

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Derecho

Maestría en Derecho Tributario

El Impuesto al Valor Agregado en servicios prestados a través de plataformas digitales operativas en el Ecuador

Paula Micaela Moncayo Meneses

Tutora: Carmen Amalia Simone Lasso

Quito, 2023

Trabajo almacenado en el Repositorio Institucional UASB-DIGITAL con licencia Creative Commons 4.0 Internacional

	Reconocimiento de créditos de la obra No comercial Sin obras derivadas	
---	---	---

Para usar esta obra, deben respetarse los términos de esta licencia

Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Paula Micaela Moncayo Meneses, autora del trabajo intitulado “El Impuesto al Valor Agregado en servicios prestados a través de plataformas digitales operativas en el Ecuador”, mediante el presente documento dejo 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 Magíster en Derecho Tributario en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. 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.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

7 de junio de 2023

Firma: _____

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo principal el identificar los problemas que se plantean en el impuesto al valor agregado por la prestación de servicios digitales en Ecuador. Si bien este tema no ha sido tratado a profundidad y de manera exhaustiva, el tema a ser investigado toma una gran relevancia a raíz de la pandemia por COVID-19, dado que esta situación obligó a las administraciones tributarias a implementar un régimen de cobro ante la creciente demanda del comercio electrónico.

En este contexto, dentro de la investigación se revisarán los elementos basilares que estructuran la imposición al consumo, con especial referencia al impuesto al valor agregado en servicios digitales. Además, se analizará el papel que cumple el comercio electrónico, las plataformas tecnológicas y los servicios digitales en la actualidad, así como sus repercusiones en los ámbitos económico y tributario en distintos países, con particular alusión al Ecuador. Al mismo tiempo, se identificarán los retos y dificultades que se presentan en la aplicación del régimen jurídico del IVA en servicios digitales, y el papel que cumple el Servicio de Rentas Internas en el recaudo del impuesto ante la presencia de proveedores residentes y no residentes en el Ecuador; para en ese marco, sustentar las posibles soluciones. De manera análoga, se expondrá mediante un ejercicio comparado la regulación contemplada en otros países respecto del impuesto al valor agregado sobre servicios digitales, el cual permitirá extraer elementos hacia la mejora del régimen y su aplicación en esta materia en el Ecuador. Para terminar, se presentará un apartado de conclusiones en el que se presentará el análisis final que ha derivado la presente investigación.

Palabras clave: impuesto al valor agregado, servicios digitales, comercio electrónico, agentes de percepción, agentes de retención, obligación tributaria, economía digital

A Fausto, Oliva, Daniel, Romina y Hans, por ser siempre mi pilar fundamental. La vida sin ustedes sería distinta.

A Julia, Piedad, Polivio y Vicente por enseñarme el valor de la familia y de la vida. Están en mi alma y corazón.

Agradecimientos

A Dios, por darme sabiduría, entendimiento, salud y tantas bendiciones. Además de ponerme en el camino de mis padres, los cuáles han sabido como guiarme en estos años de vida.

A Fausto, Oliva, Daniel, Romina y Hans, gracias por cada nueva experiencia a su lado. Estoy segura que tendremos muchos años más juntos.

Agradezco a mi tutora, la Dra. Carmen Simone, quien se ha destacado como mi guía en la realización de este proyecto, su trayectoria y experiencia profesional me han inspirado para continuar en la rama del Derecho Tributario. Gracias por haber confiado en mí y por todo su valioso tiempo.

A la Universidad Andina Simón Bolívar, en especial al personal docente y administrativo, quienes durante mi permanencia académica me han brindado su apoyo y ayuda en cualquier requerimiento que he tenido.

Al Dr. Juan Carlos Mogrovejo, el cual desde el inicio de esta maestría ha estado presente constantemente para solventar cualquier duda académica o administrativa y también ha sido de gran ayuda para la realización de este proyecto de trabajo académico.

A todas las personas que tuve la satisfacción de conocer en este programa, en especial a Lizzeth, Heymi, Daniela, María José y William, quienes no solo han estado apoyándome en la elaboración de este trabajo, sino que siempre están presentes en cualquier circunstancia.

Finalmente, agradezco a toda mi familia y amigos que siempre han estado a mi lado, en las buenas y en las malas.

Tabla de contenidos

Abreviaturas.....	13
Introducción.....	15
Capítulo primero: Economía digital y sus principales manifestaciones.....	19
1. La dinámica de la economía digital.....	19
2. El uso de las TICS en la economía digital.....	21
3. Comercio electrónico. Rasgos generales.....	23
4. Evolución del comercio electrónico durante la pandemia COVID-19.....	27
5. Tipos de transacciones electrónicas y medios digitales de pago.....	29
6. Cometidos en línea fiscal: Plan BEPS (acción 1).....	34
Capítulo segundo: El impuesto al valor agregado en operaciones inherentes a la economía digital.....	41
1. El IVA y sus elementos esenciales en operaciones vinculadas a la economía digital.....	41
1.1. Conceptos básicos. Visión técnica y financiera.....	41
1.2. Directrices Internacionales sobre IVA.....	46
1.3. Aspectos vinculados al cobro.....	54
1.4. Sujetos.....	57
1.5. Delimitación del hecho generador.....	60
1.6. Base imponible.....	62
1.7. Problemas, desafíos y retos de la gestión tributaria frente a la economía digital: dificultades en el pago de IVA en servicios digitales.....	63
Capítulo tercero: Análisis comparado de la imposición al valor agregado en servicios digitales. Experiencias en otros países.....	69
1. Regulación en el marco nacional. IVA en servicios digitales en Ecuador.....	70
2. Regulación en el marco internacional. IVA en servicios digitales en Argentina...	73
3. Regulación en el marco internacional. IVA en servicios digitales en Colombia ...	78
4. Análisis comparado de la implementación del IVA en servicios digitales en Argentina, Colombia y Ecuador.....	80
Conclusiones.....	85
Bibliografía.....	91

Abreviaturas

AFIP	Administración Federal de Ingresos Públicos
B2A	Business to administrations
B2B	Business to business
B2C	Business to consumers
BEPS	Base Erosion and Profit Shifting
C2B	Consumers to administrations
C2C	Consumers to consumers
COVID-19	Coronavirus
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
G20	Grupo de los Veinte
GST	Goods and Services Tax
ITD	International Tax Dialogue
ITM	Impuesto a las Transacciones Mercantiles
IVA	Impuesto al Valor Agregado
LOSPT	Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria
LRTI	Ley de Régimen Tributario Interno
LRTI	Ley de Régimen Tributario Interno
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
RLOSPT	Reglamento a la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria
RLRTI	Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno
RUC	Registro Único de Contribuyentes
RUT	Registro Único Tributario
SRI	Servicio de Rentas Internas
TIC	Tecnologías de la información y la comunicación

Introducción

A pesar de que el legislador ya ha considerado de manera general el pago de tributos por prestación de servicios digitales, este tema ha cobrado mayor importancia en la actualidad por el advenimiento de la llamada era digital, en la que las operaciones económicas y comerciales se apoyan cada vez más en la tecnología. La situación originada de la pandemia por COVID-19, derivó a que las transacciones digitales ascendieran en mayor nivel, ya que las personas prefirieron utilizar el comercio electrónico para realizar sus diferentes actividades cotidianas y evitar un posible contagio.

