

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Derecho**

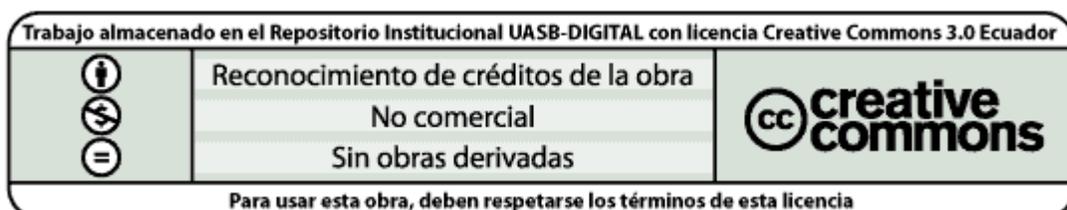
Programa de Maestría en Tributación

**Los negocios virtuales frente a la ley tributaria vigente**

Autora: Mercedes Fabiola Salvador Fúnes

Tutor: Dr. Marco Vinicio Albán Zambonino

**Quito, 2016**



## **CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN DE TESIS**

*Yo, Mercedes Fabiola Salvador Fúnes, autora de la tesis intitulada “**Los negocios virtuales frente a la Ley Tributaria vigente**”, mediante el presente documento de constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de magister en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.*

*Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.*

*Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autora de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.*

*En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital electrónico.*

*Quito, marzo 2016*

.....  
*Mercedes Fabiola Salvador Fúnes*

## **RESUMEN**

¿La Ley tributaria vigente regula y controla los negocios virtuales?

El mundo globalizado y el avance tecnológico vertiginoso han generado nuevas formas de negocios, un ejemplo de ello es el comercio electrónico el mismo que en el Ecuador está regulado por la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos del Ecuador, publicada el 17 de abril del 2002 en el Registro Oficial No. 557. La rapidez con la que aumenta el uso del comercio electrónico, lleva consigo el crecimiento desmesurado de las actividades comerciales, es la herramienta que hoy en día dinamiza la economía de los Estados.

El comercio electrónico no solo contempla el hecho de comprar y vender un bien o un servicio, va más allá, su aplicación cubre otros ámbitos, como es el caso de la Administración Tributaria representada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), lo utiliza como una herramienta tecnológica para brindar y mejorar los servicios a los contribuyentes.

Todos estos acontecimientos nos llevan a preguntarnos, ¿la ley tributaria vigente contempla la regulación y el control de esta forma de comercio? Que al igual que el comercio tradicional generan tributos. El acceso a internet y las actividades que se derivan de su utilización, no son ajenas a los ecuatorianos, que cada día crecen, igual como crecen las compras virtuales que éstos realizan a través del comercio electrónico.

Este trabajo de investigación presenta el análisis a la evolución del comercio electrónico, su base legal y demás leyes relacionadas, al acelerado crecimiento de usuarios que han incursionado en las compras electrónicas, y si éstas, están reguladas por la ley tributaria vigente, los medios de pago concluyendo con el impacto causado a nivel global y local.

## **DEDICATORIA**

A Dios por bendecirme y permitirme alcanzar este objetivo académico. Por darme fuerza para salir adelante, y ser mi apoyo en los momentos más difíciles.

A mi abuelita Etelvina, por ser mi ejemplo de lucha y porque sin su ayuda de vida no habría llegado al lugar en que estoy

A mi querida Mariana Murillo, quien ha sido para mí como madre y amiga, que con su apoyo, cariño y frases de aliento dio fuerza a mí andar por la vida

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad que me acogió en sus aulas, y a todos los docentes que contribuyeron con su enseñanza al logro de mi objetivo académico.

A mi tutor, Dr. Marco Albán que con su conocimiento y paciencia siempre me alentó y orientó hacia este logro.

## Tabla de contenido

I. Capítulo primero.....	13
II. Antecedentes .....	14
1.1 Breve reseña histórica del comercio .....	14
2.1 El Comercio electrónico y su definición.....	16
1.2.1 Características del comercio electrónico.....	17
3.1 El comercio electrónico y su relación con los tributos .....	24
4.1 Principios que norman el comercio electrónico .....	25
2.2.1 Principio de neutralidad .....	26
3.2.1 Principio de aplicación de la normativa de fiscalidad internacional	26
4.2.1 Principio de generalidad y flexibilidad .....	26
5.2.1 Principio de equidad.....	26
6.2.1 Principio de simplicidad.....	26
7.2.1 Principio de seguridad jurídica .....	26
8.2.1 Principio de eficiencia y eficacia .....	26
9.2.1 Principio de proporcionalidad y justicia .....	27
III. Capítulo segundo.....	28
IV. Situación actual.....	29
5.1 Generalidades.....	29
6.1 Comportamiento de los negocios virtuales en otros sistemas tributarios.	29
10.2.1 Brasil.....	30
11.2.1 Colombia.....	32
12.2.1 Argentina.....	33
7.1 El comercio electrónico en el Ecuador.....	34
13.2.1 Mensaje de datos.....	35
14.2.1 La Firma electrónica .....	36
15.2.1 La contratación electrónica .....	37
8.1 Los negocios virtuales frente a la ley tributaria vigente ecuatoriana ....	38
16.2.1 Regulación ecuatoriana de pequeñas compras por internet .....	42
9.1 Problemas que surgen del comercio electrónico desde el punto de vista tributario	44

10.1	Referente de reformas tributarias al comercio electrónico.....	45
11.1	Posibles soluciones.....	46
17.2.1	Residencia Fiscal.....	46
18.2.1	Sujeto obligado a tributar.....	46
19.2.1	Fuente de ingreso.....	47
V.	Capítulo tercero.....	50
VI.	Tributación del comercio electrónico.....	51
12.1	Aspectos fundamentales.....	51
13.1	Tributación del comercio electrónico en el Ecuador.....	52
14.1	Factura electrónica.....	59
20.2.1	¿Qué es una factura?.....	59
21.2.1	Base Legal.....	62
22.2.1	Beneficios.....	65
23.2.1	¿Qué documentos pueden ser emitidos electrónicamente?.....	66
15.1	Servicios en Línea.....	68
24.2.1	Declaraciones en Línea.....	70
16.1	Tributos aplicables a los negocios virtuales.....	72
25.2.1	Imposición directa.....	72
26.2.1	Imposición indirecta.....	72
17.1	Medios de Pago.....	73
27.2.1	Tarjetas inteligentes.....	74
28.2.1	Dinero Electrónico.....	77
29.2.1	Base legal.....	79
18.1	Impacto del comercio electrónico.....	80
19.1	En el Ecuador.....	80
VII.	CONCLUSIONES.....	82
	Bibliografía.....	84
	Anexos.....	89

## Índice de gráficos

Gráfico 1 .....	32
Gráfico 2 .....	43
Gráfico 3 .....	56
Gráfico 4 .....	57
Gráfico 5 .....	67
Gráfico 6 .....	67
Gráfico 7 .....	69
Gráfico 8 .....	70
Gráfico 9 .....	71
Gráfico 10 .....	79

## Índice de tablas

Tabla 1 .....	52
Tabla 2 .....	55
Tabla 3 .....	63
Tabla 4 .....	64

## Índice de figuras

Figura 1 .....	23
----------------	----

## **INTRODUCCIÓN**

El Congreso Nacional considerando:

“Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales”;

Expide la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, mediante Registro Oficial No. 557 del 17 de abril del 2002, cuyo objetivo principal se detalla a continuación:

“Esta Ley regula 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”.

Considerando la expedición de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, en el Registro Oficial No.557 del 17 de abril del 2002, por el desarrollo acelerado de las Tecnologías de la Información y Conocimiento que han revolucionado los esquemas sociales, productivos y sobre todo los económicos y ambientales, es imprescindible analizar como los medios electrónicos han incursionado entre ellos el internet, que es la base en donde gira hoy en día los negocios virtuales cuya herramienta es el comercio electrónico.

Esta investigación tiene como objetivo dar a conocer cómo ha evolucionado el uso del comercio electrónico en los negocios, en el sector financiero y en la administración tributaria, incluyendo el análisis si esta forma de comercio está regulada por la ley tributaria vigente, adicionalmente se realiza un análisis del uso de este medio electrónico en otros países de Latinoamérica.

El presente trabajo contiene tres capítulos, y cada uno de ellos, están desarrollados de la siguiente manera:

El capítulo primero señala los antecedentes históricos de la evolución del comercio hasta nuestros días, en los que ostenta el nombre de comercio electrónico, su definición, sus características y accionar que lo ha vinculado estrechamente con el fisco y los tributos, los principios que lo norman en el mundo de los negocios virtuales. Los

servicios que brinda el Estado por medio de la administración tributaria, la aduana, el IESS, etc. utilizando el comercio electrónico,

En el capítulo segundo presenta la situación actual del comercio electrónico a nivel internacional en países como Brasil, Colombia y Argentina enfocándonos al estudio de la normativa tributaria que los rigen o que han desarrollado para regular el comercio electrónico. Se realiza un análisis a la ley tributaria vigente ecuatoriana, para determinar si los negocios virtuales están contemplados en esta normativa.

Aborda los problemas propios de esta forma de comercio desde el punto de vista tributario, y se toma en cuenta experiencias de otros países con el objetivo de encontrar soluciones definitivas aplicables a este modelo de comercio.

El capítulo tres describe la tributación del comercio electrónico en sus aspectos fundamentales enfocados al Ecuador, los medios de control, se analiza uno de ellos y su aplicabilidad, describiendo su uso y frecuencia en esta actual forma de comprar y vender bienes y servicios.

Se da fin a este trabajo con conclusiones resultado del análisis del mismo.

## **I. Capítulo primero**

## II. Antecedentes

### 1.1 Breve reseña histórica del comercio

La historia del comercio data de miles de años atrás, se tiene una basta y amplia información al respecto, varios han sido los investigadores que han versado sobre el tema, y es muy conocido que se inició con el trueque que permitió al hombre sobrevivir intercambiando objetos y alimentos. La humanidad ha evolucionado en todos los aspectos, y junto a ella la actividad más antigua y común que el hombre, las instituciones y el Estado realizan, el comercio.

El mundo se ha globalizado con el desarrollo de la tecnología, y en ello está inmerso el comercio tradicional, que implica realizar negocios mediante la transferencia de bienes y servicios, con la presencia física de los participantes en ella, pero con la llegada del internet herramienta muy importante del mundo digital, la forma de comerciar tradicionalmente ha devenido en los negocios virtuales que forman parte del comercio electrónico, el mismo que concluye el negocio con la transferencia de dominio de los bienes o servicios utilizando una red de ordenadores con enlace electrónico.

El comercio electrónico tiene su origen en el siglo XX aproximadamente en el año 1920, cuando aparece el *e-commerce* (siglas en inglés que definen al comercio electrónico que se realiza a través de la internet), esta forma de comerciar nace en Estados Unidos por las empresas que querían aumentar sus ventas, y cuyo éxito, se debió a que llegaban a las poblaciones de lugares lejanos y muy apartados de la ciudad, su principal estrategia fue elaborar un catálogo de los productos y servicios que ofrecían, es decir un folleto o revista que los posibles compradores o clientes revisarían en sus casas, la elección del bien o servicio lo harían libremente, evitando trasladarse a los lugares en donde se encontraban los bienes ofrecidos en el catálogo.

Montgomery Ward fue la primera tienda que en 1872 lanzó por primera vez un catálogo de los productos de radios, artículos deportivos, hornos, etc. Luego le seguiría Hammacher Schlemmer en 1881, Sears en 1893, y LL Bean en 1912.

En el mercado se mantuvo Montgomery Ward hasta diciembre del 2000 fecha en la cual se cerró ya que cayó en la bancarrota después de que pasó por varias administraciones, y para el 2004 aparece nuevamente con una tienda virtual, ofreciendo

las marcas con las que nació y en espera de recuperar la imagen y el poder económico que poseía. (McLure y Corabi, 2000)

En el año 1970 el año del inicio de lo que hoy envuelve al mundo, y que constituyen el pilar de todas las operaciones comerciales, sociales y económicas de los países, nos referimos a la internet que prácticamente es el inicio de la revolución electrónica, pues la internet es una red de redes que permite la interconexión descentralizada de computadoras a través de un conjunto de protocolos, (normas que regulan la comunicación de datos y la compartición de datos entre computadoras u ordenadores de diferentes marcas y capacidades). Este medio de información y comunicación olvidándose que existen fronteras, distancias y tiempo une a todos los usuarios tecnológicos que según la UIT (Unión Internacional de Comunicaciones) para finales del 2014 son 3.000 millones de usuarios que navegan por la web. (ECO s.f.)

Web vocablo inglés que significa “red”, “telaraña” o “malla”, término que se utiliza en el medio tecnológico para señalar a una red informática generalmente a internet. (WordPress.org 2008)

Este concepto que se asumió en el año 2003 y que se refiere al fenómeno social surgido a partir de desarrollo de diversas aplicaciones en internet, establece una distinción entre la primera época del internet, con la aparición más adelante de las redes sociales y demás herramientas que están formadas por plataformas para la publicación de contenido, cuya esencia es la interacción con otros usuarios. (Gallego, 2007)

Se asume para sistematizar en esta investigación, el estudio realizado por Francisco José Nocete en su artículo titulado “ La fiscalidad internacional de comercio electrónico” al referir que la primera empresa que lanzó su producto a través de la web fue Pizza Hut, y le siguieron muchas otras como Amazon que empezó sus ventas virtuales el 16 de julio de 1995 con la venta de libros, que se extendió a 45 países en tan solo un mes, y en el segundo mes de su apertura sus ventas semanales alcanzaban a los 20.000 dólares, hoy en este espacio comercial lidera el comercio electrónico mundial, y que según los últimos datos proporcionados por Media Tics solo en comisiones en el 2013 recibió 4.700 millones de euros, y sus productos vendidos ascienden a los mil millones de unidades. (Nocete, 2004)

El nacimiento de la informática con sus herramientas como los microchips, la fibra óptica, los celulares, la tablet, la web, las redes sociales, entre otros, han sido un gran paso

de desarrollo que ha dado la tecnología, permitiendo una nueva forma de comercialización, experimentando un desarrollo muy importante en la forma de aplicarlo, y es que ya no es una simple forma de compra y venta de artículos o servicios, sino que ahora a través de la internet se realizan negocios que no solo es el adquirir algo y pagar por ello, sino la optimización de recursos materiales y humanos, tanto para las empresas comerciales como para los consumidores.

El siglo XXI que estamos viviendo abarca muchas más acciones o actividades diarias que realiza la sociedad, una de ellas son los negocios, que aprovechando el acelerado desarrollo de la tecnología se han virtualizado, mejorando el crecimiento y desarrollo de todo tipo de comercio y por ende de la economía de los países, e incluso el crecimiento del grado de satisfacción de los consumidores virtuales.

## **2.1 El Comercio electrónico y su definición**

Se considera importante abonar a las definiciones ya existentes una personal, que lo describe así:

El comercio electrónico es la base para la realización de **los negocios virtuales**, utilizando tecnología de desarrollo constante

También es importante señalar algunas definiciones del comercio electrónico de autores que en su época avizoraban ya el gran desarrollo que esta forma de comercio tendría.

Charles McLure y Giampaolo Corabi en el libro “La tributación sobre el comercio electrónico” describen al comercio electrónico como:

“la convergencia de tres medios de comunicación, la transmisión de datos, la comunicación oral y transmisión de video.”(McLure y Corabi 2000)

*El comercio electrónico es un concepto generalista, que engloba cualquier forma de transacción comercial o de negocios que se transmite electrónicamente usando las redes de Internet y utilizando como modo de intercambio el dinero electrónico. Ello incluye el intercambio de bienes, servicios, información electrónica, así como actividades de promoción y publicidad de productos y servicios, campañas de imagen, etc. El concepto de comercio electrónico abarca, por tanto, un amplio marco de actividades cuyo denominador común es el ciclo completo de la transacción comercial. (TAMCRA, 1997)*

*El Comercio Electrónico se conoce como el uso de las tecnologías informáticas y de telecomunicaciones que se realiza entre empresas o entre proveedores y consumidores para apoyar al comercio de bienes y servicios. Se dice que el Comercio Electrónico es una forma moderna para hacer negocios, con el cual se mejora la calidad de los productos y servicios, además de mejorar el tiempo de entrega de los mismos. (Libre 2013)*

Vicente Oscar Díaz en “El Comercio Electrónico y sus efectos en las relaciones tributarias internacionales”, aborda que no hay ninguna duda de que cualquier persona tiene una apreciación inconfundible sobre el comercio electrónico que guarda relación con las nuevas tecnologías y que goza de un desarrollo espectacular. (Díaz, 2001)

### **1.2.1 Características del comercio electrónico**

La era digital ha promovido el cambio en la economía, la tecnología ha desarrollado nuevas formas de realizar negocios, utilizando modernos medios para llevar a cabo las actividades de compra y venta de bienes y servicios, me refiero al comercio electrónico que se caracteriza por eliminar fronteras, reducir tiempo, reducir costos, reducir plazas de trabajo tradicionales, crear nuevas formas de trabajo especializado, etc., a estas características se suma una muy importante, los nuevos modelos de hacer negocios, clasificados de la siguiente forma:

1. Negocios entre Estados
2. Negocios entre Estados y empresas
3. Negocios que vinculen al Estado y personas naturales
4. Entre empresas y los consumidores
5. Entre consumidores, y
6. Negocios entre empresas

Adicionalmente se debe señalar que a la intermediación el comercio electrónico lo está eliminando, pues la relación es directa entre el productor y el consumidor.

Sin lugar a dudas el comercio electrónico, hoy en día es el eje en donde rota la economía de las naciones, y su alcance va más allá de la compra y venta de bienes y servicios, es decir cubre además todas las actividades diferentes a los negocios, y que son

toda la gama de servicios que hoy en día brindan todas las instituciones sean éstas públicas o privadas, que aprovechan la tecnología para captar mayor número de clientes.

Así tenemos el sistema financiero, el sector comercial y de servicios, el sector independiente y el Estado.

### **Sistema Financiero**

Sector muy importante que a través de la tecnología canaliza las formas de pago en el comercio electrónico, e inclusive el comercio tradicional. Tomando como referencia la página web <http://www.definicionabc.com/economia/sistema-financiero.php>, podemos decir que sistema financiero es un grupo de instituciones que administran los excedentes de los ahorristas, entregándolos a los prestatarios de naturaleza pública o privada.

El Grupo PRODUBANCO es una de las instituciones que se ha desarrollado significativamente, en lo que respecta al mejoramiento de los servicios que ofrece a sus clientes, amplió su cobertura con inversión en nuevas plataformas tecnológicas. Uno de los ejemplos es el proyecto Prometeus (software bancario), con una inversión de USD 7 millones en el 2010 y un estimado de USD 16 millones en el 2011. La inversión en los *diversos conceptos de tecnología*, acumulada en la década 2001 a 2010, asciende a USD 70 millones.

Inversión realizada para satisfacer a sus clientes, que hoy en la actualidad utilizan los servicios tecnológicos para realizar sus operaciones con mayor rapidez, seguridad e incluso optimizando recursos que contribuyen a preservar el medio ambiente. Según datos proporcionados por la propia entidad financiera (PRODUBANCO) en el 2005, se procesaba un promedio de 3,5 millones de transacciones por mes, de las cuales una tercera parte era por canales electrónicos (Produnet, cajeros, teléfono con respuesta automática, etc.). Para el año 2010, fueron 7 millones de transacciones mensuales, correspondiendo las dos terceras partes a transacciones realizadas utilizando los medios electrónicos. (Tafur 2013)

Otra de las instituciones financieras de alto poder económico el Banco Del Pichincha también está alineado con el comercio electrónico, tiene a disposición de sus clientes una gama de servicios virtuales que buscan satisfacer sus necesidades, entre otros los siguientes:

1. Banca Móvil

2. Compras en USA con la tarjeta Pichincha Box sin salir de viaje
3. Compras en tiendas americanas, asegurando su entrega en casa a través de Skybox<sup>1</sup>
4. Transferencias de dinero desde su ordenador
5. Pago de servicios básicos
6. Compras de bienes y servicios dentro del país con la tarjeta experta
7. Pago de impuestos, etc.

