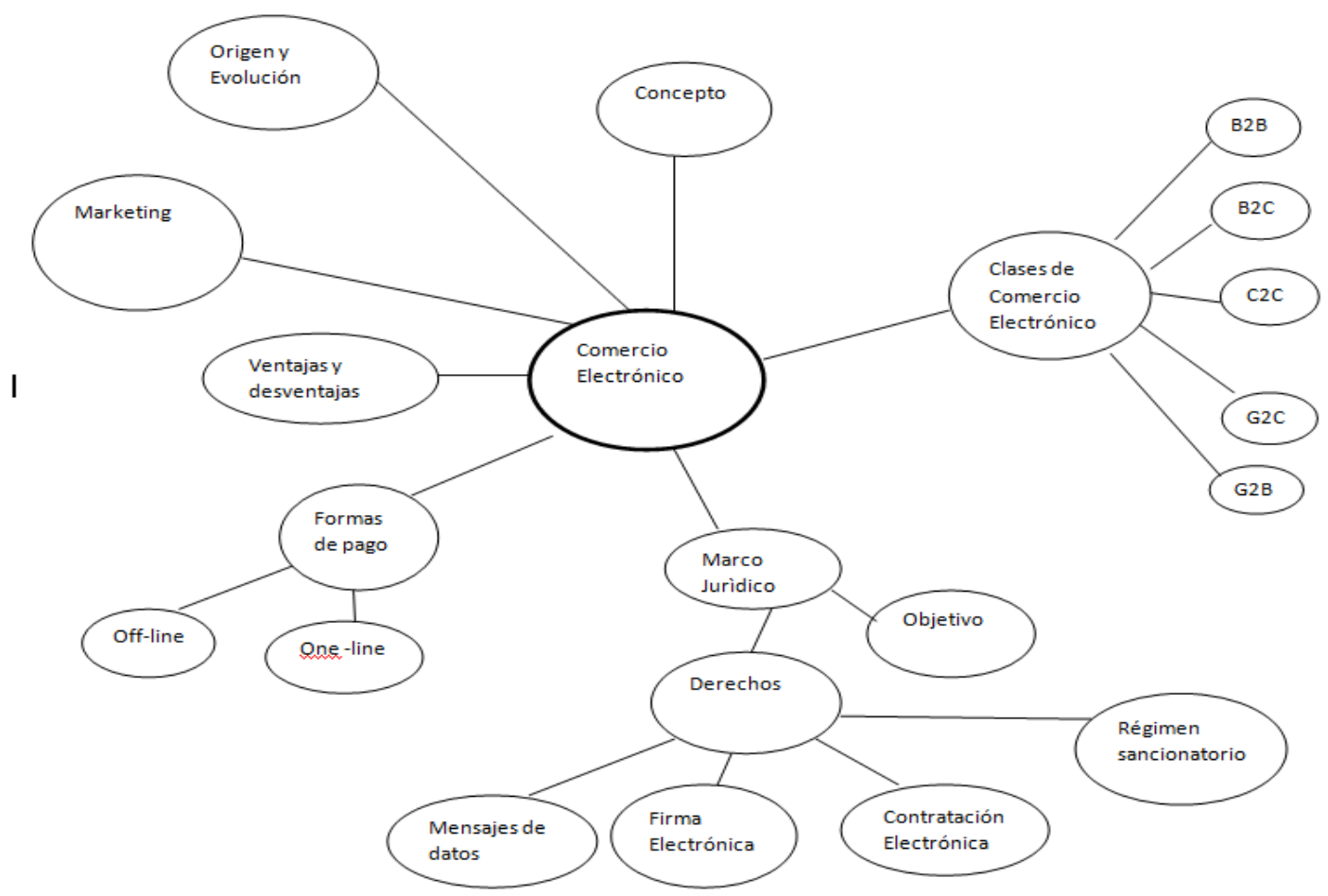


Ilustración 6: Constelación de Ideas. Variable Dependiente

Elaborado por: Paredes, Gioconda

2.4.1. Marco Conceptual Variable Independiente

Comercio Electrónico

Para poder entender que es el Comercio Electrónico los autores del Libro del Comercio Electrónico indican que las Naciones Unidas, lo han definido como:

Redes de ordenadores que permiten la compra o venta de bienes o servicios entre empresas. El bien o servicio se solicita en el Mercado Electrónico iniciándose así la transacción, pero la entrega, facturación y pago pueden completarse por medios electrónicos o por medios tradicionales (García del Poyo, Rabadán, Merino, & Somalo, 2011, pág. 313).

Lo que nos hace entender que la transacción se puede realiza desde cualquier ordenador, sin importar el lugar físico donde de encuentre.

Origen y Evolución

El comercio electrónico ha cambia la forma de relacionarse con el mundo, en la actualidad podermos realizar transacciones comerciales en cualquier parte del mundo y las 24 horas del día, los 365 días del año, los tratadistas coinciden en que el comercio electrónico para varios entendidos ha tenido algunas generaciones, las cuales señalamos a continuación:

Primera generación:

Cuando la web comienza a salir de los centros de investigación, alla por el año 1993, las primeras grandes empresas perciben la importancia y empiezan a crear

páginas web sólo hablando de la organización. Posteriormente, aparecen los primeros catálogos en la red. Las páginas son estáticas y, el modo de comunicación con el comprador se reduce a los formularios o correo electrónico. Todavía no se puede comprar a través de la red.

Segundo generación:

Inmediatamente, las empresa ven la posibilidad de emplear sus páginas para hacer negocios directamente en la red. En esta etapa ya se puede comprar a través de la página. Aparecen los “centros comerciales virtuales” en los que una empresa que disponía de la tecnología e infraestructura necesaria para crear tiendas virtuales, alquilaba espacio a otras empresas interesadas en tener su propia tienda.

En cuanto a los medios de pago, en esta etapa se suele emplear el pago contra reembolso, cheques, transferencias y, en algunos casos, pago mediante tarjetas electrónicas. Empiezan los negocios de Internet “puros”, empresas que nacen exclusivamente para vender productos o servicios a través de la red.

Tercera generación:

Pretende automatizar los procesos de selección y envío de datos de los productos comprados. La solución es implementar sistemas de bases de datos, junto con aplicaciones web, basados en guiones CGI (Common Gateway Interface). Aparecen los primeros contenidos dinámicos y se generaliza el “marketing en la red”. En cuanto a los medio de pago, se generaliza en empleo de las tarjetas como medio de pago. Aparecen los primeros protocolos para pago seguro.

Cuarta generación:

El contenido es dinámico, generado mediante una aplicación web a partir de datos suministrados por un sistema de base de datos. Se cuida el diseño del sitio,

empleándose diseñadores gráficos especializados para su creación e informáticos para el soporte y diseño de la lógica de negocios. Se mejora la seguridad de los sitios y se implantan diversos mecanismos de pago seguro. (Scoanc, 2005, págs. 10-11).

Clases de comercio electrónico

El comercio electrónico se lo ha logrado catalogar según algunos criterios, como por ejemplo por los intervinientes, por su objeto, si es nacional e internacional o si es abierto o cerrado, para esta investigación se lo clasificó en función a los intervinientes, teniendo así los más importantes:

Tabla 1: *Clases de Comercio Electrónico*

SIGLAS	CONCEPTO	DESCRIPCIÓN
B2B	Business to Business	Es el comercio que se lo realiza de empresa a empresa, es decir proveedores y clientes empresarios.
B2C	Business to Costomer	Es la relación entre la empresa vendedora productora o prestadora de bienes y servicios y el consumidor final.
C2C	Consumer to Consumer	Es el comercio entre consumidores finales, sin necesidad de intermediarios.
G2C	Government to Consumer	Es el comercio entre instituciones del gobierno y consumidores, puede ponerse como ejemplo el pago de tributos públicos
G2B	Government to Business	Es la comercialización de instituciones del gobierno con empresas para entregar bienes o servicios

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Esta clasificación nos abre el panoram  del crecimiento que ha tenido el comercio electrónico en los actuales momentos desde los consumidores finales hasta las instituciones del gobierno, lo utilizan para poder realizar un infinito número de actividades y desde la compra de un bien o servicios, hasta utilizarlo para el pago de impuestos.

Formas de pago

La clave del negocio electrónico es ofrecerles a los clientes la mayor cantidad de formas de pago, y es importante que tengan la seguridad que los medios de pago sean efectivos y no vayan a tener una mala experiencia.

Las formas de pago se las puede agrupar en:

- Métodos off-line
- Métodos on-line

Según la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional, en su publicación el Libro Blanco del Comercio Electrónico, nos señala los siguientes conceptos para cada forma de pago:

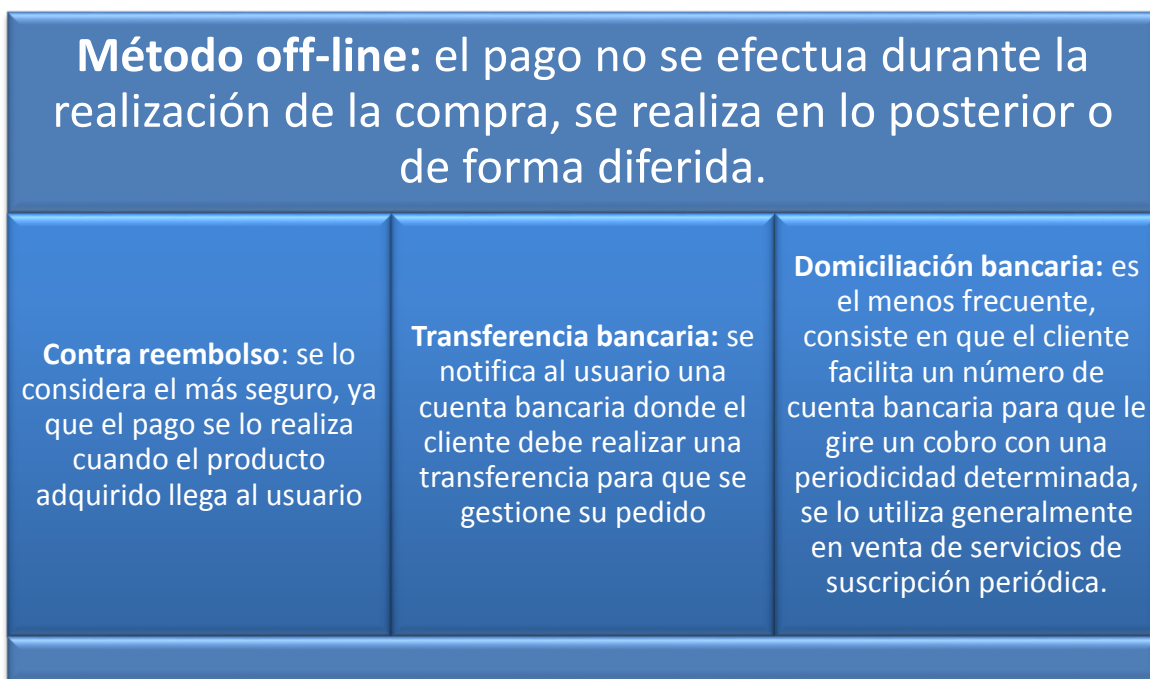


Ilustración 7: Formas de pago. Método off-line

Fuente: (Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional AECEM, pág. 41)

Elaborado por: Paredes, Gioconda

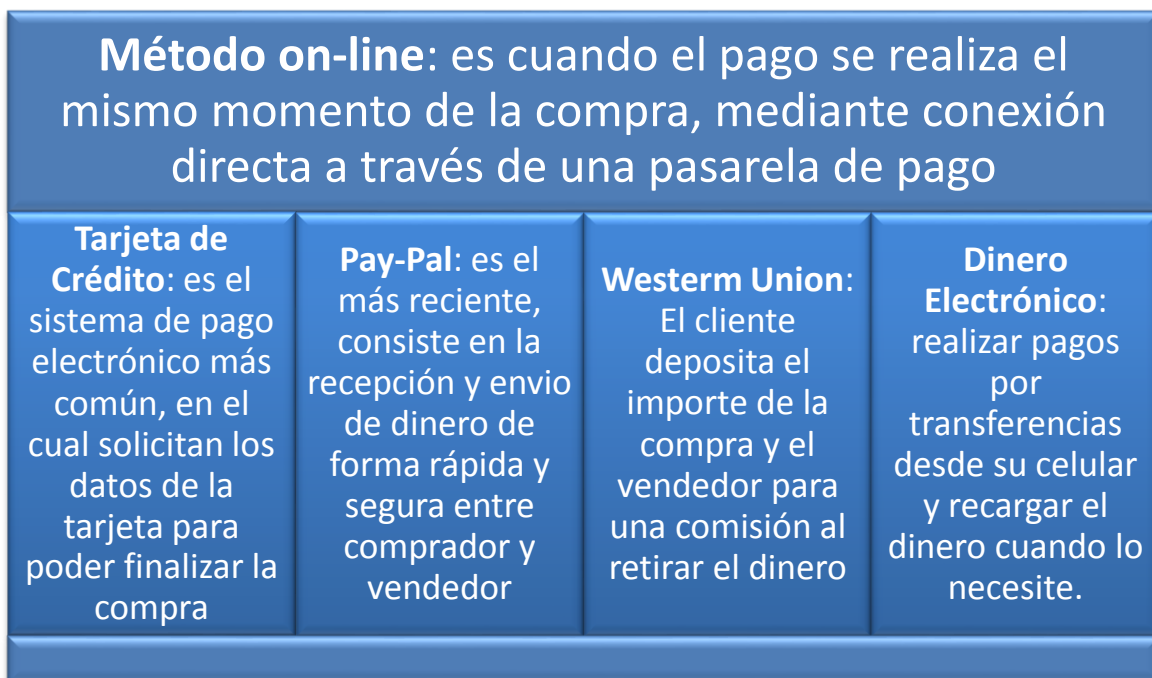


Ilustración 8: Formas de pago. Método on-line

Fuente: (Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional AECEM, pág. 41)

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Los datos estadísticos nos demuestran que las tarjetas de crédito son la opción más utilizada para pagos de comercio electrónico, como se lo ve a continuación:

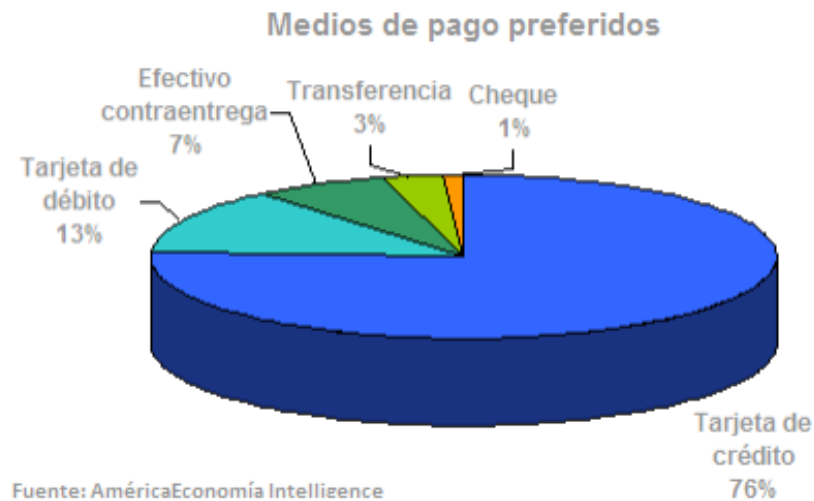


Ilustración 9: Medios de pago preferidos

Fuente: América Economía Intelligente

Elaborado por: América Economía Intelligente

En Quito, se realizó el 2 de julio del 2015, el encuentro de el “e-commerce Day Ecuador 2015”, a esta reunión asistieron alrededor de 500 personas entre las cuales estaban emprendedores, instituciones bancarias, jefes de marketing, compartiendo experiencias y actualizando sus conocimientos.

Una de las cadenas más fuertes a nivel online en nuestro país es Comandato, y su representante indicó que era necesario contar con un método de pago que facilite la transacción al usuario y unifique las tarjetas de crédito, como dato de interés en esta cita se dio también que el colocar el pago contra entrega aumentó las compras en un 85%, dejando en evidencia que los ecuatorianos necesitamos todavía del contacto físico para poder cerrar una negociación.

Marketing

El marketing del comercio electrónico, es la práctica de guiar al comprador online a un sitio de comercio electrónico y persuadirlo a comprar productos y servicio en línea. (Maestrías en Marketing, 2014).

Puede ser que el comercio electrónico tenga gran ventaja sobre el comercio tradicional, y se convierte en un canal adicional de ventas para los comerciantes en el cual pueden promocionar sus productos, aumentar la posibilidad de hacer negocios y por ende aumentar el volumen de sus ventas, por lo tanto se incrementaría también el impuesto a pagar al Fisco.

Sin embargo no debemos confundir entre el marketing electrónico y marketing en internet, mientras el primera hace uso de las tecnologías de la información y la comunicación para procesos externos como campañas publicitarias a través de telefonía móvil, televisión digital, comercio electrónico, el segundo utiliza el internet y otras tecnologías para alcanzar sus objetivos, es decir el marketing electrónico utiliza cualquier medio electrónico para su fin, mientras que el marketing en internet hace uso exclusivo del internet.

Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico

El comercio electrónico nos brinda ventajas y desventajas tanto para el usuario como para las empresas, entre las principales encontramos:

Ventajas

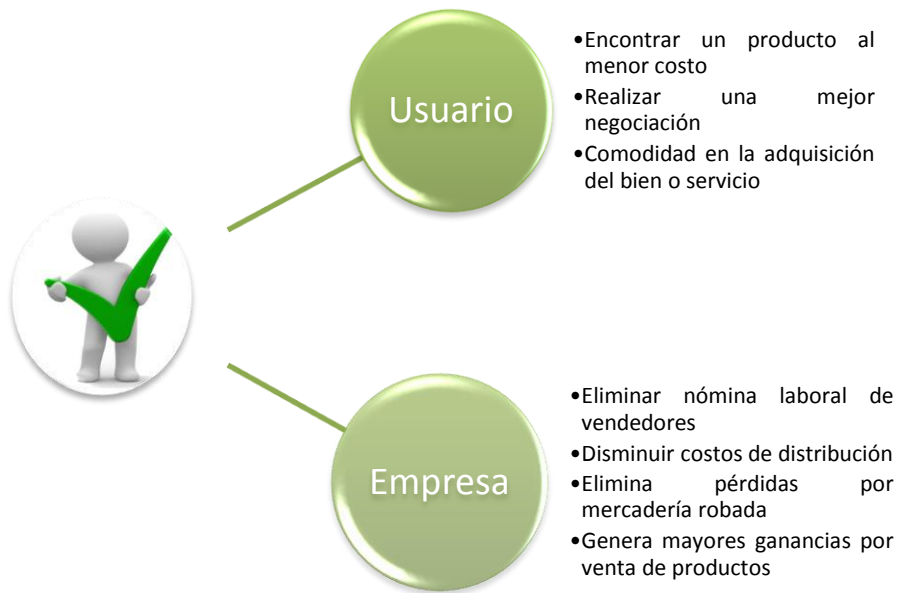


Ilustración 10: Ventajas del Comercio Electrónico

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Desventajas

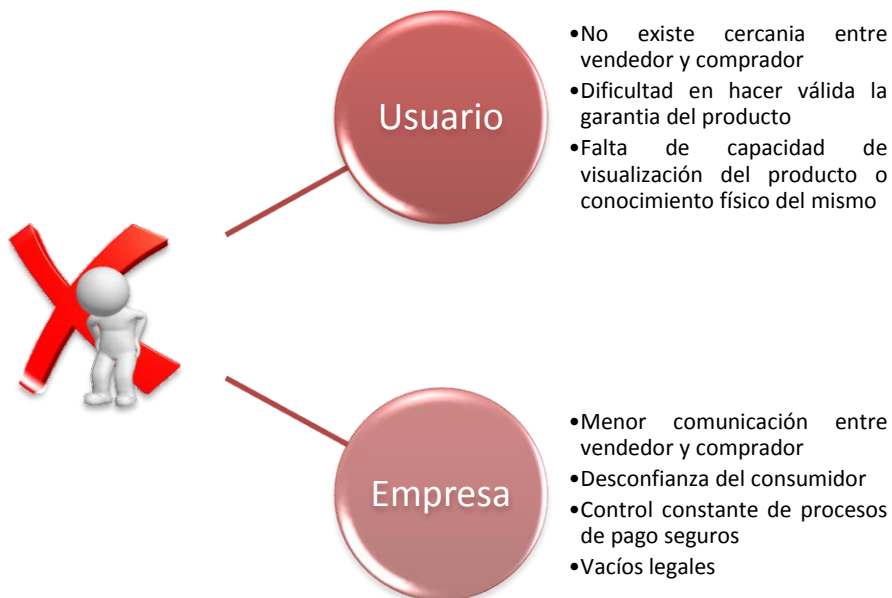


Ilustración 11: Desventajas del Comercio Electrónico

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Marco jurídico del comercio electrónico en Ecuador

A partir del año 2002, entró en vigencia en el país la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, cuyo objetivo es “regular los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.” (2002, pág. 1).