Al comercio electrónico se lo debe entender como la forma de transacción comercial que se realiza para la obtención de bienes y servicios en la que las partes interesadas interactúan por medios electrónicos en lugar de realizarlo de forma física.¹ Este concepto es necesario tenerlo claro, dada la proyección del tema a abordar.

Por otro lado, el pago de impuestos estructurado materialmente a través de la configuración de la obligación tributaria, refleja un vínculo jurídico personal entre el sujeto activo y el sujeto pasivo, siempre y cuando exista el hecho generador que debe comprobarse para configurar cada tributo.² Cabe destacar que el fin de un tributo es la recaudación de ingresos públicos, los cuales servirán para poder llevar a flote la economía nacional y poder tener los medios suficientes para una estabilidad económica.³ Así mismo, considerando el principio de generalidad mencionado en el artículo 300 de la Constitución de la República del Ecuador, todos los contribuyentes deben soportar las cargas tributarias y por lo tanto no deben existir privilegios ni tratos diferenciados.⁴ Es decir, se debe pagar impuestos por igual dependiendo de la capacidad económica de cada contribuyente.

Con estos antecedentes, se entiende que todas las personas naturales o sociedades están obligadas al pago de impuestos por la generación de una actividad económica en virtud de revelar, en mayor o menor grado, una capacidad de pago; lo cual se encuentra normado en la legislación pertinente.

¹ Andrea Basantes et al., *Comercio Electrónico* (Ibarra: Imprenta Universitaria, 2016), 19, <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6793/1/Libro%20Final%20E%20commerce.pdf>

² Ecuador, *Código Tributario*, Registro Oficial No. 38, 14 de junio 2005, art. 15.

³ *Ibíd.*, art. 6.

⁴ Juan José Ferreiro Lapatza, *Instituciones de Derecho Financiero* (Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A, 2010), 192.

En el caso de Ecuador, uno de los mayores problemas que se presentará en esta investigación es el hecho de que no se tiene clara la base del cobro del IVA en la utilización de servicios digitales. Así, por ejemplo, el artículo 61 numeral 8 de la LRTI, indica que los pagos por servicios prestados en las plataformas digitales que tengan relación a servicios que consistan en la entrega y envío de bienes muebles que sean de naturaleza corporal, se empleará el cobro del IVA⁵ pero sobre la comisión, siempre y cuando esta se encuentre separada del monto total. Pero hay casos que no se encuentran especificados, dado que al momento de realizar una compra el banco no tiene el detalle específico de si se adquirió un bien o un servicio.

El presente trabajo de investigación se ha estructurado en tres capítulos, de la siguiente manera:

Capítulo primero, titulado “Economía digital y sus principales manifestaciones”, en el cual se analizará la dinámica de la economía digital el uso de las TICS en la economía digital, rasgos generales del comercio electrónico y su evolución durante la pandemia por COVID-19, los tipos de transacciones electrónicas y medios digitales de pago y se finalizará con una breve reseña de la acción 1 del Plan BEPS.

Capítulo segundo, titulado “El impuesto al valor agregado en operaciones inherentes a la economía digital”, tiene como finalidad presentar el Impuesto al Valor agregado con sus elementos esenciales en operaciones vinculadas a la economía digital, entendiendo como estos elementos a conceptos básicos, aspectos vinculados al cobro, sujetos intervinientes, delimitación del hecho generador, base imponible y terminando con la presentación de los problemas, desafíos y retos de la gestión tributaria frente a la economía digital, enfocado en las dificultades en el pago de IVA en servicios digitales.

Capítulo tercero, titulado “Análisis comparado de la imposición al valor agregado en servicios digitales. Experiencias en otros países”, en el que se realizará el análisis de la normativa prevista en el Ecuador con una comparación de la situación en otros países que han implementado impuestos a la prestación de servicios digitales. Para el efecto, se han escogido Argentina (21%) y Colombia (19%), teniendo en cuenta que son los países latinoamericanos con mayor tarifa por IVA y además son países pioneros en la implementación de IVA en servicios digitales.

⁵ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, Registro Oficial No. 463, 17 de noviembre 2004, art. 61.

Se pretende que esta investigación sirva como recurso académico para aquellos que tengan interés en el conocimiento del avance de los medios digitales vinculados al derecho tributario.

Capítulo primero

Economía digital y sus principales manifestaciones

El presente capítulo surge a partir de la necesidad de dar a conocer los diferentes aspectos de la economía digital, empezando desde su dinámica y progreso, analizando la función de las tecnologías de la información y la comunicación en la economía digital; presentando los rasgos generales del comercio electrónico; y, continuando con una explicación de la evolución del comercio electrónico durante la pandemia de la COVID-19. Con esto se pretende abordar los distintos tipos de transacciones electrónicas y medios digitales de pago, para finalizar con un análisis de la acción 1 del Plan BEPS (Base Erosion and Profit Shifting, por sus siglas en inglés).

1. La dinámica de la economía digital

A raíz de la adopción de los primeros ordenadores a mediados del siglo 20, inicia la era de la información, la cual trae consigo un cambio de lo analógico a lo digital. Sin embargo, la verdadera transformación digital se observa en las dos últimas décadas, es decir desde el año 2000. Esta transformación digital se plasma en gran medida con la globalización, la cual ha sido un gran instrumento para que la información y la comunicación tengan un gran crecimiento en los últimos años, mediante la utilización de los distintos medios digitales. Este fenómeno en conjunto con la disrupción tecnológica han propiciado el crecimiento de las empresas, el surgimiento de ciudades inteligentes, mayor acceso a la educación, nuevos empleos, mayor acceso a servicios financieros, y varios otros beneficios vinculados a la economía digital.⁶

La economía digital es definida como:

un facilitador cuyo desarrollo y despliegue se produce en un ecosistema caracterizado por la creciente y acelerada convergencia entre diversas tecnologías, que se concreta en redes de comunicación (redes y servicios, redes fijas-móviles), equipos de hardware (móviles multimedia 3G y 4G), servicios de procesamiento (computación en la nube) y tecnologías web (Web 2.0).⁷

⁶ Marjorie Acosta, Alfredo Yagual Velastegui y Verónica Coronel Pérez, “Perspectivas de la economía digital en Latinoamérica: Caso Ecuador”, *3C Empresa: Investigación y pensamiento crítico* 7, n.º. 3 (2018): 28-43, DOI: <http://dx.doi.org/10.177993/3cemp.2018.070335.28-43/>.