En general al utilizar los canales electrónicos de la banca, obtiene varios beneficios que se detallan a continuación:

1. Facilidad para realizar transferencias, pago de servicios básicos, tarjetas de crédito y otros servicios desde la comodidad de su hogar u oficina en el país o en cualquier parte del mundo.
2. Ahorra tiempo al no tener que acudir a una agencia bancaria o pública para realizar pagos y transacciones.
3. Aprovecha mejor el tiempo ya que al realizar sus pagos y transacciones no es necesario que se movilice para realizarlos.
4. Amplios horarios de disponibilidad.
5. Flexibilidad de atención en horarios regulares y diferidos.
6. Monitoreo y control directo de las transacciones por parte del cliente.
7. Seguridad y control en el seguimiento del movimiento y transacciones realizadas en sus cuentas.
8. Bajos costos por servicio.
9. Menor costo por el servicio.
10. Respaldo de sus transacciones, ya que recibe un mail de confirmación, puede verificarla en su estado de cuenta y para su registro también puede imprimirla. (Pichincha 2015)

### **Sector comercial y de servicios**

Compuesto por las grandes, medianas y pequeñas empresas que en un gran porcentaje ya están vinculadas con la tecnología, sus ofertas de bienes y servicios ya lo hacen a través de internet, la atención de pedidos y reclamos, los cobros por las ventas

---

<sup>1</sup> servicio de reenvío que ofrece una dirección en Miami donde remitir sus compras hechas vía web para luego enviarlas a su casa.

realizadas y pagos a sus proveedores. La actividad más frecuente es la de promocionar y publicitar en la web los productos o servicios disponibles ya que cada vez más los usuarios de internet están más tiempo conectados.

### **Sector independiente**

Formado por aquellos que trabajan de forma independiente como los profesionales, amas de casa, técnicos y todos aquellos que puedan ofrecer algún bien o servicio, todos ellos tratan en la actualidad de utilizar el medio electrónico para dar a conocer sus negocios u ofertas, debido a que la tendencia en la adquisición de los consumidores es la vía on-line por todos los beneficios que esta forma de comercio les brinda.

Como ejemplo podemos señalar a Vela Flor, una florería que para no desaparecer del mercado tuvo que alinearse con la tecnología y crear su página web <http://www.velaflor.com.ec/> para mantenerse y crecer en la venta de arreglos florales.

### **El Estado**

Ha mejorado y ampliado los servicios a la ciudadanía a través de sus instituciones como:

**El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social**, que atiende trámites que sus afiliados requieren, como préstamos hipotecarios, quirografarios, citas médicas, etc.

Tomamos como ejemplo las citas médicas que para tomar las mismas se debe ingresar a <http://www.iess.gob.ec/salud-web/pages/private/principal.jsf> esta dirección web le llevará a la pantalla en donde el afiliado deberá digitar su número de cédula, su clave de acceso y posteriormente escoger la especialidad, la unidad médica, el médico, la fecha y la hora para ser atendido.

**El Servicio de Rentas Internas SRI**, con su plataforma virtual permite:

Declaraciones por internet.

La Dirección Nacional de Gestión Tributaria del Servicio de Rentas Internas publicó el procedimiento para la elaboración de declaraciones por internet donde explica que para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, desde enero del 2003 se encuentra a disposición de los contribuyentes un programa “amigable”, “DIMM formularios”, que pueden obtener de forma gratuita, permitiéndoles presentar declaraciones por internet, los 365 días del año, durante las 24 horas del día. El procedimiento a seguir se resume en:

1. Obtención de clave de seguridad
2. Realizar el convenio de débito bancario
3. Elaboración de la declaración

Las declaraciones tributarias por internet rigen de forma obligatoria desde enero 2013, y como antecedente podemos señalar que los contribuyentes en su mayoría no han sido reacios a los cambios que ha venido implementando el SRI, así lo demuestra el análisis que realiza Diario “El Tiempo” de Cuenca, en unas de sus ediciones en la que señala que en el año 2011 tomando como muestra al Austro ecuatoriano, el 81,24% hicieron sus declaraciones por internet, es decir de 107.614 contribuyentes 87.425 hicieron uso de la tecnología para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Estos datos relacionados con las declaraciones a escala nacional en ese mismo año es menor, ya que fue del 90,70 por ciento, y a nivel regional Loja es la provincia que se destacó con el 98,48 por ciento de usuarios que utilizaron el internet. Cabe destacar que la administración tributaria constantemente está capacitando a los contribuyentes en temas relacionados con el uso de los medios tecnológicos. (Tapia 2012).

**La SENA**E, en Ecuador no solo el Servicio de Rentas Internas ha incursionado en el uso de la tecnología para el desarrollo de su gestión, también lo ha hecho la Aduana, con la implementación del sistema aduanero Ecu-Pass, desde octubre del 2012 con cambios y mejoras en sus procesos, específicamente en los cálculos de tributos aduaneros.

Estos cálculos se realizan por cada uno de los ítems que se están importando, por lo que los valores correspondientes a tributos son exactos, esto en relación a los cálculos que se realizaban anteriormente y que se calculaban solo a nivel de sub-partidas arancelarias. Con el sistema Ecu-Pass el “valor en aduana” es la base imponible, cuyo cálculo depende del tipo de incoterm.<sup>2</sup>

La utilización de la tecnología a través de Firmas Electrónicas, Certificados Digitales, etc. que se ha implementado en Ecu-Pass, ha mejorado significativamente los procesos que llevan a cabo las Agencias de Aduana, Agencias de Carga, Importadores y todos los que están vinculados a las operaciones de Comercio Exterior del país. (SENAE 2012)

---

<sup>2</sup>reglas internacionales que regulan las cláusulas de los negocios, regidos por la Cámara de Comercio Internacional,

ECUAPASS es el sistema aduanero ecuatoriano que se creó con el aporte de técnicos coreanos cuyo inicio fue en diciembre del 2010, mediante el denominado “Convenio Marco de Cooperación para el Establecimiento del Sistema de Despacho Electrónico de Aduanas”. Se creó para la Aduana del Ecuador en el mes de febrero de 2010; y publicado mediante registro oficial 307 en octubre del 2010, aplicado el 22 de octubre del 2012, este nuevo sistema reemplazó al SICE.<sup>3</sup> (SENAE, youtube 2013)

El sistema ECUAPASS tiene como objetivos:

1. Mejorar el proceso de comercio exterior y reforzar el control aduanero
2. Reducir los tiempos de importación y exportación
3. Obtención por parte de los usuarios la identificación única de certificación digital
4. Mayor seguridad y permitiendo a todos los operadores de comercio exterior estar al tanto del desarrollo de sus operaciones
5. Registro inmediato en las instituciones involucradas
6. Facilidades de pago
7. La creación del VUE, siglas de la ventanilla única ecuatoriana

Para formar parte de este sistema se debe cumplir los siguientes pasos:

1. Obtener en el Banco Central o en Security Data, entes certificadores en el país, la identificación única de certificado digital y la clave que se encuentra en un dispositivo denominado token. La firma electrónica se encuentra encriptada en el certificado digital y asegura integridad en la información, seguridad en las transacciones, responsabilidad de las transacciones realizadas y confidencialidad de las mismas. (SENAE, ADUANA DEL ECUADOR 2012)

2. Ingresar al portal [www.ecuapass.aduana.gob.ec](http://www.ecuapass.aduana.gob.ec)
3. Dar click en solicitud de uso
4. Registrar usuario y contraseña, e inmediatamente se creará un correo electrónico para recibir notificaciones
5. Ingreso de la identificación única de certificación digital y deberá escoger el tipo de certificado de acuerdo a la entidad emisora
6. Aceptar las políticas de uso

---

<sup>3</sup> Sistema Interactivo de Comercio Exterior, que utilizaba la aduana para la importación y exportación.

**Figura 1**  
**Dispositivo que se utiliza para registrar la firma electrónica**



Fuente: <https://www.google.com.ec/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images>

Luego de realizados todos estos pasos podrá ingresar al portal de ECUAPASS para obtener el Certificado de Origen de Exportación Única. El sistema ECUAPASS se ejecuta a través de varios módulos mismos que se detallan a continuación:

1. Carga
2. Despacho
3. Control posterior
4. Gestión de litigios aduaneros
5. Data Ware House<sup>4</sup>
6. Sistema de alerta temprana
7. Gestión de riesgo
8. Gestión del conocimiento SAC
9. Ventanilla única Ecuatoriana (VUE)

En su conjunto estos módulos contribuyen a realizar un seguimiento y mejor control de las mercancías que entran y salen del país, ahorrando tiempo en los trámites, detectando a tiempo inconvenientes en las operaciones e interconectando a todas las instituciones que participan en todo lo que tiene que ver el comercio exterior. (A. D. SENAE 2012).

<sup>4</sup> En el contexto de la informática, un **almacén de datos**. En ECUAPASS un portal interno que permite acceder a la información de la aduana almacenada (<https://www.youtube.com/watch?v=9LsMy4OoP4>)

Entonces se podría decir que toda actividad o acción que utilice medios electrónicos, constituye o forma parte del comercio electrónico.

### **3.1 El comercio electrónico y su relación con los tributos**

Los impuestos datan de mucho tiempo atrás al igual que el comercio, su relación es muy estrecha, porque con el apareamiento de los Estados, éstos son la más importante fuente de ingresos dentro del presupuesto general. Por lo tanto para preservar y mantener estos ingresos se crearon leyes y normas que regulen la imposición fiscal a esta actividad, y así lograr cubrir el gasto público.

Así también lo señala Gerloff, que los impuestos considerados recursos extraordinarios en sus inicios, han pasado a constituir fuente principal de ingresos e instrumento para el logro de fines políticos extra-fiscales (Gerloff 1961)

En nuestra legislación los fines de los tributos se detallan en el artículo 6 del Código Tributario, señalando:

*Art. 6.- Fines de los tributos.- Los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional.*

Armonizar el comercio electrónico con los tributos, frente al gran desarrollo de la tecnología es complejo, pues las legislaciones no fueron elaboradas para cubrir su accionar en el campo de los negocios virtuales, sin embargo al comercio electrónico se lo puede analizar desde un punto de vista científico, puesto que tiene una gran incidencia en el campo económico, tecnológico y sobre todo en el normativo tributario, cuya doctrina es universal. Esta forma de comercio al igual que el tradicional, es sujeto de imposición directa e indirecta dependiendo de la clase de transferencia, pues se asume que así debería ser, ya que la naturaleza y la esencia de esta actividad es la misma, las diferencias radican en la manera de realizarlo, las formas de pago y la entrega del bien o el servicio.

Las actividades comerciales bajo esta modalidad también generan actos que evidencian la capacidad económica de los actores, situación que denota que el comercio

electrónico, y el comercio tradicional están íntimamente relacionados con los tributos, es decir no debería existir discriminación en la imposición de éstos.

Frente a todo lo expresado también existen quienes opinan que el comercio electrónico debe ser gravado bajo las mismas características que el comercio tradicional, y otros que no, porque esta nueva forma de negociar difiere mucho de la común. Por la aparición de las nuevas tecnologías Marco Albán destaca que el derecho tributario constantemente cambia, pero que las formas de comerciar son iguales, no así las formas de tributar. (Albán, Problemas del Derecho Tributario frente al Comercio Electrónico 2003)

La relación del comercio electrónico con los tributos es innegable, la falta de normas tributarias que lo regulen y controlen no rompe este vínculo, es necesario modificar las leyes existentes, o crear nuevas que permitan que las administraciones tributarias tengan el soporte para actuar, de lo contrario se estaría perdiendo en el futuro recursos muy importantes por concepto de tributos.

#### **4.1 Principios que norman el comercio electrónico**

El comercio históricamente se ha desarrollado basado en principios, y en la actualidad no es la excepción, según la OMC (Organización Mundial del Comercio), entre otros a esta actividad tradicional rigen los siguientes:

- Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica
- Transparencia y responsabilidad
- Prácticas comerciales justas
- Pago de un precio justo
- Respeto al medio ambiente

El comercio electrónico también está sujeto a principios que lo regulan, tenemos los planteados por Estados Unidos que fueron publicados en el documento Selected Tax Policy Implications of Global Electronic Commerce<sup>5</sup> de noviembre de 1996.

---

<sup>5</sup> Estudio realizado que contiene los principios básicos que regularían el comercio electrónico

### **2.2.1 Principio de neutralidad**

Que señala que toda actividad que utilice medios electrónicos con fines comerciales, cuya naturaleza sea igual a las realizadas tradicionalmente, deberán ser objeto de imposición sin discriminación.

### **3.2.1 Principio de aplicación de la normativa de fiscalidad internacional**

Este principio tiene el fin de evitar la doble tributación, a través de normativas fiscales de aplicación general a nivel internacional.

### **4.2.1 Principio de generalidad y flexibilidad**

Mediante el cual se elaboren legislaciones fiscales que regulen el comercio electrónico, que no sean susceptibles de quedar obsoletas frente a la evolución de la tecnología.

Por otro lado la OCDE<sup>6</sup> propone los siguientes principios que serán un referente a la hora de elaborar leyes que regulen el comercio electrónico.

### **5.2.1 Principio de equidad**

Evitará que en la contratación electrónica, exista o se susciten alteraciones de naturaleza económica.

### **6.2.1 Principio de simplicidad**

El costo administrativo y de cumplimiento de la normativa será mínimo

### **7.2.1 Principio de seguridad jurídica**

La legislación fiscal debe ser muy bien conocida por los sujetos pasivos

### **8.2.1 Principio de eficiencia y eficacia**

La aplicación del comercio utilizando medios electrónicos, no debe ser motivo para la existencia de la evasión y fraude fiscal

---

<sup>6</sup> Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

### **9.2.1 Principio de proporcionalidad y justicia**

Los tributos que graven al comercio electrónico deben ser aplicados con equidad y de manera justa

Estos principios sugieren una universalidad a ser tomada en cuenta en todas las administraciones tributarias, para homologar la aplicación de la fiscalidad en el comercio electrónico, y Ecuador al igual que el resto de países deberá alinearse en este ámbito, porque el desarrollo de la tecnología es bastante acelerado.

Es decir se diría que estos principios y el marco legal tributario se deberían aplicar también al comercio electrónico, susceptible de igual forma a los principios tributarios que rigen en nuestro país.

En este capítulo la presente investigación ha permitido arribar a las siguientes conclusiones:

- ✓ Las actividades comerciales en diferentes contextos históricos, sociales y económicos han devenido en el comercio electrónico que se desarrolla en la actualidad.
- ✓ Ante la aparición de la globalización, la tecnología de la información y telecomunicaciones se extiende el uso del comercio electrónico, donde se involucra cada vez más la sociedad haciéndose partícipe de actividades comerciales por la vía de internet.
- ✓ La aplicación de tributos al comercio electrónico es innegable, las administraciones tributarias deben alinearse con esta forma de comercio.

### **III. Capítulo segundo**

## **IV. Situación actual**

### **5.1 Generalidades**

El comercio electrónico como tal tiene una normativa en un contexto general internacional, ciertas organizaciones como por ejemplo la OMC<sup>7</sup>, la OCDE y el Consejo de Europa, en busca de coadyuvar al desarrollo de esta nueva forma de comercio han contribuido para su desarrollo armónico, pero fue necesario crear legislaciones que se sometan a las particularidades de cada uno de los Estados, las mismas que, comparten muchas similitudes entre sí.

Tomando en cuenta este entorno en el cual los estados tratan de alinearse para encontrar una normativa general, que regule y controle los negocios que se realizan a través de la tecnología, a continuación se analiza brevemente otros sistemas tributarios que tienen en común con el Ecuador, la búsqueda de una solución con respecto a la imposición fiscal al comercio electrónico.

### **6.1 Comportamiento de los negocios virtuales en otros sistemas tributarios.**

Las administraciones tributarias tienen en su frente un mundo de complejas situaciones derivadas del uso del comercio electrónico para efectuar transacciones de compra venta de bienes y servicios con alcance mundial. Para este efecto y en busca de soluciones, en octubre de 1988, la OCDE emitió un conjunto de condiciones marco para regir la tributación del comercio electrónico, estas condiciones fueron redactadas con la cooperación de varios países fuera de la OCDE,<sup>8</sup> el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT), la Asociación de Administradores Tributarios de la Mancomunidad Británica (CATA), la Unión Europea, la Organización Mundial de Aduanas, y la comunidad empresarial, las mismas fueron acogidas por los Ministros en la Reunión Ministerial de la OCDE realizada en octubre de 1998, adoptadas por los países

---

<sup>7</sup> Organización Mundial del Comercio

<sup>8</sup> La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (**OCDE**) es un organismo de cooperación internacional, compuesto por 34 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. (<https://es.wikipedia.org/>)

del Foro de Cooperación Económica de Asia–Pacífico. (APEC) en una reunión conjunta OCDE-APEC en noviembre de 1998 y fueron ratificadas por los Ministros de Finanzas de la APEC en mayo de 1999. (Albán, 2005)

Por esta causa existen otras organizaciones que también han querido colaborar, como es la Unión Internacional de Telecomunicaciones UIT, Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones, realizando un análisis comparativo de las leyes vigentes sobre comercio electrónico de los países que conforman la Comunidad Andina.<sup>9</sup> Adicionalmente motivar a que las administraciones tributarias de estos países colaboren con sus recomendaciones, sugerencias y conclusiones a las que hayan llegado para lograr una homologación de aplicaciones tributarias a nivel andino e inclusive global.

A continuación se particularizará otros sistemas tributarios y de varias fuentes consultadas he tomado como ejemplo:

### **10.2.1 Brasil**

En el año 2014, este gigante sudamericano contaba ya con la nueva legislación para comercios online, la MP615 (Medida Provisional 615) aprobado en octubre del 2013 por la Presidente Dilma Rousseff, incluye importantes novedades que afectan a las web y a los consumidores. La nueva ley determina sanciones para aquellos negocios online que no publiquen en la web las especificaciones o detalles de los productos o servicios que ofrecen. (Domenech 2013)

Brasil es un país considerado como el de mayor desarrollo tanto cuantitativa como cualitativamente, esto obedece fundamentalmente al apoyo estatal con que cuenta además de otros factores como la cultura empresarial, por el gran número de empresas que acogieron rápidamente la utilización del internet para el desarrollo de sus negocios. Estudios han confirmado que este país cuenta con uno de los sistemas generales de “home bankig”, “casa de banco”,<sup>10</sup> más desarrollados del mundo, con una proyección de usuarios

---

<sup>9</sup> **Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú** que tienen en común estar sobre la cordillera de los andes (hasta 2006 también incluía a Venezuela). También cuenta con varios países asociados, que son **Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay** (<http://microrespuestas.com/>)

<sup>10</sup> es el servicio por el cual se pueden ejecutar transacciones bancarias por medios electrónicos específicamente vía redes privadas o públicas como la Internet. Su nombre viene de la posibilidad de hacer transacciones desde la casa (Home) y no tener que asistir personalmente a un banco (Bank). ([https://es.wikipedia.org/wiki/Home\\_Banking](https://es.wikipedia.org/wiki/Home_Banking))

que para el año 2012 superaban ya los 2,5 millones con acceso a sus cuentas bancarias a través del Internet.