Mensajes de datos

Según la disposición general novena se entenderá como mensajes de datos a:

Toda información creada, generada, procesada, enviada, recibida, comunicada o archivada por medios electrónicos, que puede ser intercambiada por cualquier medio. Serán considerados como mensajes de datos, sin que esta enumeración limite su definición, los siguientes: documentos electrónicos, registros electrónicos, correo electrónico, servicios web, telegrama, télex, fax e intercambio electrónico de datos. (2002, pág. 28).

En esta Ley se señala que un documento electrónico tiene valor jurídico igual que los escritos en un documento físico, inclusive los datos que se adjunten a un mensaje electrónico como anexo.

Firma electrónica

En la página del Banco Central del Ecuador, encontramos el concepto de firma electrónica que lo define como:

Los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos. (2008).

En el artículo 14 de la Ley de Comercio electrónico garantiza que: “la firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio” (2002).

Certificado de firma electrónica

Según la Ley es el mensaje de datos que certifica la vinculación de una firma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad, también se explica que se lo utilizará para certificar la identidad del titular de una firma electrónica.

Para poder emitir un certificado de firma electrónica la empresa unipersonal o persona jurídica tendrá que estar autorizada por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones y cumplir con las obligaciones emitidas en esta Ley de Comercio Electrónico.

Contratación Electrónica o Telemática

La contratación electrónica es la que permite contratar mensajes vía on-line u off-line, sin ser necesario la presencia física de sus partes, en donde los bienes o servicios se los ofrece por vía electrónica.

En la ley nos habla del cumplimiento de ciertas formalidades, la aprobación para el uso de medios electrónicos y la información que se tiene que dar al consumidor respecto a su uso y esta tendrá que cumplir con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento, cualquier incumplimiento que exista será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el país.

En la aprobación de esta ley también es importante destacar que se establece un derecho a la intimidad, en donde su artículo 9 establece que:

Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros (2002, pág. 2).

Constituye como novedoso también para el campo procesal que los mensajes de datos, firmas electrónica y demás documentos electrónicos sirvan como medio de prueba y puedan ser utilizados en procesos judiciales, como se señala en el artículo 53 de esta ley:

Cuando se presentare como prueba una firma electrónica certificada por una entidad de certificación de información acreditada, se presumirá que ésta reúne los requisitos determinados en la Ley, y que por consiguiente, los datos de la firma electrónica no han sido alterados desde su emisión y que la firma electrónica pertenece al signatario (2002, pág. 12).

El derecho de contratación también está estipulado y se entenderá que “la contratación electrónica y telemática es el revestimiento tecnológico y contemporáneo del antiguo principio de

la voluntad de las partes. La voluntad general de los contratantes, en el ámbito del comercio electrónico, se ha trasladado únicamente de escenario: ‘la red’.” (Sosa, 2013).

Régimen Sancionatorio

No podía faltar un capítulo que regula las infracciones informáticas, en el cual se sancionan delitos como:

- Violación al derecho de la intimidad de documentos con soporte electrónico
- Violación o divulgación de información secreta contenida en documentos con soporte electrónico
- Falsificación electrónica
- Daños informáticos
- Apropiación ilícita
- Estafa utilizando medios electrónicos telemáticos

Este tipo de delitos se encuentran tipificados en el Capítulo I, Título V, desde los artículos 57 al 64 de la Ley mencionada anteriormente.

2.4.2. Marco Conceptual Variable Dependiente

Derecho Tributario

Es necesario conocer el significado del Derecho Tributario para poder entender su naturaleza y objetivos, uno de sus tratadistas lo define como: “las reglas legales que demarcan la jurisdicción de cada país y que confinan el límite de aplicación de la ley tributaria sustantiva y que limita el poder impositivo del Estado” (Díaz, 2001, pág. 58).

Según el concepto descrito anteriormente, se puede resaltar que ya nos habla de una jurisdicción y una limitación para a la aplicación de las leyes tributarias, y se toma en cuenta otros conceptos, podemos comprender que es una serie de principios y normas que permitirán solucionar conflictos de índole tributario, como se demuestra a continuación: “El derecho internacional tributario es aquel ramo del derecho internacional público que estudia los principios, las normas y los procedimientos idóneas para solucionar los conflictos derivados del ejercicio de potestades tributarias en el ámbito internacional (Troya, 1990, pág. 14).

El origen del Derecho Tributario en el país se remonta al año 1931, con la llegada de la Comisión Kemmerer⁵, donde se crea una Ley para el Impuesto a la Renta (1962), posteriormente en 1990 comienza a regir la Ley de Régimen Tributario Interno que da un cambio a lo que se conocía hasta esa fecha como sistema tributario.

Dentro de Ecuador podríamos definir al Derecho Tributario como “La relación jurídico tributaria que es el conjunto de relaciones de los contribuyentes o responsables a pagar los tributos al Estado” (Andrade, 2005, pág. 21) , la relación entre sujeto activo y sujeto pasivo, se da por la normativa tributaria en donde la realización de actividad económica estará regulada para el efecto de la contribución.

Potestad tributaria

Se vuelve a citar a Troya en su libro, Derecho Internacional Tributario cuando dice que:

La potestad tributaria, o sea la facultad de establecer contribuciones o tributos, es propia de los Estados. No se ha reconocido aún la existencia de una atribución

⁵ Consistió en una serie de propuestas de remodelación de los sistemas monetarios, bancarios y fiscales, que luego se convirtieron en leyes entre 1919 y 1931, se desarrolló principalmente el Latinoamérica.

semejante a la comunidad internacional. Coexisten, pues, las potestades tributarias de los diferentes países. (1990, pág. 11).

Queda claro que cada Estado tiene la facultad de exigir tributos dentro de su propia jurisdicción, el objeto imponible, los sujetos activo y pasivo, la forma y cuantía estarán determinadas por la ley tributaria de cada país.

Montaño hace énfasis en decir que: “la potestad tributaria en el espectro internacional todavía no goza de una vigencia plena, autónoma y desvinculado de los estados, debido a que una soberanía *per se*⁶, todavía está en vías de formación”. (2006, pág. 48), por este motivo puede ser que las administraciones tributarias tengan inconvenientes en la aplicación de un sistema de control cuando de comercio electrónico se trata.

Principios tributarios al Comercio Electrónico

La OCDE, en el año de 1998, en Ottawa, acordó aplicar los siguientes principios de tributación al comercio electrónico, he indicó que los mismos principios que se aplican al comercio convencional deberían aplicarse al electrónico, los principios son los siguientes:

⁶ Expresión en latín que significa: “por sí mismo”

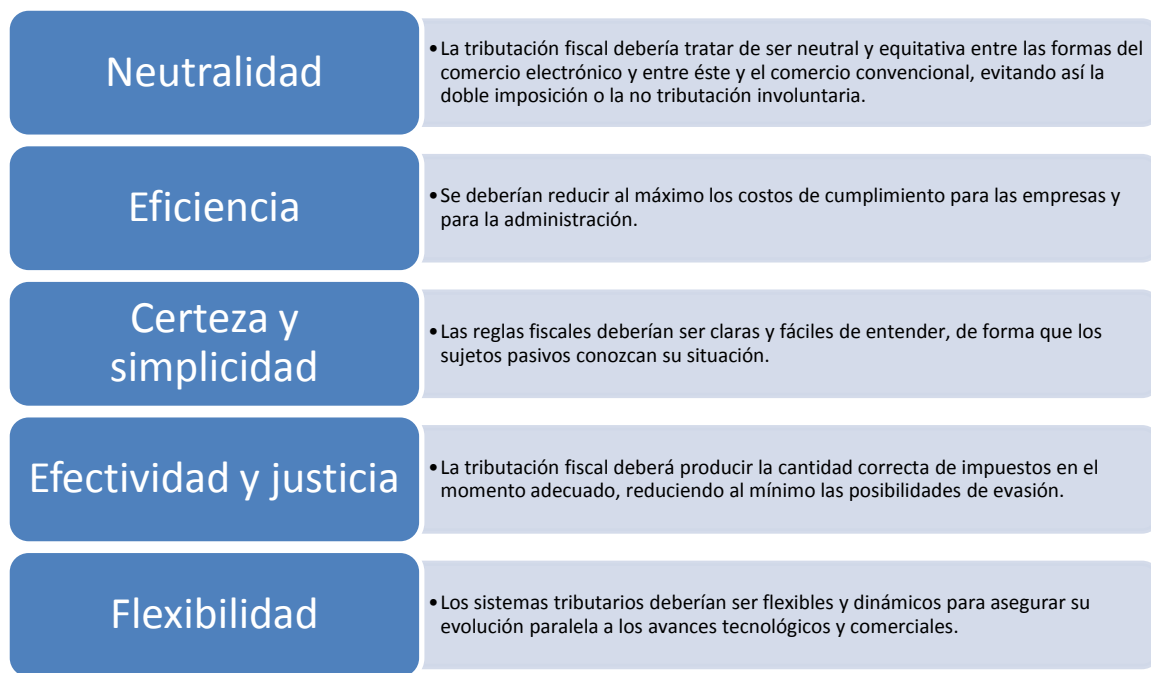


Ilustración 12: Principios Tributarios aplicados al Comercio Electrónico

Fuente: (OCDE, 1998)

Elaborado por: Paredes, Gioconda

El objetivo de aplicación de estos principios radica en facilitar el acceso del contribuyente a la Administración optimizando los recursos de manera eficiente, justa y paralela a la evolución tecnológica.

Presupuesto General del Estado

La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 292, nos señala que:

El Presupuesto General del Estado es el instrumento para la determinación y gestión de los ingresos y egresos del Estado, e incluye todos los ingresos y egresos del sector público, con excepción de los pertenecientes a la seguridad

social, la banca pública, las empresas públicas y los gobiernos autónomos descentralizados (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Para poder formular el presupuesto es necesario tomar en cuenta el marco legal que impone la Constitución, las disposiciones legales, decretos, normas técnicas y otras que emita el ente rector de la administración financiera.⁷

El Presupuesto debe estar debidamente equilibrado, es decir los ingresos y los gastos deben ser iguales.



Ilustración 13: Equilibrio Presupuestario

Fuente: Ministerio de Finanzas

Elaborado por: Ministerio de Finanzas

⁷ Ministerio de Finanzas, es el ente rector de las Finanzas Públicas del Ecuador.

Clasificación de los ingresos

En nuestro país los ingresos están clasificados de la siguiente manera:

- Permanentes
- No permanentes

Ingresos Permanentes: “Son los ingresos de recursos públicos que el Estado a través de sus entidades, instituciones y organismos públicos reciben de manera continua, periódica y previsible”. (Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, 2010), para este caso entendemos como recursos permanentes a los provenientes de la recaudación de impuestos, tasas, contribuciones, transferencias, etc.

Ingresos no-permanentes: “Son los ingresos de recursos públicos que el Estado a través de sus entidades, instituciones y organismos, reciben de manera temporal, por una situación específica, excepcional o extraordinaria”. (Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, 2010), los ingresos no-permanentes son los ingresos petroleros, venta de activos, desembolsos, etc.

Dentro de la proforma presupuestaria presentada por el Ministerio de Finanzas para el año 2016, encontrados los rubros destinados a Ingresos tanto permanente como no permanentes, al igual que los gastos para cada uno de ellos.

PROFORMA 2016 – REGLA FISCAL

CONCEPTO	MONTO USD
INGRESOS PERMANENTES	22.559.954.616
GASTOS PERMANENTES	17.412.865.236
DÉFICIT / SUPERÁVIT PERMANENTES	5.147.089.379
INGRESOS NO PERMANENTES	673.568.752
GASTOS NO PERMANENTES	8.287.850.491
DÉFICIT / SUPERÁVIT NO PERMANENTES	(7.614.281.738)
DÉFICIT / SUPERÁVIT GLOBAL	(2.467.192.359)

Ilustración 14: Proforma 2016-Regla Fiscal

Fuente: Ministerio de Finanzas

Elaborado por: Ministerio de Finanzas

Para el año 2016 los ingresos totales son de USD 23.233.5 millones, en donde el 97.1% son ingresos permanentes y apenas el 2.9% son ingresos no permanentes, ocupando un lugar muy importante la recaudación de impuestos con un 68.7%

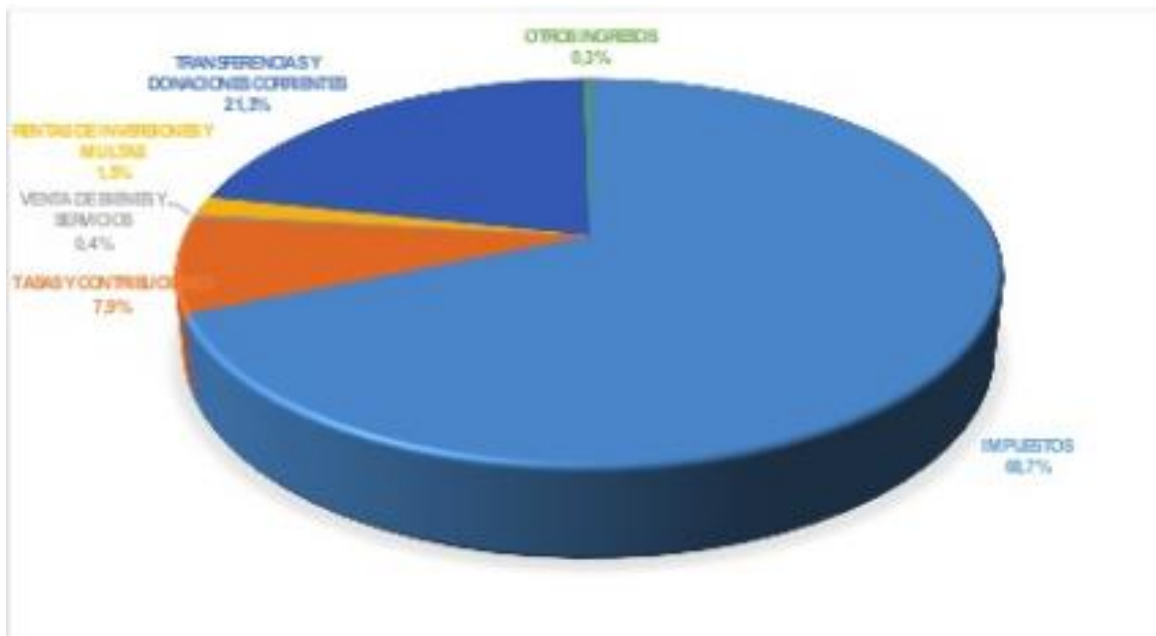


Ilustración 15: Composición de los Ingresos Permanentes

Fuente: Proforma del Presupuesto General del Estado 2016-Ministerio de Finanzas

Elaborado por: Comisión del Régimen Económico Y tributario y su Regulación y Control

Tributos

José Vicente Troya, nos señala que el instituto del derecho tributario es el tributo, el cual constituye la principal fuente de ingreso del estado y al propio tiempo es eficaz instrumento de política fiscal. (2002, pág. 1).

La clasificación más reconocida por Latinoamérica es la de: impuestos, tasas y las contribuciones especiales.

Impuestos.- financian servicios públicos generales indivisibles y parcialmente las obras públicas, precisamente en aquella parte en que las mismas son de interés general.

Tasas.- financian los servicios públicos generales y divisibles.

Contribuciones especiales.- financian las obras públicas que componen un beneficio brindado a la comunidad.

Los impuestos son el principal ingreso tributario, es por esto que el gobierno ha prestado más atención clasificándolo a su vez en: Directos e Indirectos

Impuesto Directos.- son aquellos en los que el contribuyente establecido en la norma jurídica recibe la carga del impuesto, siendo imposible trasladarlo a una tercera persona (Benitez, 2010), el más representativo es el Impuesto a la Renta.

Impuesto Indirecto.- son aquellos en los cuales el contribuyente establecido en la ley puede trasladar el pago del impuesto a una tercera persona, nacen de métodos impositivos indirectos, no atienden a las circunstancias personales del contribuyente; todos tienen el mismo tratamiento cualesquiera que sea su situación económica particular. (Pallo, 2015), el de mayor importancia es el Impuesto al Valor Agregado.

En el informe de recaudación elaborado por el Servicio de Rentas Internas al año 2015, encontramos que el Impuesto con mayor contribución es el Impuesto a la Renta, seguido muy de cerca por el Impuesto al Valor Agregado, y muestras de crecimiento de un año a otro, surge aquí el interés de la elaboración de controles para evitar la evasión ya que constituyen la fuente principal de ingresos del país.

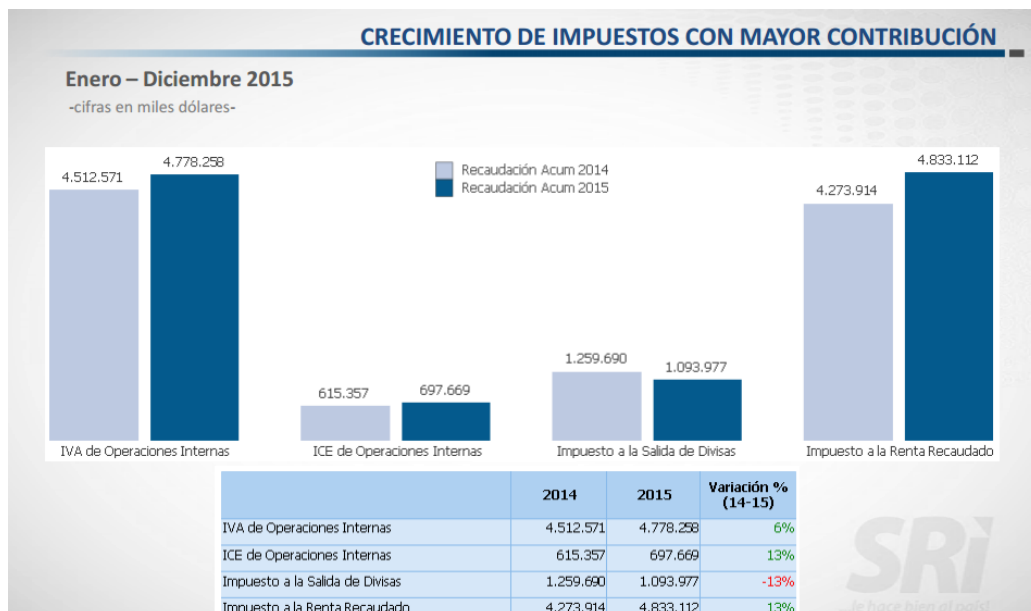


Ilustración 16: Crecimiento de Impuestos con mayor contribución

Fuente: Base de Datos SRI

Elaborado por: Departamento de Planificación Institucional

Impuesto a la Renta

Según el artículo 1 el objeto del impuesto se describe como: “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 de Régimen Tributario Interno, 2004).

Los sujetos pasivos del impuesto a la renta son las personas naturales, la sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que tengan ingresos gravados de conformidad a la ley (2004, pág. 1).

Residencia Fiscal

En el año 2014, se reforma la Ley de Régimen Tributario, haciendo énfasis en el concepto de residencia fiscal y es así como aparece el artículo 4.1 el cual señala que para ser residentes fiscales en el Ecuador se debe cumplir algunas condiciones como por ejemplo permanecer en el país 183 días calendario sean o no consecutivos dentro del mismo período, si el contribuyente acredita una residencia fiscal en un paraíso fiscal deberá probar que ha permanecido en ese país al menos los 183 días calendario consecutivos o no en un ejercicio fiscal, en caso de acreditar posteriormente, éste mantendrá su condición de residente hasta por cuatro períodos fiscales siguientes, otro de los aspectos importantes que se incrementa es que el núcleo principal de sus actividades o intereses económicos radiquen en Ecuador, para ser considerado residente fiscal del país.

Define también la residencia fiscal para sociedades “Una sociedad tiene residencia fiscal en Ecuador cuando ha sido constituida o creada en territorio ecuatoriano, de conformidad con la legislación nacional.” (Ley de Régimen Tributario Interno, 2004), Art. 4.2 , y también se habla

de entender indistintamente como residencia fiscal a los conceptos de domicilio y residencia del sujeto pasivo.

La importancia de establecer en nuestro cuerpo legal el principio de residencia fiscal, es imprescindible debido a que se determinará quién debe pagar impuestos en el país, antes de la reforma que se dio por la Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y prevención de fraude fiscal (2014), solo se consideraba persona residente fiscal cuando tenía una presencia física de 183 días o más en el mismo ejercicio fiscal, como se detalló anteriormente hoy existen otros criterios para señalar la residencia fiscal, entre el más novedoso esta que quien no sea residente fiscal en ningún otro país y mantenga sus vínculos familiares más estrechos en Ecuador, será residente fiscal en nuestro país.

Es necesario tener en consideración que en el caso de personas naturales que cumplan las condiciones descritas son residentes del Ecuador y están obligados a tributar renta en este país.