⁷ Organización de Naciones Unidas y Comisión Económica para América Latina y el Caribe, *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad* (Santiago de Chile: Naciones Unidas, 2013), 9, https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35408/1/S2013186_es.pdf.

Además, la economía digital también se encargará de confluir a varios agentes del mercado, que para su interacción utilizarán la tecnología que se encuentre a su alcance y, a su vez, agregarán valor a sus bienes o servicios para procurar que las necesidades del consumidor final sean complacidas de forma eficiente.⁸ De esta manera, la empresa tradicional se convierte en una industria 4.0, en la cual, se generarán nuevos modelos de negocios como es el caso del comercio electrónico.⁹ La generación y crecimiento de estos nuevos modelos de negocio digitales, obligan a que las empresas tomen medidas que se adapten a la nueva realidad y así, se analicen los ajustes necesarios para sus esquemas de negocio se mantengan con un correcto funcionamiento.¹⁰

Entre las principales características de la economía digital se tienen: 1) se adapta a la rapidez en el cambio tecnológico; 2) su globalización económica cada vez es mucho mayor ya que consiste en una economía que volatiza las fronteras; 3) se visualiza un aumento de la cultura económica tanto como del consumidor o el cliente, ya que este mientras más evoluciona en el mercado, exige mayores niveles de excelencia a los bienes y servicios; 4) conocimiento e información de los productos a adquirir por el consumidor; y, 5) la interconexión en red, lo que permite que las transacciones se realicen de una manera más sencilla.¹¹

La economía digital en la actualidad es muy fuerte, debido a que de manera principal está fundada en un modelo de negocio que funciona al impulsar la eficacia de la transacción, al generalmente estar en constante relación con emprendedores que están conscientes de que su negocio puede fracasar, lo cual incrementa que se atraigan mentes mejores y más brillantes. Además, en sus inicios fue considerada un fenómeno americano, que ahora se ha extendido por todo el mundo.¹²

Por otro lado, la economía digital también trae consigo nuevos riesgos, como por ejemplo, problemas con la ciberseguridad, promoción de actividades financieras ilegales,

⁸ Acosta, Yagual Velastegui y Coronel Pérez, “Perspectivas de la economía digital en Latinoamérica: Caso Ecuador”, 32

⁹ Karen Mossberger, Caroline J. Tolbert y Ramona S. McNeal, *Digital Citizenship* (Cambridge, Estados Unidos: MIT Press, 2008), citado en Acosta, Yagual Velastegui, y Coronel Pérez, “Perspectivas de la economía digital en Latinoamérica: Caso Ecuador”, 32.

¹⁰ Bartolomé Borrego Zabala, La necesidad de aplicación de los tributos a las nuevas tendencias de los negocios electrónicos, *Revista de Internet, Derecho y Política*, n.º 18 (2014): 51-59, citado en Acosta, Yagual Velastegui y Coronel Pérez, “Perspectivas de la economía digital en Latinoamérica: Caso Ecuador”, 32.

¹¹ Haydeé Cecilia Rincón De Parra, “Economía Digital: ¿Se Requieren Nuevos Fundamentos Teóricos Que La Definan?”, *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos* 4, n.º 2 (2007): 182-191, <https://www.redalyc.org/pdf/3372/337228632009.pdf>.

¹² *Ibíd.*, 188.

y el cuestionar el concepto de privacidad.¹³ Para contrarrestar estos problemas, los gobiernos deben actuar en ejercicio de sus facultades, y en estrecho diálogo con otras partes interesadas, para así moldear la economía digital de acuerdo a las necesidades de cada país. Está claro que varias cuestiones relativas a este problema se pueden abordar con ayuda de políticas y estrategias nacionales, pero al ser un tema globalizado, los gobiernos deben apuntar hacia un ámbito internacional, incluyendo la participación de actores externos que tengan más conocimiento en estos temas.

2. El uso de las TICS en la economía digital

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la actualidad son bastante importantes, ya que han facilitado a que la sociedad red se extienda de manera considerable. La sociedad red, según Michael Mann, es aquella conformada por interacciones sociales dentro de cuyos límites existe una cierta brecha en la interacción entre ella y su entorno.¹⁴ Esta sociedad red no debe ser confundida con la sociedad red global, ya que esta es “aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica”.¹⁵

Esta sociedad red necesita contar con un resguardo eficiente y eficaz, es por ello que el papel que cumplen las TIC para preservar los soportes, archivos, información y canales de comunicación, debe ser el más adecuado y así protegerse en el medio digital.

Las TIC son definidas como “tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información”.¹⁶ Por otro lado, las TIC también son consideradas como un conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que se plantean como objetivo que la calidad de vida de las personas dentro de un entorno mejor, conformando un sistema de información

¹³ Organización de Naciones Unidas, *Informe sobre la economía digital 2019. Creación y captura de valor: Repercusión para los países en desarrollo* (Geneva: United Nations, 2019), vi, https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_es.pdf

¹⁴ Michael Mann, *The Sources of Social Power* (Reino Unido: Cambridge University Press, 1986), citado en Manuel Castells, *Comunicación y Poder* (Madrid: Alianza Editorial S.A., 2009), 44.

¹⁵ Castells, *Comunicación y Poder*, 50-1.

¹⁶ Colombia José Camilo Daccach, “Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC)”, Gestipolis, accedido 12 de junio de 2007, 1, citado en Esmeralda Sánchez Duarte, “Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) Desde Una Perspectiva Social”, *Revista Educare* XII, n.º Extraordinario (2008): 156, ISSN:1409-42-58.

interconectado y complementario.¹⁷ Así, es necesario indicar que para el funcionamiento de las TIC es indispensable el uso de internet con ayuda de un computador, celular, tableta, entre otros dispositivos, ya que estos permitirán que toda la información almacenada en la red se pueda compartir y utilizar en cualquier parte del mundo en otros dispositivos.