Asimismo, las webs como *Groupon*<sup>11</sup> o su variante brasileña *ClickOn* están obligadas por la nueva ley a especificar las ventas mínimas que serán necesarias para que puedan completar las compras, junto a la fecha en la que caducan las ofertas.

Esta legislación también norma el “*Dropshipping*”, que consiste en vender productos sin tenerlos en stock, es decir sin tener inventarios razón por la cual deberán informar al cliente si disponen o no el artículo o servicio y en qué fecha se estima recibirán su compra. (Domenech 2013)

Según PagjBrasil (Pagamentos Eletrônicos Ltda.) Brasil lidera en el mercado virtual latinoamericano con el 43%, y a nivel mundial figura en el cuarto lugar en lo que se refiere al uso de internet, ya que cuenta con 120 millones de usuarios, cantidad muy significativa si tomamos en cuenta que su población oscila entre los 200 millones.

Según América Economía Intelligence, Brasil representa el 60% del total del comercio electrónico B2C en América Latina.

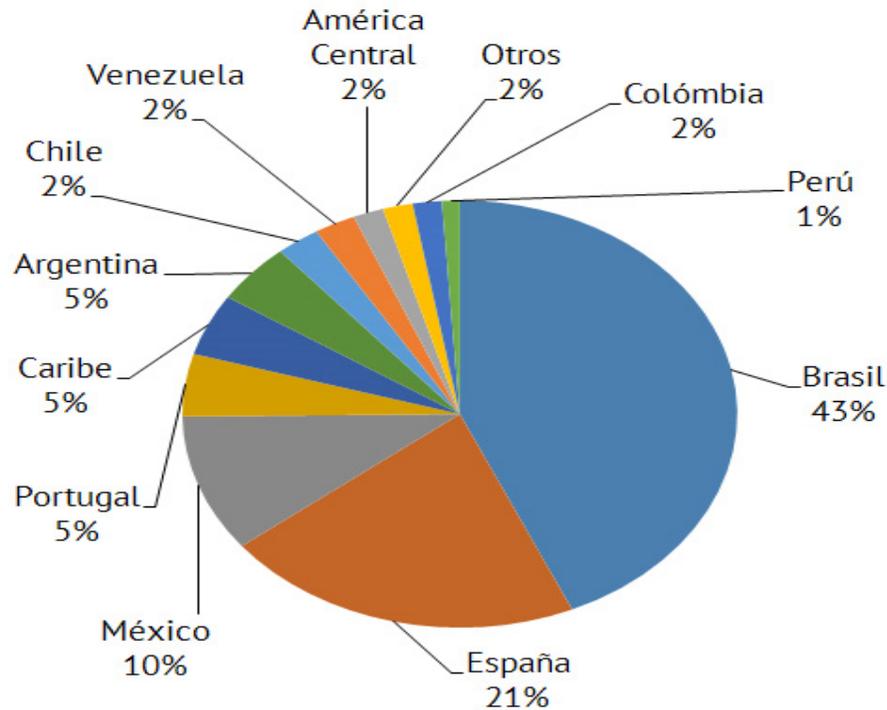
Ante estos acontecimientos se puede deducir y aseverar lo que con mucha razón señala Pagos en Línea en Brasil en su página web, si en el 2014 Brasil terminó sus ventas en el mercado virtual con un crecimiento del 24%, con 36 mil millones de reales brasileños en ventas, cotizado al dólar a julio 2015 representa aproximadamente unos 11 mil millones de dólares, lo que permite estimar que para este año 2015 el comercio en línea tendrá un incremento sobre el 20%.

Después de realizado el estudio a los negocios por internet de Brasil, a pesar de la potencia que representa por el movimiento económico de éstos, denota que todavía no define una normativa o reglamentación para el control del tema impositivo sobre el comercio electrónico, es decir al igual que nuestro país requiere dar mucha y pronta atención, porque las debilidades fiscales que muestre la normativa, es una manera de empujar al sujeto pasivo a evadir u ocultar este tipo de transacciones para su propio beneficio, y la recaudación tributaria por estos conceptos se vería afectada.

---

<sup>11</sup> una contracción derivada de las palabras en inglés «group» y «coupon») es un sitio web de ofertas del día que presenta cupones de descuentos utilizables en compañías locales y nacionales. (<https://es.wikipedia.org/wiki/Groupon>)

**Gráfico 1**  
**Utilización del mercado virtual en diferentes países, relacionado con Brasil**



Fuente: <https://www.pagbrasil.com/pb/es/servicios/mercado-brasileno.html>

Elaborado por: PAG BRASIL

El gráfico muestra la imponente posición de Brasil con el 43% sobre el resto de países, en cuanto a la utilización del mercado virtual.

### 11.2.1 Colombia

Vecino país que a su haber posee la Ley 527, y el Decreto Reglamentario 1447 del 2000; con los que ha regulado el comercio electrónico, sin embargo existen debilidades como la confianza y la seguridad, elementos que impiden un mayor y mejor uso de esta herramienta tecnológica para dinamizar esta forma de comercio.

El comercio electrónico en Colombia data de 1995, en cuyos inicios los usuarios de internet se estimaban en 50.000, avanzando para el año 2000 superaban al millón. En 1999 se expide la Ley 527, que en adelante dará un sentido jurídico a las operaciones comerciales que utilicen el comercio electrónico.

Según la Cámara Colombiana del Comercio Electrónico (CCCE), Colombia se está consolidando en el uso de los medios electrónicos, las compras por internet se

incrementaron en un 499%, tomando como muestra un lunes promedio del proyecto “CyberLunes”<sup>12</sup> en donde se realizó un movimiento de 20 mil millones de pesos, que según la cotización promedio del dólar de 3.125 pesos colombianos a la fecha (noviembre 2015)<sup>13</sup> se estima en unos 6 mil 400 millones de dólares. (Dinero 2014)

La revista Enter.com en una de sus publicaciones señala que las tiendas online que más venden en Colombia por la variedad, disponibilidad y la seguridad que brindan al consumidor son: Avianca, Televentas, Éxito, Amway, Cine Colombia, Tu boleta.com y Mercado Libre.

El *eCommerce* se ha convertido en un evento al que no puede faltar ninguna empresa que esté planeando entrar en nuevos canales comerciales en Colombia. Evento que por los resultados es atractivo para todas aquellas empresas que tengan como objetivo sin importar su tamaño obtener utilidades que superen a las que tenían, en el comercio tradicional. El diario La República, ante estas expectativas expresa que se espera que el comercio electrónico en Colombia se incremente en un 15% durante los próximos años, alcanzando los \$950 billones en el periodo 2015. (La República 2014)

Colombia no es la excepción al igual que el resto de países, no presenta en sus leyes tributarias una reforma, un cambio o una adaptación al globalizado mundo de las TIC, lo que en el futuro se podría encontrar en serios problemas en lo que respecta a obtener los suficientes recursos por tributos.

### **12.2.1 Argentina**

El comercio electrónico tiene una relativa antigüedad en Argentina, con sitios que opera desde 1996. La mayoría de empresas tienen una cobertura de entrega de sus productos físicos a nivel nacional y mundial cuando son digitalizados, y con un patrón de compras en donde predominan los productos tangibles.

El Estado argentino declaró que constituía interés nacional el acceso a internet mediante los decretos 55/97 y 101/98 y además estableció una serie de medidas para la protección de las redes abiertas, a estas regulaciones se le sumaron sucesivamente otras y que en esencia estipulaban el fomento del correo electrónico para cada argentino. En el

---

<sup>12</sup> CyberLunes Colombia: Evento de descuentos por internet. (<http://www.cyberlunes.com.co/>)

<sup>13</sup><http://dolar.wilkinsonpc.com.co/>

año 2002 se introduce otra normativa para estipular la introducción a la nación del documento electrónico, decreto 2628/02. (Simóm 2005)

En cuanto a medios de pago, encuentra su génesis en la Resolución 43/00 del Grupo Mercado Común el cual crea un grupo con el objetivo de coordinar las posiciones nacionales y contribuir al mejoramiento del marco jurídico, fiscal, de medios de pago e infraestructura necesaria para el rápido desarrollo de comercio electrónico en la región.

En lo que respecta a la normativa de regulación Argentina ha dado pasos importantes en la búsqueda un marco legal de los varios aspectos involucrados en el comercio electrónico, destacándose la Protección a la privacidad, Propuesta de modificación del Código Civil de la Nación, Certificación y autenticación en el marco de la Administración Pública-Firma Digital, Regulación general del comercio electrónico entre otras.

Bajo esta normativa, más la disponibilidad de internet que en el año 2001 eran de 130.000, para el año 2012 bordeaban los 6.6 millones de conexiones de banda ancha, el crecimiento de las conexiones de banda ancha móvil en el 2013 llegaron a 16 millones, estos y otros elementos han hecho que los usuarios de internet aumenten significativamente, de 7.6 millones de usuarios en el 2004 crecieron a 31.9 millones para el año 2013. (Consulting 2014)

Sin embargo podemos decir que Argentina todavía está buscando una solución definitiva al tema tributario virtual, y ya ha recorrido gran parte de este camino.

El avance de la tecnología ha puesto un reto a las administraciones tributarias, para que actualicen sus legislaciones y no quedarse en el camino, viendo pasar muy rápido el desarrollo tecnológico llevando de la mano a una sociedad que intenta cuadrarse con los cambios constantes y novedosos que les brinda ésta.

## **7.1 El comercio electrónico en el Ecuador**

El Ecuador como el resto de países también está inmerso en el uso de la tecnología desde aproximadamente hace 15 años, dando inicio al desarrollo del comercio electrónico, a través del cual se ofrecen diversos servicios como los hoteleros y turísticos, pasajes aéreos, bancarios, etc.

En tal razón y por el incremento del uso de los medios electrónicos, se expidió una ley que regule esta actividad y otras relacionadas al uso de la tecnología.

El Congreso Nacional considerando:

*Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado; que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos; se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura; que a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia;*

*Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales” (Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos 2002)*

En el Artículo primero de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos expedida en el 2002 se señala su objeto esencial:

*Esta Ley regula 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.” (Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos 2002)*

Como se evidencia en lo antes expresado con esta regulación, Ecuador pretende establecer un mecanismo de control a las diferentes actividades que se van generando por el desarrollo apresurado de la tecnología, entre ellas tenemos los mensajes de datos, la firma electrónica, servicios electrónicos e inclusive los negocios virtuales o el llamado comercio electrónico que hoy en día se ha vuelto una herramienta importante en el sector comercial.

### **13.2.1 Mensaje de datos**

Los mensajes de datos son toda información que utiliza medios electrónicos en su intercambio, a través de documentos electrónicos, registros electrónicos, correos

electrónicos, servicios web, telegrama, télex, fax e intercambio electrónico de datos, y están totalmente vinculados a la firma electrónica.

Según la legislación ecuatoriana un documento electrónico tiene valor jurídico igual que los escritos en un documento, e inclusive los datos que se adjunten a un mensaje como anexo, utilizando por supuesto la vía electrónica.

#### **14.2.1 La Firma electrónica**

El estudio de las fuentes arrojó que sobre la firma electrónica existen varias definiciones, y podemos mencionar los siguientes:

“Es un equivalente a la firma tradicional la misma que se ha venido utilizando hasta el apareamiento o desarrollo de la tecnología, esta firma digital respalda el contenido de mensajes enviados y aceptación del mismo por un usuario (persona).”

“Son 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.

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.” (Banco Central de Ecuador, 2008)

La firma electrónica garantiza:

1. Autenticidad del documento firmado y su contenido
2. Integridad, es decir que garantiza que la información no puede ser modificada
3. Seriedad, significa que la persona que emitió el documento y lo firmó, no puede negar que lo hizo
4. Confidencialidad, al contenido solo tiene acceso el receptor

#### **Requisitos que debe cumplir la firma electrónica**

- (a) Debe representar y tener una estrecha relación con el que la suscribe (titular)
- (b) La comprobación de la autenticidad del que envió y su identidad debe ser fácil, a través de recursos técnicos determinados por la Ley.
- (c) La clave o contraseña debe ser custodiada y utilizada por el titular

(d) En el momento que se expida la firma, los datos con los que se va a originar deben estar bajo el control del que la crea.

### **15.2.1 La contratación electrónica**

Permite a través de un red tecnológica contratar mensajes vía online u off line, sin que para su celebración se encuentren presentes las partes involucradas en él, a través de la utilización de medios electrónicos que registran las compras-ventas de bienes y servicios ofrecidos igualmente por vía electrónica, es decir es el comercio que se realiza virtualmente.

En el Título III de esta ley al referirse a los servicios electrónicos, la contratación electrónica y telemática, los derechos de los usuarios y los instrumentos públicos, en su Capítulo I describe la normativa y los principios que regularán el cumplimiento de formalidades, el consentimiento para el uso de los medios electrónicos y la información al consumidor, y señala así mismo que en caso de que la realización de estas actividades, generen problemas o controversias las partes involucradas se someterán a las leyes jurídicas vigentes en el país.

La institución encargada de velar que se cumpla todo lo establecido en la Ley y su Reglamento es la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL, entidad resultado de la fusión de SUPERTEL, CONATEL Y SENATEL mediante la Ley Orgánica de Telecomunicaciones publicada en el Registro Oficial No. 439 del 18 de febrero del 2015. ARCOTEL entre otras cosas velará por el consumidor, controlará a las certificadoras de información electrónica y aplicará sanciones en caso de incumplir la normativa.

En el Capítulo II, se especifica los derechos que tienen los usuarios de medios electrónicos, entre ellos tenemos:

(a) Autorizar recibir mensajes de datos, conociendo de antemano los equipos electrónicos que necesita para recibir un servicio electrónico

(b) Tener la opción de recibir la información vía electrónica o escrita

(c) Como consumidor debe estar informado de los mínimos detalles del bien o servicio que va a adquirir

(d) En el caso de surgir problemas legales, éstos se someterán a la normativa vigente establecida para problemas surgidos por el uso de medios electrónicos.

## **Reglamento a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos.**

Emitido en el Registro Oficial No. 735 del 31 de diciembre del 2002, es el que regula la aplicación de la Ley de Comercio Electrónico, y su fiel cumplimiento, respecto:

De la información, su incorporación de archivos o mensajes de adjuntos, la accesibilidad, la originalidad y copias certificadas, la desmaterialización, integridad y origen de los mensajes de datos, la responsabilidad, entre otras.

Del servicio, en relación a la conservación de mensajes de datos, registro electrónico de datos, firma electrónica y su infraestructura, certificados de firma electrónica, revocación, y su reconocimiento internacional.

De la responsabilidad, respecto de las obligaciones del titular de la firma electrónica

De la comunicación, al usuario de todo los aspectos relacionados al servicio que le brindan, los medios utilizados para éste, y la seguridad.

### **8.1 Los negocios virtuales frente a la ley tributaria vigente ecuatoriana**

El comercio electrónico se ha convertido en el eje de los negocios de las empresas pequeñas, medianas e incluso para aquellas que figuran como transnacionales, por los beneficios que esta nueva forma de comercio brinda entre ellos la obtención fácil y muy rápida de un volumen alto de ventas y de ingresos, con reducidos costos y a nivel global.

El comercio electrónico por constituir una actividad diferente en su forma de realizarlo, pero con la misma esencia y naturaleza que el comercio tradicional, es susceptible de imposición directa e indirecta, y la Administración Tributaria ecuatoriana no cuenta con una normativa de carácter específico para regular y controlar los tributos que se generan en esta forma de comercio, dispone únicamente de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, ley que no contempla o hace referencia a la imposición fiscal. Por el contrario en las disposiciones generales de esta ley se expresa:

“Tercera.- Adhesión.- Ninguna persona está obligada a usar o aceptar mensajes de datos o firmas electrónicas, salvo que se adhiera voluntariamente en la forma prevista en esta Ley.”

Disposición que limita de cierta manera a la administración tributaria, en lo que se refiere a la obligatoriedad y exigencia a los sujetos pasivos, de que se sometan a esta ley, adicionalmente en el artículo 5 de la misma ley se expresa:

“Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.”

Es decir, son temas que la Constitución Política del Estado, protegen y garantizan, y para que la Administración Tributaria pueda tener acceso a la información relacionada al comercio electrónico se requiere de cambios en nuestra legislación, pues su esencia es totalmente jurídica, y de hecho están totalmente vinculados con la parte fiscal, debido a que el comercio electrónico actualmente genera una gran cantidad de operaciones financieras que gravan tributos, resultado de la utilización de las TIC<sup>14</sup>.

*La Constitución (reformada en el año 2008), como la ley suprema, en los artículos 300 y 301 establece que:*

*El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos.*

*La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.*

“Sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo a la Ley.”

Por medio de estos artículos de la Constitución se establecen los principios del sistema tributario ecuatoriano, que coadyuvan la regulación y cumplimiento de las tasas y contribuciones establecidas para las actividades del comercio y que con su aplicación

---

<sup>14</sup> Tecnologías de la información y comunicación

mejora la gestión de la administración tributaria. Es necesario señalar que en la Constitución y bajo su régimen se debe incluir este tipo de comercio.

Por otro lado el inciso subrayado anteriormente, sugiere que el comercio electrónico en el Ecuador se podría legalizar a través de una ley nueva o especial apropiada para esta modalidad de comercio, y paralelamente se debería alinear a ésta, la Ley de Comercio Electrónico, Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas en lo que se refiere al alcance del comercio electrónico para efectos tributarios.

El crear una nueva ley para regular el comercio electrónico estaría amparado por el artículo 15 del Código Tributario, el mismo que expresa lo siguiente sobre la obligación de tributar:

*“Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley”* (C. L. Ecuador 2005)

La ley tributaria vigente no contiene capítulo, artículo o disposición que regule las especificidades para el comercio electrónico, debido a que cuando fue elaborada e incluso con la gran transformación que tuvo en el año 2007 con la Ley de Equidad Tributaria, no se tomó en cuenta para su regulación y control, pues no se pensó, que el desarrollo vertiginoso de la tecnología tendría tan alto impacto en el comercio, y que a la postre no solo el Ecuador sino todo el mundo, al comercio tradicional lo iría transformando o desarrollando a través de negocios virtuales.

El problema en lo que respecta a la parte impositiva en el comercio electrónico se genera esencialmente porque las actividades comerciales realizadas vía internet no son registradas por parte de la Administración Tributaria, y porque no tiene como base una norma específica en que se apoye para actuar, a pesar de que el comercio electrónico es una actividad económica de la misma naturaleza que el comercio tradicional.

El advenimiento del comercio electrónico ha generado a las administraciones tributarias complejas situaciones para poder regular y controlarlo, toda vez que las leyes existentes no lo contemplan, y más aún que esta modalidad de comerciar se lo realiza a través de plataformas virtuales, lo que dificulta determinar el sujeto de imposición fiscal,

el lugar para la aplicación de la normativa, etc. que son factores que inciden en el poder o derecho que tiene cada Estado para recaudar.

Para ejemplificar lo antedicho, tenemos:

En Ecuador se compra un perfume de mujer en una de las tiendas virtuales más grandes que existen como es EBAY, puede suceder lo siguiente:

El perfume se compró a una empresa francesa, cuya sucursal que fue la que ofertó está en España, enviarán el artículo a través de una compañía de aviación italiana, el producto entregará al comprador un Courier cuya sede está en Canadá. El pago realiza el ecuatoriano mediante transferencia bancaria de una cuenta en el Banco del Pichincha, y éste realiza el depósito en la cuenta de EBAY en un banco de California.

Esta cadena que envuelve a esta operación de compra-venta, dificulta la determinación del sujeto pasivo obligado a tributar y los diferentes impuestos que se generan de esta transacción. En el caso de que se compre un bien tangible, por el destino que éste tenga se podrá determinar con facilidad al comprador, pero llegar a identificar al vendedor es una tarea casi imposible, de igual forma determinar el momento en que se da el hecho generador se dificulta, por lo tanto resulta inaplicables principios internacionales fiscales, como el del establecimiento permanente que permite delimitar la potestad y soberanía tributarias que a cada país le corresponde.