Este tipo de regulaciones se las está tomando en cuenta debido a la apertura de la globalización que existe actualmente y es necesario que la Administración comience a resguardar sus intereses recaudatorios.

Domicilio

El Código Tributario en su artículo 59, establece como domicilio de las personas naturales “el lugar de su residencia habitual o donde ejerzan sus actividades económicas; aquel donde se encuentren sus bienes, o se produzca el hecho generador.” (Código Orgánico Tributario, 2005).

El artículo 60 señala que se considerarán domiciliados en el Ecuador los extranjeros que perciban remuneración principal o adicional cuando ejerzan algún tipo de función con o sin relación de

dependencia, y se considerará como domicilio el lugar donde ejerza sus funciones o perciba su remuneración y en caso de no ser posible identificarlo, se tendrá como domicilio la capital de la República.

Para las personas jurídicas el artículo 61 señala:

1. El lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y,
2. En defecto de lo anterior, el lugar en donde se ejerza cualquiera de sus actividades económicas o donde ocurriera el hecho generador. (Código Orgánico Tributario, 2005).

Fuente

El principio de fuente es una conexión de asociación de la renta generada con la jurisdicción fiscal que será la encargada de la recaudación de impuestos, en el Ecuador se considerará ingresos de fuente ecuatoriana, los percibidos por ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales, etc., que se realicen dentro del territorio ecuatoriano, también se consideran los percibidos por actividades desarrolladas en el exterior, pero provenientes de personas naturales o sociedades con domicilio en el Ecuador.

Las utilidades de la enajenación de bienes muebles o inmuebles ubicados en el país, los beneficios o regalías, utilidades y dividendos, también son ingresos de fuente ecuatoriana.

Los ingresos de exportación, intereses, rendimientos financieros, los ingresos de loterías, rifas y demás, así como los provenientes de herencias, legados y donaciones son de fuente ecuatoriana por lo tanto son tributables dentro del país, cada uno de estos ingresos y sus características generales se encuentran en el artículo 8 del LRTI y su respectivo reglamento, cuyos numerales

definen en forma clara cuando un ingreso es de fuente ecuatoriana por lo tanto tributable en nuestro país, de la misma manera se define cuales son los ingresos exentos. (Ver Anexo 1)

Establecimiento permanente

Según Montaña el:

Establecimiento Permanente es una entidad de carácter económico, cuya función primordial es facilitar los presupuestos para que una actividad económica desarrollada por una persona jurídica extranjera pueda ser sujeta a la normativa impositiva de un país, en donde actúa por medio de una organización determinada (2006, págs. 297-298).

La función de definir con claridad cual es el Establecimiento permanente consiste en determinar el derecho de un Estado para gravar tributos, es así que el artículo 7 del MC OCDE⁸, se establece que: el Estado contratante no puede gravar los beneficios de una empresa del otro Estado contratante a menos que ejerza su actividad a través de un establecimiento permanente situado en él.

Se establece por regla que los Estados obtendrán tributos por las empresas que residan en él, pero existe la excepción en que el “Estado de la fuente está autorizado a tributar los resultados de las actividades de dicha empresa, generados y atribuidos únicamente al establecimiento permanente. (...), constituyéndose un mecanismo para evitar la doble imposición de las rentas empresariales y trabajo autónomo” (Bermeo, 2014).

⁸ Modelo de Convenio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Convenios de doble imposición

Los primeros modelos de convenio surgen por el año 1946, en la Sede de la Sociedad de las Naciones, un modelo de México y otro de Londres, las diferencias entre los modelos ponía en manifiesto la posición de los Estados a la hora de delimitar su poder tributario, teniendo este particular se optó por la elaboración de Modelos de Convenios donde existieran ciertas pautas para la eliminación de la doble imposición internacional.

Entre lo que se señala de los modelos de convenio se indica que:

Los Modelos de Convenio surgieron así como mecanismos complementarios a los Convenios bilaterales como contribución de las organizaciones internacionales- inicialmente, la Sociedad de Naciones-para su elaboración, ante la necesidad de fijar una estructura y un contenido homogéneo y coherente al tratamiento de los conflictos tributarios internacionales derivados de la imposición simultánea sobre la renta transnacional. (García F. A., 2009, pág. 103).

Por lo que se puede definir a los convenios como:

Los acuerdos internacionales en materia tributaria, éstos tienen la naturaleza de tratados internacionales, cuya función es eliminar los conflictos de tributación originados por el ejercicio de la soberanía de dos o más Estados y el poder tributario de ambos sobre cierta operación generadora del impuesto. (Uckmar, 2003, pág. 104).

Los objetivos de los tratados según Parrales y Aveiga son:

- Instrumentar medidas bilaterales para delimitar la potestad tributaria de los Estados signatarios, esto es, eliminar la doble imposición de las actividades de las personas naturales y jurídicas.
- Fomentar la cooperación internacional entre las administraciones tributarias de los estados que intervienen.
- Atraer la inversión extranjera.
- Prever las normas de no discriminación y medidas para evitar el fraude fiscal.

(2013)

El Ecuador tiene firmados 17 convenios (Ver Anexo 2) para evitar la doble imposición, incluyendo la decisión 578, que fue publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena No. 1063 del 5 de mayo de 2004, esta decisión contiene un régimen común para los países miembros de la CAN (Comunidad Andina de Naciones).

Modelo OCDE

La iniciativa tomó la OCDE, por la década de los 50 con la elaboración de informes sobre la doble imposición, cuyo resultado fueron el primer Proyecto de Convenio por el año de 1963, los Estados más desarrollados comenzaron a adoptar estas pautas, para dotar de finalidad jurídica tributaria a las transacciones económicas internacionales.

En los países con menos desarrollo los convenios no tuvieron mucha acogida por lo que tuvo que intervenir la ONU⁹ a través de la ECOSOC¹⁰.

⁹ ONU, Organización de las Naciones Unidas

¹⁰ ECOSOC, Consejo Económico Social de las Naciones Unidas

La regla general de este modelo radica en el criterio de residencia, el contribuyente tributará en el Estado Contratante de su residencia, con la excepción de que si tiene un establecimiento permanente en el otro Estado Contratante se utilizará el criterio de la fuente.

A los países desarrollados les conviene restringir el concepto de establecimiento permanente, mientras que a los países en vías de desarrollo les interesa utilizar el concepto de fuente, es decir donde se origina la renta.

Modelo ONU

Algunos países al no estar de acuerdo con el Modelo de la OCDE se reúnen tanto los expertos tributarios de los países desarrollados como los de los países en desarrollo, y es el 1980, cuando se elabora un Convenio para: “vencer la resistencia de algunos Estados a entrar en la dinámica negociadora y signataria de convenios fiscales para eliminar la doble imposición, por entender que resultaban lesivos para sus intereses” (García F. A., 2009, pág. 105).

En este Modelo se trata de beneficiar los derechos de los países donde se genere la renta, restringiendo a las empresas de otro país que genere rentas y no paguen impuestos en el país donde se produjeron las mismas, por lo tanto se puede tener tasas de retención más altas.

Si comparamos los dos modelos podemos decir que: el Modelo OCDE favorece a las economías desarrolladas, mientras que el Modelos de la ONU tiende a ayudar a los países en vía de desarrollo.

Impuesto al Valor Agregado

El IVA es un impuesto indirecto debido a que no obedece a las características personales de cada contribuyente, sino más bien del producto en sí, por lo tanto no incide directamente en su renta, incide más bien en el consumo que pueda realizar.

A la vez se lo considera como un impuesto regresivo porque su incremento va a afectar a los que menos tienen.

El sujeto Activo de este impuesto es el Estado y será administrado por el Servicio de Rentas Internas según el artículo 62 de la LRTI.

Como sujetos pasivos tenemos:

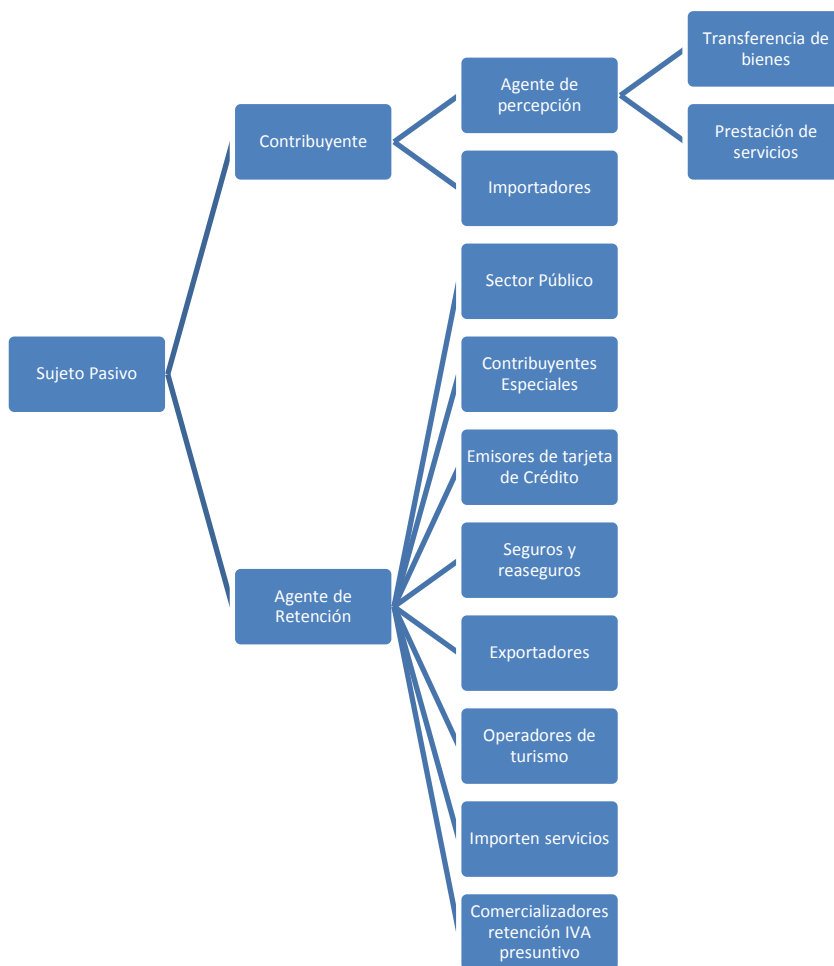


Ilustración 17: Sujetos Pasivos. Impuesto al Valor Agregado

Fuente: LRTI Art. 63

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Objeto

El artículo 52 de la LRTI establece el Objeto del impuesto que se lo grava en toda etapa de comercialización al valor de la transferencia de dominio así como también a la importación de bienes muebles, además los bienes también se lo grava a los derechos de autor, propiedad industrial y a los servicios prestados.

Transferencia

Para poder entender el concepto de transferencia el artículo 53 de la Ley antes mencionada establece que se considera transferencia:

1. Todo acto o contrato realizado por personas naturales o sociedades que tenga por objeto transferir el dominio de bienes muebles de naturaleza corporal, así como los derechos de autor, de propiedad industrial y derecho conexos, aún cuando la transferencia se efectúe a título gratuito, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen dicha transferencia y de las condiciones que pacten las partes.
2. La venta de bienes muebles de naturaleza corporal que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa, incluido el arrendamiento mercantil, bajo todas sus modalidades; y ,
3. El uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes muebles de naturaleza corporal que sean objeto de su producción o venta. (2004).

En este artículo se señala con detalle en que constituye una transferencia para dejar en claro al contribuyente los momentos en los cuales se gravará el impuesto, cumpliendo además con el hecho generador establecido para el caso.

No objeto del Impuesto

De la misma manera como se ha establecido el objeto del impuesto y el concepto de transferencia para el Ecuador existen también transacciones que no son objeto del impuesto y que se detallan en el artículo 54 de la LRTI, entre las cuales podemos citar a los aportes en especies a sociedades, adjudicaciones por herencias, donaciones a entidades del sector público, cesión de acciones y las cuotas para el mantenimiento de los condominios.

Estas transacciones no están gravadas con IVA y por lo tanto no tienen que ser declaradas y no están sujetas al régimen de facturación.

Tarifas del impuesto

Es un impuesto que se lo grava a cada etapa de la comercialización, dentro de nuestra legislación encontramos que el impuesto está distribuido en bienes y servicios con tarifa 0% (Ver Anexo 3) y bienes y servicios 14% esta tarifa se modificó por la Disposición Transitoria Primera de la Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la reconstrucción y reactivación de las zonas afectadas por el terremoto del 16 de abril de 2016, publicada en Registro Oficial 759 con fecha 20 de mayo de 2016, donde se incremento del 12% al 14% por el plazo máximo de un año.

Hecho generador

El hecho generador constituye la creación de la obligación tributaria, que tiene que estar establecido por Ley.

El artículo 61 de la LRTI señala que se verificará el hecho generador en momentos como:

Transferencias locales de bienes, en la prestación de servicios, en servicios de avance de obra y también está considerado en el caso de uso o consumo personal de los bienes de producción o comercialización del sujeto pasivo.

En el caso de importaciones se causará el impuesto al momento del despacho por la aduana, la misma que tendrá que liquidarlo.

Base imponible

Es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado a base de sus precio de venta o prestación de servicios (2004, pág. 64 Art. 58), a continuación se grafica la composición de la base imponible, teniendo en cuenta que existe una base imponible general, una base imponible para viene importados y una base imponible para casos especiales.

Base imponible general



Ilustración 18: Base Imponible General. Impuesto al Valor Agregado

Fuente: LRTI Art. 58

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Base Imponible Bienes Importados



Ilustración 19: Base Imponible Bienes Importados

Fuente: LRTI Art. 59

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Base Imponible en Casos Especiales



Ilustración 20: Base Imponible en Casos Especiales

Fuente: LRTI Art. 60

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Como podemos observar en la norma tributaria ecuatoriana no nos habla de un tratamiento especial para la comercialización electrónica por lo que entendemos que toda transferencia de bienes o prestación de servicios que se ajuste al hecho generador del IVA y se encuentre gravado con tarifa 14% será susceptible de este impuesto.

Facturación

Los sujetos pasivos del impuesto tendrán la obligación de emitir y entregar facturas, por las operaciones que se realice, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios, se establece esta obligación aun cuando la venta o el servicio no esté gravado o tenga tarifa 0%, según lo señala el artículo 64 de la LRTI.

El Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios en su Capítulo II, Artículo 11, nos detalla las consideraciones a tomarse en cuenta para la emisión de facturas como son:

- a) Desglosando el importe de los impuestos que graven la transacción, cuando el adquirente tenga derecho al uso de crédito tributario o sea consumidor final que utilice la factura como sustento de gastos personales;
- b) Sin desglosar impuestos, en transacciones con consumidores finales; y,
- c) Cuando se realicen operaciones de exportación. (2015)

En reglamento nos detalla los momentos en los cuales se tiene que emitir una factura, los requisitos pre impresos y los requisitos de llenado que deben contener las mismas. (Ver Anexo 4)

Facturación Electrónica

Es un documento electrónico que tiene que cumplir con todos los requisitos que exige la ley y reglamento, además tiene que garantizar la autenticidad a través de la firma electrónica.

Dentro de la facturación encontramos un cambio muy importante en el país, que nace con la Resolución No. Nac-DGERCG09-00288, publicada en el Registro Oficial No. 585 el 7 de mayo de 2009 en la que se resolvió: “Establecer las Normas para la Emisión de Comprobantes de Venta, Documentos Complementarios y Comprobantes de Retención como Mensajes de Datos”, a partir de esta resolución se implementó en el año 2012 con Resolución No. NACDGERCG12-00105, un nuevo esquema para la emisión de comprobantes de venta, a este esquema se lo denominó “Facturación Electrónica”, comenzó a aplicarse con un pequeño grupo de contribuyentes que tenían que cumplir ciertos requisitos tecnológicos.

El proceso fue voluntario para el año 2013, en el cual los contribuyentes que desearan podrían aplicar el esquema, para el año 2014 el modelo se convertía en obligatorio según Resolución NACDGERCGC13-00236 publicada en Registro Oficial No. 956 del 17 de mayo del 2013, publicando también un cronograma a ser utilizado.

Tabla 2: Calendario de Obligatoriedad. Sector Privado

GRUPO	FECHA DE INICIO	SUJETOS PASIVOS
1	01/06/2014	Instituciones Financiera bajo el control de la SBS, excepto mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito.
2	01/08/2014	Telecomunicaciones y televisión pagada Emisoras y administradoras de tarjetas de crédito
3	01/10/2014	Exportadores calificados como contribuyentes especiales Otros contribuyentes Especiales
4	01/01/2015	Autoimpresores Ventas por internet Otros exportadores

Fuente: Resolución NACDGRCGC13-00236

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Posterior a esta disposición mediante Resolución NAC-DGERCGC14-00157 publicada en el suplemento del Registro Oficial No. 215 del 31 de marzo del 2014, se obliga a las instituciones del sector público:

Tabla 3: Calendario de Obligatoriedad. Sector Público

GRUPO	FECHA DE INICIO	SUJETOS PASIVOS
1	01/01/2015	Empresas públicas y empresas de servicios públicos Entidades del Sector Público Financiero Empresas de economía mixta
2	01/04/2015	Organismos y entidades de la función Ejecutiva Asamblea Nacional Organismos y entidades de la Función Judicial Organismos y entidades de la Función de Transparencia y Control Social Organismos y entidades de la Función Electoral Unidades y Escuelas Politécnicas
3	01/07/2015	Organismos y entidades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Organismos y entidades públicos no descritos en ninguno de los grupos señalados anteriormente

Fuente: Resolución NACDGERCGC14-00157

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Una vez publicados los plazos hubo unas ampliaciones de plazo debido a solicitudes de algunos sectores, en la actualidad todos los contribuyentes comprendidos en esta calendarización ya están obligados a la emisión de facturas electrónicas.

Ventajas

Las ventajas de aplicar facturación electrónica según los expertos son:

- Cuidado del medio ambiente, por no tener que imprimir el documento
- Seguridad y confiabilidad de que el documento es único y se encuentra validado
- Eliminación de espacios físicos de archivo
- Eliminación del riesgo de facturas extraviadas o robadas

Tenemos que ver la realidad de nuestra cultura y muchas de las ventajas los contribuyentes no lo ven así, y todavía tienen que imprimir el documento y archivarlo y en ocasiones más de una vez, por la desconfianza que se tiene en la parte informática.

Desventajas

Entre las más importantes desventajas encontramos:

- Se necesita de un software de facturación que esté en constante cambio según las exigencias del Servicio de Rentas Internas.
- Se debe de capacitar al personal para manejar de forma correcta el sistema implantado.
- Se debe contar con una buena infraestructura informática.
- Se necesita que el sistema de facturación esté vinculado automáticamente con el sistema contable.
- La falta de acceso a internet en muchos contribuyentes.

Chile es uno de los países que ya implementó en el año 2008 la facturación electrónica y al realizar una encuesta se encontraron con algunos obstáculos que los contribuyentes tuvieron para la implementación de este esquema, como se muestra en el siguiente gráfico:

Principal Barrera para Implementar Factura Electrónica 2008



Ilustración 21: Principal Barrera para Implementar Factura Electrónica 2008

Fuente: Facturación Electrónica Chile 2008-2009

Elaborado por: Cámara de Comercio de Santiago/SII Chile

Funcionamiento de los comprobantes electrónicos

Según el siguiente esquema es como se encuentra funcionando la facturación electrónica en el Ecuador

Esquema de emisión comprobantes-e - SRI



Fuente: Servicio de Rentas Internas, *Nuevo Hito Institucional, Facturación Electrónica.*

Ilustración 22: Esquema de emisión comprobantes-e SRI

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Declaración y pago del IVA

Se declarara el impuesto de manera mensual dentro del mes siguiente a las operaciones realizadas, según el plazo y forma que se establece en el reglamento, en el caso que las transferencias o servicios sean exclusivamente con tarifa 0% o sean sujetos a retención del 100% de IVA, tendrán que realizar la presentación de las declaraciones de manera semestral.

El siguiente gráfico detalla los plazos para la declaración y pago del IVA:

4. Presentar las declaraciones correspondientes

Plazos.- Las declaraciones de IVA se deben presentar considerando las fechas de vencimiento, de acuerdo al noveno dígito del RUC:

Declaraciones mensuales

SI EL NOVENO DÍGITO ES:	FECHA DE VENCIMIENTO
1	10 del siguiente mes
2	12 del siguiente mes
3	14 del siguiente mes
4	16 del siguiente mes
5	18 del siguiente mes
6	20 del siguiente mes
7	22 del siguiente mes
8	24 del siguiente mes
9	26 del siguiente mes
0	28 del siguiente mes

Periodos semestrales

SI EL NOVENO DÍGITO ES:	FECHA DE VENCIMIENTO
1	10 de julio y enero
2	12 de julio y enero
3	14 de julio y enero
4	16 de julio y enero
5	18 de julio y enero
6	20 de julio y enero
7	22 de julio y enero
8	24 de julio y enero
9	26 de julio y enero
0	28 de julio y enero



Ilustración 23: Plazos para presentar la Declaración del IVA

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Servicio de Rentas Internas

Para la declaración de este impuesto existen formularios preestablecidos por la Administración Tributaria, los cuales tendrán que ser llenados de manera digital y enviados a las bases de datos a través de la página que tiene el SRI.