Entre las TIC que se han encargado de los cambios en el trato y traslado de información se encuentran: “1) fibra óptica; 2) ordenadores; 3) sistemas de interacción con el ordenador y el usuario; 4) digitalización de la información; 5) comunicaciones vía satélite; 6) telefónica celular; y 7) redes de comunicación.”¹⁸ Con estos cambios, las TIC han ayudado que la economía sufra grandes modificaciones, lo cual ha afectado en las formas de producción, compra, mantenimiento, venta, distribución, entre otros y esto ha dado paso a la formación de la economía digital. Esta economía se sustenta en la innovación tecnológica y a su vez da como resultado la incorporación de nuevos conocimientos y tecnologías.¹⁹

De esta manera, las TIC cumplen un papel característico en la economía digital ya que ayudan con el proceso de la información y el intercambio de la misma. Es así que estas tecnologías están ligadas directamente a la globalización de los mercados, incrementando la economía digital en todas sus facetas.

De acuerdo al informe sobre economía digital de la Organización de Naciones Unidas, se indica que las exportaciones mundiales relacionadas a servicios de TIC y servicios digitales en general, incrementaron considerablemente en los últimos diez años, con lo cual se puede reflejar una creciente digitalización de la economía mundial.²⁰ Estos datos reflejan que la utilización de las TIC al reducir costos en distancias o costos de acceso a la información, generan un fuerte impacto en el ciclo de vida de las empresas y también sobre su estructura.²¹ Como resultado de lo antes mencionado, las empresas

¹⁷ España Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, *-IMPLEMENTA-T15. Acción AT-0080/2015. Introducción a las TIC* (España: Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, 2015), 5.

¹⁸ Rincón De Parra, “Economía Digital: ¿Se Requieren Nuevos Fundamentos Teóricos Que La Definan?”, 185.

¹⁹ Jessenia Alomoto y Jéssica Villacrés, “La Economía Digital Como Mecanismo Para Mejorar La Productividad Y Competitividad De Las Pymes En El Sector Turístico” (tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, 2013), 13 y 14.

²⁰ Organización de Naciones Unidas, *Informe sobre la economía digital 2019. Creación y captura de valor: Repercusión para los países en desarrollo*, 6.

²¹ Universidad Abierta y a Distancia de México, “Unidad 2. Integración económica digital”, en *Economía digital* (México: Universidad Abierta y a Distancia de México, 2018), 7.

obtienen una mayor competencia en los mercados y así buscan mejorar la calidad, innovación y creación de sus productos y servicios.

Es así que, se puede observar que el uso de las TIC aplicado a la economía digital permite que las empresas aprovechen las técnicas actuales, y con ellas puedan analizar las estrategias que les ayuden a optimizar sus procesos organizacionales. Esto se visualiza en la evolución, movilidad y rapidez de sus procesos, la reducción de costos no solo para las empresas sino también para sus clientes y la atención al cliente en obtención de información más rápida, compras en línea, entre otras actividades.²²

3. Comercio electrónico. Rasgos generales

El desarrollo de las tecnologías informáticas y el crecimiento de las telecomunicaciones a finales de la década de los noventa, dieron como resultado el fortalecimiento de un proceso de globalización e interdependencia económica. Así, se empezó a visualizar una nueva forma de comercio, creando un nuevo proceso de oferta y demanda en el cual el comerciante y el cliente utilizan los medios electrónicos para realizar sus transacciones. De esta manera, se aprecia el surgimiento de empresas y consumidores digitales dando vida al comercio electrónico.²³

Eloy Seoane señala que el comercio electrónico pasó por cuatro generaciones hasta llegar a lo que se conoce en la actualidad, estas son:

- Primera generación: En esta generación se crea la web y el modo de comunicación con el cliente se lo realiza mediante formularios o correo electrónico. Aún no es posible comprar en línea.²⁴
- Segunda generación: esta generación ya vislumbra las compras por Internet, con el apareamiento de centros comerciales virtuales en los que existe una venta exclusiva en Internet.²⁵

²² Jordan Alfredo Chuya-Chuya et al., “Economía digital, herramienta para mejorar la competitividad y productividad en las PYMES caso: Machala-Ecuador”, *593 Digital Publisher CEIT* 6, n.º 3 (2021): 84-85.

²³ Doris Karina Oropeza, “El comercio electrónico y principios económico-comerciales”, en *La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano* (México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2018), 1.

²⁴ Eloy Seoane Balado, *La nueva era del comercio electrónico* (Madrid: Ideaspropias Editorial, 2005), citado en José María Anteportamlatinam Valero, “Relevancia del E-Commerce para la Empresa Actual” (tesis de pregrado, Universidad de Valladolid, 2014), 14.

²⁵ *Ibíd.*

- Tercera generación: Viene con el inicio de la automatización del proceso de selección y envío de datos de todos los productos que se compran mediante las bases de datos. El uso de la tarjeta de crédito se empieza a generalizar como forma de pago y el marketing en la red crece cada vez más.²⁶
- Cuarta generación: La seguridad de los sitios es mejorada y se incluyen mecanismos de pagos seguros, en los cuales las carteras electrónicas como PayPal, Apple Pay, Skrill, entre otras, empiezan a ser más utilizadas. Se implementan servicios de seguimiento del producto para más confianza del cliente y surgen las primeras legislaciones en tratar el comercio electrónico, especialmente en países desarrollados. Finalmente, la publicidad de venta de productos o servicios crece masivamente en redes.²⁷

Una vez conocidas las generaciones de este comercio, es necesario conceptualizarlo. El comercio electrónico es considerado como aquel entorno en el que se realizan varias transacciones comerciales²⁸ mediante una red conocida como *Internet*, la cual es una red pública a la que la mayoría de personas tienen acceso. Este comercio también se caracteriza por describir el proceso²⁹ que atraviesan los productos, servicios o información que se realiza mediante el uso del internet.³⁰ La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) plantea un concepto más amplio del comercio electrónico, entendiéndolo como “la compra o venta de bienes o servicios, ya sea entre empresas, hogares, individuos, gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas, realizadas en redes mediadas por computador”.³¹ Mediante esta definición, ya se puede entender que el comercio electrónico no aplica solo para consumidores específicos, sino que al igual que el comercio físico, se puede dar entre cualquier persona, con la diferencia de que en el comercio electrónico las partes no se encuentran físicamente y se comunican con ayuda del internet.

Por otro lado, la Dirección General de Estadísticas de Canadá incluye nuevos elementos al concepto de comercio electrónico, definiéndolo como el conjunto de ventas

²⁶ *Ibíd.*

²⁷ *Ibíd.*

²⁸ La transacción comercial es aquella en la que se involucra el intercambio de un valor (como por ejemplo el dinero), entre el comerciante y el cliente al recibir un producto o servicio.

²⁹ Compra, venta y transferencia.

³⁰ Diana María Robayo-Botiva, *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones* (Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, 2020), 5.