Este análisis nos conduce a palpar las debilidades que en la normativa tributaria ecuatoriana existen, no se puede identificar al obligado a tributar y al sujeto con derecho a recaudar tributos, que de hecho ya ha generado preocupación no solo a nivel local, sino también a nivel mundial por las consecuencias que esto acarrea y que desembocan en no poder recaudar oportunamente impuestos generados en los negocios virtuales.

Para la aplicación de una reestructuración del sistema impositivo, reformas a la legislación existente o la creación de nuevas leyes para regular el comercio electrónico, la administración tributaria debe tener claro que los negocios virtuales por utilizar como medio de ejecución canales electrónicos, generan situaciones muy complejas, que deben ser tomadas en cuenta ya que el comercio electrónico, contrario al comercio tradicional:

- Carece de materialidad
- No tiene intermediarios
- No tiene un lugar específico de realización.

Los negocios están cambiando radicalmente el modelo económico de las naciones, la economía crece y se mueve aceleradamente, cuya responsabilidad se atribuye al nacimiento del internet que es el motor que ha empujado y ha dado fuerza al comercio electrónico.

El sector comercial ahora busca alinearse con en este movimiento del mundo virtual, porque sus beneficios no llegan solo a lo dinámico y efectivo de las compras y las ventas, sino más allá, llegan a los bajos costos administrativos, materiales, logísticos e inclusive a los gastos de intermediación comercial. A pesar de que para incursionar en el mundo de los negocios virtuales deban desembolsar onerosas cantidades de dinero para adquirir las herramientas tecnológicas que les permita desarrollarse en esta forma de comercio.

Estos acontecimientos nos lleva a reflexionar en el sentido de que la administración tributaria quizá deba buscar apoyo en bases tecnológicas acordes al crecimiento de los usuarios y servicios, en experiencias de administraciones tributarias vecinas, pero sobre todo buscar ayuda o empezar a trabajar sobre la gran necesidad que existe de elaborar una base jurídica específica que controle el movimiento del comercio electrónico en cuanto al tema impositivo.

No hay nada que inventar en materia tributaria, pues los impuestos que gravarían al comercio electrónico, deberían ser los mismos que gravan a las rentas y al consumo en el comercio tradicional, y en función de la naturaleza de los bienes o servicios el impuesto a los consumos especiales ICE. La manera o las estrategias para controlar el comercio electrónico, deben estar alineadas con la tecnología y su desarrollo constante y en función de las necesidades debido a la normativa local, sin que esto quiera decir que se olvide de los convenios internacionales con otras administraciones tributarias para impedir la doble tributación otro tema que haría tambalear los negocios que realizan los sujetos en varios países.

### **16.2.1 Regulación ecuatoriana de pequeñas compras por internet**

El Ecuador, si bien es cierto no posee un marco legal que controle, las operaciones comerciales electrónicas y los impuestos que se puedan generar de ellas, con la

Resolución 23, del 21 de julio del 2014 el COMEX,<sup>15</sup> determina que todos los envíos desde el exterior a Ecuador bajo la modalidad 4x4 gravarán un impuesto de US\$ 42, con un límite de 5 paquetes al año, eximiendo de esta carga tributaria a los migrantes que consten en el registro consular, [www.cancilleria.gob.ec](http://www.cancilleria.gob.ec)

La interconexión por parte del SENA E se realizará mediante el Sistema Informático ECUAPASS, el cual se conecta con la base de datos del Consulado Virtual y verifica si el número de identificación presentado pertenece o no a un migrante validado previamente por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (SENAE, Aduana del Ecuador. Conectando al socio global 2014).

Existen seis categorías para las importaciones, y se las expone en el siguiente cuadro:

**Gráfico 2**  
**Utilización del mercado virtual en diferentes países,**

 <b>CATEGORÍAS DE PAQUETES COURIER</b>		
Categoría	Descripción	Impuestos
<b>A</b>	Correspondencia como documentos, cartas, periódicos, fotografías, etc.	Libre de tributos
<b>B</b>	<b>Paquetes hasta 4 Kg y US\$400</b> > Residentes en Ecuador: Hasta 5 envíos o \$1.200 por destinatario. > Migrantes: Hasta 12 envíos o \$2.400 por remitente. <i>(En ambos casos, lo que se cumpla primero dentro del año fiscal: Enero-Diciembre)</i>	Arancel: \$42 por importación al Ecuador
		Migrantes que están validados en el CONSULADO VIRTUAL no cancelan los \$42
<b>C</b>	Paquetes de hasta 50 Kg y \$2.000 Requiere Documento de Control Previo de acuerdo al producto, excepto INEN	Arancel: Depende del Producto IVA: 12% Fodinfra: 0,5%
<b>D</b>	Textiles y calzados hasta 20 Kg y \$2.000 (Requieren INEN, excepto la primera vez al año con un monto de hasta \$500)	Textiles: 10% ADV + US\$5,5 x Kg Calzado: 10% ADV + US\$6 x par IVA: 12% Fodinfra: 0,5%
<b>E</b>	Medicinas (Con receta médica)	Fodinfra: 0,5%
	Equipos ortopédicos, órganos y tejidos, etc. sin fines comerciales	Libre de tributos Artículo 125 COPCI
<b>F</b>	Libros de lectura	Fodinfra: 0,5%
	Equipos de computación y sus partes	IVA: 12% Fodinfra: 0,5%
<i>Nota: Para mayor información, contáctese con su Courier de confianza.</i>		

Fuente: SENA E

Elaborado por: Aduana del Ecuador SENA E

<sup>15</sup> El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial. ([www.comercioexterior.gob.ec/comex/](http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/))

Según el boletín informativo del 9 de octubre del 2014 que emite la SENA E a través de su Sala de Prensa Virtual, explica que con el pago de impuesto a la modalidad 4 x 4, el objetivo no es disminuir las compras por internet sino la disminución del envío de éstas a través de dicha modalidad.

Datos proporcionados por la SENA E, Servicio Nacional de Aduanas, en el año pasado 2014, se importaron 152 millones de dólares a través del sistema 4 x 4, de los cuales 58 millones de dólares se pagaron por compras virtuales. En el presente año 2015, se registra que hasta agosto 50,3 millones de los 95 millones de dólares, se desembolsaron por compras realizadas a través de internet.

Esto es un inicio en el control del comercio electrónico en cuanto a pequeñas compras por internet, pero desde mi punto de vista los ojos de la autoridad fiscal deben dirigirse de forma inmediata a aquellas transacciones electrónicas que mueven grandes cantidades de dinero, y por concepto de impuestos también.

La aplicación de este impuesto afecta a esta actividad, ya que mucha gente miraba a esta forma de compras una fuente de ingreso, porque los bienes los vendían aquí en el país a un precio mayor al de su adquisición. Por otro lado y mirando el lado positivo, esto ha incentivado el consumo local, que ha disminuido considerablemente desde el apareamiento del comercio electrónico, y como se ha expresado anteriormente comprar por internet significa, no trasladarse hasta el lugar del proveedor o vendedor, y la relación del consumidor es directa con el productor, lo que determina menores precios en los bienes y servicios ofertados.

### **9.1 Problemas que surgen del comercio electrónico desde el punto de vista tributario**

El desarrollo y aplicación del comercio electrónico ha generado problemas que hoy preocupan a la mayoría de los Estados, por asuntos de seguridad, confidencialidad y de comunicación. Pero el tema de mayor relevancia es el tributario que afecta a países desarrollados y a países en vías de desarrollo, estos problemas se los puede clasificar así:

1. La no recaudación de tributos generados por el comercio electrónico
2. La imposición al comercio electrónico y sus costos
3. La residencia fiscal
4. La evasión fiscal

## 5. La competencia desleal

En cuanto a los impuestos que genera el comercio electrónico cada día va en aumento, debido al crecimiento del uso del internet, al número de usuarios de la tecnología y a la adhesión creciente de las empresas al comercio electrónico, lo que significa que los negocios virtuales crecen aceleradamente, en volumen de ventas y de recursos económicos.

El hecho de que las administraciones tributarias deban regular y controlar el comercio electrónico a través de normativas, implica altos costos de inversión como es en la parte tecnológica que implica además proporcionar seguridad y privacidad al uso de la misma

En base a la residencia fiscal se determina el lugar de imposición por las transferencias de bienes y servicios, el realizar negocios virtuales, el internet no determina un lugar físico específico que indique el lugar en donde se realizó la operación comercial.

La evasión fiscal es otro de los temas de mucho peso en lo que se relaciona a los impuestos que se debería recaudar, ya que por las limitaciones que tienen las administraciones tributarias para aplicar la imposición de tributos al comercio electrónico por temas legales y tecnológicos, permite a los sujetos pasivos evadir su obligación por falta de control y regulación a esta actividad.

La competencia desleal va en el sentido de que hasta que no exista las leyes necesarias que regulen y controlen el comercio electrónico, éste seguirá desarrollándose en una aparente exoneración fiscal, discriminando al comercio tradicional.

### **10.1 Referente de reformas tributarias al comercio electrónico**

Existen ya, países que han realizado reformas en cuanto a los tributos que genera el comercio electrónico, que para el Ecuador debe ser un referente. España es uno de los países que se vieron afectados por la no recaudación adecuada de tributos generados en el comercio electrónico.

En tal virtud y después de analizar la problemática y en concordancia con el resto de países miembros de la comunidad europea, en diciembre del 2014 determinó que las compras virtuales de ciertos bienes que los consumidores españoles realicen, a partir del 1 de enero del 2015, pagarán por concepto de IVA el 21% tarifa que grava el comercio tradicional, y que reemplazará al 3% que pagaban por compras a través del internet.

Adicionalmente señala que este impuesto será para el país lugar de origen del comprador (España), ya que anteriormente el IVA se designaba para Luxemburgo, domicilio fiscal de AMAZON empresa virtual muy demandada por los españoles. Con la aplicación de esta normativa se estima para el año 2015 una recaudación de 3.000 millones de euros para los países miembros de la Comisión Europea.<sup>16</sup>(Digital 2014).

Es decir España determinó que los tributos se quedaban en el lugar de destino del bien o el servicio adquirido, que este caso resulta ser el lugar de residencia de los compradores españoles.

### **11.1 Posibles soluciones**

Con este antecedente el Ecuador podría tomar como ejemplo este país para aplicarlo, en función de que las compras virtuales son significativas y van creciendo, y por tanto crecen también los que no se recaudan por el comercio electrónico realizado en nuestro país, y que más adelante analizaremos.

Previo a que el Estado realice reformas a la ley tributaria vigente, o elabore una normativa que regule y controle el tema impositivo relacionado al comercio electrónico, es necesario que se analice los siguientes elementos que están estrechamente relacionados con la tributación y el comercio electrónico, como son la residencia fiscal, el sujeto obligado a tributar y la fuente de ingreso.

#### **17.2.1 Residencia Fiscal**

Elemento que se dificulta establecer por cuanto la tecnología es un espacio intangible por así decirlo, que no permite determinar el lugar de residencia y establecimiento permanente de los participantes en los negocios.

#### **18.2.1 Sujeto obligado a tributar**

No se lo puede identificar porque se está hablando de la realización de operaciones comerciales con características peculiares, en cuanto a que el comprador se encuentra en un lugar diferente del vendedor, con la posibilidad de que el consumo del bien o del

---

<sup>16</sup> La Comisión Europea es el órgano ejecutivo de la UE. Representa los intereses de la Unión Europea en su conjunto, no los de ningún país en concreto

servicio se lo haga en otro lugar distinto. Esto implica adicionalmente no poder determinar el establecimiento permanente del sujeto, ni tampoco el lugar en donde se ejecute la potestad tributaria de los Estados.

### **19.2.1 Fuente de ingreso**

Al referirse a este punto se debe involucrar a la potestad tributaria de los Estados, porque universalmente en donde se genera el ingreso, en ese lugar se exigirá el tributo correspondiente, es decir en relación al principio de la fuente los tributos por rentas generadas o por patrimonio, se adjudicará al Estado en donde se generaron los ingresos y en donde están ubicados los bienes patrimoniales. Pero al referirnos al comercio electrónico todo lo mencionado anteriormente se desmorona debido a que en esta forma de negociar es muy fácil que los sujetos participantes se deslicen virtualmente a distintos lugares, dificultando la determinación del origen de la renta, lo que puede llevar a la doble tributación.

La OCDE en su Proyecto de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios, refiriéndose a los Retos planteados por la economía digital a las Administraciones Públicas, expresa lo siguiente:

“La naturaleza sin fronteras de la economía digital dificulta la labor de las Administraciones Públicas en lo referente a la identificación de empresas, a la determinación de la magnitud y el alcance de las actividades, a la recopilación y comprobación de datos y a la identificación de clientes. Existe una necesidad apremiante de examinar de qué forma la inversión en cualificación y competencias, tecnologías y gestión de datos puede ayudar a las administraciones tributarias a mantenerse al día y estar debidamente informadas de la transformación que han experimentado las operaciones comerciales a la luz de la aplicación de las nuevas tecnologías, cuestiones administrativas que están siendo precisamente objeto de estudio en el seno del (FAT).<sup>17</sup>

Entonces parecería que el único camino para poder regular y controlar el comercio electrónico es la elaboración de una normativa específica, previo un análisis exhaustivo desde el punto de vista de evitar la evasión y el fraude fiscal en el mundo digital. Conectándose entre si todas las administraciones tributarias para encontrar soluciones que

---

<sup>17</sup> Foro sobre Administración Tributaria

no debiliten la normativa tributaria vigente creada en base a principios universales que ahora con la economía digital como lo llama la OCDE, está fraccionando las bases en la que se ha venido desarrollando la gestión tributaria.

La OCDE una organización que ha venido trabajando muchos años, para dar soluciones a los Estados en diferentes temas, esta vez con el fenómeno digital como es el comercio electrónico, todavía no encuentra soluciones definitivas sobre este tema, sin embargo ha definido ciertos aspectos en los cuales basarse para llegar a las posible solución a este gran desafío que tienen las administraciones tributarias, éstos se resumen así:

Cómo adaptar el alcance de cada solución para abordar los desafíos fiscales fruto de las principales características de la economía digital sin crear importantes incentivos fiscales en favor de determinadas formas de hacer negocios,

Cómo establecer un equilibrio entre la necesidad de combinar factores lo suficientemente amplios como para responder eficazmente a los desafíos fiscales de la economía digital y la de establecer normas claras y objetivas encaminadas a minimizar los riesgos de controversia y a evitar la doble imposición.

En relación con las opciones consistentes en introducir una nueva regla en materia de EP<sup>18</sup>, como atribuir los beneficios (incluidas deducciones y pérdidas) a dicho EP, principalmente en relación con la participación en los beneficios imputables a la recopilación de datos, y si ello exigiría modificar radicalmente las reglas actuales de atribución de los beneficios a los EP.

Cómo gestionar la administración y la aplicación de la normativa fiscal, principalmente cuando un contribuyente no cuenta con un presencia física o goza de una presencia física mínima en una determinada jurisdicción.

Cómo minimizar los costes de cumplimiento a los que se enfrentan las empresas con un gran número potencial de EP.

Mientras organizaciones internacionales como la OCDE trabaja incansablemente en busca de soluciones a los problemas generados por la virtualización del comercio, el Ecuador por el detectado crecimiento del comercio electrónico, para obtener mayor recaudación de impuestos y para evitar la evasión fiscal, podría aplicar como una solución

---

<sup>18</sup> Establecimiento Permanente

eventual la reforma que puso en práctica España, es decir gravar el IVA a las compras virtuales y que dicho impuesto se quede en nuestro país.

Como epílogo al análisis realizado a la normativa tributaria vigente y a sus posibles cambios, para tratar de regular y controlar los negocios virtuales y los impuestos que éstos generan, es oportuno mencionar las conclusiones a las que llegó la OCDE en el estudio del Proyecto “Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital”:

- *La economía digital es el resultado de un proceso de transformación desencadenado por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).*
- *Dado que la economía digital se identifica con y asocia cada vez más a la economía tradicional en su conjunto, resultaría una tarea ardua, si no imposible, tener que delimitar y separar el radio de acción de la economía digital del resto de la economía a efectos fiscales.*
- *La economía digital y sus modelos de negocio presentan algunas características clave que resultan potencialmente relevantes desde una perspectiva fiscal, entre las que se incluyen la movilidad (de los activos intangibles, de los usuarios y de las funciones comerciales), la remisión a los datos, los efectos de red, la proliferación de modelos de negocio multilaterales, una tendencia hacia el monopolio u oligopolio y la volatilidad debida a la reducción tecnológica.*
- *La economía digital también ha acelerado la propagación de cadenas de valor mundiales en las que las empresas multinacionales (EMM) integran sus operaciones en todo el globo.*

Al finalizar este capítulo podemos concluir con el siguiente enunciado:

*El comercio electrónico ha echado abajo las fronteras territoriales, ha unido al mundo comercialmente, se han creado nuevas formas de adquirir bienes y servicios, que a su vez han generado riesgos y problemas en el tema tributario. Se dificulta el determinar al sujeto obligado al pago de tributos, se puede caer en la doble imposición, o en su defecto que no se grave los tributos respectivos. Es imperioso que se unan las administraciones tributarias con el único y complejo objetivo de encontrar la mejor salida jurídica tributaria que logre estandarizar normas internacionales y a su vez particularizar para cada nación las normas tributarias que se alineen con la corriente expansiva del comercio electrónico. (Simóm 2005).*

## **V. Capítulo tercero**

## VI. Tributación del comercio electrónico

### 12.1 Aspectos fundamentales

La tributación del comercio electrónico es un tema de actualidad, como consecuencia de la realización de los negocios a través de medios electrónicos que han derivado un sentido desequilibrio en las administraciones tributarias por la no imposición a estos actos de comercio.

Es pertinente señalar criterios de dos tratadistas respecto de este tema:

Yolanda García Calvente expresa en su artículo *Fiscalidad del Comercio Electrónico*:

*Los tributos gravan manifestaciones de capacidad económica y es evidente que en el comercio electrónico se producen hechos que pueden ser, considerados como tales. Si bien es cierto que el comercio electrónico no puede ser concebido como una fórmula fácil para defraudar, lo es menos en la práctica en donde existen numerosos problemas”.*

Sin embargo y como expresa Marco Albán en su libro “Problemas del Derecho Tributario frente al comercio electrónico”, [...] *existe mucha gente que mira al comercio electrónico como la salida a todas las barreras que impiden desarrollar una actividad mercantil muy dinámica, y por lo tanto frente a las leyes tributarias no debería ser gravado, contrario a otros que opinan que el no gravar, sería discriminatorio.*

Analizando la primera posición sin tratar de ser contraria a la misma, en el futuro con el desarrollo acelerado de la tecnología y la creciente utilización del comercio electrónico, se podría pensar que si no es aplicada la carga impositiva respectiva a esta forma de comercio, los Estados no tendrían el financiamiento de los tributos rubro tan importante en su presupuesto.

En cuanto a la segunda posición, haber encontrado en el comercio electrónico un camino para crecer, posicionarse en el mercado y cumplir con sus objetivos comerciales con costos más bajos, y pensar que pueden ser operaciones exentas de tributos por ser una forma diferente de negociar, sería creer que no tiene razón de ser la existencia de la

administración tributaria, y que podemos actuar egoístamente con el Estado, que al final de cuentas somos parte de él.

A nivel latinoamericano la participación en el comercio electrónico no es representativa, con excepción de Brasil que atribuyendo a la densidad de su población lidera su incursión en este modelo de comercio.