Recaudación del IVA

El IVA es un impuesto que se ha desarrollado de manera significativa en nuestro país, como se lo demuestra a continuación:

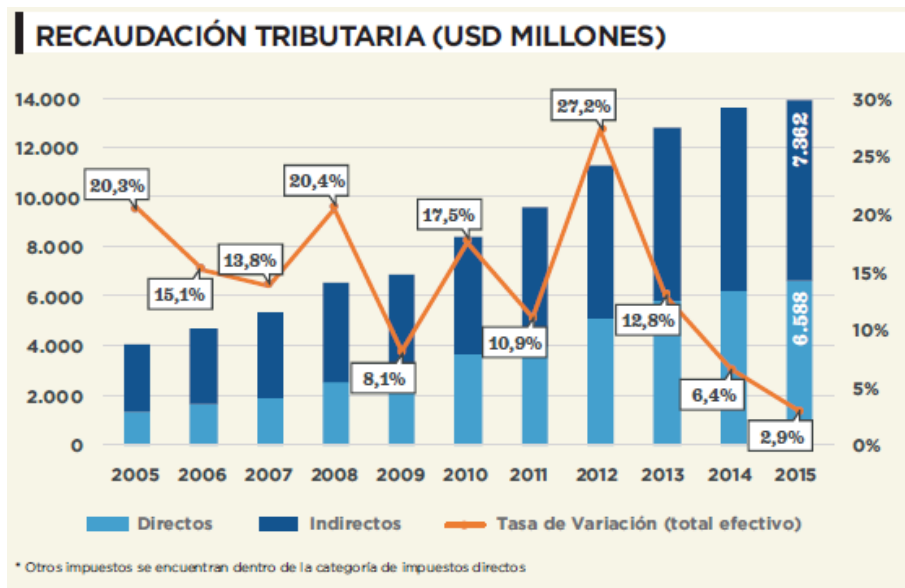


Ilustración 24: Recaudación Tributaria

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Ekosnegocios

La principal fuente de ingreso tributaria en el país es el Impuesto al Valor Agregado que tiene una participación en la recaudación efectiva total de 41.4%, en comparación con los otros impuestos.

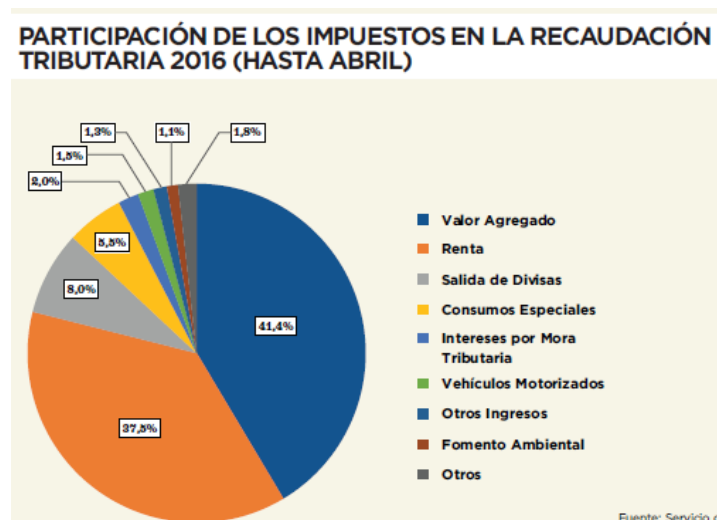


Ilustración 25: Participación de los Impuestos en la Recaudación Tributaria 2016

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Ekosnegocios

En septiembre la recaudación de IVA llegó a USD 1.146 millones, valor que se incrementó en un 4.9% en relación a septiembre de 2015, posiblemente existe este aumento por la elevación del impuesto del 12% al 14% que se dio por la Ley de Solidaridad por el terremoto de mayo de 2016.

Como podemos observar el ingreso que ha tenido las arcas fiscales por este concepto es la pauta para poder analizar el hecho de que este impuesto intervenga en las transacciones de comercio electrónico, y al poder existir evasión se vea perjudicado el Presupuesto General del Estado.

A continuación podemos observar el lugar que ocupa el Ecuador en el porcentaje de IVA, comparado con otros países en Latinoamérica:

Ranking de IVA en Latinoamérica

Top 12 de los países con mayor y menor porcentaje de Impuesto al Valor Agregado

Pos	País	IVA
1	Uruguay	22%
2	Argentina	21%
3	Chile	19%
4	Perú - Rep. Dominicana	18%
5	Brasil	17%
6	México - Colombia	16%
7	Honduras - Nicaragua	15%
8	Bolivia - Costa Rica - El Salvador	13%
9	Ecuador - Guatemala - Venezuela	12%
10	Puerto Rico	11,5%
11	Paraguay	10%
12	Panamá	7%

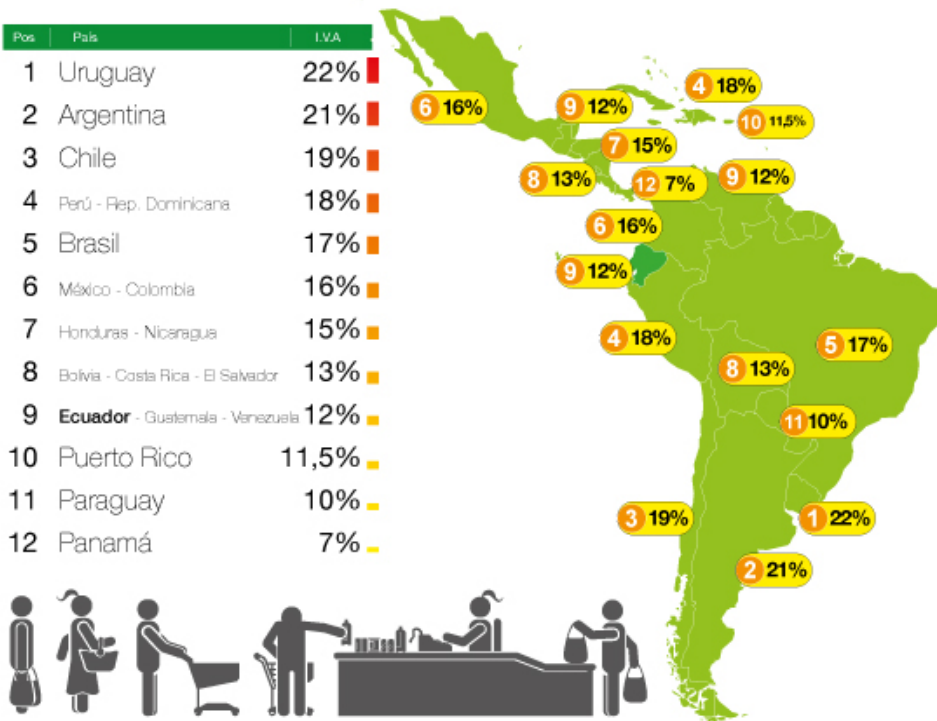


Ilustración 26: Ranking de IVA en Latinoamérica

Fuente: Varias

Elaborado por: Andes-Agencia Publicitaria Latinoamérica

Sanciones por incumplimiento

La infracción tributaria es “la violación a las normas jurídicas que establecen las obligaciones tributarias sustanciales y formales” (Villegas, 2005, pág. 377).

Para el Código Tributario las infracciones se clasifican en delitos, contravenciones y faltas reglamentarias (2005, pág. 69 Art.315), y se detallan a continuación:

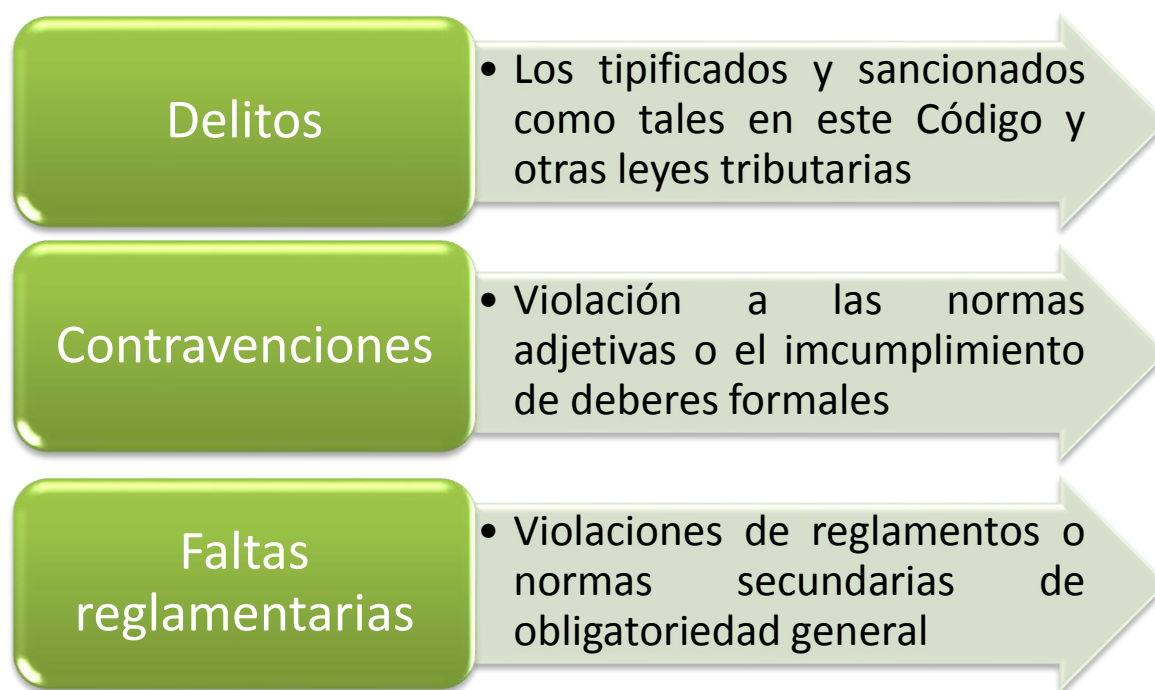


Ilustración 27: Clasificación de las Infracciones Tributarias

Fuente: Código Tributario, Art. 315

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Podemos decir que toda infracción con lleva a una sanción que es una pena establecida por la Ley, por haber incumplido una norma, se aplicarán las penas según la gravedad de la infracción, siendo desde la más leve a la más grave las siguientes:

1. Multa
2. Clausura del establecimiento o negocio
3. Suspensión de actividades
4. Decomiso
5. Incautación definitiva
6. Suspensión o cancelación de los registros públicos
7. Suspensión o cancelación de patentes y autorizaciones
8. Suspensión o destitución de desempeño de cargos públicos
9. Prisión, y
10. Reclusión menor Ordinaria

Para el caso de no haber cumplido a tiempo o haberlo realizado en forma tardía la declaración del IVA, las multas correspondientes se detallan en el cuadro siguiente:

Tabla 4: Multas de IVA

	Declaración Mensual	Declaración Semestral
Si causa impuesto	3% del Impuesto a pagar por mes o fracción de mes, hasta llegar al 100% del impuesto causado	No aplica
Si no Causa Impuesto	0,1% de las ventas por mes o fracción de mes, sin exceder del 5% de dichas ventas *Si se tuvo ingresos	

Fuente: LRTI Art. 100

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Anexo Transaccional Simplificado

Otra de las maneras que tiene el Servicio de Rentas Internas de controlar las transacciones que realiza el contribuyente es con la presentación del Anexo Transaccional Simplificado ATS, que es un reporte detallado de las compras, ventas, exportaciones y retenciones de IVA y de Impuesto a la Renta, así también se incremento en este anexo la información de las formas de pago para cada una de las transacciones, toda esta información será presentada en formato XML, que se importa a la plataforma del SRI, en este anexo interviene principalmente el IVA, debido a que todas las compras y ventas del contribuyente tienen que ser facturadas y por ende se identificará el IVA que intervino en cada una de las transacciones.

Los contribuyentes obligados a presentar el anexo son:

1. Los contribuyentes especiales;
2. Las entidades del sector público;
3. Quienes poseen autorización de impresión de comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención a través de sistemas computarizados autorizados, así se trate de personas naturales no obligadas a llevar contabilidad;
4. Quienes, tienen derecho y solicitan la devolución de impuesto al valor agregado.
5. Las instituciones financieras bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros, y las instituciones financieras bajo el control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria;
6. Las empresas emisoras de tarjetas de crédito;
7. Las administradoras de fideicomisos mercantiles y fondos de inversión fondos complementarios
8. Quienes poseen autorización de emisión electrónica de comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, así se trate de personas naturales no obligadas a llevar contabilidad;
9. Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad, las sociedades y los fondos complementarios.;

10. Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, cuyos ingresos brutos anuales hayan sido mayores a \$200.000 o con costos y gastos anuales de más de \$ 160.000 en 2011; deberán presentar la información mencionada desde el mes de enero del ejercicio fiscal siguiente (2012) y por todo el año (1); si al siguiente año los valores disminuyen, podrían dejar de preparar la información sin pedir autorización.
11. Los agentes de aduanas según la definición del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI.

Los no obligados a presentar son:

1. No se está en obligación de presentar el ATS en los meses que no existieren compras, ventas, ingresos, exportaciones o retenciones; pero si se realizan declaraciones sustitutivas, se debe presentarlo con la correspondiente multa
2. No presentarán esta información las personas discapacitadas; de la tercera edad; y, los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador, las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales que no están obligados a inscribirse en el RUC

El ATS, es una obligación tributaria que al igual que las declaraciones tienen un plazo máximo de presentación y se lo realiza en el mes subsiguiente del movimiento económico cuyas fechas de vencimiento están dadas de acuerdo al noveno dígito del RUC.

Con los cambios tecnológicos que están existiendo el Servicio de Rentas Internas ha emitido la Resolución NAC-DGERCGC16-00000092, en la cual exonera de la presentación en el ATS a las ventas emitidas bajo la modalidad electrónica y que cumplan con lo establecido en la ficha Técnica para tal efecto, lo que constituye un peso menos al contribuyente al no tener que subir esta información, y de esta manera se integra la Administración Tributaria al comercio electrónico brindando más facilidades al contribuyente.

Control Tributario en Ecuador

Las Administraciones Tributarias, tienen la necesidad de desarrollar formas de controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los contribuyentes, por lo que se han establecido dos tipos de controles que han sido aceptados por varios países:

- Controles Tributarios Intensivos
- Controles Tributarios Extensivos

Controles Intensivos.- son aquellos que se caracterizan por el “trabajo de campo, focalizándose los esfuerzos de la Administración en un número reducido de contribuyentes, siendo el tipo de auditoría desarrollada exhaustiva con relación a uno o más tributos y uno o más período tributarios” (Martel, 2002).

Los resultados de estos controles son medidos con facilidad y los beneficios de estos son los rendimientos económicos logrados por la determinación de deudas tributarias no reconocidas por los contribuyentes y costo principal es el del recurso humano que tiene que ser especializado para cada área de control.

Control Extensivo.- según Martel, es:

Aquella fiscalización apoyada por medios informáticos, orientada a cubrir un universo de contribuyentes bastante amplio, utilizando como herramientas las tecnologías informáticas, que permiten efectuar cruces de información y verificaciones de consistencia tributaria sobre dicho universo, en un lapso de tiempo muy corto respecto de la presentación de la declaración tributaria y el correspondiente control (2002).

A continuación se detalla la incidencia en los diferentes controles:

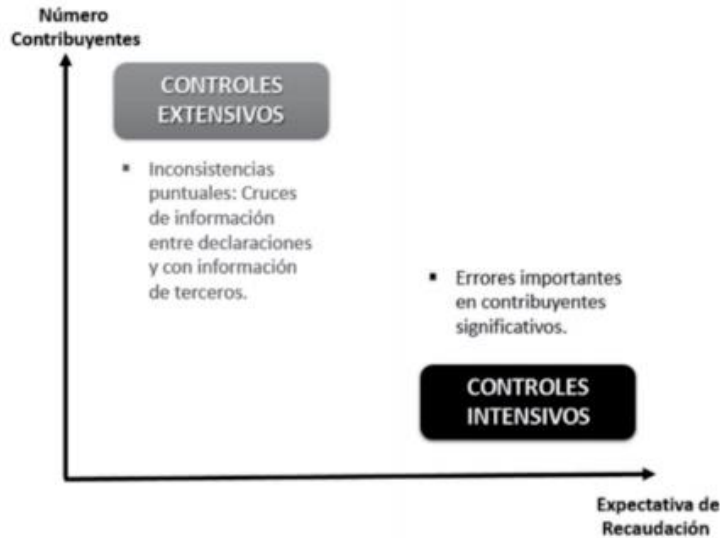


Ilustración 28: Relación de los Diferentes Controles

Fuente: Quevedo Cajas, 2014

Elaborado por: Quevedo Cajas, 2014

El gráfico nos demuestra lo que en teoría se mencionó que los controles extensivos llegan al mayor número de contribuyentes, pero las expectativas de recaudación son bajas, al contrario de los controles intensivos que se llega a un número limitado de contribuyentes pero se espera una recaudación mayor.

La Administración Tributaria en el Ecuador realiza los siguientes tipos de controles:

- Persuasivos
- De inconsistencias en Declaraciones y Anexos
- De Diferencias: Extensivos y Semintensivos
- Intensivos
- Procesos de Control Finalizados
- Controles por Estrategia

Según el informe de labores del Servicio de Rentas Internas, del primer trimestre del año 2015, se puede observar algunos resultados de los diferentes controles empleados por la Administración, (Ver Anexo 5).

En el siguiente gráfico podemos observar que tipo de control ha generado mayores ingresos a la administración tributaria, dando como conclusión que ha sido los controles intensivos

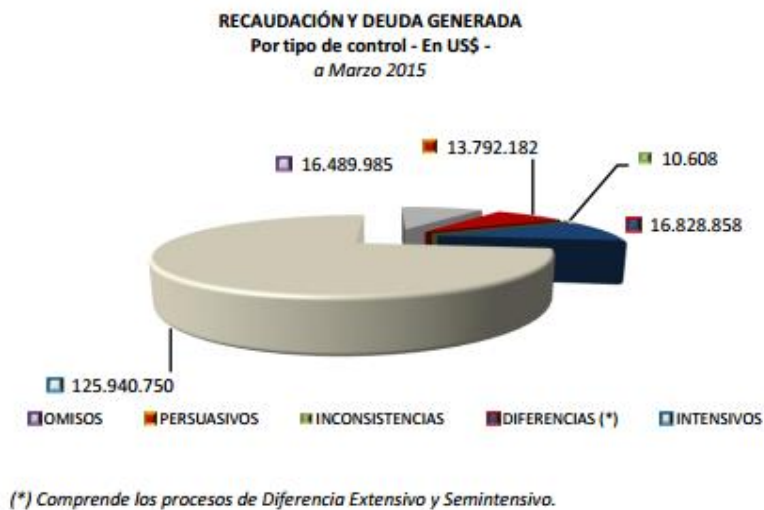


Ilustración 29: Recaudación y Deuda Generada

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Dirección Nacional Control Tributario

Control al Comercio Electrónico en el Ecuador

Existe una teoría que señala que un impuesto para ser imponible y realizable tiene que ser identificable y medible, y cuando hablamos de comercio electrónico no se podría cumplir esta

teoría, es difícil controlar ya que el avance tecnológico ha hecho que no se necesite de presencia física y por lo tanto la identificación del sujeto pasivo, se vuelve compleja.

Por otro lado la residencia fiscal del vendedor o del comprador también es limitada, al realizar negociaciones por internet es difícil determinar el lugar exacto, con el uso de la tecnología el pago al realizar las compras se facilita para el usuario, pero también se puede convertir en un inconveniente para la Administración al no identificar desde donde fue ejecutado, convirtiéndose estos aspectos en un riesgo de evasión tributaria.

A pesar de que en Ecuador existe la Ley de medios y firmas electrónicas, este no regula aún los negocios virtuales y menos la relación de estos con la Administración Tributaria, no se cuenta con una estimación real de las transacciones comerciales electrónicas que podrían estar afectando al arca fiscal.

Existen cifras de crecimiento del comercio electrónico que señala que 4.000 millones de dólares se registraron en transacciones electrónicas en el año 2011, según lo publicado en el emprendedor.ec, en Ecuador esa cifra asciende a 300 millones de dólares, de esa cifra se estima que 6% (18 millones de dólares) de las compras se realizaron a negocios locales y el resto a empresas del exterior.