³¹ Organization for Economic Cooperation and Development, *Guide to Measuring the Information Society* (Paris: OECD Publishing, 2011), 74, http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-guide-to-measuring-the-information-society-2011_9789264113541-en, trad. y citado, en Robayo-Botiva, *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones*, 2.

de bienes y servicios que se han realizado mediante el Internet, sin menoscabo de que el pago pueda efectuarse por otros medios, por ejemplo, pagar en efectivo al recibir el producto. Además, para que los pedidos sean considerados parte del comercio electrónico, únicamente deben realizarse por Internet y se descartan aquellos pedidos que hayan sido efectuados por medio de teléfono o fax.³² Con este concepto, es importante destacar que el comercio electrónico es únicamente la compra de un servicio o producto con ayuda del Internet; sin embargo, la forma de pago no se realiza únicamente en línea, si no que puede consistir en diferentes formas de pago como a contra entrega en efectivo, transferencia, tarjeta de débito, crédito o de regalo, entre otros.

El comercio electrónico puede ser de varios tipos, no obstante, los más conocidos son el comercio electrónico puro y parcial. El comercio electrónico puro se caracteriza en que toda la transacción es netamente digital; mientras que el parcial es aquel en el que el producto o proceso de compra y venta no es digital. Por otro lado, el comercio electrónico cuenta con características únicas, entre estas:

- Ubiquidad: es una de las características más importantes de este comercio, ya que mediante él se puede realizar una comprar desde una computadora, un celular, una tableta, a cualquier hora y en cualquier lugar, reduciendo los costos en las transacciones y la logística.³³
- Alcance Global: la tecnología que se utiliza en el comercio electrónico coadyuva a que las transacciones atraviesen aquellos límites regionales, nacionales y culturales, en donde el tamaño potencial de este mercado es semejante a la proporción de la población global que se encuentra conectada en línea.³⁴
- Estándares universales: los estándares técnicos que son utilizados por el Internet, son estándares universales ya que son compartidos en todo el mundo, no tienen un costo y deben ser de estricto cumplimiento para su buen funcionamiento. Esta característica permite que la búsqueda de productos o servicios en la red, permitan al consumidor comparar precios y tomar la decisión más adecuada a su presupuesto.³⁵

³² Statistics Canada, “Retail e-commerce in Canada”, *Statistics Canada, Catalogue n.º 11-621-M* (2016): 3, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/en/pub/11-621-m/11-621-m2016101-eng.pdf?st=1h4JsoeI>, citado en OCDE, *Panorama del Comercio Electrónico: Políticas, Tendencias y Modelos de Negocio*, trad. Asociación Mexicana de Internet (París: Asociación Mexicana de Internet, 2019), 17.

³³ Kenneth C. Laudon y Carol Guercio Traver, *E-commerce. Business. Technology. Society* (Boston: Pearson, 2017), citado en Robayo-Botiva, *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones*, 6.

³⁴ *Ibíd.*

³⁵ *Ibíd.*

- **Facilidad de información:** este comercio se ha desarrollado a manera que, permite al consumidor un mayor a información sobre un producto o servicio del que tenga interés. Esto se realiza mediante la interactividad y el ajuste al mensaje que quiere transmitir al vendedor, como ejemplo de esto se tienen a los asesores virtuales, quienes mediante un mensaje en la página web ya solventan dudas.³⁶
- **Interactividad:** los sitios de compra online, mediante sus funciones de compartir experiencias permiten que a partir de reseñas o comentarios los consumidores puedan interactuar entre si y de esta manera los compradores que se encuentren interesados en un producto o servicio puedan verificar las experiencias de otros para poder realizar su compra.³⁷
- **Densidad de la información:** permite que el consumidor pueda acceder a la calidad y cantidad total de información sobre un producto o servicio que desee adquirir. Por ello el comercio electrónico permite que esta información sea abundante, de gran calidad y de acorde al presupuesto. Las TIC cumplen un importante papel en esta característica, dado que en su constante actualización e información precisa y garantiza transparencia en la búsqueda del consumidor.³⁸

Esta nueva forma de comercio ofrece ventajas que el comercio físico no podría igualar; el solo hecho de que la distribución del producto o servicio pueda ser mejorada por la utilización del Internet ya es un gran paso para los consumidores, dado que ambas partes de la transacción pueden interactuar directamente sin intermediarios, desde cualquier lugar en el que se encuentren y obteniendo entregas de manera inmediata, generando un gran ahorro.

Para las empresas es de gran ayuda, ya que reducen los costos de sus transacciones mediante la eliminación de muchos procedimientos que resultaban de numeroso papeleo. Así, los costos que se derivaban de la compra y venta empiezan a bajar notablemente al no tener que ingresar y procesar la información de dichos procedimientos y de la misma manera se evitan los errores y duplicidad de pedidos, ya que el cliente es quien confirma su compra.³⁹

La mejora de la comunicación comercial entre empresa y cliente es una de las ventajas más notables del comercio electrónico. Esta ventaja consiste en la actualización

³⁶ *Ibíd.*

³⁷ *Ibíd.*

³⁸ *Ibíd.*, 7.

³⁹ Roxana Silva Murillo, "Beneficios del Comercio Electrónico", *Perspectivas*, n.º 24 (2009): 151-164, 161.

constante por parte de la empresa de los productos o servicios que estos ofrecen, dando la posibilidad de que el cliente pueda acceder a su sitio en línea las 24 horas del día y no tenga que acudir a la tienda física para poder completar una transacción.

En resumen, el comercio electrónico tiene grandes ventajas para quienes lo usan, así se puede destacar una mayor oferta de servicios y productos; la eliminación de los costos de desplazamiento; menores costos de productos comparados al comercio físico; transacciones impersonales; disponibilidad para el cliente las 24 horas del día; facilidad de la compra, entre otros. Además, este comercio electrónico beneficia en especial a las pequeñas empresas, dado que al publicar sus productos en Internet pueden darse a conocer de manera más ágil y competir en el mercado digital con las grandes empresas.

4. Evolución del comercio electrónico durante la pandemia COVID-19

El comercio electrónico sin duda alguna es una nueva forma de economía digital, no obstante, no ha transcurrido mucho tiempo en que los países en desarrollo empezaron a utilizar este tipo de transacciones para obtener servicios o bienes con mayor facilidad. Por ejemplo, en estos países se estima que solo una de cinco personas utiliza internet, frente a las cuatro personas de cada cinco que lo hacen en los países desarrollados.⁴⁰ Tal vez estos datos no parezcan muy acercados a la realidad, ya que debido a la pandemia originada por la COVID-19, varias personas obligatoriamente tuvieron que cambiar su modo de vida y acoplarse a la tecnología actual. Sin embargo, Ecuador es un claro ejemplo de que la tecnología no llega a todos los lugares. Así, se puede observar como varios niños y adolescentes no pudieron continuar con sus estudios debido a la nueva realidad, es decir la educación virtual.