**Tabla 1**  
**Participación por país en el gasto total por comercio electrónico**

<b>Países</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Brasil	39,1	45,6	51,6	59,1
Argentina	4,5	4,9	5,2	6,2
Chile	1,5	2,0	2,9	3,4
Colombia	0,9	1,6	1,9	2,3

**Fuente:** América Economía Intelligence

**Elaboración propia**

La tabla expone a nivel latinoamericano, países con mayor representación en lo que se refiere al consumo total a través del comercio electrónico, y en este grupo Brasil con un representativo 59,10% ocupa el primer lugar, relacionando con el tema impositivo claramente podemos concluir que los tributos por este concepto constituirían un rubro muy significativo en lo que a ingresos por impuestos se refiere. Brasil podría contar con esta fuente de ingresos cuando tenga a su haber la normativa que regule el comercio electrónico. Ecuador no consta, pero como va el desarrollo de la tecnología y el crecimiento de los usuarios de ésta, supondría que pronto nuestro país formará parte de los países con el mayor desarrollo tecnológico y de uso del comercio electrónico.

### **13.1 Tributación del comercio electrónico en el Ecuador**

A pesar de que nuestro país ha incursionado significativamente en el comercio electrónico no existen datos de tributos generados por éste, y porque no cuenta con un

marco legal que regule y controle los negocios virtuales, que como ya se ha mencionado anteriormente es el limitante principal en las administraciones tributarias, creando una serie de dificultades que ya se han evidenciado en esta investigación.

Estas dificultades están dadas básicamente en la complejidad para estimar las transacciones comerciales electrónicas realizadas, realidad que influye en los intermediarios en este tipo de operaciones. Se genera cierta contradicción con el comercio tradicional que por ley proporciona datos de manera obligatoria a las administraciones tributarias. (Pons 2015)

Para estimar de lo que la Administración Tributaria podría estar dejando de recaudar por el tema de impuestos, a continuación se analiza el crecimiento del comercio electrónico en el Ecuador

Cifras publicadas en El emprendedor.ec refieren que 4.000 millones de dólares se registraron en transacciones electrónicas en el 2011. Pero éste, depende del servicio de internet, servicio que en el país, con sus 14 millones de habitantes, ya cubre el 44,9% de la población, según el Ministerio de Telecomunicaciones. No obstante, el acceso a la red no es lo único que incide en el desarrollo de esta nueva forma de hacer negocios.

En el Ecommerce Day Ecuador 2012, realizado en Guayaquil: se concluye que la baja oferta empresarial, se debe al temor a posibles fraudes y a la necesidad de ampliar los servicios financieros para “bancarizar” a posibles consumidores. Se deben observar estos puntos, ya que la tendencia en América Latina muestra también un despunte: US\$47.000 millones en transacciones realizadas por vía online en el 2011. Por lo tanto, se estima que en el 2020, el 50% del comercio de la región será electrónico y se lo realizará con smartphones, a pesar de que esta modalidad de compra por teléfono se mantiene por debajo del 5% en Ecuador. (Emprendedor 2012)

El comercio electrónico en Ecuador en el año 2012, registraron transacciones por aproximadamente 300 millones de dólares. De esta cifra el 6% (18 millones de dólares) de las compras se hicieron a negocios locales y el restante a empresas en el exterior. Las ciudades de Guayaquil, Machala y Quito concentran el 51% de las transacciones que se realizan a través de internet, 24% se registra en Quito; el 15% en Guayaquil el 12% en Machala, y el saldo 49% se genera en el resto del país.

Marcos Pueyrredón, presidente del ILCE, expresó a diario “El Telégrafo” que en el 2014 Ecuador superó los US\$ 1.000 millones en transacciones a través de Internet.

Destacó que las políticas públicas ejecutadas por el Gobierno en Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) han sido primordiales para que el comercio electrónico tenga un crecimiento del 50% en los últimos tres años.

La situación tributaria en Ecuador ha experimentado una gran expansión en las dos últimas décadas, situándose en niveles similares al promedio de América Latina, pero por debajo del promedio de los países de la OCDE. A diferencia de otros países de la región, esta tendencia al alza no se interrumpió con la llegada de la crisis financiera global en 2009. Así, aproximadamente de los ingresos permanentes, los impuestos representan el 63.76% (US\$ 15.565,70 millones), y otros ingresos tributarios 12.54% (US\$ 3.060,57 millones) según la proforma del Presupuesto General del Estado, para el año 2015. (finanzas.gob.ec 2014)

Como porcentaje del PIB, los ingresos tributarios han presentado una importante expansión en las dos últimas décadas, pasando de 9,7% en 1990 hasta 19,6% en 2010. El crecimiento de la presión fiscal se debe principalmente a la reducción del 61 al 30% en la evasión fiscal. El 2010, Ecuador ocupó el cuarto lugar en presión fiscal (carga tributaria) precedido por Argentina, Brasil y Chile; y, situándose ligeramente por encima del promedio de América Latina (19,4%).

En el 2013 la presión fiscal alcanzó el 13,3%, de acuerdo con la CIP, y 14,4% según cálculos del OPF.<sup>19</sup> La medición varía si se incluyen otros impuestos, como los arancelarios, las contribuciones a la seguridad social y los municipales. (El Universo 2014).

Cabe destacar que Ecuador ha crecido significativamente en el uso de la actividad comercial utilizando el internet, sin embargo no es lo suficiente para ubicarse entre los países en donde se ha desarrollado más el comercio electrónico, como lo demuestra la Tabla No. 1 de esta investigación, en donde no figura nuestro país.

Según el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE), América Latina facturó 54 mil millones de dólares por esta vía en el 2012 y Ecuador tiene un gran potencial para aumentar las transacciones a través de los sistemas de negocios electrónicos.

---

<sup>19</sup>Observatorio de la Política Fiscal, incluye un grupo de ciudadanos que conjuntamente son fuente de gran credibilidad derivada de su honestidad, capacidad técnica y respaldo político

Miguel Carrillo, gerente general de Pacificard, advirtió que las empresas aún temen realizar inversiones para adaptar las ventas web. En Ecuador además hay 37.441 establecimientos adscritos a esa tarjeta de crédito, 30% disponen de opciones para el comercio electrónico, es por ello que están incentivando a la expansión de este tipo de negocios al asumir el costo de implementarlo, que es de unos US\$200 por empresa. Esperan cerrar el año con 50 empresas. (El Telegrafo.com.ec 2013)

**Tabla 2**

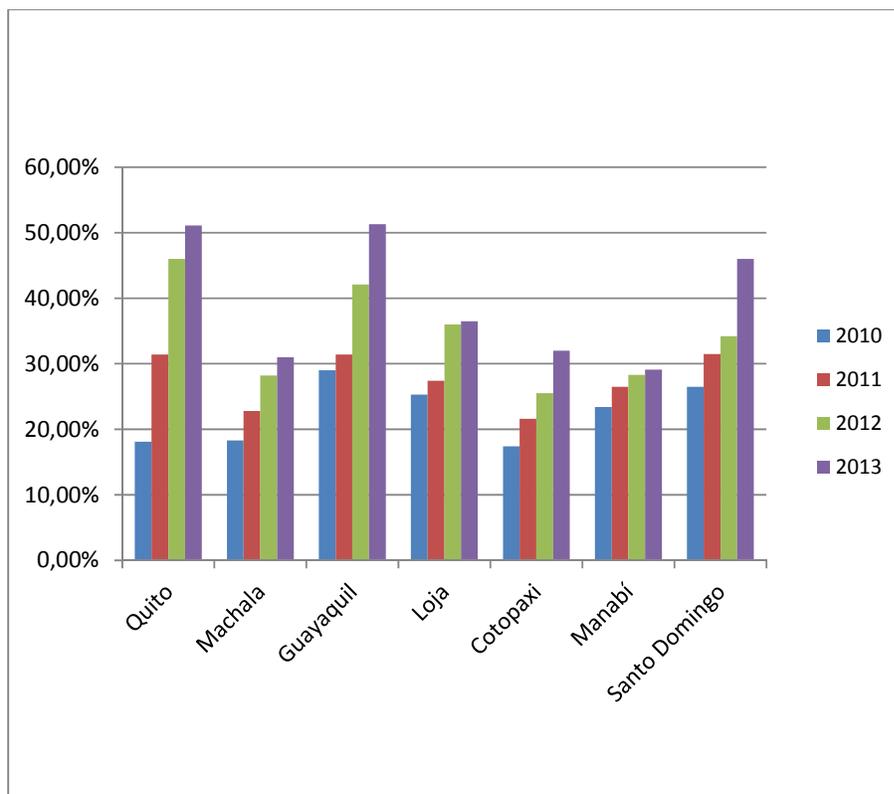
**Ciudades en Ecuador con mayor porcentaje de compras virtuales**

<b>Provincias</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>Incremento 2010 a 2013</b>
Quito	18,10%	31,40%	46,00%	51,10%	33,00%
Machala	18,30%	22,80%	28,20%	31,00%	12,70%
Guayaquil	29,00%	31,40%	42,10%	51,30%	22,30%
Loja	25,30%	27,40%	36,00%	36,50%	11,20%
Cotopaxi	17,40%	21,60%	25,50%	32,00%	14,60%
Manabí	23,40%	26,50%	28,30%	29,10%	5,70%
Santo Domingo	26,50%	31,50%	34,20%	46,00%	19,50%

Fuente: Diario El Comercio

Elaboración propia

**Gráfico 3**  
**Ciudades en Ecuador con mayor porcentaje de compras virtuales**



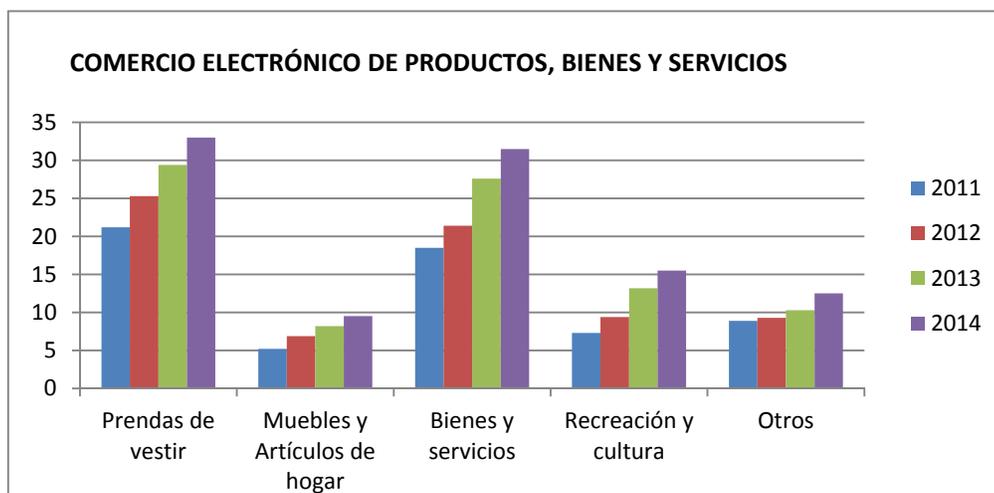
**Fuente:** INEC

**Elaboración propia**

Tanto la tabla como el gráfico expuestos demuestra según las fuentes de información (cuya base de datos registran información solo hasta el año 2013) que en las ciudades de Quito, Guayaquil y Santo Domingo de los Tsáchilas, el comercio electrónico representa un porcentaje de prácticamente el 50% (46%-51.30%) de las ventas totales en cada una de ellas, además en el periodo 2010-2013 se aprecia que en Quito se produce un aumento considerable en la utilización de este medio de comercialización (33%). Nótese (lo resaltado en la tabla 2) que en Quito y Guayaquil las transacciones son del orden del 51% que puede deberse a que en estas ciudades existe mayor población, y con mayor acceso a internet, no así en las provincias de Manabí, Cotopaxi y Loja, lo que se podría revertir proveyendo de los medios tecnológicos necesarios, mayor y mejor conectividad, o a través de campañas de motivación y capacitación para el uso de internet y por ende del comercio electrónico.

El gráfico demuestra muy claramente que las ciudades que más compras virtuales realizan son Quito y Guayaquil, sin dejar de lado a Santo Domingo de los Tsáchilas que se destaca con el 48% frente a un 51 y 52% en el que se encuentran Quito y Guayaquil respectivamente.

**Gráfico 4**  
**Productos, bienes y servicios más comercializados en Ecuador en porcentajes de incremento**



Fuente: INEC@ecuadorencifras

Elaboración propia

El gráfico que antecede demuestra cuáles son los productos que más se comercializan en Ecuador a través de comercio electrónico, en el periodo 2011–2014. Se puede apreciar que el rubro de mayor movimiento es el de prendas de vestir con un 33%, y los bienes y servicios alcanza el 31%, todos los rubros tienden a crecer, y vemos que para el año 2014 este incremento no se detiene, lo que significa que el Ecuador cada vez más se vincula en los negocios virtuales.

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) el 51% de las compras virtuales se realiza en las tres ciudades más grandes del país: Quito, Guayaquil y Cuenca. Información que lo dio a conocer en el e-Commerce Day, evento dedicado a la difusión del comercio electrónico, que se desarrolló en la ciudad de Guayaquil el 22 de julio 2015. Las prendas de vestir y el calzado son los productos más comprados por el ecuatoriano, lo que representa el 33% del total de adquisiciones. (Durán 2014)

En este mismo orden de análisis es significativo destacar que el Director del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador expresó que "habría que medir si las compras por Internet", que no están sujetas a las sobretasas arancelarias (salvaguardias), "requerirán un ajuste a futuro" para evitar que se disparen.

Las compras por Internet no deben pagar las salvaguardias por balanza de pagos<sup>20</sup> que rige desde el pasado 11 de marzo del 2015 para unos 2.800 productos y grupos de productos importados, que va del 5 al 45%, esta sobretasa arancelaria durará 15 meses. (Líderes 2015)

Según la revista virtual de investigación económica, Análisis Económico la digitalización de las transacciones económicas reducen los costos de comercialización, seguridad y tiempo. En el caso ecuatoriano por ejemplo, el costo de una transacción bancaria por internet es 0,50 centavos de dólar de los Estados Unidos de América, que se estima aproximadamente en 1,30 dólar de los Estados Unidos de América cuando se realiza personalmente; igual comportamiento se tiene respecto del costo de un depósito bancario US\$0,30; pago de servicios básicos US\$ 0,50 centavos; e impuestos al SRI, US\$ 0,75 centavos.

Estas actividades financieras generan necesariamente otros mecanismos que más bien apoyan con la plataforma virtual de las transacciones financieras y demás actividades concernientes al comercio electrónico, tal es el caso la factura electrónica que encuentra su origen en la aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como una herramienta que nace para satisfacer las obligaciones de facturación que impone una normativa específica a empresarios y profesionales, relacionadas con las actividades tributarias.

Controlar el comercio virtual (electrónico) por temas tributarios definitivamente es muy complejo, sin embargo de ello a continuación se describe algunas herramientas que las administraciones tributarias como es el caso de Ecuador, están aplicando como medios de control de las actividades comerciales electrónicas.

---

<sup>20</sup> salvaguardia por balanza de pagos consiste en la aplicación de aranceles a determinadas importaciones. (<http://www.comercioexterior.gob.ec/boletin-de-prensa-salvaguardia-por-balanza-de-pagos/>)

## **14.1 Factura electrónica**

En este momento decir que la factura electrónica es un medio de control del comercio electrónico es irreal, por cuanto en el mundo virtual todavía no existe un marco legal que regularice los actos de comercio por este medio, tampoco existe la cultura tributaria virtual que garantice que las transacciones realizadas vía internet se facturen, adicionalmente se necesita tecnología de punta para conectar los sistemas tributarios a este complejo y acelerado medio tecnológico como es el comercio electrónico.

Se debe mencionar que la factura electrónica en el comercio tradicional, si puede ser considerada como un medio de control, su emisión es registrada por la administración tributaria, lo que de cierta manera limita al sujeto pasivo, en lo que a evasión fiscal se refiere.

Para entender el concepto de factura electrónica es preciso antes comprender el término más amplio de factura, pues la factura digital es, al fin y al cabo, una ampliación en un soporte distinto al utilizado anteriormente como es la factura física o impresa.

### **20.2.1 ¿Qué es una factura?**

La factura es un documento que refleja la entrega de un producto o la provisión de un servicio, junto a la fecha de devengo, además de indicar la cantidad a pagar como contraprestación. (Sistemas s.f.)

Una factura es un documento que respalda la compra venta de un bien y/o un servicio, además es una herramienta que obliga tanto al vendedor (emisor) como al comprador (receptor) a cumplir con las obligaciones tributarias que se originan por las transacciones realizadas. Este documento (factura) debe ser archivado y custodiado por el comprador, el vendedor por lo general conserva una copia o la matriz en la que se registra su emisión.

La factura electrónica, es el reemplazo en digital de la tradicional factura en papel. Su almacenamiento y seguridad se basa en datos informáticos a los cuales se puede

acceder desde cualquier lugar, a los repositorios<sup>21</sup> de facturas emitidas o enviadas que se verificarán su existencia mediante un código de acceso.

En los países en los que la legislación lo admite, por ejemplo Ecuador la validez de una factura electrónica es exactamente la misma que la factura impresa, y que ahora gracias a la utilización o inclusión de la firma digital garantiza su integridad e inviolabilidad, por lo que legalmente es un instrumento electrónico considerado como vinculante y que no necesita de mayor prueba o confirmación que su propia existencia. (iTambre 2015)

Antonio Luis Carretero Márquez en su artículo “Comercio electrónico y facturación electrónica” expone que los principales argumentos que motivan el uso de la factura electrónica son, por una parte, la reducción de costes que supone para una empresa en cuanto a material y medios para realizar cualquier emisión o recepción de factura (papel, correo ordinario o mensajería, impresora y consumibles, entre otros), y, por otra parte, disminución de los tiempos, fundamentalmente, en la recepción de las mismas (pagador de la misma) ya que el medio que se utiliza es vía electrónica, a través de Internet.

De la consulta bibliográfica realizada se considera necesario abordar los criterios establecidos por el estudio compilado en el libro “El contrato por medios electrónicos” del Departamento de Derecho de Negocios de la Universidad de Externado de Colombia, expresa:

*Se crea la factura como se ha efectuado siempre y se almacena en un fichero de datos. Posteriormente se procede a su firma con un certificado digital o electrónico propiedad del emisor que cifra el contenido de factura y añade el sello digital a la misma, al terminar obtenemos una factura que nos garantiza, que la persona física o jurídica que firmó la factura es quien dice ser (autenticidad) y que el contenido de la factura no ha sido alterado (integridad). (Carretero, 2009, pp.4)*

---

<sup>21</sup> Un repositorio, depósito o archivo es un sitio web centralizado donde se almacena y mantiene información digital, habitualmente bases de datos o archivos ...([http://bibliotecabiologia.usal.es/tutoriales/catalogos-repositorios-bibliosvirtuales/repositorios\\_digitales.html](http://bibliotecabiologia.usal.es/tutoriales/catalogos-repositorios-bibliosvirtuales/repositorios_digitales.html))

Generalmente el emisor de la factura envía al receptor a través de correo electrónico, sin descartar que lo pueda hacer usando otros medios como discos compactos y USB (memorias flash). El formato de la factura electrónica se remitirá a la normativa y requisitos mínimos que exigirán las autoridades tributarias de cada país, y que no será distinto a la factura en papel. Esto implica que no siempre será posible el uso de la factura electrónica, especialmente en las operaciones comerciales vinculadas con empresas extranjeras que tienen normativas distintas a la del propio país.