Según los estudios se encuentra que las ciudades de Quito y Guayaquil son las que mayor movimiento de compras virtuales se producen, como se puede apreciar a continuación:

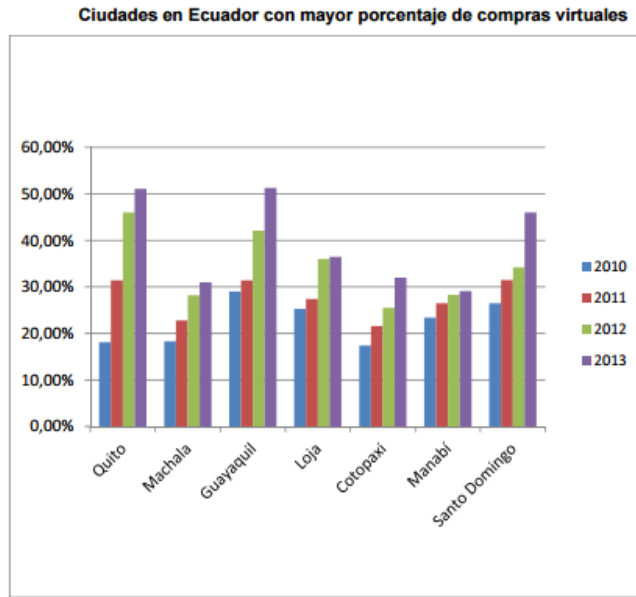


Ilustración 30: Ciudades en Ecuador con mayor porcentaje de compras virtuales

Fuente: Inec

Si bien es cierto que no existen controles al comercio electrónico como tal, en los últimos años el país ha realizado avances tecnológicos informáticos para brindar facilidad al contribuyente al momento de cumplir las obligaciones tributarias, y esos avances también significan un mayor control a las transacciones de los contribuyentes, entre los avances se puede mencionar:

- Las declaraciones en línea
- La presentación de los diferentes Anexos al SRI
- La facturación Electrónica
- Los diferentes servicios en línea que ofrece la plataforma del SRI
- El dinero electrónico

Dinero Electrónico

Es un medio de pago electrónico, implementado por el Banco Central del Ecuador, por el momento, que tiene como respaldo el dinero físico.

Para acceder a este mecanismo es necesario contar con un teléfono móvil y abrir una cuenta en el mismo siguiendo las instrucciones para el efecto.

El uso del dinero electrónico todavía es limitado, según las cifras del Banco Central del Ecuador al 28 de agosto había 169.325 cuentas.

Con la Ley de Equidad Tributaria y solidaridad se crearon incentivos al utilizar el dinero electrónico, entre los cuales se encuentran:

- Devoluciones de IVA (1% si la compra es con tarjeta de Crédito o Débito),
- Devolución de IVA (4% si se le paga con dinero electrónico),
- Pago de obligaciones tributarias,
- Entre otras.

Se considera que la utilización del dinero electrónico, permitirá el fácil rastreo de los pagos realizados por el contribuyente, lo que favorecerá el control a la Administración.

Control por parte del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA, también a puesto algunas limitaciones para regular de alguna manera el comercio electrónico, antes se permitía que los paquetes que tengan menos de 8 libras y menores a USD 400 no paguen arancel ni IVA, y desde el 21 de julio

de 2014 el COMEX¹¹, según Resolución 0023-2014 emitió una resolución en la cual se fijó un arancel de USD 42 para los paquetes que ingresen a través de la categoría B o que se lo conoce como 4X4, que consiste en que todos los paquetes deben pesar hasta 4 kilogramos y hasta USD 400, y pueden ser utilizados únicamente por personas naturales, con un límite de 5 envíos o USD 1200 anuales, lo que ocurra primero.

Se exoneró a los migrantes con el pago del arancel de USD 42, y extendiéndose su límite a 12 envíos o a USD 2400 al año.

Se presenta el detalle del crecimiento de las compras al extranjero, que pertenecen a la categoría B.

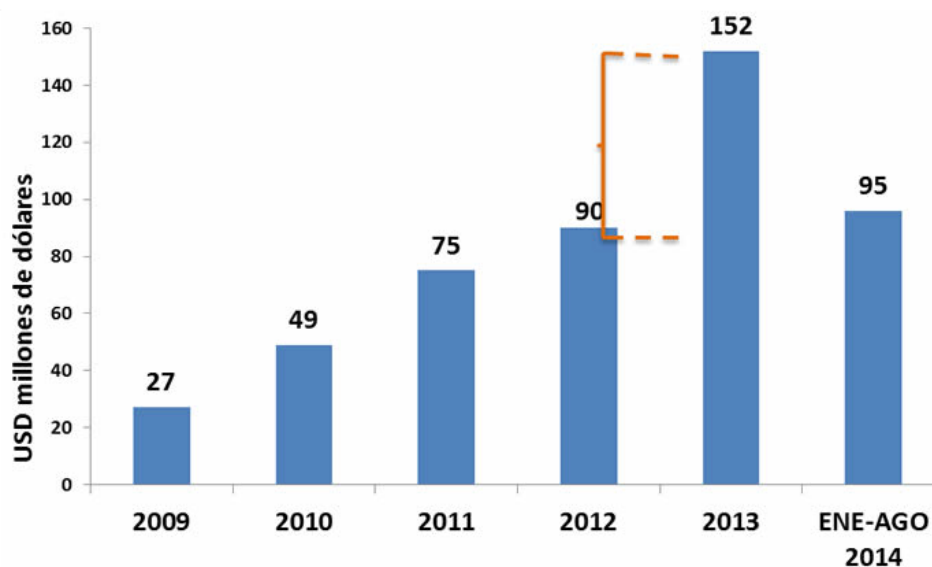


Ilustración 31: Crecimiento de compras al extranjero. Categoría B

Fuente: SENAE

Elaborado por: SENAE

¹¹ Comité de Comercio Exterior

Otras Administraciones Tributarias frente al IVA en Comercio Electrónico

Tratadistas como Artur Cordell, es el pionero de proponer nuevas formas de tributar para ir acorde con las tendencias económicas, lo que ha sugerido en la creación del Bit tax, que no es otra cosa que el cobro por la transmisión de datos electrónicos, lógicamente se lo considera otro impuesto ya que no se enmarca dentro del hecho generador ni de Renta, ni de IVA.

Mark Ludlow en 1999, propuso que el país o Estado de origen fuera el que cobrara el impuesto a las Ventas (IVA para el Ecuador), moción que no fue aceptada.

Peter Friedman, propuso imponer un tributo a los nombres de dominio, considerándolo un bien intangible.

Con estas ideas lo que se observa es que se dé un tratamiento especial al comercio electrónico, sin embargo (Albán, 2003), nos señala que muchos grupos miran al comercio electrónico como una oportunidad y no deberían estar gravado con tributos, pero hace énfasis que otros no consideran que debería tener beneficios exclusivos sobre el comercio tradicional.

Albán también señala la problemática del comercio electrónico en los impuestos indirectos, refiriéndose a dos aspectos como son:

- La determinación del lugar del hecho imponible
- La identificación de las operaciones entre bien o servicios

La OCDE presento un informe de las acciones BEPS¹², proponiendo algunas soluciones, entre las cuales se encuentran:

- BIT TAX.- es el impuesto que se lo pueda grava al flujo de datos que se transmitan a través de la Red, se mide en “bits”.
- Establecimiento permanente virtual.- se apoya en el criterio de fuente en la generación de la renta, la residencia del proveedor podría ser la página “web”, la sede social de la casa matriz, el país donde está ubicado el servidor físico o el país donde es aprovechado el bien o servicio transado (Arbiza, 2015).
- La retención de salida sobre transacciones digitales
- El IVA, gravar donde se aprovecha el bien o el servicio
- No deberán existir normas especiales para el sector digital
- No deben existir barreras fiscales de las PYMEs
- Créditos fiscales e incentivos deben ser evaluados cuidadosamente
- En el IVA, utilizar el criterio de destino, es decir la imposición en el lugar de destino
- La eliminación de la exoneración del IVA, para envíos a pequeños países no comunitarios
- La BEPS, son reconocidas como fundamentales para la lucha de la evasión tributaria y la planificación fiscal
- Posibilidad de reformas fiscales radicales en el largo plazo.

2.5.Hipótesis

El incremento del comercio electrónico en el Ecuador influye en la recaudación de Impuesto al Valor Agregado lo que afectaría al Presupuesto General del Estado.

¹² Del inglés “Base Erosion and Profit Shifting” en español “Erosión de la base imponible y traslado de beneficios” es el término que designa en fiscalidad internacional a las estrategias de planificación fiscal utilizadas por las empresas multinacionales.

2.6. Señalamiento de variables

- **Variable independiente:** Comercio Electrónico
- **Variable dependiente:** Recaudación de Impuesto al Valor Agregado
- **Unidad de observación:** .Cifras de recaudación de Impuesto al Valor Agregado de Ecuador e incremento del comercio electrónico.
- **Términos de relación:** influye.

CAPÍTULO 3

3 METODOLOGÍA

3.1.Enfoque

La investigación tuvo un enfoque cuali-cuantitativo, es decir una orientación mixta, en lo cuantitativo debido a que se identificó las causas y se realizó una explicación del problema planteado, para poder efectuar la comprobación de la hipótesis comparando los resultados obtenidos. Se señala que:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar la hipótesis establecida previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población. (Gómez, 2006, pág. 60).

El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueba hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, sin conteo. (Gómez, 2006, pág. 60).

La investigación cuantitativa se realiza con la finalidad de probar la teoría al describir variables (investigación descriptiva). Examinar relaciones entre variables (investigación descriptiva). Examinar relaciones entre las variables (investigación correlacional). Determinar interacciones causa-efecto entre variables, por lo que se tendrá que determinar la relación entre la variable independiente (Comercio Electrónico), y la variable dependiente (Recaudación de IVA).

3.2.Modalidad básica de la investigación

En esta investigación se utilizó:

- Investigación bibliográfica -documental

Investigación bibliográfica-documental

Según Herrera y Otros en su libro *Tutoría de la Investigación* indica que: “la investigación documental-bibliográfica tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión autorizada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias).” (2010, pág. 95).

El respaldo que se pueda tener de documentos bibliográficos y/o documentales es necesario para obtener el criterio de algunos autores en referencia al tema investigado esta información se la obtuvo de leyes, reglamentos, libros, investigaciones anteriores, información estadística, encuestas realizadas, para realizar las comparaciones necesarias que permitieron tener una idea clara del tema a ser estudiado.

3.3.Nivel o tipo de investigación

Se utilizó la investigación exploratoria y descriptiva que se detallan a continuación:

Investigación exploratoria

Según Grajales en su artículo:

Tipos de Investigación conceptualiza que los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuye con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. En si es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento. (2000, pág. 2).

Al ser una investigación de carácter exploratorio, se pudo analizar un contexto general para poder llegar a establecer un análisis más crítico, de esta manera se podrá expresar la hipótesis e incrementar el conocimiento del problema para aportar en la propuesta.

Investigación descriptiva

Según Rodríguez en su libro “Metodología de la Investigación” dice que:

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona grupo o cosa se conduce o funciona en el presente, además trabaja sobre realidades y su característica fundamentalmente es la de presentarnos una interpretación correcta. (2005, pág. 26).

El organizar y agrupar las actividades que se realizaron en la investigación fueron necesarias para el logro de los objetivos planteados.

Al utilizar este tipo de investigación se analizaron los hechos y situaciones que originan el problema, para poderlos interpretar y tener un mejor criterio de lo acontecido.

3.4.Población

La población según Leiva Francisco en su obra Nociones de Metodología de Investigación Científica, referente a la población. “En estadística y en investigación se denomina población o universo a todo grupo de personas u objetos que poseen alguna característica común. Igual denominación se da al conjunto de datos que se han obtenido en una investigación” (2001, pág. 36).

Para poder llevar a cabo la investigación se analizó el comportamiento que ha tenido el Estado en relación a la recaudación de IVA desde el año 2010 a 2016, mediante los informes presentados por el Servicio de Rentas Internas en lo referente a la Recaudación del Impuesto al Valor Agregado de los años mencionados.

A continuación se presenta el comportamiento de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado con tarifa distinta de 0% en el Ecuador para los años 2010 al 2016.

Tabla 5: Recaudación de IVA. Distinta tarifa a 0%

AÑO	OPERACIONES INTERNAS	IMPORTACIONES	TOTAL
2010	2.506.451,05	1.668.429,08	4.174.880,12
2011	3.073.356,42	1.884.714,75	4.958.071,16
2012	3.454.608,40	2.043.631,47	5.498.239,87
2013	4.096.119,69	2.090.179,34	6.186.299,03
2014	615.357,00	2.035.045,37	2.650.402,37
2015	4.778.257,87	1.722.177,97	6.500.435,84
2016	3.241.737,16	951.908,96	4.193.646,12

*En dólares

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Tabla 6: Comercio Electrónico y Evasión tributaria

Concepto	2007	2015
Comercio electrónico	125 millones	540 millones
Brecha de evasión IVA	30.60%	10.55%
Recaudación IVA	3.004 millones	6.500 millones

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Como se puede observar en la tabla anterior el incremento del comercio electrónico, no ha influido en la evasión fiscal, según las cifras más bien la brecha de evasión a disminuido.

Además se ha realizado un análisis de la base legal del Impuesto al Valor Agregado del Ecuador en algunos países de Latinoamérica y la Unión Europea, para poder determinar las diferencias en la normativa legal existente referente al IVA, este análisis nos sirvió para comparar nuestra legislación con otros países y que países han adoptado medidas para el control de las transacciones comerciales electrónicas.

Se puede apreciar el cuadro comparativo a continuación:

CUADRO COMPARATIVO DE LAS ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS FRENTE AL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO Y AL COMERCIO ELECTRONICO

CONCEPTO	ECUADOR	COLOMBIA	CHILE	VENEZUELA	UNION EUROPEA
BASE LEGAL	Ley de Régimen Tributario Interno, Reglamento de Aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno	Estatuto Tributario, libro tercero- Impuesto sobre las ventas en Colombia, Art. 420-Art.513	Ley sobre Impuestos a las Ventas y Servicios	Ley y Reglamento: Impuesto al Valor Agregado, 2004)	Directiva 2006/112/CE relativa al sistema común del impuesto sobre el valor añadido
ADMINISTRACION TRIBUTARIA	Servicio de Rentas Internas SRI	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN	Servicio de Impuestos Internos SII	Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y tributaria SENIAT	Dirección General de Fiscalidad y Unión Aduanera
NOMBRE DEL IMPUESTO	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto sobre las ventas	Impuesto a la Ventas y Servicios	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto sobre el Valor Añadido
HECHO GENERADOR	Transferencia local de bienes muebles y prestación de servicios, importación de bienes muebles	Transferencia del dominio a título gratuito u oneroso de bienes corporales muebles, retiros de bienes corporales muebles hechos por el responsable para su uso o para formar parte de los activos fijos de la empresa, y servicios prestados.	Venta de bienes corporales muebles e inmuebles ubicados en territorio chileno, se grava a las ventas y servicios	Venta de bienes muebles, prestación de servicios, importación de bienes muebles	Entrega de bienes a título oneroso, a la prestación de servicios

CONCEPTO	ECUADOR	COLOMBIA	CHILE	VENEZUELA	UNION EUROPEA
BASE IMPONIBLE	La base imponible del IVA es el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado a base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio.	Valor total de la operación, sea a contado o crédito, incluyendo los gastos directos de financiación	Valor de las operaciones adheridas a la transacción, más gastos de financiamiento	Precio facturado del bien	La base imponible es el importe total pagado o adeudado por el adquirente, el cliente o un tercero por una entrega de bienes o una prestación de servicios. Por lo general, equivale al importe total facturado
TARIFA	0% 12% 14% desde junio del 2016 (vigencia 1 año)	10% 16%	19%	8% -16.5%, se define anualmente en el presupuesto anual	
EXPORTACIONES	No grava impuesto		No grava impuesto	La exportación de bienes y servicios grava IVA, siempre y cuando éstos salgan del país definitivamente	
NORMATIVA ESPECIAL PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO	No	No	No	No	SI

CONCEPTO	ECUADOR	COLOMBIA	CHILE	VENEZUELA	UNION EUROPEA
NOMBRE IMPUESTO	DEL No existe distinción entre comercio tradicional y electrónico				De manera informal: TASA AMAZON
HECHO IMPONIBLE	Es el mismo hecho generador del comercio tradicional y electrónico				Se aplica a todas las compras online y obliga a que el IVA que se aplica en las compras sea el del país del consumidor y no como sucedía antes, que correspondía al país de origen del vendedor.
TARIFA	Se mantiene la misma tarifa				Estándar 21%; Reducido 10% Superreducido 4%
SUJETO PASIVO	El que realiza transferencias gravadas				Comprador
BASE IMPONIBLE	Se mantiene el cálculo del comercio tradicional				Se grava a los bienes intangibles

Tabla 6: Cuadro comparativo de las Administraciones Tributarias

Fuente: Administraciones Tributarias

Elaborado por: Paredes, Gioconda

3.5.Operacionalización de variables

Entendiendo que la operacionalización es:

Un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. (Carrasco, 2009, pág. 226).

Fue desarrollada para poder realizar la investigación en un plano operativo analizando los datos obtenidos para lograr evidenciar la relación del el problema planteado con las variables establecidas, logrando un resultado valedero.

La operacionalización de las variables se muestra a continuación:

Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<p>Redes de ordenadores que permiten la compra o venta de bienes o servicios entre empresas. El bien o servicio se solicita en el Mercado Electrónico iniciándose así la transacción, pero la entrega, facturación y pago puede completarse por medios electrónicos o por medios tradicionales.</p>	Transacciones de Comercio Electrónico	Transacciones electrónicas/transacciones totales	<p>¿Qué porcentaje de los ecuatorianos tiene acceso a internet?</p> <p>¿En qué ciudades del Ecuador existe mayor movimiento de compras por internet?</p> <p>¿Qué artículo o servicio adquiere por internet?</p> <p>¿Qué tipo de empresas realizan ventas por internet en Ecuador?</p> <p>¿Cuándo adquiere productos y/o servicios, lo hace a empresas nacionales o extranjeras?</p>	Información secundaria
	Legislación Ecuatoriana	Reformas que incluyen Ley de Comercio Electrónico/Total Reformas	<p>¿Cuáles son los principios tributarios del Comercio Electrónico?</p> <p>¿Están los principios tributarios con stando en la legislación ecuatoriana?</p> <p>¿Se aplican los principios en la Administración Tributaria del Ecuador?</p> <p>¿El SRI, ha puesto al servicio de la ciudadanía nuevas tecnologías informáticas?</p> <p>¿Cuántos comprobantes electrónicos se ha emitido en Ecuador?</p>	

Ilustración 32: Variable Independiente. Comercio Electrónico

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
RECAUDACION DE IVA Valores económicos que recauda el Estado por concepto del impuesto	Cumplimiento tributario	Impuestos recaudados/Impuestos presupuestarios	¿En qué porcentaje se ha incrementado al recaudación de IVA? ¿Presenta a tiempo las declaraciones de Impuesto al Valor Agregado? ¿Cuál es el incremento que han tenido los contribuyentes?	Información secundaria
	Indicadores Fiscales	Indicadores Ecuador/ Indicadores otros países	¿Cuáles es el porcentaje de presión fiscal en el Ecuador? ¿Cuál es la carga fiscal del Ecuador en relación a otros países? ¿Cuál es la brecha de evasión tributaria en el IVA?	Información secundaria
	Control	Controles a contribuyentes/Número de contribuyentes	¿Qué clase de control se realizó a los contribuyentes que transaccionan electrónicamente? ¿Cuántos comprobantes electrónicos se ha emitido en el Ecuador? ¿Qué tipo de servicios electrónicos ofrece el SRI y son utilizados por los ¿Qué porcentaje de cobertura de control existe en los tipos de contribuyentes?	Información secundaria

Ilustración 33: Variable Dependiente. Recaudación de IVA

Elaborado por: Paredes, Gioconda

3.6.Recolección de información

Para Luis Herrera E. y otros (2010, pág. 114), metodológicamente, para la construcción de la información se opera en dos fases:

- Plan para la recolección de información
- Plan para el procesamiento de información

3.6.1. Plan para la recolección de información

Para la recolección de la información se necesitó de estrategias metodológicas, las mismas que fueron requeridas por los objetivos e hipótesis planteada en la presente investigación.

La investigación respondió a preguntas como:

a) **¿Para qué?** La información recogida ayudó a cumplir con el objetivo general que es:

Evaluar el comercio electrónico en el Ecuador como instrumento de recaudación de Impuesto al Valor Agregado.

b) **¿De qué personas u objetos?** Sirvieron como fuente los datos estadísticos tanto del Servicio de Rentas Internas y de otros organismos que han investigado sobre el Comercio Electrónico.

c) **¿Sobre qué aspectos?** Se investigó sobre las estadísticas del comercio electrónico en el Ecuador y el comportamiento que ha tenido sobre la recaudación del IVA.

d) **¿Quién o quiénes?** Fue de responsabilidad exclusiva de la investigadora la obtención de la información.

e) **¿A quiénes?** Especialmente se tomó en cuenta a instituciones del Estado que sabemos que tendrá información confiable para poder analizar.

f) ¿Cuándo? El desarrollo del trabajo de recolección de información se lo hizo durante los meses de preparación de la tesis que fue desde la fecha aprobación del tema.

g) ¿Dónde? Se obtuvo información a nivel nacional y en algunos casos a nivel internacional.

h) ¿Cómo? Se utilizó información secundaria, es decir a partir de investigaciones ya realizadas.

i) ¿Con qué? Como instrumentos se utilizaron: cuadernos de notas, fichas de campo, registros específicos.