En este contexto, la educación empezó a enfrentar más dificultades de las ya existentes, dado que, el sistema educativo al tener que implementar en las aulas las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), no contaba con las herramientas suficientes para proporcionar una educación adecuada. De este modo, se produjo una desigualdad en la comunidad educativa y se creó una brecha digital, la cual es generada a causa de las diferencias que existen para acceder a las ventajas de la tecnología. Esta brecha digital afectó principalmente a las personas de escasos recursos, las cuales, al no poseer los medios tecnológicos necesarios como por ejemplo, una computadora, un

⁴⁰ Organización de Naciones Unidas, *Informe sobre la economía digital 2019. Creación y captura de valor: Repercusión para los países en desarrollo*, 3.

teléfono móvil, acceso a internet (aunando también el conocimiento sobre su uso), no pudieron continuar con sus estudios o sus actividades habituales, creando una notoria disparidad con los que sí tienen acceso a la tecnología.⁴¹

Con relación al tema central, la COVID-19 afectó a muchos negocios, debido a las cuarentenas forzosas, las reglas impuestas por los gobiernos para evitar contagios, el transporte de mercancías de un lugar a otro, entre otros, lo cual provocó como resultado que cierren sus puertas, reduzcan sus operaciones de manera significativa, despidos intempestivos de personal, reducción de sueldos, personal con más jornadas elevadas, eliminación de sus productos, etc.⁴²

Este virus llevó a que el uso de la tecnología sea un requisito obligatorio en las empresas y más aún si se trata de actividades comerciales. Es así que el comercio electrónico durante la COVID-19 ha despuntado de una manera agigantada, ya que varias personas por el temor a un posible contagio preferían realizar sus compras utilizando aplicaciones de entrega a domicilio y pagaban con ayuda de sus tarjetas de débito o crédito o su billetera electrónica. De igual manera, debido a la crisis y la pérdida de varios empleos, muchas personas decidieron emprender sus propios negocios y utilizaron los medios electrónicos para realizar sus ventas. Así, las plataformas digitales facilitaron las transacciones y la instalación de redes, ayudando al intercambio de información y el aprovechamiento de todos los beneficios que ofrece la globalización.

No obstante, las empresas locales se enfrentan a una dura competencia contra las empresas nacionales y extranjeras digitalizadas, ya que las segundas sin duda alguna tienen una mayor ventaja en el mercado.⁴³ De la misma manera, los negocios tradicionales también enfrentan una grave crisis en relación a las empresas digitales, puesto que al no tener una presencia en el mercado digital se les dificulta la venta de sus productos y servicios, dando como resultado su migración digital, implicando nuevos gastos para mantenerse competitivos en el mercado. Así estas empresas, evolucionan y revalúan su modelo de negocio para poder supervivir.

En la actualidad, el comercio electrónico es la herramienta ideal para que todo tipo de empresa siga en el mercado. Sin embargo, la aplicación de este comercio es

⁴¹ Diana Gabriela Bermeo-Chalco, Darwin Gabriel García-Herrera y Sandra Elizabeth Mena-Clerque, “Brecha digital en tiempos de pandemia: Perspectivas de padres de familia”, *EPISTEME KOINONIA* 4, n.º 8 (2021): 340 y 342, <https://doi.org/10.35381/e.k.v4i8.1359>.

⁴² Kelly Rodríguez et al., “El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19”, *Revista Espacios* 41, n.º 42 (2020): 103.

⁴³ Organización de Naciones Unidas, *Informe sobre la economía digital 2019. Creación y captura de valor: Repercusión para los países en desarrollo*, 13.

considerado más beneficiosa para las pequeñas empresas y emprendimientos, siempre y cuando estas tengan la capacidad de adaptarse, mejorar sus procesos, obtener reconocimiento en el mercado y afrontar la crisis que ha generado la pandemia.⁴⁴

Tal y como lo señala BBC News Mundo, la caída económica mundial debido a la pandemia por COVID-19 derivó que muchas empresas realicen una reestructuración de todas sus estrategias, mediante el uso del comercio electrónico, para de esta forma poder tomar contacto con sus compradores y poder detener su caída en el mercado. Es por esto que, varias empresas de manera obligada han avanzado de manera rápida al mundo digital, promoviendo en gran medida el comercio electrónico, el cual se ha convertido en componente clave para su funcionamiento.⁴⁵

Por otro lado, para el consumidor la calidad de la experiencia en las compras en línea es muy importante, dado que las empresas buscan evaluar el grado de satisfacción en el proceso de compra, siendo que mientras más satisfactorio sea dicho proceso, más fructuoso será para la empresa. Con esto, es fundamental que las empresas se encuentren en constante monitoreo de los desafíos y obstáculos que puedan surgir en el proceso de compra para el cliente, para que en caso de existir algún desperfecto puedan solucionarlo de manera eficiente y eficaz. Es por ello, que la implementación de las TIC en sus procesos juega un papel fundamental, ya que deben ofrecer y asegurar al consumidor una buena experiencia, la cual cubra todas sus expectativas y así vayan creando su portafolio de compradores.⁴⁶

Con base en todo lo mencionado, se puede deducir que el comercio electrónico tras la pandemia por COVID-19 ha llegado para quedarse, facilitando la vida de los consumidores y reduciendo barreras y costos para los comerciantes. Además, ha posibilitado que pequeñas tiendas las cuáles antes de la pandemia no tenían mayor visibilidad puedan darse a conocer y así crecer de una manera exponencial, como es el caso de los emprendimientos, que surgieron a raíz de las consecuencias que trajo esta crisis mundial.

5. Tipos de transacciones electrónicas y medios digitales de pago

⁴⁴ Rodríguez et al., “El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19”, 108.

⁴⁵ BBC News Mundo, “La economía y el coronavirus: los negocios ganadores y los sorprendidos perdedores durante la pandemia”, *BBC News Mundo*, 14 de mayo de 2020, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52647431>.

⁴⁶ Marta María Dorado Porras, “Impacto Del COVID-19 En El Comercio Electrónico” (tesis de pregrado, Universidad Pontificia Comillas, 2020), 32.