En la facturación electrónica se manejan estándares internacionales, las Naciones Unidas, a través de UN/CEFACT<sup>22</sup> han publicado recomendaciones tales como UeDocs<sup>23</sup> que definen plantillas para las facturas impresas y formatos EDI<sup>24</sup> y XML<sup>25</sup> para las modalidades electrónicas. En Europa, la facturación electrónica se regula en la Directiva 115/2001, que debía ser adoptada en cada país antes del 31 de diciembre de 2003.

La organización GS1<sup>26</sup> (antes EAN/UCC) a nivel mundial ha organizado comités internacionales de usuarios de 108 países miembros, para conformar las guías de facturación electrónica estándar a nivel mundial.

Hoy en día facturar electrónicamente significa que todos los sectores que desarrollen actividades comerciales dejen atrás la emisión de facturas en papel, para ser reemplazadas por la factura electrónica, llamado también documento fiscal. (G. Lara 2012)

---

<sup>22</sup> Centro de las Naciones Unidas para la Facilitación del Comercio y el Comercio Electrónico.

([http://www.cepal.org/comercio/noticias/paginas/6/31926/Virginia\\_Cram\\_Martos\\_1.pdf](http://www.cepal.org/comercio/noticias/paginas/6/31926/Virginia_Cram_Martos_1.pdf))

<sup>23</sup> Componente importante del Marco de normas para el comercio sin papel,

<sup>24</sup> Son estándares para el intercambio electrónico de datos y son ideales para el intercambio de información entre sistemas distintos. La asignación y traducción de estas transacciones a otros tipos de documento para transferirlos, almacenarlos y gestionarlos es algo muy común.

<sup>25</sup> siglas en inglés de *eXtensible Markup Language* ('lenguaje de marcas extensible'), utilizado para almacenar datos en forma legible, por sus bondades utilizan la mayoría de las administraciones tributarias para la facturación electrónica. ([http://www.sii.cl/factura\\_electronica/formato\\_xml.htm](http://www.sii.cl/factura_electronica/formato_xml.htm))

<sup>26</sup> organización privada dedicada a la elaboración y aplicación de servicios mundiales y soluciones para mejorar la eficiencia y visibilidad de las cadenas de abastecimiento, la oferta y la demanda a nivel mundial y en todos los sectores. (<https://es.wikipedia.org/wiki/GS1>)

La implementación de la facturación electrónica en el Ecuador comenzó con la gran campaña de información que desplegó el Servicio de Rentas Internas (SRI), incentivando y motivando a la ciudadanía para que registren o actualicen sus datos como contribuyentes, obligaciones que rezan en el artículo No. 300 de la Constitución de la República y que señala:

*“El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.”*

### **21.2.1 Base Legal**

Como parte del cambio que ha aplicado la administración tributaria ecuatoriana, en marzo 9 del 2012 el Servicio de Rentas Internas expide mediante Resolución No. NAC-DGERCGC12-00105, LAS NORMAS PARA EL NUEVO ESQUEMA DE EMISION DE COMPROBANTES DE VENTA, RETENCIÓN Y DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS MEDIANTE MENSAJE DE DATOS (COMPROBANTES ELECTRÓNICOS). Amparándose en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas electrónicas y Mensajes de Datos.

Para el año 2012 la administración tributaria tuvo que proveerse de medios tecnológicos, específicamente de plataformas virtuales para comenzar con el proceso de la facturación electrónica, dicho sea de paso fue un gran desafío para el SRI, porque tuvo que empezar inculcando cultura tributaria que para ese año era muy escasa en los sujetos pasivos, y además motivarles a que incursionen en el uso del internet.

Adicionalmente diseñó un sitio web que ofrecía el servicio para receptor y validar información, para el pago de las obligaciones tributarias electrónicamente y para la emisión de facturas digitales. Con esta aplicación los contribuyentes cumplirían sus obligaciones desde el lugar en que se encuentren las 24 horas del día, optimizando de esta manera su tiempo y recursos materiales, e incluso cuidando el medio ambiente al no utilizar medios impresos en papel.

Implementar el uso de la factura electrónica significa garantizar seguridad, una buena conectividad y sistemas de facturación amigables, la experiencia en otros países de

Latinoamérica ha sido positiva, como por ejemplo Chile que se inició en este proceso en el año 2003, logrando un buen porcentaje de advenimiento de las empresas de ese país, y llegando a superar el 51% de facturación electrónica respecto del total de facturas emitidas. (Internos 2014)

En Ecuador el proceso se realizó paulatinamente, a continuación se muestra el proceso de adhesión calendarizado de los diferentes sectores determinados por el SRI:

Sector Privado

**Tabla 3**

**Programa de aplicación de la facturación electrónica en Ecuador**

GRUPO	FECHA DE INICIO	SUJETOS PASIVOS
1	A partir de 01/08/2014	Sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito
2	A partir de 01/10/2014	<p>Instituciones financieras bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros excepto mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y sociedades emisoras y administradoras de tarjetas de crédito.</p> <p>Contribuyentes Especiales que realicen, según su inscripción en el RUC actividades económicas correspondientes al sector telecomunicaciones y subsector: televisión pagada.</p> <p>Exportadores calificados por el SRI como contribuyentes especiales.</p>
3	A partir de 01/01/2015	<p>Los demás contribuyentes especiales no señalados en los grupos anteriores.</p> <p>Contribuyentes que posean autorización de impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, a través de sistemas computarizados (auto impresores).</p> <p>Contribuyentes que realicen ventas a través de internet.</p> <p>Los sujetos pasivos que realicen actividades económicas de exportación.</p>

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: SRI

**Tabla 4**  
**Programa de aplicación de la facturación electrónica en Ecuador**  
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. La Asamblea Nacional Organismos y entidades de la Función Judicial, con excepción de sus organismos auxiliares mencionados en el Art. 178 de la Constitución de la República del Ecuador. Los organismos y entidades de la Función de Transparencia y Control Social. Los organismos y entidades de la Función Electoral. Universidades y Escuelas Politécnicas públicas.
3	01/07/2015	Los organismos y entidades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, incluidas las mancomunidades conformadas por los mismos. Los organismos y entidades públicas no descritas en ninguno de los grupos señalados anteriormente.

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: SRI

Para emitir documentos electrónicos es necesario cumplir o poseer ciertas condiciones tales como:

- Firma electrónica
- Software que genere comprobantes electrónicos (puede ser propio o se puede utilizar la herramienta de comprobantes electrónicos de uso gratuito)
- Conexión a Internet
- Clave de acceso a servicios en línea (Internas 2012)

La firma electrónica se puede adquirir en las siguientes entidades certificadoras en el país:

1. Banco Central del Ecuador
2. Security Data
3. ANF<sup>27</sup>
4. Consejo de la Judicatura

La implementación se lo hizo en 3 fases:

- (a) Contribuyentes invitados y en ambiente de prueba producción, los documentos emitidos en este periodo tenían validez jurídica (24 de febrero 2012)
- (b) Contribuyentes que deseen adherirse al proceso, desde el año 2013
- (c) Restricción de documentos físicos a sectores determinados de acuerdo a la normativa emitida

Según el Boletín de Prensa No. NAC-COM-14-022 del 26 de mayo del 2014, publicado por el Servicio de Rentas Internas, señala que a esa fecha (mayo 2014) son 272 contribuyentes que están dentro del sistema de Facturación Electrónica, y que ya han sido emitidos 51.4 millones de comprobantes electrónicos.

En la fase de prueba de este sistema se encuentran 4.367 contribuyentes, que al superar ésta, pasarán a formar parte del grupo autorizado para la emisión de estos documentos electrónicos; se espera que hasta junio del 2015 se hayan incorporado 6.592 entidades del sector público, llegando a un total de 13.682 contribuyentes que emitirán comprobantes electrónicos en el país.

“Un comprobante electrónico es un documento que cumple con los requisitos legales y reglamentarios exigibles para todos comprobantes de venta, garantizando la autenticidad de su origen y la integridad de su contenido, y tendrá validez legal siempre que contenga una firma electrónica

### **22.2.1 Beneficios**

1. Tiene la misma validez que los documentos físicos.
2. Reducción de tiempos de envío de comprobantes.

---

<sup>27</sup> AUTHORITY OF CERTIFICATION **ECUADOR** S.A, (Autoridad Certificadora en el Ecuador)

3. Ahorro en el gasto de papelería física y su archivo.
4. Contribuye al medio ambiente, debido al ahorro de papel y tintas de impresión.
5. Mayor seguridad en el resguardo de los documentos.
6. Menor probabilidad de falsificación.
7. Procesos administrativos más rápidos y eficientes.

### **23.2.1 ¿Qué documentos pueden ser emitidos electrónicamente?**

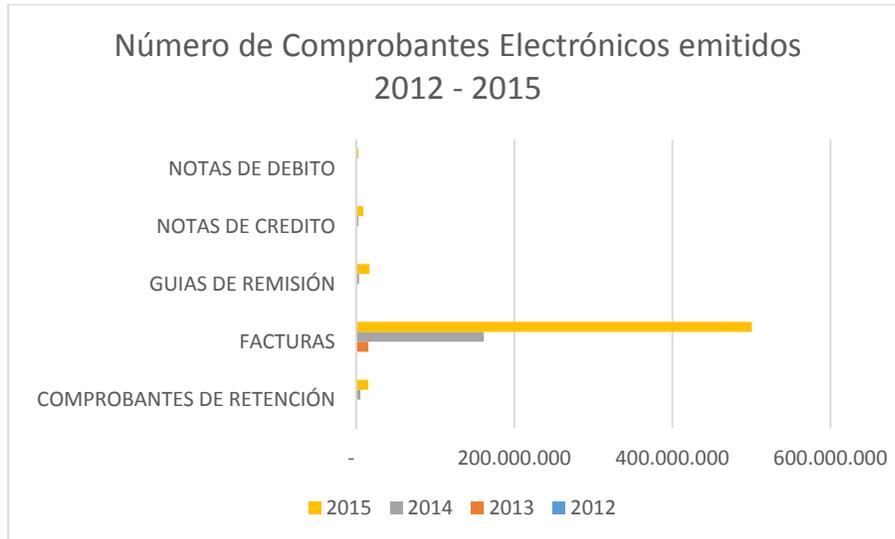
1. Facturas
2. Notas de crédito
3. Notas de débito
4. Comprobantes de retención
5. Guías de remisión” (Internas 2012)

Cabe señalar que el SRI ha puesto a disposición de los pequeños y medianos contribuyentes una herramienta tecnológica gratuita que cumple las funciones de generar, emitir, firmar electrónicamente y enviar sus comprobantes para que su emisión sea autorizada por la Administración Tributaria y a su vez visualicen la información; con el objetivo de que éstos, que en su mayoría no están obligados a llevar contabilidad, vayan certificándose a través del portal web del SRI y de esta manera puedan emitir sus comprobantes de acuerdo a la naturaleza de sus negocios. (internas 2012)

Para complementar todo este proceso de facturación a partir del 12 de agosto del 2015, se habilitó otra de las herramientas virtuales a través de la cual el vendedor participante en la transacción comercial, a más de enviar la factura electrónica al cliente, paralelamente enviará ésta al SRI.

Para aportar con información actualizada al presente trabajo, solicite información correspondiente al periodo 2011–2015, al Servicio de Rentas Internas con fecha 19 de marzo del 2015, siendo atendido mi pedido mediante oficio No. 917012015OCEF001816 del 14 de agosto del 2015, con datos cortados a julio del mismo año, el mismo que se anexa como respaldo del análisis que se realiza en los siguientes gráficos:

**Gráfico 5**  
**Número de Comprobantes Electrónicos emitidos periodo 2012-2015**

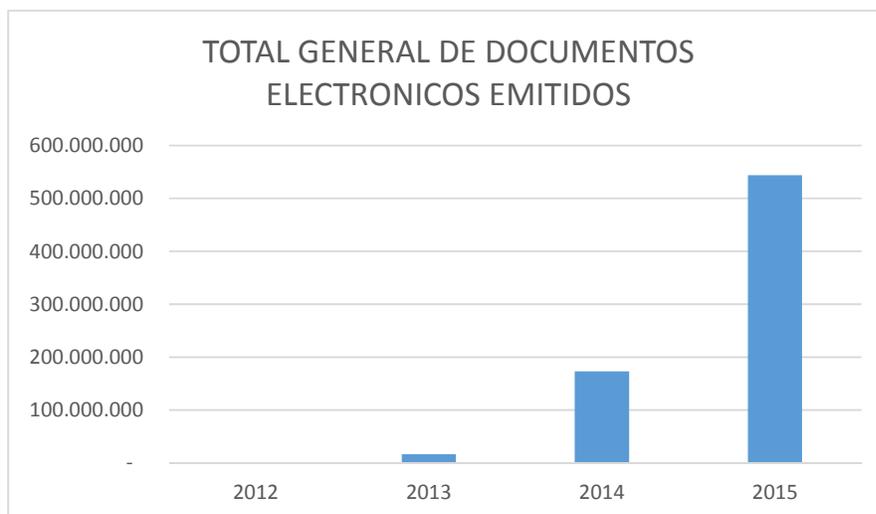


**Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)**

**Elaboración propia**

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, los comprobantes electrónicos emitidos ha ido en franco crecimiento, en el periodo señalado 2012–2015 se puede notar que los documentos que más se emiten son las facturas, y en segundo lugar los comprobantes de retención.

**Gráfico 6**  
**Total general de facturación electrónica periodo 2012-2015**



**Fuente: Servicio de Rentas Internas**

**Elaboración propia**

El gráfico en forma general presenta la evolución de la facturación electrónica en el Ecuador desde su implementación en el año 2012, cabe indicar que en lo que va del año 2015 (julio) comparado con el año 2014 que es el más significativo de entre los demás años, la emisión de comprobantes electrónicos ha tenido un crecimiento del 314% demostrando de esta forma el éxito de este proyecto.

### **15.1 Servicios en Línea**

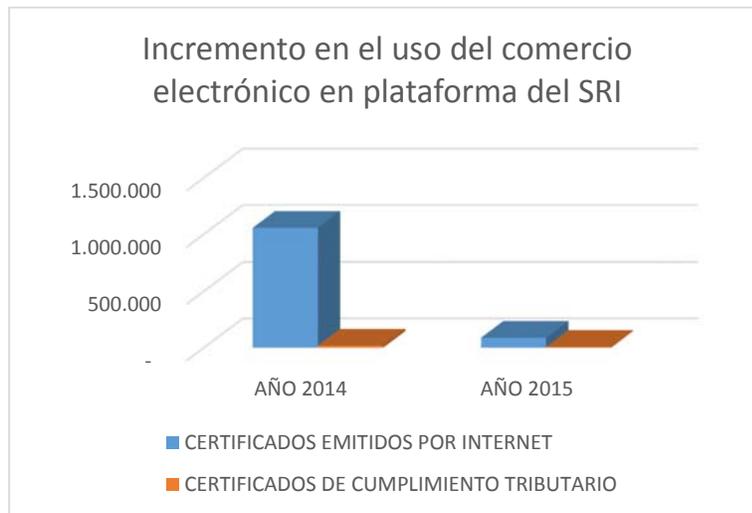
*Eficiencia Tecnológica al Servicio de la Ciudadanía*, es un informe de labores que presenta el Servicio de Rentas Internas (SRI) en mayo 2015, y publicado por la Revista Digital EKOS, detalla los servicios que ofrece el portal web del SRI todo esto gracias a las bondades de la tecnología de la información y comunicación que hoy en día dispone la administración tributaria. Los contribuyentes en el mencionado portal web pueden realizar las siguientes acciones:

1. Consulta de RUC
2. Preinscripción de RUC para personas naturales
3. Obligaciones pendientes RISE
4. Pagos RISE
5. Valores a pagar por matrícula
6. Reporte de pagos por matrícula
7. Código de categoría vehicular
8. Contribuyentes con obligaciones firmes e impugnadas
9. Sistema de facturación:
10. Estado tributario
11. Validez de comprobantes pre-impresos
12. Validez de tiquetes de máquinas registradoras
13. Validez de comprobantes electrónicos
14. Estado devolución de IVA a turista extranjero
15. Firmantes de comprobantes electrónicos
16. Seguimiento de trámites (Internas, Ekos Negocios.com 2015)

El Servicio de Rentas Internas habilitó en su plataforma los denominados servicios en línea,<sup>28</sup> una herramienta tecnológica que permite a los usuarios de la misma realizar operaciones como solicitar comprobantes autorizados, dar de baja documentos autorizados que de enero al 30 de abril 2015, se han realizado 411.495

A partir de agosto del 2015 los contribuyentes podrán obtener en línea certificaciones por sus declaraciones de impuestos, de igual forma pueden emitir Certificado de Cumplimiento Tributario.

**Gráfico 7**  
**Relación del incremento en el uso del comercio electrónico en la plataforma del SRI 2014–2015**



Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaboración propia

Para demostrar que el uso del comercio electrónico crece cada vez más, en el gráfico se ha tomado como referencia dos servicios en línea de los varios que tiene habilitado el SRI. En lo que se refiere a la emisión de certificados sea por el RUC, historial de comprobantes, no inscripción, etc. hasta el 30 de abril 2015 este rubro representa apenas el 8% de lo que se emitió en el 2014. Este suceso puede originarse debido a que

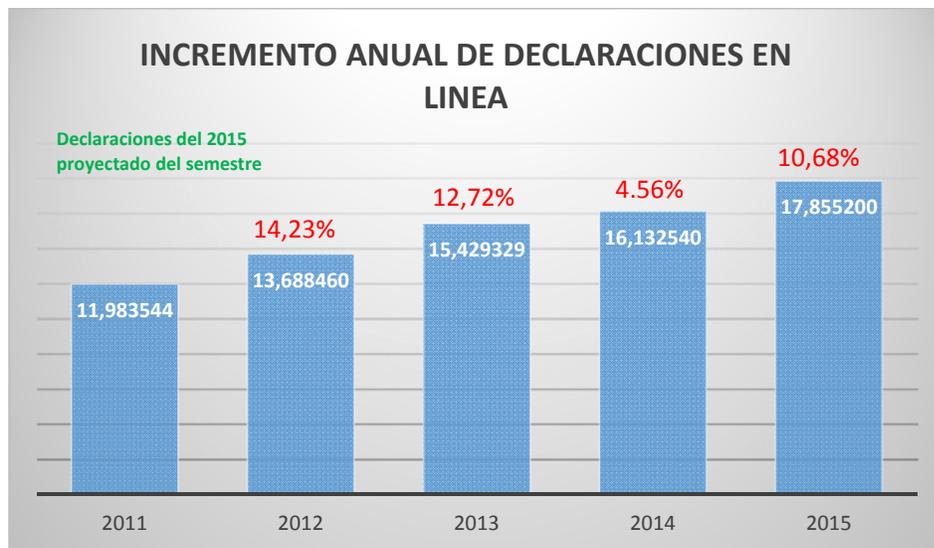
<sup>28</sup> <sup>28</sup>Servicios que se entregan a través del internet, los usuarios tienen acceso a éstos utilizando una clave de seguridad personal ([http://www.ehowenespanol.com/definicion-servicio-linea-hechos\\_486535/](http://www.ehowenespanol.com/definicion-servicio-linea-hechos_486535/))

los contribuyentes estén cumpliendo con mayor responsabilidad todo lo que se refiere al RUC, (inscribirse, anular y/o actualizar), frente a la gran importancia que tiene el certificado de cumplimiento tributario para los sujetos pasivos que están obligados a contratar auditoría externa para sus empresas, lo que se evidencia en el gráfico el significativo crecimiento, tomando en cuenta que la información del año 2015 va hasta el 22 de mayo, un 38% del total registrado en el 2014.

### 24.2.1 Declaraciones en Línea

Con respecto a las declaraciones en línea, igualmente tomando en cuenta la información enviada en el oficio remitido por el SRI, mencionado en el gráfico 9, se presenta la evolución del uso del comercio electrónico para las declaraciones de impuestos. Declaraciones que para el año 2013 ya se debían realizar por internet de forma obligatoria.