CAPÍTULO 4

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación

Los datos obtenidos han sido producto de una investigación continua para poder tener claro los aspectos más relevantes del comercio electrónico y la incidencia que podría tener en la recaudación de IVA en nuestro país y también se ha investigado la relación de las tendencias del Comercio Electrónico con el resto del mundo.

La información secundaria conseguida ayudó a comprender el comportamiento del comercio electrónico en el Ecuador y la relación que ha tenido con la recaudación tributaria en los últimos años.

Las interrogantes planteadas en la investigación fueron contestadas a través de la recopilación de la información secundaria que ha sido de gran ayuda.

Recopilación de información secundaria

Interrogante No.1

¿Qué porcentaje de los ecuatorianos tiene acceso a internet?

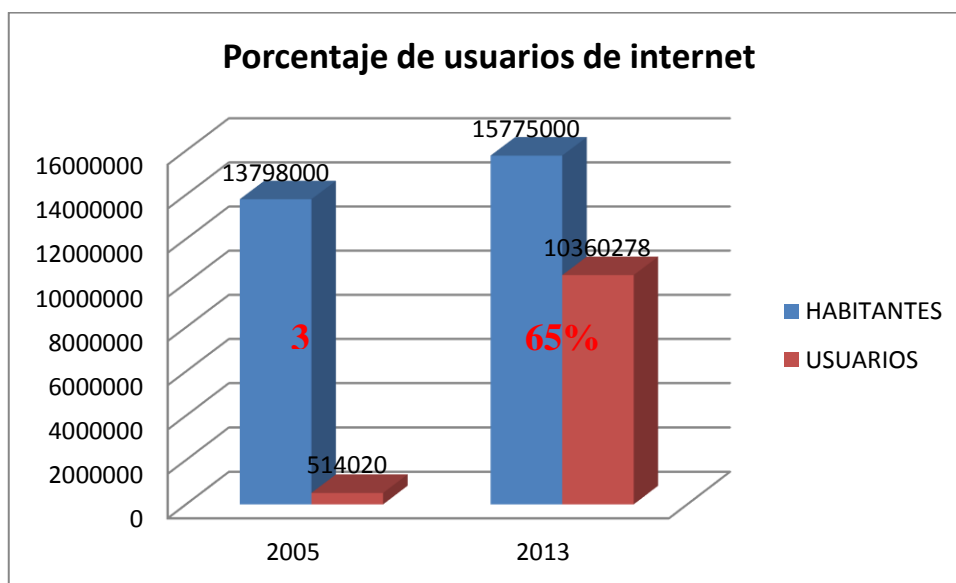


Gráfico 1: Porcentaje de usuarios de internet. Ecuador

Fuente: Superintendencia de Comunicaciones 2013

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Para el año 2005 el acceso a internet era de solamente 514.020 personas, mientras que en el año 2013, los usuarios con acceso a internet ascendieron a una cifra de 10.360.278 personas.

Interpretación

Para el año 2013 los habitantes del Ecuador fueron alrededor de 15.775.000, por lo que el acceso a internet se ubica en un 65%, un incremento significativo al 3% que se tenía en el año 2005.

Interrogante No. 2

¿En qué ciudades del Ecuador existe mayor movimiento de compras por internet?

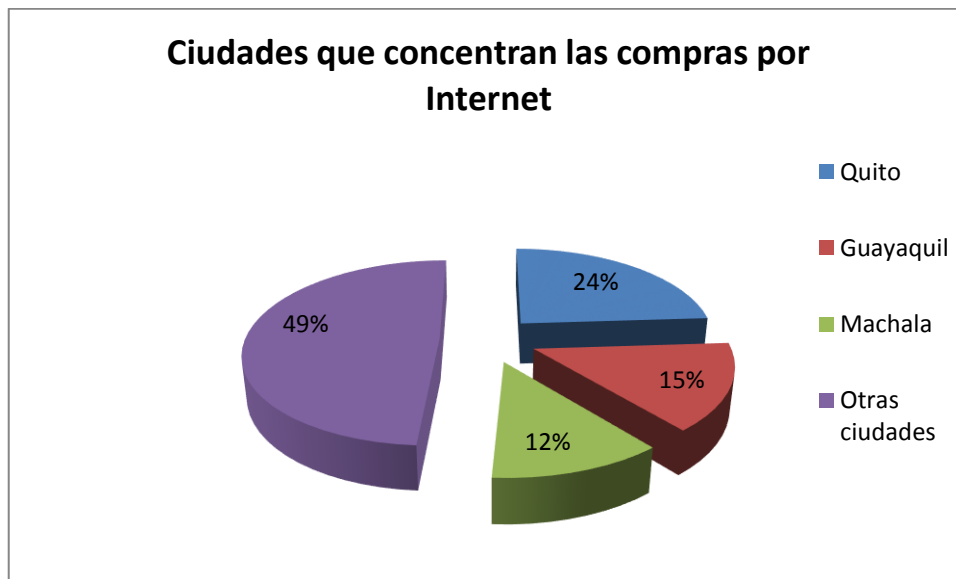


Gráfico 2: Ciudades que concentran las compras por Internet

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos Y Rurales 2011-2012 ENIGHUR

Elaborado por: Paredes, Gioconda

ANALISIS

La ciudad de Quito y Guayaquil son las principales ciudades en las cuales se concentran el porcentaje de compras por internet, llegando al 24% y al 15%, respectivamente

INTERPRETACIÓN

Las ciudades de Quito y Guayaquil son las ciudades que tienen mayor población y donde se concentra el porcentaje más alto de compras por internet llegando entre las dos ciudades a un 39%.

Interrogante No. 3

¿Qué artículo o servicio adquiere por internet?

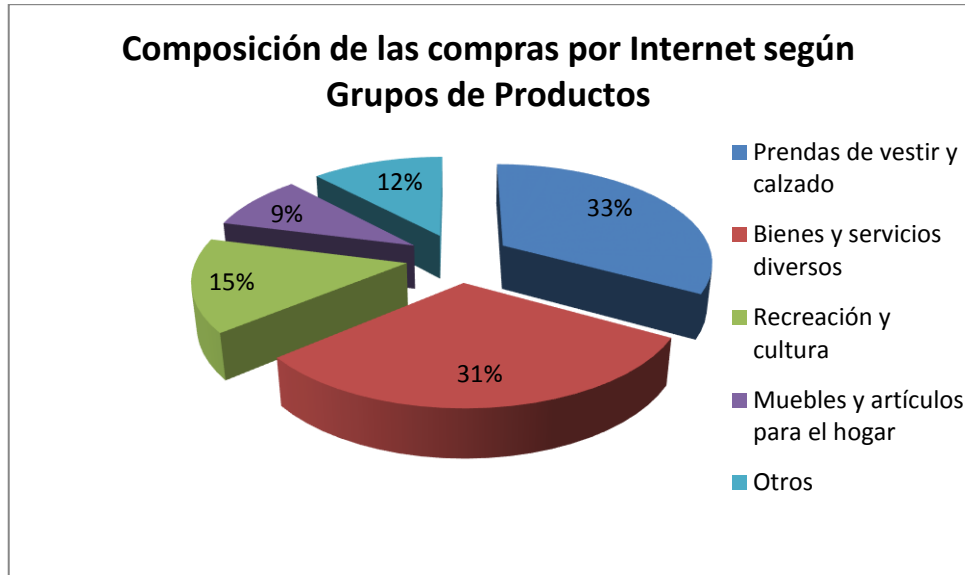


Gráfico 3: Composición de las compras por Internet, según grupos de productos

Fuente: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos Y Rurales 2011-2012 ENIGHUR

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Las prendas de vestir y el calzado son los artículos preferidos para ser adquiridos a través del Internet llegando a un 33%, seguido de bienes y servicios diversos con el 31%.

Interpretación

Los ecuatorianos prefieren comprar prendas de vestir y calzado, en la actualidad existen muchas cadenas de negocios que ofrecen ese tipo de productos y si se han convertido en la elección favorita al realizar compras por internet.

Interrogante No.4

¿Qué tipo de empresas realizan ventas por internet en Ecuador?

Tabla 7: Servicios comerciales al por menor por pedido postal o internet

Tipo de productos comercializados	# de establecimientos
Artículos textiles, prendas de vestir y calzado	64
Productos agroquímicos y farmacéuticos	58
Aparatos, artículos y equipos domésticos	24
Bienes de consumo diversos	20
Comidas, Bebidas y tabaco	19
Maquinaria, Equipo y Suplementos	14
Materiales y equipos de construcción	11
Materias primas agrícolas y animales vivos	10
Otros productos	12

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Las empresas que más comercializan a través de internet son las de artículos textiles y calzado, llegando a 64 establecimientos en el país, según el Censo del 2010, seguido de productos agroquímicos y farmacéuticos con un 58%.

Interpretación

En este cuadro se vuelve a confirmar la tendencia de las compras por internet y volvemos a observar que los artículos textiles y el calzado son los que más se ofrecen por la web registrando el Ecuador 64 establecimientos que ofrecen ese servicio y por ende son los artículos más demandados al preferir las compras por internet.

Interrogante No.5

¿Qué recaudación de IVA es mayor la Interna o de Importaciones?

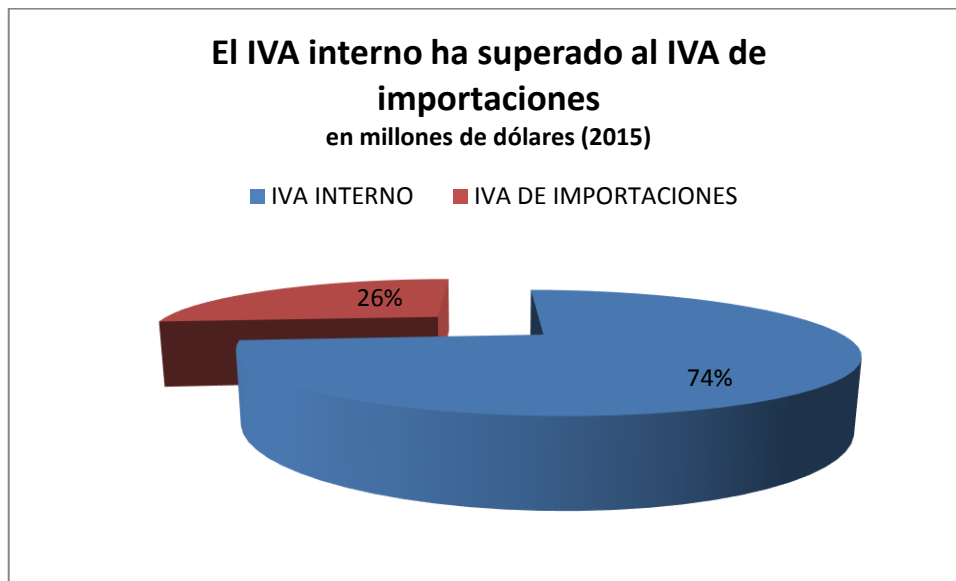


Gráfico 4: IVA interno vs IVA importaciones

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

El IVA recaudado por el Servicio de Rentas Internas, en el Ecuador se divide en interno y por importaciones, alcanzando el interno el 74% de la recaudación total, mientras que el de importaciones representa el 26%.

Interpretación

Podemos observar que todavía los ecuatorianos no tenemos una cultura de comercio internacional y seguimos prefiriendo realizar compras dentro del territorio, lo cual es mejor para la economía del país porque se dinamiza los sectores internos.

Interrogante No. 6

¿Se ha incrementado el número de contribuyentes?

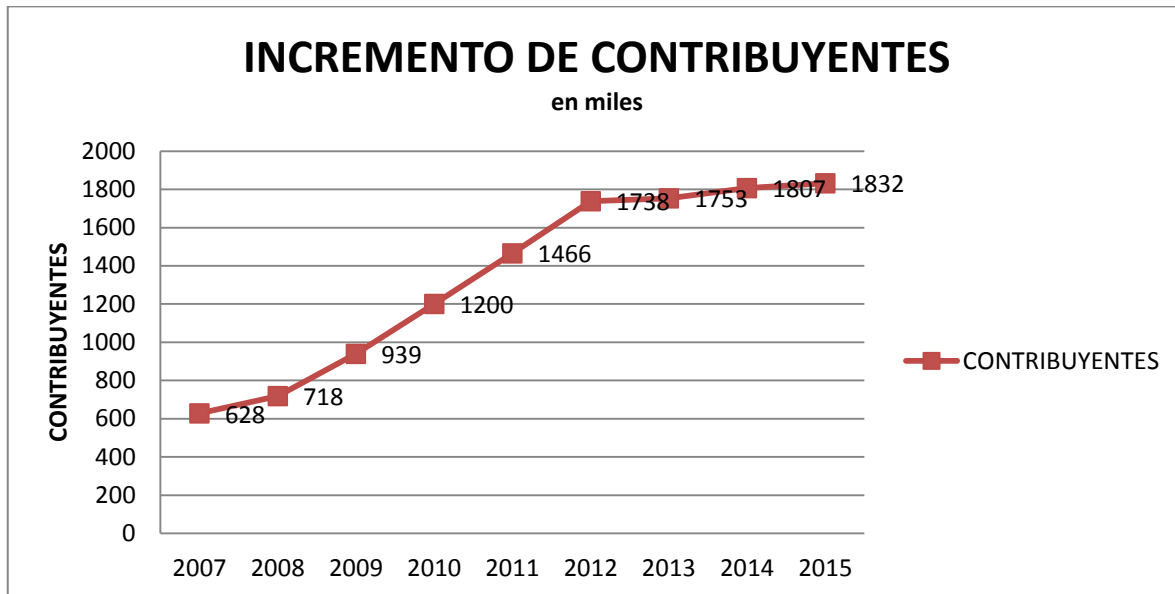


Gráfico 5: Incremento de Contribuyentes

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Se observa un incremento considerable de los contribuyentes desde el año 2007 con 628 mil, llegando al año 2015 con 1832 mil contribuyentes.

Interpretación

El control que ha ejercido la Administración y la exigencia de un Registro Único de Contribuyentes en varias instituciones públicas y privadas ha hecho factible que el número de contribuyentes incremente, teniendo de esta manera un mejor control de las actividades comerciales que se desarrollan en el país.

Interrogante No. 7

¿Presentan a tiempo las declaraciones de Impuesto al Valor Agregado?

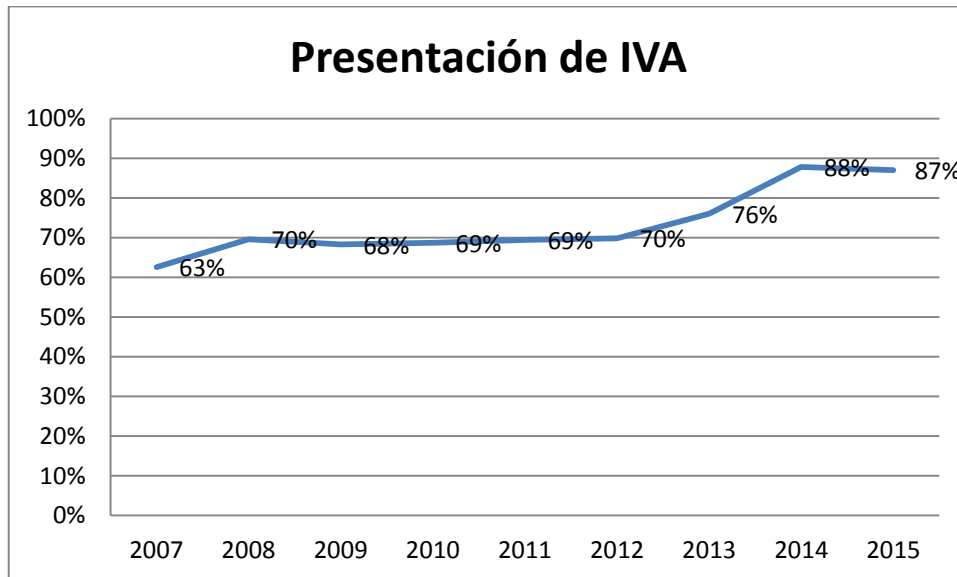


Gráfico 6: Presentación de declaraciones de IVA

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

En el año 2015 el porcentaje de presentación de la declaración de Impuesto al Valor Agregado es del 87%, mientras que en el 2007 apenas era del 63%.

Interpretación

Con la observación del cuadro anterior podemos decir que 9 de cada 10 ecuatorianos realizan la presentación de la declaración del IVA, lo que podemos suponer que se tiene una cultura tributaria de pago de impuestos bastante fuerte en el país, a esta interpretación añadimos que en Ecuador actualmente todas las declaraciones son por internet, facilitando su cumplimiento al contribuyente.

Interrogante No. 8

¿Qué tipo de servicios electrónicos ofrece el SRI y son utilizados por los ciudadanos ?

Tabla 8: Servicios electrónicos del SRI utilizados por los usuarios

SERVICIOS	USUARIOS
Actualizaciones de RUC (P. Naturales)	192.328
Actualizaciones de RUC (Sociedades)	28.696
Certificados de Historial del RUC	3.480
Certificados Emitidos	6.502.439
Recuperación de claves	238.926

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Podemos observar que son algunos los servicios que el SRI ha puesto a disposición de los contribuyentes, entre el que más es utilizado es el de Certificados emitido alcanzando en el año 2015 a 6.502.439 de usuarios.

Interpretación

El Servicio de Rentas Internas ha mejorado continuamente su plataforma facilitando a los usuarios el manejo de la misma y que pueda satisfacer sus necesidades sin tener que acudir físicamente a las oficinas, entre los servicios más usados están los certificados emitidos que corresponden a: Cumplimiento tributario, reimpresión del RUC, historial de autorizaciones, etc.

Interrogante No. 9

¿Cuántos comprobantes electrónicos se ha emitido en el Ecuador en el año 2015?

Tabla 9: Comprobantes Electrónicos

Concepto	Número
C. Electrónicos emitidos	1.279.050.652
Contribuyentes que emiten comprobantes electrónicos	13.806

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2015)

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Según los datos publicados por el Servicio de Rentas Internas, en el año 2015 los comprobantes electrónicos emitidos ascienden a 1'279.050.652 y los contribuyentes obligados a emitir comprobantes electrónicos fueron 13.806.

Interpretación

Desde las reformas implementadas para la obligatoriedad de la emisión de los comprobantes electrónicos en el Ecuador, tenemos que los datos se han incrementando considerablemente, es posible que el universo de contribuyentes pueda aumentar en los próximos años.

Interrogante No. 10

¿Cuál es la carga fiscal del Ecuador en relación a otros países?

Tabla 10: Carga Fiscal en Latinoamérica

País	Porcentaje
Uruguay	34%
Brasil	34%
Argentina	33%
Perú	21%
Ecuador	20%
Colombia	20%
Chile	20%
El Salvador	19%
Panamá	19%
México	12%

Fuente: Centro Iberoamericano de Administraciones Tributarias CIAT

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

En los países Latinoamericanos los que tienen carga fiscal más alta son Uruguay y Brasil que alcanzan al 34%, mientras que el de la tasa más baja es México con el 12%, Ecuador según estos datos está debajo del promedio con una tasa del 20%.

Interpretación

Si bien es cierto que según los datos obtenidos el Ecuador se encuentra por debajo del promedio en Latinoamérica (21.20%) y hasta por debajo del promedio de Europa (36.70%), la economía de estos sectores es diferente y los beneficios que entrega el Estado son mayores a los que se recibe en Ecuador.

Interrogante No. 11

¿Cuál es el porcentaje de presión fiscal en el Ecuador?

Tabla 11: Presión Fiscal en Ecuador

Año	Millones	% Presión Fiscal
2006	4672	10%
2015	13950	14,10%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2015)

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Se observa que la presión fiscal en el Ecuador ha incrementado del 2006 que era del 10% al 2015 que fue del 14.10%.

Interpretación

La gestión del SRI, en los últimos años ha servido para incrementar la presión tributaria en 4.1 puntos en el lapso aproximado de 10 años, lo que vemos importante para el desarrollo del país, y se puede apreciar que la evasión se está controlando debido a que a menor evasión existe mayor presión tributaria independientemente de que las tasas impositivas hayan aumentado.

Interrogante No. 12

¿Cuál es la brecha de evasión tributaria en el IVA?