La evolución del Internet ha traído como resultado que todas las cosas que conocíamos vayan transformándose de un ambiente tradicional a uno digital. Como ejemplo de lo antes mencionado, se puede citar la manera en que se realizaban las transacciones bancarias antes de la llegada de los medios digitales, la cual consistía en únicamente acudir a una institución bancaria y mediante el llenado de una papeleta se podía retirar dinero, como desventaja de este proceso se tiene el consumo de demasiado tiempo en ejecutar la transacción. En la actualidad, con la ayuda de medios digitales es posible realizar una transacción de manera electrónica, dando al usuario y a la empresa o entidad bancaria, un ahorro significativo de tiempo y costos en el proceso.⁴⁷

Las transacciones electrónicas son conceptualizadas como toda actividad en la cual se involucre una entrega de información en formato digital para cumplir propósitos determinados. No obstante, a pesar de que sean transacciones electrónicas, todavía conservan su esencia original, siendo así que aún recogen y se rigen en ciertas reglas de origen. Las transacciones electrónicas más comunes son aquellas que cuentan con implicaciones económicas o comerciales (en adelante “transacciones financieras”) y el principal ejemplo de ellas es el comercio electrónico, ya que este se lo realiza mediante el uso del Internet.⁴⁸

En los últimos años, estas transacciones financieras han cursado una transformación digital sin antecedentes, esto debido a que la digitalización, seguridad y rapidez de las nuevas exigencias del mercado han llevado a que los países de todo el mundo se adecúen al mercado actual. El dinero físico está desapareciendo, dejando paso a las transacciones financieras digitales, las cuales se realizan mediante tarjetas de crédito o débito, transferencias o pagos con dinero electrónico, billeteras electrónicas, entre otros.

La principal característica de estas transacciones financieras, es la posibilidad de que los usuarios al utilizar las diferentes formas de pago, autoricen directamente de manera electrónica a su entidad bancaria el pago al beneficiario correspondiente y al ser un traspaso de manera directa entre cliente y proveedor, se evita el acudir a un banco y realizar la transacción.⁴⁹ Otra característica de este tipo de transacción es la

⁴⁷ Griselda Alejandra Chevalier Dueñas y Héctor Cocolletzi Moreno, “Modelo dinámico de Confianza en Transacciones Electrónicas” (tesis de maestría, Universidad de las Américas Puebla, 2005), 12, http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mepi/chevalier_d_ga/capitulo2.pdf.

⁴⁸ *Ibíd.*, 13.

⁴⁹ Lidia Parrilla Ortega, “E-Commerce y Pago Seguro” (tesis de pregrado, Universidad Carlos III de Madrid, 2015), 37.

transferibilidad, dado que le permite a un usuario gastar una cantidad monetaria que fue recibida por otro usuario sin la necesidad de contactar o acudir al banco.⁵⁰ De la misma manera, la divisibilidad juega un papel muy importante, ya que la moneda en las transacciones electrónicas son susceptibles de fraccionamiento, pudiendo fraccionar una cantidad de dinero en diferentes pagos; al contrario de lo que se realiza en los pagos físicos, que muchas veces el comerciante no cuenta con el monto específico de cambio y la transacción física no puede realizarse.⁵¹

Las transacciones electrónicas se clasifican en relación a todos los sujetos que participan en ellas, la manera en la que intervienen y el tipo de intercambio que se realiza. Así, estas se clasifican de la siguiente manera:

- **Business to business o B2B:** Es aquella transacción que se realiza entre empresas. Las empresas participan como compradoras, vendedoras y proveedoras de herramientas y servicios con otras empresas.⁵² De esta manera, una empresa actúa como proveedora de otra empresa mediante la venta mayorista, lo que conllevará a la posterior venta a un consumidor final.⁵³
- **Business to consumers o B2C:** Son las transacciones realizadas entre empresa y consumidor. En esta transacción las empresas ofertan y venden sus productos o servicios mediante su página en línea a consumidores que utilizarán lo comprado para su uso particular.⁵⁴ El proceso de esta transacción engloba desde la publicidad del vendedor mediante medios digitales de los productos que ofrece, hasta el cierre de la transacción económica una vez entregado el producto o servicio y el pago de ello.⁵⁵
- **Consumers to consumers o C2C:** Se consideran a las transacciones realizadas entre un individuo y otro individuo mediante el uso de Internet.⁵⁶ Un claro ejemplo de esta transacción se encaja al momento en que una persona vende su vehículo usado a otra persona, dado que la persona dueña del bien mueble no tiene como actividad económica la venta de vehículos, por lo tanto no es comerciante.

⁵⁰ Josep Peguerols Vallés, “Sistemas de Pagos Electrónicos”, *Buran*, n.º 18 (2002): 46.

⁵¹ Josep Lluís Ferrer Gomila, Llorenç Huguet Rotger y María Magdalena Payeras Capellà, *Sistemas de pago electrónico* (Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya, 2004), 12.

⁵² Chevalier Dueñas y Cocolletzi Moreno, “Modelo dinámico de Confianza en Transacciones Electrónicas”, 13.

⁵³ Anteporlatinam Valero, “Relevancia del E-Commerce para la Empresa Actual”, 21-2.

⁵⁴ Chevalier Dueñas y Cocolletzi Moreno, “Modelo dinámico de Confianza en Transacciones Electrónicas”, 14.

⁵⁵ Anteporlatinam Valero, “Relevancia del E-Commerce para la Empresa Actual”, 18.

⁵⁶ *Ibíd.*, 25.

- Consumers to administrations o C2B: En esta transacción sus participantes son el consumidor y la administración o gobierno. Su principal característica es el hecho de que los ciudadanos interactúen mediante el uso de Internet con el gobierno. Por ejemplo al momento en que los sujetos obligados a declarar sus impuestos presentan sus declaraciones o la interacción en línea al momento de solicitar información u otros servicios.⁵⁷
- Business to administrations o B2A: los sujetos que participan en este tipo de transacciones son las empresas y la administración o gobierno. Se encaja en el concepto de gobierno electrónico, el cual tiene como finalidad el ofrecer servicios online que ayuden al desarrollo de la ciudadanía en medio digitales. Su principal ventaja es que ofrece una reducción de tiempo y dinero de manera considerable, esto al evitar los desplazamiento para realizar pagos o entrega de documentación.⁵⁸

Es necesario indicar que la confianza en las transacciones financieras juega un papel importante en una relación entre dos o más partes. Esta confianza se va construyendo de acuerdo a las experiencias y juicio personal de cada consumidor, por lo que en caso de malas experiencias esta confianza va a disminuir.⁵⁹ Se puede observar como en los países en desarrollo no existe tanta confianza al momento de hacer una transacción electrónica, debido a que al no usar medios digitales en el diario vivir y no tener claro la manera en que estos funcionan, prefieren continuar con el comercio físico. Como ya se explicó en el anterior apartado, esto ha ido cambiando poco a poco debido a la crisis que se ha vivido con la llegada de la COVID-19.

Relacionados con las transacciones financieras electrónicas, se encuentran los medios de pago, los cuales son considerados como un régimen de pago que ayuda a que los pagos electrónicos para las transacciones en línea que se han realizado mediante Internet sean aceptados. Estos sistemas de pagos electrónicos son los encargados de realizar la transferencia de dinero entre las partes (comprador y vendedor), siempre y cuando exista un ejercicio de compra y venta digital mediante una institución financiera que se encuentre autorizada por ambas partes.⁶⁰

⁵⁷ Chevalier Dueñas y Cocolletzi Moreno, “Modelo dinámico de Confianza en Transacciones Electrónicas”, 14.