**Gráfico 8**  
**Incremento anual de declaraciones en línea periodo 2011-2015 (con proyección para el 2do semestre)**



Fuente: Servicio de Rentas Internas

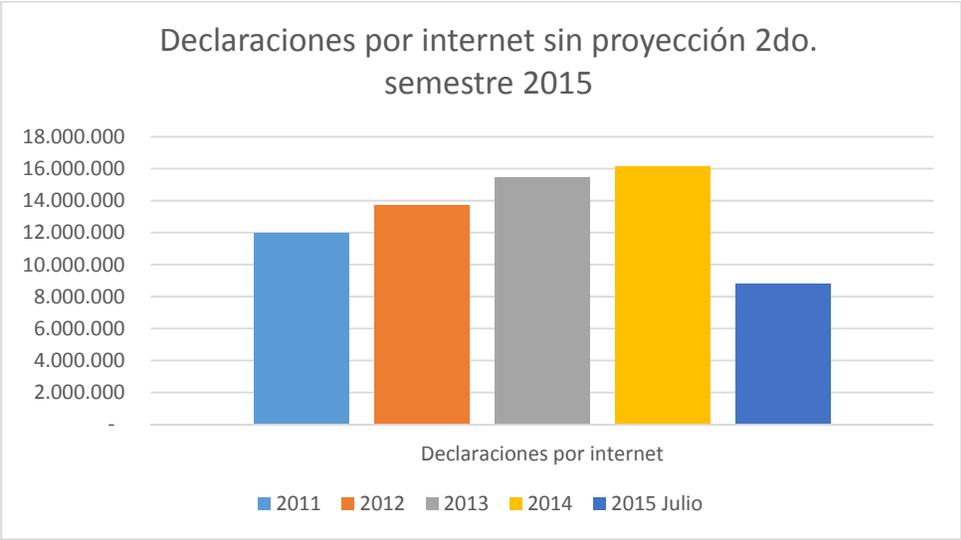
Elaboración propia

La proyección se realiza utilizando el método de correlación lineal y se puede apreciar una recuperación en el año 2015, respecto a los años 2014 y 2013 de acuerdo a

los datos del primer semestre del año 2015. Nótese que el valor real proyectado varía en apenas el 0,69% que hace que el análisis sea sustentando.

Definitivamente las declaraciones en línea se han incrementado notablemente, aunque del año 2013 al 2014 existe una disminución, asumiendo que se dio esta variable quizá por que los contribuyentes todavía no se alineaban con la obligatoriedad de realizar las declaraciones por internet, no así para el año 2015 en donde la proyección realizada nos indica que existe una recuperación, lo que significa que la administración tributaria sigue mejorando sus estrategias para generar conciencia y cultura tributaria en los sujetos pasivos.

**Gráfico 9**  
**Evolución del uso del comercio electrónico en las declaraciones de impuestos**  
**periodo 2011 hasta julio 2015**



**Fuente:** Servicio de Rentas Internas

**Elaboración propia**

El análisis que amerita este gráfico nos lleva a manifestar que las declaraciones realizadas entre el año 2011 y julio 2015, evidencian un crecimiento significativo en el uso del comercio electrónico, lo que significa que la ciudadanía ecuatoriana cada vez más, está utilizando el internet.

## **16.1 Tributos aplicables a los negocios virtuales**

Los negocios virtuales es una forma de comercio diferente al comercio tradicional, sin embargo no puede ni debe ser diferente la carga impositiva aplicable a éstos, como ya se ha venido acotando las dos formas de comercio son de la misma naturaleza, tienen el mismo objetivo (transferir un bien o servicio), la diferencia radica en las formas de pago y la entrega del bien o el servicio.

Por tanto, la imposición a este nuevo modelo de comercio será directa e indirecta, es decir gravaría el impuesto a la renta, impuesto al patrimonio y el impuesto al valor agregado (IVA).

### **25.2.1 Imposición directa**

Como impuestos directos tenemos el impuesto a la renta e impuesto al patrimonio. El impuesto a la renta es el que grava a los ingresos obtenidos por el sujeto pasivo sea éste persona natural o jurídica, y la potestad tributaria para gravar la tiene el Estado en donde se generaron las rentas.

Este impuesto al relacionarlo con el comercio electrónico se crea una situación compleja por todos los limitantes que ya se han venido analizando, es decir no se puede a ciencia cierta determinar el lugar de la realización de las actividades que generaron los ingresos, tampoco determinar a los actores de dichas actividades, adicionalmente este desconocimiento puede llevar a caer en la doble tributación, e inclusive estas operaciones podrían desarrollarse en paraísos fiscales con las conocidas consecuencias que esto conlleva.

### **26.2.1 Imposición indirecta**

El Impuesto al Valor Agregado (IVA), es el impuesto que más aporta al Presupuesto General del Estado, y es el que está presente en toda actividad comercial de consumo, como impuesto indirecto. La imposición indirecta desde el punto de vista de Marco Albán en su libro Problemas del Derecho Tributario frente al comercio electrónico, señala que:

“Existen dos dificultades planteadas: por un lado es determinar el lugar de los hechos imponibles y por el otro la consideración del tipo de operaciones es decir si se

trata de bienes o servicios de las transacciones realizadas por el sistema de comercio electrónico”.

Son problemas latentes en el comercio electrónico, que derivan en la evasión fiscal, lo que ha motivado a las administraciones tributarias optar por gravar este impuesto al lugar de destino.

### 17.1 Medios de Pago

Tomaremos en cuenta lo que menciona Francisco Nocete Correa en su libro “La Fiscalidad Internacional en el Correo Electrónico”, que desde la aparición de las plataformas virtuales o electrónicas, se dificulta el rastreo de las transacciones virtuales comerciales realizadas, la cantidad de éstas, el origen del dinero que respalda dichas operaciones, que podrían tener procedencia dudosa, es decir provenir de los llamados paraísos fiscales.<sup>29</sup>

En el transcurso de esta investigación hemos visto que el comercio electrónico trae consigo mucha complejidad en lo que se refiere a controlar los negocios virtuales con fines impositivos, y un medio de control justamente pueden ser los medios de pago electrónicos utilizados, aunque en contraposición pueden colaborar al manejo o utilización de cuentas de bancos ubicados en paraísos fiscales.

Yolanda García Calvente menciona:

*La Administración tributaria podrá valorar por su valor normal de mercado las operaciones efectuadas con o por entidades residentes en países o territorios calificados reglamentariamente como paraísos fiscales cuando la valoración convenida hubiera determinado una tributación en España inferior a la que hubiere correspondido por aplicación del valor normal de mercado o un diferimiento de dicha tributación.*

---

<sup>29</sup> **paraíso fiscal:** país en el que existe un régimen tributario de impuestos bajos o nulos que atrae residentes y capital extranjero.  
([https://www.google.com.ec/?qfe\\_rd=cr&ei=RxfVYzhlg\\_I8Aev6qelAg#q=qu%C3%A9+es+un+paraíso+fiscal](https://www.google.com.ec/?qfe_rd=cr&ei=RxfVYzhlg_I8Aev6qelAg#q=qu%C3%A9+es+un+paraíso+fiscal))

El contenido del acápite anterior bien podría aplicar o asumir las administraciones tributarias para mejorar su gestión y el control de las operaciones comerciales, solventadas con dinero de paraísos fiscales.

El comercio electrónico, como en el comercio tradicional se realiza entregando un bien o un servicio, y en contrapartida el dinero equivalente al precio del bien o del servicio, con la diferencia que estos actos se los realiza virtualmente a través de medios electrónicos, De ahí la creación de múltiples medios de pago, de los cuales mencionaremos los más utilizados:

En los inicios de la utilización de las redes las transacciones se las realizaba por internet, pero los pagos no. Es así que por el desarrollo de la tecnología y la necesidad de mejorar y hacerle dinámico al comercio, en primera instancia se crearon las tarjetas de crédito y de débito, por supuesto con todos los riesgos a los que estaban expuestos estos servicios, como es la suplantación de identidad, hackeo de cuentas, etc.

En el Ecuador el sistema financiero ha sido el medio en donde se ha apoyado la tecnología para crear toda herramienta tecnológica que cubra las necesidades de los clientes bancarios que cada vez son más, en función de optimizar el tiempo, recursos y cuidar el medio ambiente.

### **27.2.1 Tarjetas inteligentes**

En el Ecuador este medio de pago ya está en uso, especialmente en el estrato socio económico medio–alto, el avance tecnológico ha obligado a todos los sectores a involucrarse para mejorar la atención al cliente y para hacer crecer sus negocios y empresas, su uso a nivel mundial es masivo. Estas tarjetas sí podrían aportar al control de las transacciones realizadas a través del comercio electrónico, el canal de apoyo indudablemente es el sector financiero, porque este posee toda la información del uso de este medio de pago.

Es por esta razón que nace la necesidad de conocer el origen, la estructura, manejo, servicios, fraudes y el trabajo intenso que se realiza para controlar e incentivar el buen uso de estas tarjetas.

Su origen se remonta a New York allá por el año 1.950, en donde un hombre adinerado y de negocios, llamado Frank McNamara, invitó a comer a un restaurante a unos clientes suyos, y sucede que al ir a pagar lo consumido el dinero que portaba no fue

suficiente para cubrir el total de la cuenta. En tal razón después de pensar y reflexionar llegó a la conclusión de que para que estos eventos no sorprendan a las personas de alta capacidad financiera se debe crear una forma de cubrir con ésta, dichas situaciones ya que no es posible cargar con demasiado efectivo consigo en vista de los riesgos inherentes.

Al crearse esta necesidad, este hombre de negocios promovió la creación de la primera tarjeta de crédito en New York, Diners Club (Club de Comidas) para utilizarla en restaurantes determinados. En el primer año se habían emitido más de 42.000 tarjetas, las mismas que generaron una facturación por más de 1 millón de dólares.

Pero el nacimiento mismo de la tarjeta inteligente (es decir con chip) es a finales de los años 70 en Francia, en donde ya se crearon con doble chip,<sup>30</sup> adicionalmente estas tarjetas nacieron con problemas que hasta hoy en día perduran, y estos son:

- ¿Cómo saber si el que está utilizando la tarjeta, es el usuario y dueño de la misma?
- ¿Cómo garantizar que la transferencia electrónica llegue completa, sin que antes sea manipulada o cambiada?
- ¿Cómo identificar a todos los intervinientes en la transacción electrónica?

Estas interrogantes se han ido atenuando con el avance de la tecnología, sin embargo para cada solución se va generando nuevos problemas, como por ejemplo los hackers.<sup>31</sup>

Al finalizar los 80 se fabricaron los chips pequeños, pero con capacidad de memoria muy reducida. En los años 90 las tarjetas inteligentes inician su incursión en el mercado con la telefonía móvil GSM, con tarjetas de 1Kb<sup>32</sup> de memoria. La Fase 1 de GSM<sup>33</sup> y se requería muy poca capacidad de memoria.

---

<sup>30</sup> Un chip es un circuito integrado, IC o también llamado microchip, en el fondo es un circuito electrónico en miniatura construido en la superficie de un material semiconductor, que en el inicio tenían alrededor de 10 transistores, mientras que en la actualidad los hay con varios billones (<http://tuspreguntas.misrespuestas.com/preg.php?idPregunta=10442>)

<sup>31</sup> Personas con grandes conocimientos de informática que se dedican a acceder ilegalmente a sistemas informáticos ajenos y a manipularlos ([https://es.wikipedia.org/wiki/Hacker\\_\(seguridad\\_inform%C3%A1tica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Hacker_(seguridad_inform%C3%A1tica)))

<sup>32</sup> es una unidad de almacenamiento de información (<https://es.wikipedia.org/wiki/Kilobyte>)

<sup>33</sup> El sistema global para las comunicaciones móviles (del inglés *Global System for Mobile communications*, GSM, y originariamente del francés *groupe spécial mobile*) es un sistema estándar, libre de regalías, de telefonía móvil digital. GSM se considera, por su velocidad de transmisión y otras características,

Su presentación es en plástico, iguales en su tamaño y demás características a las tarjetas de crédito y débito que administra el sistema financiero que llevan estampadas un circuito integrado, este circuito puede ser de una sola memoria o estar estructurado con un microprocesador que le permite realizar varias actividades como, almacenar, encriptar<sup>34</sup> información, leer y escribir datos, como un ordenador. (Cabezas, Gil y Azkoiti 2015)

Como mecanismo de control de acceso las tarjetas inteligentes hacen que los datos personales y de negocios solo sean accesibles a los usuarios apropiados, esta tarjeta asegura la portabilidad, seguridad y confiabilidad en los datos (Torrez 2014).

Estructurar estas tarjetas con circuitos integrados ofrece tres nuevos elementos que pueden favorecer su utilización generalizada:

### **Microelectrónica**

Una de las soluciones es adecuar a un formato de uso personal, portátil, que implica soluciones de tecnología y diseño industrial acogidas en un tamaño muy reducido.

### **Proceso de datos**

La lectura, recogida, proceso, gestión y envío de información, capacidad suficiente y almacenamiento de información y de comunicaciones que deben ser resueltas de la forma más eficiente posible.

### **Criptografía**

Es preciso utilizar técnicas que posibilitem la máxima seguridad e inviolabilidad de la información, lo que obligaría a utilizar software y hardware que den soporte a este proceso. (Cabezas, Gil y Azkoiti 2015)

Todas las especificaciones de las tarjetas inteligentes se detallan en la norma ISO 7816<sup>35</sup> y éstas entre otras son:

---

un estándar de segunda generación (2G). Su extensión a 3G se denomina UMTS y difiere en su mayor velocidad de transmisión, el uso de una arquitectura de red ligeramente distinta y sobre todo en el empleo de diferentes protocolos de radio (W-CDMA) ([https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_global\\_para\\_las\\_comunicaciones\\_móviles](https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_global_para_las_comunicaciones_móviles))

<sup>34</sup> Encriptar es una manera de codificar la información para protegerla frente a terceros (<http://www.larevistainformatica.com/que-es-criptacion-informatica.htm>)

<sup>35</sup> **ISO 7816** es un estándar internacional relacionado con las tarjetas de identificación electrónicas, en especial las tarjetas inteligentes, gestionado conjuntamente por la Organización Internacional de Normalización (**ISO**) y Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) ([https://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_7816](https://es.wikipedia.org/wiki/ISO_7816))

- Capaces de almacenar cualquier tipo de información
- Tiene autonomía, en la toma de decisiones al momento de realizar transacciones.
- Para acceder al sistema utiliza clave de acceso o PIN

Las tarjetas inteligentes brindan a los usuarios servicios que facilitan el desarrollo de sus actividades económicas, esta tarjeta se denomina "BUSINESS NET" que le permite a su titular comprar bienes y servicios virtualmente. Estos beneficios van dejando de lado a las tarjetas convencionales, ya que los costos que se generan por su utilización son menores, no es necesario el cambio físico, las mismas son actualizadas y sobre todo dan mayor seguridad a las transacciones realizadas, o minimizan los riesgos por su uso.

En 1997 despuntan los monederos electrónicos con la aparición del monedero *Visa Cash*, creada por Visa España, y siguiendo su evolución para mediados de ese mismo año salió al mercado otro tipo de monedero siguiendo el estándar europeo CEN WG10.<sup>36</sup>

### **28.2.1 Dinero Electrónico**

Ecuador es el primer país del mundo que ha puesto a disposición de la población como un medio de pago, a partir de las necesidades que van surgiendo por el desarrollo de la tecnología, al momento no se podría considerar un mecanismo de control del comercio electrónico toda vez que su utilización no es de carácter obligatorio y el movimiento financiero es restringido en este medio.

El dinero electrónico también llamado dinero virtual, se lo adquiere con dinero real; la banca electrónica a través de la cual desde el lugar en donde se encuentre el usuario utilizando un ordenador y digitando un PIN (código personal), realiza sus actividades financieras y comerciales, evitando su traslado, grandes colas de personas y pérdida de su tiempo.

Se almacena en una tarjeta inteligente (Smartcards), también llamada genéricamente monederos on line. Sus inicios se originó como un experimento de

---

<sup>36</sup> versión de otro monedero electrónico o tarjeta de prepago recargable, que se utiliza para pagar determinados servicios de bajo costo y optimizando el tiempo de los usuarios. (Sede Electrónica: Real Casa de la Moneda 2015)

Digicash,<sup>37</sup> que lo tomó el banco Mark Twain de los Estados Unidos en 1995, para brindar a sus clientes dinero electrónico con el cual puedan tranzar por internet, guardando absoluta confidencialidad de las partes. (Hocsman 2005)

Este medio de pago es muy importante a nivel mundial ya que su utilización brinda mayor seguridad, rapidez y sobre todo ayuda a preservar el medio ambiente, ya que según el Banco Central del Ecuador, señala en su página web, <http://www.dineroelectronico.ec/index.php/component/k2/item/17> , que si el 20% de las familias del mundo se cambiarían a pagos en línea, se ahorraría 100 millones de libras de papel, es decir un millón ochocientos mil árboles serían salvados.

Hasta el año 2013 según datos del Banco Central del Ecuador se han realizados 326 millones de transacciones procesadas en plataformas de dinero móvil.

### **¿Cómo funciona en el Ecuador?**

Los pagos se realizarán utilizando teléfonos celulares, no es necesario el servicio de internet, ni tener una cuenta en el sistema financiero

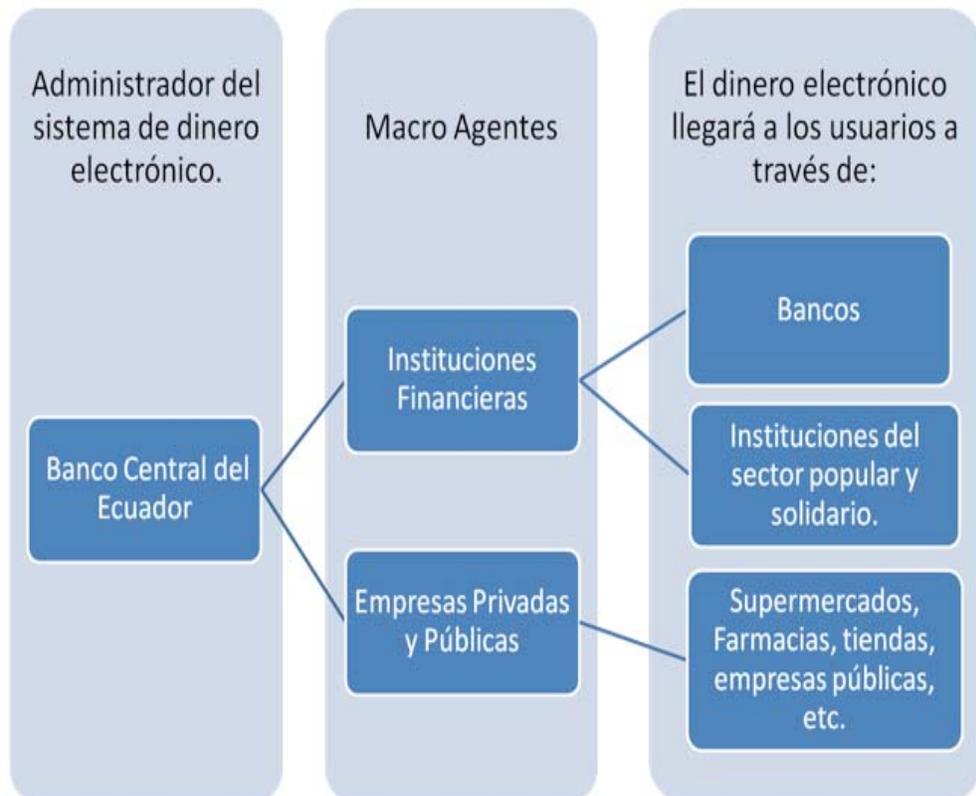
Brinda total seguridad y confianza, es simplemente otra forma de pago en las operaciones comerciales, y puede ser canjeado por dinero físico cuando así lo amerite el usuario

No existe discriminación social, económica, religiosa, etc. Todas las personas que deseen o necesiten pueden acceder a este servicio desde los móviles o un computador, éste último con acceso a internet.