Tabla 12: Cálculo de la Brecha de evasión tributaria del IVA

Recaudación	Monto	%
Recaudación Teórica 2015 (Presupuesto General del Estado)	7.267.460	100%
Recaudación Efectiva 2015 (Servicio de Rentas Internas)	6.500.436	89,45%
Brechas (Elusión-Evasión- Incumplimiento Involuntario)	767.024	10,55%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (2015), Presupuesto General del Estado

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Según el Presupuesto General del Estado del año 2015 la recaudación estimada de Impuesto al Valor Agregado fue de USD 7.267.460 millones, sin embargo la recaudación llegó a USD 6.500.436 millones.

Interpretación

Teniendo como base la recaudación estimada frente a la recaudación real podemos observar que para el año 2015 existió una brecha de recaudación de 767.024 millones de dólares, que representa el 10.55%, en esta brecha pueden incluirse aspectos como la elusión tributaria, la evasión o el incumplimiento involuntario.

Interrogante No. 13

¿A qué contribuyentes realiza controles el SRI?

Tabla 13: Porcentaje de cobertura del proceso de control

Tipo de Contribuyente	Número de Contribuyentes gestionados	Total de Contribuyentes proyectados para el control	% Cobertura de Control
Descripción	Numerador	Denominador	
Grandes Contribuyentes	267	268	99,63%
Contribuyentes Especiales	5.971	6.227	95,89%
Sociedades	124.838	146.070	85,46%
Personas Naturales	855.180	17.808.740	50,05%

Fuente: Servicio de Rentas Internas a septiembre 2015

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Podemos observar que los Grandes Contribuyentes tienen una cobertura del 99.63%, mientras que las Personas Naturales solamente llega al 50.05% de cobertura al procesos de control.

Interpretación

Los procesos del control por parte del SRI, tienen un mayor porcentaje de cobertura a los Grandes Contribuyentes y Especiales, debido a que en número son más manejables para poder realizar controles intensivos, mientras que las personas naturales al ser más numerosas no es posible que se pueda realizar controles más exhaustivos por lo que la cobertura es menor.

Interrogante No. 14

¿Qué tipo de controles realiza el SRI?

Tabla 14: Resumen de Controles finalizados por procesos

Procesos	No. Casos Finalizados	No. Contribuyentes	Recaudación en efectivo (A)	Deuda Generada (B)	Total Recaudación y Deuda (A+B)
Omisos	1.134.591,00	344853	39.482.943,75	12.791.788,18	52.274.731,93
Persuasivos	1.857.845,00	1527925	82.601.669,25	25.669.716,05	108.271.385,30
Inconsistencias	528,00	497	70.952,24	23.377,31	94.329,55
Diferencias*	4.711,00	4248	7.536.585,65	48.242.736,13	55.779.321,78
Intensivos	313,00	293	126.718.954,72	253.024.899,95	379.743.854,67
	2.997.988,00	1.877.816,00	256.411.105,61	339.752.517,62	596.163.623,23

Fuente: Servicio de Rentas Internas a septiembre 2015

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Análisis

Los controles que realiza el SRI, tienen mayor efecto recaudatorio en el caso de Intensivos con USD 379.743.854.67 millones, mientras que las inconsistencias solamente alcanza a USD 94.329.55 millones.

Interpretación

Los controles que surgen mejor efecto económico son los intensivos debido a que se lo realiza a pocos contribuyentes pero con actividades económicas representativas por lo tanto son los que tienen que contar con una mayor planificación por parte del SRI.

Cuadro resumen de interrogantes

Tabla 15: Identificar las transacciones de comercio electrónico

Conocer si en Ecuador se utiliza Comercio Electrónico

Porcentaje de acceso a internet	2005 3%	2013 65%
Ciudades con mayor movimiento de compras por internet	Quito 24%	Guayaquil 15%
Artículos que más se adquieren	Prendas de Vestir 33%	Bienes y servicios diversos 31%
Empresas que realizan comercio por internet	Artículos textiles, prendas de vestir y calzado 64	Productos agroquímicos y farmacéuticos 58

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Tabla 16: Determinar el cumplimiento tributario

Determinar el nivel de cumplimiento tributario

Recaudación de IVA	Interno 74%	Importaciones 26%
Incremento de los contribuyentes	2007 628	2015 1832
Declaraciones de IVA-presentadas a tiempo	2007 63%	2015 87%

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Tabla 17: Analizar los indicadores fiscales*Evaluar los indicadores fiscales del Ecuador*

	2007	2015
Carga Fiscal	14%	20%
Presión Fiscal	10,00%	14,10%
Brecha evasión IVA	30,60%	10,55%

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Tabla 18: Establecer Controles*Conocer los controles que realiza el SRI*

	Grandes C.	C. Especiales	
Control contribuyentes	99,63%	95,89%	
	Tipo de control	# Contribuyentes	\$ Recaudación
Tipo de controles	Intensivos	293	126.718.954,72
	Persuasivos	1527925	82.601.669,25
Servicios electrónicos SRI	Certificados	Actualizaciones RUC PN	
	6.502.439	192.328	
Comprobantes electrónicos emitidos	C. Electrónicos emitidos	Contribuyentes que emiten CE	
	1.279.050.652	13.806	

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

4.2.Comprobación de hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se ha considerado la información obtenida de las fuentes secundarias para poder observar el comportamiento de las variables a ser estudiadas y la relación entre ellas.

Formulación de la Hipótesis

El incremento del comercio electrónico en el Ecuador influye en la recaudación de Impuesto al Valor Agregado lo que afectaría al Presupuesto General del Estado.

H0: El incremento del comercio electrónico en el Ecuador no influye en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado por lo que no afectaría al Presupuesto General del Estado.

H1: El incremento del comercio electrónico en el Ecuador influye en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado lo que afectaría al Presupuesto General del Estado.

Determinar el nivel de error:

Representa la probabilidad de rechazar una hipótesis nula verdadera.

El nivel de error es de 0.05

Nivel de Confianza:

El nivel de Confianza es del 95%

Z= 95%

Tabla 19: Tabla de contingencia-observado

Afectación	Transacciones de Comercio Electrónico	Cumplimiento Tributario	Indicadores Fiscales	Total
Comercio Electrónico, afectación positiva	4	4	1	9
Comercio Electrónico, afectación negativa	0	0	2	2
Total	4	4	3	11

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Tabla 20: Tabla de frecuencia esperada

Afectación	Transacciones de Comercio Electrónico	Cumplimiento Tributario	Indicadores Fiscales	Total
Comercio Electrónico, afectación positiva	3,27	3,27	2,45	9,00
Comercio Electrónico, afectación negativa	0,73	0,73	0,55	2,00
Total	4,00	4,00	3,00	11,00

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Tabla 21: Cálculo del chi-cuadrado

Afectación	Transacciones de Comercio Electrónico	Cumplimiento Tributario	Indicadores Fiscales	Total
Comercio Electrónico, afectación positiva	0,16	0,16	0,86	1,19
Comercio Electrónico, afectación negativa	0,73	0,73	3,88	5,33
Total	0,89	0,89	4,74	6,52

Fuente: Interrogantes planteadas

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Aplicación de la Fórmula

$$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

Resultados

Tabla 22: Resultados

Denominación	Resultado
Valor Calculado	8,1594
Grado de Libertad	2
Nivel del significancia	0,95
Valor Tabla crítica	5,991

La hipótesis alternativa ha sido aceptada, debido a que según los cálculos realizados el valor obtenido se encuentra dentro del rango de aceptación, el incremento del comercio electrónico en el Ecuador influye en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado lo que afectaría al Presupuesto General del Estado.

4.3.

4.4. Conclusiones

Se puede apreciar que el comercio electrónico en el Ecuador ha tenido un crecimiento importante, desde el acceso a internet desde el año 2005 que era del 3% al año 2013 que llegó al 65% de la población lo que abre la posibilidad de tener mayores transacciones electrónicas, es así como también se puede apreciar que las ciudades con mayor movimiento electrónico son Quito y Guayaquil, considerando que son las ciudades más pobladas del Ecuador y los ciudadanos tienen una preferencia por la adquisición en línea de prendas de vestir, sin embargo este incremento de comercio electrónico no influyó en la disminución de la recaudación observamos que las más bien las recaudaciones en los últimos años se han ido incrementando.

La normativa legal tributaria del Ecuador, no especifica el comercio electrónico como tal, simplemente indica la relación comercial tradicional, no está describe al hecho generador del IVA en el comercio electrónico y se habla de manera muy general del comercio, sin tomar en cuenta los aspectos importantes del comercio electrónico dentro del cuerpo legal, además la Constitución y el Código Tributario no especifican los principios básicos tributarios que deben regir al comercio electrónico, la falta de normativa incide en el desconocimiento de las obligaciones del contribuyente llevándolos a cometer evasión tributaria en muchos de los casos por ignorancia. Podemos apreciar que de los países que se ha comparado la legislación América Latina todavía no ha diferenciado el comercio tradicional del electrónico mientras que la Unión Europea ya realizó una diferenciación debido a las dificultades que tenía al momento de la recaudación del impuesto.

Una vez identificado el incremento del uso del comercio electrónico en el país se considera que las alternativas a ser planteadas, pueden ayudar a mejorar la recaudación del Impuesto al Valor Agregado por este concepto, ayudando de esta manera al Estado para no dejar de percibir ingresos tributarios de este impuesto y de igual manera tratando de potencializar el comercio electrónico con reglas claras para su utilización.

CAPÍTULO 5

5 PROPUESTA

5.1.Datos informativos

5.1.1. Título

Alternativas para que el comercio electrónico pueda ser utilizado como mecanismo de recaudación de IVA evitando la evasión tributaria.

5.1.2. Beneficiarios

El Sujeto Activo del tributo (Estado-Administración Tributaria) y contribuyentes dedicados a comercializar electrónicamente.

5.2.Antecedentes de la propuesta

Una vez analizada la situación actual del comercio electrónico en el país es indispensable crear propuestas que ayuden a que se convierta en un mecanismo de mejoramiento económico para la población sin que este sea un perjuicio para la Administración Tributaria, las diferentes alternativas planteadas ayudarán a controlar la posible evasión tributaria en el Ecuador, brindando reglas claras al respecto de la comercialización electrónica y el mejoramiento de los servicios que el SRI puede dar a sus contribuyentes , incrementado con esto la recaudación tributaria sobre todo en el Impuesto al Valor Agregado.

5.3.Objetivos

5.3.1. Objetivo General

Presentar una serie de alternativas para facilitar el uso del comercio electrónico en el país y que su uso no se convierta en una herramienta de evasión y ayude a registrar mayores niveles de recaudación de IVA.

5.4.Alternativas

Para que el comercio electrónico se convierta en un aliado de la Administración Tributaria es necesario que las alternativas se las divida en áreas para tener claro en panorama que tendría que ser mejorado en el país.

Las áreas serían:

- El Estado
- La Normativa Legal
- La Administración Tributaria

5.4.1. El Estado

Fomentar del uso de las tecnologías en los ecuatorianos

Ecuador todavía en un país que no está cien por ciento informatizado y es necesario incrementar el uso de los canales tecnológicos y se necesita de inversión para que la tecnología pueda llegar a cada uno de sus habitantes, esto no depende de las Administraciones Tributarias pero dependerá de las demás instituciones del Estado, que tiene que colaborar para poder crear un país

con oportunidades tecnológicas y obtener un crecimiento económico elevado gracias al uso de la tecnología.

Promover controles internacionales

No podemos encerrarnos en una burbuja, ya se ha propuesto en foros internacionales que es necesaria la colaboración de los distintos Estados y de sus Administraciones Tributarias para fortalecer el cumplimiento de los objetivos de cada una de ellas, el intercambio de información será la pieza clave para evitar la evasión de impuestos y mejorar considerablemente la recaudación de tributos que ocasionare el comercio electrónico.

5.4.2. La Normativa Legal

Fortalecer los principios tributarios básicos con los cuales debe tributar el Comercio Electrónico.

Si bien es cierto que los principios tributarios están establecidos en la Constitución y el Código Tributario, es importante destacar que algunos de los principios tributarios que deben regir al comercio electrónico no se los ha tomado en cuenta para que consten en estos cuerpos legales, como podemos apreciar en la siguiente gráfica.

Tabla 23: Comparación de los principios tributarios

Constitución	Código Tributario	Principios Comercio Electrónico
Generalidad	Generalidad	
Progresividad		
Eficiencia		
Simplicidad Administrativa		Certeza y simplicidad
Irretroactividad	Irretroactividad	
Equidad		
Transparencia		
Suficiencia recaudatoria		
	Legalidad	
	Igualdad	
	Proporcionalidad	
		Neutralidad
		Eficacia
		Efectividad y justicia
		Flexibilidad

Fuente: Constitución de la República del Ecuador, Código Tributario, OCDE

Elaborado por: Paredes, Gioconda

Uno de los principios básicos que es necesario fortalecer en el país y que no lo encontramos en nuestros cuerpos legales es el de la neutralidad, no podemos diferenciar al comercio tradicional del electrónico y peor aún gravarlo con distintos impuestos, con la aplicación de este principio aseguramos que las transacciones electrónicas no podrán estar gravadas con otro tipo de impuesto, más bien es necesario impulsar la economía con esta nueva forma de hacer negocio, sin que esto signifique que se encarezca los bienes y servicios ofrecidos.

El principio de simplicidad es una gran reto para la administración tributaria, si bien es cierto que se han logrado muchos cambios tecnológicos facilitando con ello al cumplimiento tributario, es también cierto que la tecnología avanza cada vez más rápido y es necesario que se logre llegar a todos los contribuyentes para que puedan cumplir con sus obligaciones sin complicarse al hacerlo.

La flexibilidad es otro de los principios que tienen que irse aplicando, no podemos tener administraciones tan rígidas al cambio, es necesario que vayan actualizando sus conocimientos a las nuevas formas de negociación y tributación existentes en el mundo.

Mejorar los convenios internacionales

El Ecuador tiene que mejorar los convenios internacionales y tiene que fortalecer las relaciones con otros países tanto en la firma de convenios para evitar la doble imposición como en convenios para el intercambio de información, con esto se tendría un acceso más amplio a los esquemas tributarios en otros países para conocer quiénes son los proveedores o clientes de nuestros contribuyentes, los productos o servicios que se comercializan y las formas de pago utilizadas, de esta manera estamos teniendo una base de datos que permita controlar la evasión que pueda existir al momento de realizar comercio electrónico.

Realizar reformas legales

Lo más importante es dar seguridad jurídica a los contribuyentes por lo que tanto las normas tributarias y las normas con respecto al comercio electrónico tienen que ir de la mano, con el presente trabajo se ha encontrado varias falencias, es necesario establecer en forma clara el hecho generador del comercio electrónico, cuales son los sujetos pasivos, cual es la base

imponible para este tipo de transacciones, la manera de pagar el tributo, sobre todo en el negociaciones donde intervengan los bienes y servicios intangibles que es donde se dificulta el control por parte de la Administración.

La Ley de Comercio Electrónico también necesita implementar cambios, es indispensable que se potencie este mercado, la protección al consumidor es indispensable y la creación de organismos que respalden las exigencias del comercio electrónico y puedan solucionar de manera eficiente los conflictos de carácter electrónico.

La exigencia de la firma electrónica para varias instituciones del Estado, ayudará a tener una base de datos de las transacciones electrónicas.

Sanciones más drásticas a los delitos informáticos, para crear un ambiente de riesgo hacia los ciudadanos y tratar de evitar el fraude a través de estos medios.

5.4.3. La Administración Tributaria

Modificaciones al Registro Único de Contribuyentes

Sería necesario activar en el RUC (Registro Único de Contribuyentes), una opción en la cual se señale si el contribuyente realiza actividades de comercio electrónico, con la cual se activaría una opción de autorización para este tipo de actividades las mismas que lógicamente tendrán que cumplir con lo que señala la Ley de Comercio Electrónico, esta modificación permitirá tener una base de datos actualizada de los contribuyentes que realicen comercio electrónico y de igual manera se tendrá un mejor control de las transacciones realizadas.

Fortalecer la facturación electrónica

Considero que la facturación electrónica es una fuente de control tributaria que permite tener veracidad en la información que el contribuyente entrega a la Administración, en el país los contribuyentes especiales, instituciones públicas e instituciones del sector financiera ya están en la obligación de emisión de estos comprobantes en los primeros meses existió falencias en la utilización de la plataforma que es SRI puso a disposición de los contribuyentes, todavía existen cambios informáticos que aparecen de la noche a la mañana para que sean cumplidos por los ciudadanos, pero es parte del ingreso a la era tecnológica que también está inmiscuida la Administración Tributaria.

En un futuro sería indispensable que la facturación electrónica sea aplicable a todos los contribuyentes, lógicamente con campañas publicitarias agresivas y mejorando y simplificando los sistemas ya existentes.

Capacitación constante a los contribuyentes

La capacitación es la principal herramienta que tiene el Servicio de Rentas Internas para combatir la evasión que en muchos de los casos se da por el desconocimiento de la normativa tributaria, es trascendental implantar una cultura tributaria en la población, se tiene que seguir con las capacitaciones constantes a los contribuyentes y sobre todo seguir con los programas de capacitación a la población estudiantil que se ha logrado gracias al apoyo y colaboración del Ministerio de Educación y Cultura, con una población consciente de sus derechos y obligaciones tributarias será más fácil hacer cumplir la ley a los ciudadanos.

Mejorar y aumentar los servicios en línea que ofrece el SRI

Los contribuyentes necesitan mayor agilidad para sus transacciones, necesitan que el Servicio de Rentas Internas le proporcione la información en cuestión de segundos, para lo cual siempre tendrá que estar en constante evolución, es elemental que al contar con la información de terceros, se mejore la “declaración sombra”, no solamente del Impuesto a la Renta, sino también de los otros tipos de impuestos para facilitar al contribuyente el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Simplicidad en los formularios de las declaraciones a ser presentados, también es parte del mejoramiento de los servicios que ofrece el SRI.

Crear una percepción de riesgo a los contribuyentes

Los planes y programas que ejecute la Administración Tributaria para controlar el comercio electrónico tendrán que ser difundido a toda la población indicando de manera constante las sanciones a las cuales se exponen al no cumplir con lo dispuesto, de esta manera estamos creando una percepción de evitar tener inconvenientes con la Administración Tributaria.

Firmar convenios nacionales

En el mundo de hoy se necesita la ayuda de los socios estratégicos que para la Administración serian las instituciones bancarias y emisoras de tarjetas de crédito, debe existir el intercambio continuo de información, en especial considerando que la forma de pago más usual es con tarjeta de crédito o transferencias bancarias, si bien es cierto que en la actualidad estas instituciones tienen a obligatoriedad de presentar al SRI, información sobre los movimientos de los contribuyentes según el anexo denominado ROTEF (Reporte de Operaciones y Transacciones Económicas Financieras), en el actual registrarán todas transacción económica que los clientes efectúen por cualquier medio o mecanismo de pago, cuya cuantía sea superior a los 5.000 dólares, necesario fortalecer el intercambio de información con estas instituciones.

Implantar registros internacionales

Los procesos de globalización son necesarios en el comercio electrónico por lo que el Ecuador tendría que proponer o adherirse a las opiniones de otros países de establecer un Registro Único de Contribuyentes a nivel regional, o hasta mundial, el mismo que servirá para el intercambio de información entre países y ayuda mutua entre Administraciones Tributarias internacionales y para lograr este objetivo los organismos como el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias – CIAT podría ser el que dé los lineamientos a ser tratados en este tipo de registro con la ayuda de todos los países que quieran participar del proyecto.

De la misma manera el registro obligatorio del software y hardware a nivel internacional, para dar un mayor valor de seriedad en los procesos de comercialización y de esta manera se tendría identificado el lugar al que pertenece los servidores y en qué lugares se está efectuando comercio electrónico.

Bibliografía

Abad, S. (2014). *El Comercio Electrónico 2014*. Online Business School.

Albán, M. (2003). *Problemas del derecho tributario frente al comercio electrónico*. Quito: Corporación Editora Nacional.

Alcaide, J. C., Bernués, S., Díaz, E., Espinosa, R., & Smith, C. (2012). *MARKETING Y PYMES*. España: ESIG.

Alderete, M. (2013). Adopción del comercio electrónico en las empresas de comercio y de servicios de Córdoba: un modelo explicativo. *ASOCIACION ARGENTINA DE ECONOMIA POLITICA* , www.aaep.org.ar/anales/works/works2013/alderete.pdf.

Almeida, P. (15 de octubre de 2013). Mercado Ecuatoriano. (E. Telégrafo, Entrevistador)

Alvarez, S. (2006). Análisis de la Sostenibilidad de la Política Fiscal y el efecto del Gasto Público sobre la Economía. *Cuestiones Económicas* , 58.

America Económica Intelligence. (s.f. de junio de 2010). *La fuerza del E-commerce*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

Andrade, L. (2005). *Manual de Derecho Tributario*.

Arbiza, G. (2015). *La economía digital y su tributación*. Madrid: Boletín Fiscal Iberoamericano.

Arias, M. (2006). *Manual práctico de Comercio Electrónico*. Madrid: La Ley.

Asamblea Nacional. (2012). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.

Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relaciolnal AECCEM. *Libro blanco del comercio electrónico*. España.

Asociación Española de la Economía Digital. (2011). *LIBRO BLANCO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO*. España: Herrera Consultants.

Asociación Española de la Economía Digital. (2012). *Libro Blanco del Comercio Electrónico*. España: Herreraconsultants.

Ávila, J. (2004). *Introducción a la economía*. México: Plaza y Valdés.

Ávila, J. J. (2003). *Economía*. México: Umbral.

Banco Central del Ecuador. (2008). Recuperado el 23 de 10 de 2016, de <https://www.eci.bce.ec/preguntas-frecuentes#2>

Belloch, C. (2011). *Las tecnologías de la información y comunicación (T.I.C.)*. Universidad de Valencia.

Benitez, M. (2010). *Manual tributario*. Loja: UTPL .

Bermeo, C. L. (2014). *Alcance jurídico fiscal del establecimiento permanente de empresas extranjeras en los convenios de doble imposición internacional*. Cuenca: Tesis Universidad del Azuay.

Bernal García, J., Martínez , M.-D., & Sánchez García, J. (2003). *Logística en el E-commerce Modelos de Pedido y Coste de Entrega*. Recuperado el 23 de 12 de 2015, de <http://www.asepelt.org/ficheros/File/Anales/2003%20-%20Almeria/asepeltPDF/140.PDF>

Bernal, A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades*. México : Pearson.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.

Briz, J., & Laso, I. (2001). *Internet y comercio electrónico*. Madrid: Mundi-Prensa.

Carlo, C. (2005). *Desarrollo económico local*. La Paz: PIEB.

Carrasco. (2009). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas pra diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos.

Carrera, C. (Junio de 2013). *Fundamentos Epistemológicos de la Investigación*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2016, de http://ffyl.uach.mx/coloquio_posg_2013/dra_carrera_hdez.pdf

Casani, F. (2008). *Economía*. Madrid: Editex.

Club Esayos, Paradigma Critico Propositivo. (25 de Enero de 2014). Recuperado el 25 de Septiembre de 2016, de <https://www.clubensayos.com/Negocios/Paradigma-Critico-Propositivo/1402601.html>

Cobo, Á. (2005). *PHP y MySQL: TECNOLOGÍA PARA EL DESARROLLO DE APLICACIONES WEB*. España: Diaz de Santos.

Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. (2010). Quito: Registro Oficial.

Código Orgánico Tributario. (2005). Quito.

Coll, M. (2008). Estratégias Didáctica para la sistematización de las habilidades generales más aplicadas en la disciplina principal integradora en la carrera de Derecho de la Universidad de Granma. En M. Coll Aguilera. Cuba: Ministerio de Educación Superior Universidad de Granma.

Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Reglamento a la Ley de Comercio Electronico*. Recuperado el 14 de diciembre de 2014, de <https://www.eci.bce.ec/...0154-432d-8143-7f54d320eaea>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Quito.

Cuesta, F. (s.f.). *Las pymes en el comercio electrónico y en el mercado global afrontando la globalización sin servidumbres físicas*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de <http://felixcuesta.com/articulos/>

CULTURAEMEDELLIN. (s.f de s.f de s.f). *Cultura E*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/ecommerceenelmundo_080425.aspx

De la Apienda, J. (s.f.). *Educación, axiología y utopía*. España: Universidad de Oviedo.

De Santos, D. (1997). *Cultura estadística e investigación científica en el campo de la salud*. Madrid: Diaz de Santos.

Definición ABC. (2007). *Definición ABC Tecnología*. Recuperado el 22 de 12 de 2015, de <http://www.definicionabc.com/tecnologia/buscador.php>

Del Olmo, J. L., & Fondevila Gascón, J. (2014). *MARKETING DIGITAL EN LA MODA*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias S.A.

Diamond, F. (2013). *Tu negocio online*. New York: C.A. Press.

Díaz, V. O. (2001). *El comercio electrónico y los efectos en las relaciones internacionales tributarias*. Macchi.

Díaz, V. O. (2001). *El Comercio Electrónico y sus efectos en las relaciones internacionales tributarias*. Macchi.

e.Confianza.org. (S/F). *Código de Buenas Prácticas para el Comercio Electrónico*. Recuperado el 22 de 12 de 2015, de https://www.econfianza.org/ar/img/CODIGO_DE_BUENAS_PRACTICAS.pdf

El Telégrafo. (15 de octubre de 2013). El comercio electrónico generaría \$ 69.994 millones en América Latina . *El Telégrafo* , pág. c15.

El Telégrafo. (26 de marzo de 2012). Pymes apuntan al comercio electrónico para aumentar sus ventas y productividad. *El Telégrafo* , pág. 12c.

Emprendices: Comunidad de emprendedores. (22 de Agosto de 2012). *Diseño Web: concepto y características*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/disenio-web-concepto-y-caracteristicas/>

Ferruzola, E. (2011). *Utilización de las tecnologías de la información (TICs) como soporte para el desarrollo competitivo y mejoramiento de las Pymes de la ciudad de Milagro*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.

Fonseca, A. (2014). *Fundamentos del e-commerce*. España: Fonseca.

Freire, M. (2014). *Prácticas y conceptos básicos de microeconomía*. España: ESIC.

Furtado, C. (2006). *Teoría y política del desarrollo económico*. Brasil: Siglo XXI Editores.

Gairín, J. (2004). *La organización escolar: contexto y texto de actuación*. Madrid: La Muralla.

Gálvez Clavijo, I. (2010). *Introducción al Marketing en Internet: Marketing 2.0*. España: IC Editorial.

García Caballero, V. (25 de 03 de 2014). *Venta multicanal*. Recuperado el 22 de 12 de 2015, de <https://prezi.com/hpmxfzk5hmz1/venta-multicanal/>

García del Poyo, R., Rabadán, J. G., Merino, J. A., & Somalo, I. (2011). *El libro del Comercio Electrónico*. Madrid: Esic.

García, F. A. (2009). Los modelos de convenio, sus principales rectores y su influencia sobre los convenios de doble imposición. *Crónicas tributarias* , 101-122.

García, G. (2012). *Investigación comercial*. Madrid: ESIC.

García, Y. (2002). Fiscalidad del Comercio Electrónico. *Contribuciones a la Economía del Mercado* .

Gestion.Org. (2015). *Gestion.Org*. Obtenido de <http://www.gestion.org/marketing/4541/que-es-el-merchandising/>

Giraldéz, A. (2010). *Música, investigación, innovación y buenas prácticas*. Barcelona: GRÁO.

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Brujas.

González, J. (2008). *Aprender y formar en Internet*. España: Paraninfo.

Grajales, T. (27 de Marzo de 2000). *Tipo de investigación*. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

HEADWAYS MEDIA. (S/F). *GLOSARIO MERCADOTECNIA ONLINE Y OFFLINE*. Recuperado el 22 de 12 de 2015, de <http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/carrito-de-compras/>

Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). *Tutoría de la investigación científica*. Quito: Gráficas Corona.

Igual, D. (2008). *Conocer los servicios y productos bancarios*. España: Profit.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2013). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2013/Presentacion_Resultados_Principales_DIEE-2013.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f. de s.f. de 2014). *Mirador Empresarial Directorio de empresas y establecimientos 2014*. Recuperado el 26 de noviembre de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

Jiménez, F. (2006). *Macroeconomía: enfoques y modelos*. Perú: Pontificia Universidad Católica de Perú.

Jones, C. (2009). *Macroeconomía*. España: Antonibosch.

LA DI TELLA MARKETING CLUB. (19 de Noviembre de 2007). *Blog de Marketing la di tella Marketing Club*. Obtenido de <http://denyditellamarketingclub.blogspot.com/2007/11/estrategias-de-marketing-online-sem-y.html>

La Nación. (13 de agosto de 2013). *Impacto del comercio electrónico*. Recuperado el 26 de noviembre de 2014, de <http://www.lanacion.com.ar/1609208-el-impactodel-comercio-electronico>

Lackerbauer, I. (2001). *Internet*. Barcelona: Boixareu.

Laudon, J. P. (2004). *Sistemas de información gerencial: administración de la empresa digital*. México: Pearson.

Leiva, F. (2001). *Nociones de metodología de investigación científica*. Quito: Ministerio de Educación y Cultura.

Ley de Comercio Electrónico. (2002). Quito.

Ley de Régimen Tributario Inteno. En *Ley de Régimen Tributario Inteno*. Quito.

Ley de Régimen Tributario Interno. (2004). Quito.

Lidon, J. (1998). *Conceptos básicos de economía*. España: Reproval S.L.

Liendo, R. (s.f. de s.f. de 2013). Pymes que no utilizan TICs pierden hasta el 30% de sus ingresos. (P. Escrita, Entrevistador)

López García, D. (25 de Noviembre de 2015). *Negocios on Line*. Obtenido de Empresas de comercio electrónico superan mejor la crisis: <http://www.expertosnegociosonline.com/empresas-de-comercio-electronico-superan-crisis/>

Maestrías en Marketing. (10 de Junio de 2014). Recuperado el 25 de Octubre de 2016, de <http://www.posgradoenmarketing.com/que-es-el-marketing-en-comercio-electronico>

Martel, M. (2002). *El control tributario extensivo e intensivo del cumplimiento de las obligaciones tributarias y los lineamientos para la selección de los contribuyentes en el ámbito de la Fiscalización-la experiencia de la Administración Tributaria peruana*. Lima: XV Concurso de Monografías CIAT/AEAT/IEF.

Martínez, F. (2008). *Marketing en la sociedad de conocimiento*. Madrid: Delta.

Miró, P. (2006). *Métodos estadísticos en economía*. España: UPV.

Molinillo Jiménez, S. (2014). *DISTRIBUCIÓN COMERCIAL APLICADA*. Madrid: ESIC.

Montaño, C. (2006). *El Ecuador y los problemas de la doble imposición*. Quito: Corporación Editora Nacional.

Montaño, C. (2006). *Manual de Derecho Tributario Internacional*. Quito: Corporación Editora Nacional-Universidad Andina Simón Bolívar.

Moreno, M. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. México: Progreso.

Muñoz, J. (2004). *La influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones de las Pymes del sector textil efecto de la implantación del comercio electrónico*. España: Universidad Politécnica de Valencia.

Nacional, A. (2015). *Reglamento de Comprobantes de Venta, Retenciones y Documentos Complementario*. Quito.

Namakforoosh. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa.

Navarro, V., & Barneto, M. (s.f.). *Economía 2.0 para Bachillerato*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/economia20parabachillerato/temario/tema-2-los-agentes-y-los-sistemas-economicos/1-los-agentes-economicos>

OCDE. (1998). Resumen: Tributación fiscal y Comercio electrónico. Ottawa: Unidad de Derecho y traducción de la Dirección de Relaciones Públicas y Comunicacionales.

Pallo, E. L. (2015). *Evolución de los impuestos directos e indirectos dentro del régimen tributario ecuatoriano*. Guayaquil: Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil.

Parrales, V. H., & Aveiga, J. R. (2013). *Los convenios internacionales para evitar la doble imposición tributaria suscritos por el Ecuador, una herramienta de Planificación Tributaria*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Pastor, J. A. (2002). *Concepto de sistema de información en la organización*. España: La Universidad Virtual.

Peñañiel, M., & López, R. (2012). *Estudio sobre la utilización efectiva del comercio electrónico y su propuesta para su implementación en las pymes del sector comercial de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

Pequeño, A. (1998). *Comercio Electrónico-Oportunidad para los empresas y los clientes*. Recuperado el 30 de Abril de 2016, de http://www.mercasa.es/files/multimedios/1309163376_DYC_1998_41_9_14.pdf

Pérez, A. (2002). El Comercio Electrónico en la Pequeña Empresa Mexicana. *Ingeniería Informática*, <http://www.inf.udec.cl/revista>.

Phonet & Comunicaciones. (20 de 10 de 2015). *Tecnología aplicada a tu negocio*. Recuperado el 02 de 01 de 2016, de <http://www.phonet.mx/telecomunicaciones/post.php?p=en-qu-consiste-la-venta-multicanal>

Prensa Libre. (5 de mayo de 2014). *Comercio electrónico en América Latina experimenta crecimiento*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de http://www.prensalibre.com/economia/Comercio_electronico-America_Latina-pagos-internet-compras_en_linea_0_1140486054.html

Presupuesto, S. d. (2015). *Resumen Justificativo de la Proforma*. Quito: Ministerio de Finanzas.

Priede Bergamini, T., & De Bernardo González, C. (2007). *MARKETING MÓVIL: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN*. España: NETBIBLO.

- PUBLICACIONES VÉRTICE. (2010). *MARKETING DIGITAL*. España: Editorial Vértice.
- PUBLICACIONES VÉRTICE S.L. (2008). *La Gestión del Marketing, Producción y Calidad en las PYMES*. España: Vértice.
- Puetate, G. (2011). El Comercio Electrónico y las PYMEs en la ciudad de Tulcán. *Universidad Politécnica Estatal del Carchi*, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ERbX32xPDGsJ:181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/61/2/039%2520ARTICULO%2520CIENTIFICO.pdf+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a>.
- Pueyrredón, M. (15 de octubre de 2013). Mercado Ecuatoriano. (E. Telégrafo, Entrevistador)
- R. Ávila, A. (2007). *Iniciación a la red Internet*. España: Ideaspropias.
- REBELDES ONLINE. (S/F). *CÓMO ELEGIR UNA PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO*. Recuperado el 30 de 12 de 2015, de <http://ecommerce-rebeldesonline.com/como-elegir-una-plataforma-de-comercio-electronico/>
- Rendón, M. (2005). *Bases teóricas y filosóficas de la bibliotecología*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Reyes, G. (2001). Principales Teorías sobre el Desarrollo Económico y Social. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100408>.
- Robusté, F. (2005). *E-logistics*. Barcelona: Edicions UPC.
- Rodriguez, A., Meseguer, A., & Vilaseca, R. (2008). EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN PERSPECTIVA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 12.
- Rodriguez, E. (2005). *La Metodología de la investigación*. México: Editorial Villahermosa.
- Rodríguez, J. (2007). La competitividad de las pymes con base en el uso inteligente de la tecnología. *Tesina*, <http://bb9.ulacit.ac.cr/tesinas/Publicaciones/037250.pdf>.
- Ruata, D. (2008). *Plan de negocios para la comercialización de un software con aplicación a pymes en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.

Sanper, A. (22 de Abril de 2012). *Elementos del desarrollo económico*. Obtenido de <https://alfonsosanper.wordpress.com/2012/04/22/elementos-del-desarrollo-economico/>

Scoanc, E. (2005). *La nueva era del comercio: El Comercio Electrónico*. Vigo: Ideaspropias.

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 14 de diciembre de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Seoane, E. (2005). *La nueva era del comercio: Comercio Electrónico*. España: Ideaspropias.

Sosa, J. (13 de 07 de 2013). *Revista Judicial ecuador.com*. Recuperado el 24 de 09 de 2016, de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechoinformatico/2005/11/24/aspectos-generales-y-comparados-de-la-ley-de-comercio-electroacutenico>

SRI. (2012). *Plan Estratégico*. Quito: Servicio de Rentas Internas.

Talaya, Á. (2008). *PRINCIPIOS DEL MARKETING*. Madrid: ESIC.

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.

Tamayo, M. (2007). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: LIMUSA S.A.

Tanzi, V. (2000). La adaptación de los sistemas Tributarios. *Una Administración Tributaria para el Nuevo Milenio* (pág. 20). Washington: CIAT.

Thompson, I. (Enero de 2006). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>

Troya Jaramillo, J. V. (1990). *Derecho Internacional Tributario*. Quito: Corporación Editora Nacional.

Troya, J. V. (1990). *Derecho internacional tributario*. Quito: Corporación Editora Nacional.

Troya, J. V. (2002). *Los Tributos y sus clases*. Quito.

TUPROMOWEB.COM. (2012). *TUPROMOWEB.COM*. Recuperado el 02 de 01 de 2016, de http://www.tupromoweb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=13

Uckmar, V. (2003). *Los Tratados internacionales en materia tributaria*. Bogotá: Temis.

UNCTAD. (11-12 de julio de 2013). *E-commerce*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de <http://unctad.org/SearchCenter/Pages/Results.aspx?k=E-COMMERCE>

Universidad Politécnica de Madrid. (01 de 09 de 2014). *Aula Virtual de Criptografía y Seguridad de la Información* . Recuperado el 22 de 12 de 2015, de http://www.criptored.upm.es/crypt4you/temas/sistemas_pago/leccion1/leccion01.html#apartado13

Vásquez, M. (2008). *Supermercados.com*. Madrid: ESIC.

Vértice S.L. (2010). *Marketing Digital*. España: Vértice.

Villegas, H. (2005). *Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario*. Buenos Aires: Astrea.

VISA Empresarial. (2010). *Guía práctica para el Desarrollo de Plataformas de Comercio Electrónico en México*. Recuperado el 01 de 01 de 2016, de https://www.redempresariosvisa.com/Content/docs/SeminarioEcommerceVisaEmpresarial_MX.pdf

VISA Empresarial. (2010). *GUÍA PRÁCTICA PARA EL DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO*. Recuperado el 01 de 01 de 2016, de https://www.redempresariosvisa.com/Content/docs/SeminarioEcommerceVisaEmpresarial_MX.pdf

VISA EMPRESARIAL. (2010). *GUÍA PRÁCTICA PARA EL DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO*. Recuperado el 01 de 01 de 2016, de https://www.redempresariosvisa.com/Content/docs/SeminarioEcommerceVisaEmpresarial_MX.pdf

Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico diseño y aplicaciones*. Santiago de Chile: Universitaria.

Web-gdl.com . (2016). *Que es un dominio?* Obtenido de <http://web-gdl.com/servicios/dominios/que-es-un-dominio/>

www.linio.com.ec. (26 de 07 de 2015). *La Revista*. Recuperado el 26 de 09 de 2016, de <http://www.larevista.ec/actualidad/doctor-tecno/comercio-electronico-cifras>

Yunga, A. (2014). *Comercio on-line en el Ecuador y propuesta de un plan de marketing digital para la empresas especializadas en papelería de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.

Yúni, J. (2006). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación*. Argentina: Brujas.

Zapata, O. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones*. México: Pax.

Zorrilla, S. (2004). *Cómo aprender Economía*. México: Limusa.

los siguientes, Art. 8 LRTI.

“1.- Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales, industriales, agropecuarias, mineras, de servicios y otras de carácter económico realizadas en territorio ecuatoriano, salvo los percibidos por personas naturales no residentes en el país por servicios ocasionales prestados en el Ecuador, cuando su remuneración u honorarios son pagados por sociedades extranjeras y forman parte de los ingresos percibidos por ésta, sujetos a retención en la fuente o exentos; o cuando han sido pagados en el exterior por dichas sociedades extranjeras sin cargo al gasto de sociedades constituidas, domiciliadas o con establecimiento permanente en el Ecuador. Se entenderá por servicios ocasionales cuando la permanencia en el país sea inferior a seis meses consecutivos o no en un mismo año calendario;

2.- Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades desarrolladas en el exterior, provenientes de personas naturales, de sociedades nacionales o extranjeras, con domicilio en el Ecuador, o de entidades y organismos del sector público ecuatoriano;

3.- Las utilidades provenientes de la enajenación de bienes muebles o inmuebles ubicados en el país;

3.1. Las utilidades que perciban las sociedades domiciliadas o no en Ecuador y las personas naturales, ecuatorianas o extranjeras, residentes o no en el país, provenientes de la enajenación directa o indirecta de acciones, participaciones, otros derechos representativos de capital u otros derechos que permitan la exploración, explotación, concesión o similares; de sociedades domiciliadas o establecimientos permanentes en Ecuador.

4.- Los beneficios o regalías de cualquier naturaleza, provenientes de los derechos de autor, así como de la propiedad industrial, tales como patentes, marcas, modelos industriales, nombres comerciales y la transferencia de tecnología;

5.- Las utilidades y dividendos distribuidos por sociedades constituidas o establecidas en el país;

6.- Los provenientes de las exportaciones realizadas por personas naturales o sociedades, nacionales o extranjeras, con domicilio o establecimiento permanente en el Ecuador, sea que se efectúen directamente o mediante agentes especiales, comisionistas, sucursales, filiales o representantes de cualquier naturaleza;

7.- Los intereses y demás rendimientos financieros pagados o acreditados por personas naturales, nacionales o extranjeras, residentes en el Ecuador; o por sociedades, nacionales o extranjeras, con domicilio en el Ecuador, o por entidades u organismos del sector público;

8.- Los provenientes de loterías, rifas, apuestas y similares, promovidas en el Ecuador;

9.- Los provenientes de herencias, legados, donaciones y hallazgo de bienes situados en el Ecuador; y,

10.- Cualquier otro ingreso que perciban las sociedades y las personas naturales nacionales o extranjeras residentes en el Ecuador, incluido el incremento patrimonial no justificado”.