---

<sup>37</sup>es una aplicación de pagos móviles que permite a los clientes de bancos afiliados utilizar sus smartphones para pagar directamente desde sus cuentas bancarias. Lanzada en 2012, la aplicación se ha desplegado a escala internacional en Luxemburgo (Europa). ([http://www.businesswire.com/news/home/20130910005927/es/#.Vd83JPI\\_Oko](http://www.businesswire.com/news/home/20130910005927/es/#.Vd83JPI_Oko))

**Gráfico 10**  
**Cómo funciona el dinero electrónico en el Ecuador**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

### 29.2.1 Base legal

Se ampara en:

1. La regulación No. 005-2014- M, emitida por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
2. La Resolución Administrativa No. BCE-0009-2015
3. El Reglamento participantes
4. Términos y Condiciones de Uso

Según los últimos datos entregados por el Banco Central en lo que va del año 2015, en lo que más utilizan el dinero electrónico es en compras. (BCE 2015).

Finalizado el análisis del presente capítulo y luego de una mirada a los diferentes escenarios en el que se desarrolló, se arriba de manera conclusiva a algunas ideas:

- 1) Las compras por internet en el Ecuador han crecido pero no tanto como en el resto de países latinoamericanos.
- 2) Las transacciones bancarias por internet se han incrementado notablemente, el sistema financiero ecuatoriano se está alineando cada vez más con la tecnología
- 3) En el Ecuador la facturación electrónica es obligatoria

### **18.1 Impacto del comercio electrónico**

A nivel planetario el comercio electrónico ha traído consigo cambios que han beneficiado a la economía de los países, por su globalización, dinamismo y rapidez, sin embargo de ello en la parte tributaria ha tenido un gran impacto, se podría decir no adecuado que ha afectado significativamente a las administraciones tributarias, que ha evidenciado la fragilidad de las leyes y normas que hasta ahora han regulado y controlado el comercio tradicional.

### **19.1 En el Ecuador**

Este impacto se puede calificar como menos perjudicial debido a que la incursión en el comercio electrónico no está en porcentajes elevados en relación a Estados Unidos, Europa, México, Brasil que son países que tienen un alto porcentaje de negocios que se realizan por medios electrónicos, y cuyo crecimiento es acelerado por el desarrollo vertiginoso de la tecnología, lo que ha dado origen a una profunda preocupación por parte de estos Estados por la no tributación del comercio electrónico.

Nuestro país se encuentra en el mundo virtual, está iniciándose en el uso del comercio electrónico, la tendencia es llegar a realizar todos los negocios virtualmente, en tal razón, es necesario crear una cultura tributaria virtual o tecnológica que influya en los sujetos pasivos a incursionar en los medios electrónicos conscientes de la obligación que tienen con el Estado, sea que realicen actividades por canales tradicionales o electrónicos.

Organismos internacionales están buscando soluciones definitivas a este complejo problema de la imposición al comercio electrónico, y su objetivo es mantener los impuestos que gravan al comercio tradicional, para aplicar al comercio electrónico.

El Ecuador en base a experiencias de otras administraciones tributarias, debe iniciar un plan de incursión en los medios electrónicos, por supuesto adaptándolas a nuestra legislación, basado especialmente en el principio de simplicidad, en la

implementación de tecnologías actuales y con normas y leyes específicas de fácil aplicación.

## VII. CONCLUSIONES

Al finalizar este trabajo de investigación, se llega a las siguientes conclusiones:

1. Los negocios virtuales, es el resultado del desarrollo y evolución del comercio en diferentes épocas y escenarios geográficos, y su despunte vertiginoso se debe al nacimiento de la red de redes llamada internet.

2. El comercio electrónico ha globalizado el comercio, ha creado una nueva forma de relacionar a los proveedores de bienes y servicios y a los consumidores de éstos sin intermediarios, con mucha rapidez, con selección del bien o el servicio sin presiones, pero sobre todo desde la comodidad del lugar en que se encuentre, las 24 horas del día y durante los 365 días del año.

3. La rapidez con que ha crecido esta nueva forma de comercio, ha hecho que se establezca una gran distancia entre el comercio electrónico y las regulaciones y normas tributarias, Situación que no permite gravar los impuestos que se generan, y determinar el sujeto pasivo obligado, el lugar de origen del vendedor, entre otros.

4. Si no existe leyes y normas que regulen el comercio electrónico, el crecimiento vertiginoso de la tecnología y de los usuarios de estos medios electrónicos, los impuestos por este concepto van a representar un rubro muy significativo que la administración tributaria va a dejar de recaudar, sumándose además el hecho que del total de las compras realizadas por internet en el Ecuador, el 95% se las hacen al exterior.

5. En el Ecuador las compras por internet las realizan en mayor porcentaje en las ciudades de Quito y Guayaquil, siendo la primera la que estaría liderando y dinamizando el comercio electrónico en el país.

6. El comercio electrónico no solo representa las compras o las ventas de bienes y servicios, también con sus bondades ha permitido que el sistema financiero ecuatoriano se desarrolle tecnológicamente, y mejore la oferta de servicios a sus clientes, sobre todo constituye la plataforma de apoyo para el comercio electrónico, porque es el intermediario entre el vendedor y el consumidor en lo que respecta al pago del bien o del servicio adquirido, nada diferente a los medios de pago en el comercio tradicional.

7. La administración tributaria utilizando el comercio electrónico ha logrado mejorar su gestión, pues a través de su plataforma tecnológica ha facilitado todas las actividades u obligaciones tributarias que deben realizar los sujetos pasivos, con los

servicios en línea disponibles, siendo el más significativo las declaraciones de impuestos en línea, cuyo resultado es el crecimiento del cumplimiento tributario de los contribuyentes.

8. El mundo virtual es libre, los internautas tienen libre acceso a cualquier información y una libertad increíble para realizar cualquier actividad, es por esto que cualquier persona puede transformarse en proveedor o consumidor de cualquier clase de bienes y servicios, sin control ni regulación de nada ni de nadie.

## Bibliografía

Albán, Marco. *Problemas del derecho tributario frente al comercio electrónico*. Colombia, 2005.

—. *Problemas del Derecho Tributario frente al Comercio Electrónico*. Quito: Abya-Yala, 2003.

BCE. *Banco Central del Ecuador*. 2015. <http://www.bce.fin.ec/> (último acceso: 14 de Agosto de 2015).

Cabezas, Rafael, José Manuel Gil, y José Ramón Azkoiti. *Aplicaciones de las tarjetas inteligentes en la vida*. 2015.

<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/congresos/14/14247255.pdf> (último acceso: 17 de 08 de 2015).

*caliescribe.com/tecnología*. 2 de 6 de 2012. <http://caliescribe.com/tecnologia/2012/6/2-comercio-electronico>. (último acceso: 19 de 2 de 2015).

«ccce.org.co.» 2014. <http://www.ccce.org.co> (último acceso: 22 de 2 de 2015).

Consulting, Prince. *CACE*. Enero de 2014. <http://www.cace.org.ar/novedades/el-comercio-electronico-crecio-un-485-en-argentina-y-ya-son-mas-de-12-millones-los-argentinos-que-compran-por-internet/> (último acceso: septiembre de 2015).

Correa, Fransisco Nocete. *La fiscalidad internacional de comercio electrónico*. Granada, 2004.

Díaz, Vicente Oscar. *El comercio Electrónico y sus efectos en las relaciones tributarias internacionales*. Buenos Aires: Macchi, 2001.

Digital, Economía. *El comercio electrónico empieza a tributar el IVA del país del comprador*. 31 de Diciembre de 2014.

<http://www.economiadigital.es/gles/notices/2014/12/el-comercio-electronico-empieza-a-tributar-el-iva-del-pais-del-comprador-56354.php> (último acceso: 27 de Agosto de 2015).

*Dinero*. 26 de Noviembre de 2014.

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/crecimiento-del-comercio-electronico-colombia-region-2014/203524> (último acceso: 31 de Agosto de 2015).

Domenech, Jaime. *Wsilicon Week*. Mayo de 2013.

<http://www.siliconweek.es/cloud/brasil-estrena-nueva-legislacion-para-los-comercios-online-36824> (último acceso: Junio de 2015).

Durán, Mauricio. *El Comercio .com*. 5 de Agosto de 2014.

<http://www.elcomercio.com/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html>. (último acceso: 15 de agosto de 2015).

—. *El Comercio.com*. 5 de Agosto de 2014.

<http://www.elcomercio.com/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html> (último acceso: 29 de Agosto de 2014).

ECO. *20 minutos*. s.f

. <http://www.20minutos.es/noticia/2130398/0/internet/usuarios/mundo/> (último acceso: 25 de junio de 2015).

Ecuador, Banco Central del. *Preguntas Frecuentes*. 8 de octubre de 2008. <https://www.eci.bce.ec/preguntas-frecuentes#2> (último acceso: 26 de septiembre de 2014).

Ecuador, CODIFICACIÓN, LA COMISIÓN DE LEGISLACIÓN Y. *Código Tributario*. Quito, 2005.

Ecuador, Congreso Nacional. «Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.» Quito, s.f.

Ecuador, Servicio de Rentas Internas. *SRI*. 2012.

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/comprobantes-electronicos1> (último acceso: julio de 2015).

*El Telegrafo.com.ec*. 15 de Octubre de 2013.

<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-comercio-electronico-generaria-69-994-millones-en-america-latina.html> (último acceso: 12 de Agosto de 2015).

*El Universo*. 7 de Septiembre de 2014.

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/09/07/nota/3748791/carga-tributaria-mas-pesada> (último acceso: Septiembre de 2015).

Emprendedor, El. *El Emprendedor.ec*. 2012. <http://www.emprendedor.ec/ecommerce-ecuador/> (último acceso: Agosto de 2015).

*finanzas.gob.ec*. Noviembre de 2014. <http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Justificativo-de-Ingresos-y-Gastos-Proforma-2015-PDF.pdf> (último acceso: julio de 2015).

Fransi, Eduard Cristóbal. «Boletín ICE Económico.» 2001.

[http://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/330/BICE\\_2687.pdf?sequence=4](http://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/330/BICE_2687.pdf?sequence=4).

(último acceso: Marzo de 2015).

Gallego, Ma Isabel. *Modelo para el Comercio Electrónico*. México, 2007.

García, Y. *www.eumed.net/curse.com*. 12 de 3 de 2002.

<http://www.eumed.net/cursecon/colaboraciones/index.htm> (último acceso: 17 de 2 de 2015).

Gerloff, Wilhelm. *Doctrina de la economía tributaria, en Tratado de Finanzas*. Buenos Aires: El Ateneo, 1961.

Halchmi, Z, y K y Avital, O Hommel. «Electronic Commerce.» 1996: 2.

Head, Hammer. *blogspot.com*. 23 de Septiembre de 2008. [comercio-electronico-ch.blogspot.com/2008/09/modelo-de-intermediario.html](http://comercio-electronico-ch.blogspot.com/2008/09/modelo-de-intermediario.html) (último acceso: 25 de mayo de 2015).

Hocsman, Heriberto. *Negocios en Internet*. Buenos Aires: ASTREA, Lavalle 1208, 2005.

«info.abril.com.br.» 2 de 1 de 2015. <http://info.abril.com.br> (último acceso: 22 de 2 de 2015).

Internas, Servicio de Rentas. «Ekos Negocios.com.» Mayo de 2015. <http://www.ekosnegocios.com/Negocios/especiales/documentos/GP15/28/7.pdf> (último acceso: Agosto de 2015).

—. *SRI*. 2012. <http://www.sri.gob.ec/web/guest/10111> (último acceso: Agosto de 2015).

Internos, Servicios de Impuestos. *Estadísticas de Factura Electrónica*. 2 de Enero de 2014. <http://www.sii.cl/portales/efactura/estadistic.htm> (último acceso: 23 de Agosto de 2015).

iTimbre. *iTimbre Proveedor Autorizado de Certificación*. 2015. <http://www.itimbre.com/todo-sobre-facturacion/> (último acceso: mayo de 2015).

*La República*. 2014. [www.larepublica.co/search/content/ecommerce?](http://www.larepublica.co/search/content/ecommerce?) (último acceso: junio de 2015).

Lara, Geovanna. *blogspot.com*. 2012 de Febrero de 2012.

<http://giiovannalara.blogspot.com/2012/02/factura-electronica.html> (último acceso: Junio de 2015).

«Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.» Quito: Editora Nacional, 10 de Abril de 2002.

Libre, Esciclopedia. *es.wikipedia.org/wiki/Comercio\_electrónico*. 8 de 5 de 2013. [http://www.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_electrónico](http://www.wikipedia.org/wiki/Comercio_electrónico) (último acceso: 18 de 2 de 2015).

*Líderes*. 20 de Marzo de 2015. <http://www.revistalideres.ec/lideres/aduana-evaluacion-salvaguardias-compras-internet.html> (último acceso: abril de 2015).

McLure, Charles E., y Giampaolo Corabi. *La Tributación sobre el comercio electrónico*. Buenos Aires: Ediciones Depalma, 2000.

negocios., Departamento de Derecho de los. *El contrato por medios electrónicos*. Colombia, 2003.

Owens, Jeffrey. *El comercio electrónico y la tributación*. Portugal, 1999.

Pichincha, Banco. *Banca electrónica*. 2015. <https://www.pichincha.com/portal/Canales-de-atencion/Banca-Electronica> (último acceso: Agosto de 2015).

Pons, Jorge. V *LEX ESPAÑA / Información Jurídica Inteligente*. 2015. <http://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/nuevas-tecnologias-tributarial-lgt-278039> (último acceso: 20 de Mayo de 2015).

*Portal de Economía Solidaria*. REAS. 20 de Noviembre de 1997.

[http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo) (último acceso: 12 de Diciembre de 2013).

respuestas.com, la comunidad de mis. *tuspreguntas.tusrespuestas.com*. agosto de 2015. <http://tuspreguntas.misrespuestas.com/preg.php?idPregunta=10442> (último acceso: 15 de agosto de 2015).

*Sede Electrónica: Real Casa de la Moneda*. 2015. <http://www.fnmt.es/productos-y-servicios/tarjetas-electronicas/tarjetas-inteligentes/proposito-general/wg10> (último acceso: 15 de agosto de 2015).

SENAE. *ADUANA DEL ECUADOR*. 2012. <https://ecuapass.aduana.gob.ec/> (último acceso: Marzo de 2015).

—. *Aduana del Ecuador. Conectando al socio global*. Octubre de 2014.

[http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/press\\_room\\_view.jsp?idx=60](http://www.aduana.gob.ec/contents/nov/press_room_view.jsp?idx=60) (último acceso: 30 de Agosto de 2015).

—. *youtube*. 2013. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_9LsMy4OoP4](https://www.youtube.com/watch?v=_9LsMy4OoP4) (último acceso: Abril de 2015).

SENAE, ADUANA DEL ECUADOR. *SISTEMA ECUAPASS PARA EL COMERCIO EXTERIOR*. 2012. <http://www.ecuador.org/blog/?p=2222> (último acceso: MAYO de 2015).

Servicio de Rentas Internas. *Servicio de Rentas Internas*. 2015.

<https://declaraciones.sri.gob.ec/rec-declaraciones-internet/> (último acceso: 29 de Agosto de 2015).

Simóm, Heriberto. *Negocios en Internet*. Argentina, Buenos Aires: Astrea, 2005.

Sistemas, Ada. *Ada Sistemas*. s.f. <http://www.adasistemas.com/Default.aspx?Cod=34> (último acceso: 14 de Abril de 2015).

Tafur, Marco. *Revista Virtual de Investigación Económica*. 2013.

<http://www.analiseconomico.info/index.php/opinion2/303-ecuador-se-consolidan-los-grupos-financieros> (último acceso: Julio de 2014).

Tapia, Edwin. «[eltiempo.com.ec](http://eltiempo.com.ec)» 2 de Febrero de 2012.

<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/90423-sri-obliga-a-declarar-los-impuestos-por-internet/> (último acceso: noviembre de 2014).

Torrez, M. *Estrategia y tácticas en los negocios*. Bolivia, 4 de 2 de 2014.

WordPress.org. *Definición.de*. 2008. <http://definicion.de/web/> (último acceso: 5 de 07 de 2015).

### **Anexos**

- 1) Oficio No: 917012015OCEF001816 correspondiente al trámite No: 917012015001549, del 14 de agosto del 2015, del Centro de Estudios Fiscales del Servicio de Rentas Internas.
- 2) Tablas

Oficio No: 917012015OCEF001816  
Trámite No: 917012015001549  
Asunto: Solicitud de información

Quito, 14 AGO 2015

Señora  
Fabiola Salvador  
9 de Octubre N28-05 Berlin  
Telf.:0996423707  
Presente

De mi consideración:

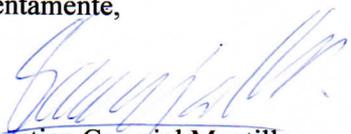
Me refiero al trámite No 917012015001549, de 19 de marzo de 2015, con el que solicita ciertas estadísticas de los años 2011 hasta el presente sobre el número de:

1. Declaraciones por impuesto receptadas por internet
2. Contratos de buen uso de las claves asignadas a los contribuyentes
3. Facturación electrónica, y/o todas las actividades que se realicen utilizando la tecnología (comercio electrónico)

Al respecto, sírvase encontrar en las tablas anexas la información estadísticas por años de cada uno de los puntos arriba mencionados. En caso de requerir otro tipo de información tributaria, sírvase revisar la herramienta de Estadísticas Multidimensionales, en la sección de Estadísticas de la página web del SRI (link: <https://declaraciones.sri.gob.ec/saiku-ui/#>).

Debido a que la información que custodia el Servicio de Rentas Internas es reservada de acuerdo al artículo 101 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, al artículo 99 del Código Tributario y al literal b del artículo 17 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, nos permitimos recordarle que los datos entregados solo pueden ser utilizados para los fines establecidos en su pedido original.

Atentamente,



Sebastián Carvajal Mantilla  
**Director Nacional**  
**CENTRO DE ESTUDIOS FISCALES**  
**SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

20-08-2015  
RB

Tabla Nro. 1

Año	Nro. Declaraciones por internet
2011	11.983.544
2012	13.688.460
2013	15.429.329
2014	16.132.540
2015	8.804.382
<b>Total</b>	<b>66.038.255</b>

Tabla Nro. 2

Año	Claves creadas por primera vez	Claves recuperadas
2011	2.487	4.704
2012	6.791	10.709
2013	9.003	19.400
2014	10.151	60.457
2015	10.647	63.609
<b>Total</b>	<b>39.079</b>	<b>158.879</b>

Tabla Nro. 3

Nro. Comprobantes electrónicos						
Año	Comprobante de retención	Factura	Guía de remisión	Nota de credito	Nota de debito	Total general
2012	888	17.526		515		18.929
2013	590.274	15.149.842	580.919	330.271	3.726	16.655.032
2014	5.169.175	161.285.480	3.725.846	2.673.517	288.470	173.142.488
2015	15.141.858	500.662.698	16.837.317	8.868.991	2.527.791	544.038.655
<b>Total</b>	<b>20.902.195</b>	<b>677.115.546</b>	<b>21.144.082</b>	<b>11.873.294</b>	<b>2.819.987</b>	<b>733.855.104</b>