⁵⁸ Barcelona Acrelia News, “B2A (Business to Administration)”, *Acrelia News - Email marketing*, accedido 14 de abril de 2022, párr. 2-3, <https://www.acrelianews.com/es/glossary/b2a-business-to-administration/>.

⁵⁹ Chevalier Dueñas y Cocolletzi Moreno, “Modelo dinámico de Confianza en Transacciones Electrónicas”, 15.

⁶⁰ Ecuador Banco CODESARROLLO, *Módulo 6. Hablemos Sobre Medios De Pago Electrónicos* (Quito: Programa de Educación Financiera, 2020), 4.

Entre las características principales de estos sistemas de pago se encuentran su uso fácil y universal, el permitir pagos de cualquier monto, ofrecer un nivel de seguridad y garantía en el pago, se entrega un voucher o comprobante de compra o transferencia (el cual permite tener una constancia de la transacción), da privacidad a una compra, entre otros.⁶¹

La implementación del uso de medios de pago digitales permite la modernización del sistema de pagos de un país, ya que este contribuye a la mejora de la competitividad económica y la generación de empleos productivos. Además, ayuda al control y obstaculización de delitos como el crimen organizado, el narcotráfico y el lavado de activos, dando como resultado que las cargas tributarias sean parejas y moderadas, aplicando el principio de progresividad.⁶²

Los medios de pago más conocidos y utilizados son:

- **Tarjetas de débito:** es una herramienta de pago que es entregada por las instituciones bancarias a sus clientes y puede ser utilizada en cajeros automáticos y establecimientos comerciales tanto físicos como digitales. Su principal característica es que, al usarla, el dueño de la tarjeta consume su propio dinero, lo cual evita un endeudamiento posterior a la compra.
- **Tarjetas de crédito:** es una herramienta que permite al usuario la posibilidad de utilizarla a pesar de no contar con el dinero en dicho momento. Los pagos de bienes o servicios son adquiridos mediante crédito, el cual será pagado en una fecha corte de acuerdo a los diferimientos realizados por el propietario de ella. A diferencia de la tarjeta de débito, la institución financiera no la ofrece a todos sus clientes, sino que realiza un estudio con base en los movimientos financieros de cada persona y es ahí cuando ofrece este servicio.
- **Dinero electrónico:** O también conocido como e-money, es utilizado para realizar transacciones mediante diferentes tipos de medios electrónicos. Así mismo, puede sustituir las monedas convencionales de cada país. Su principal exponente es el bitcoin, el cual usa una base de datos que le permite registrar las transacciones y así proveen funciones de seguridad básicas.
- **Banca electrónica:** es un servicio que ofrecen las instituciones bancarias a todos sus clientes, en las cuales se pueden realizar una gran variedad de transacciones bancarias sin necesidad de acudir personalmente al local físico. Como ejemplo de estas transacciones

⁶¹ Parrilla Ortega, “E-Commerce y Pago Seguro”, 38

⁶² Ecuador Banco CODESARROLLO, *Módulo 6. Hablemos Sobre Medios De Pago Electrónicos*,

tenemos: el pago de servicios básicos, pago de pensiones escolares, pago de matrículas vehiculares, pago de impuestos, entre otros.

- Billeteras electrónicas: en los países en desarrollo esta herramienta es la menos utilizada, ya que consiste en administrar el dinero de forma virtual desde un dispositivo móvil y así realizar pagos de forma siempre, a cualquier hora y en cualquier lugar. Sin embargo, a pesar de que su uso es fácil, las personas no tienen la confianza necesaria para aplicarlo en su diario vivir, dado que ante un posible robo del dispositivo móvil estas billeteras quedarían expuestas.

Mediante lo señalado, se puede observar cómo las transacciones financieras han ido evolucionando con la implementación de los diferentes medios digitales, en específico con el comercio electrónico, el cual ha venido definitivamente para quedarse e irá creciendo cada vez más conforme el paso del tiempo. De la misma manera, el uso de los medios de pago electrónicos es utilizado progresivamente por una mayor cantidad de personas, dado que, al obtener una mayor comodidad al momento de realizar una compra digital, evita que el consumidor tenga que desplazarse a un lugar físico para completar su transacción.

6. Cometidos en línea fiscal: Plan BEPS (acción 1)

El plan BEPS (erosión de bases imponibles y traslado de beneficios entre jurisdicciones, por sus siglas en inglés: Base Erosion and Profit Shifting) es un reconocimiento de la internacionalización de la economía y la necesidad de evitar la doble imposición. Se establece en el mercado tributario, en donde cada jurisdicción, en uso de sus facultades soberanas, diseña y ofrece un régimen tributario específico, con sus propios incentivos, exoneraciones, deducciones, etc. Además, agrega sus propias figuras societarias, laborales, financieras, etc. Su objetivo es el garantizar que los beneficios sean tributados en el lugar en que se realicen las actividades económicas reduciendo así el riesgo de doble imposición.⁶³

Este plan surge como resultado de varias mesas de trabajo y de la participación de diversos actores (ONGs, academia, industrias, países, organizaciones tributarias

⁶³ Paris Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *Proyecto OCDE/G20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios. Resumen Informativo* (Paris: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2015), 25, <https://www.oecd.org/ctp/beps-resumenes-informes-finales-2015.pdf>.

regionales, organizaciones internacionales, sociedad civil, etc.) y la realización de los respectivos informes provisionales. Consta de 15 acciones⁶⁴ y gira en torno a 3 pilares, que son: “dotar de coherencia a aquellas normas internas que abordan actividades transfronterizas; reforzar las exigencias de sustancia en los actuales estándares internacionales; y, mejorar la transparencia y la seguridad jurídica para aquellos negocios que no adoptan una postura agresiva.”⁶⁵

La ejecución del plan BEPS en los distintos países tiene como finalidad que se realice una mejor alineación para la localización de los beneficios imponibles y de las actividades económicas. Además, permitirá que la información que se encuentra disponible por las administraciones tributarias en este tema, pueda ser aplicada en cada legislación interna con una mayor eficacia.⁶⁶ Este plan sin duda alguna se consolida como la primera renovación importante en relación a los estándares fiscales internacionales, los cuales no habían sido trabajados en casi un siglo. La tarea en conjunto de los países pertenecientes a la OCDE y el G20 ha permitido que la lucha contra el BEPS, la garantía de la sostenibilidad del actual marco jurídico internacional y otros desafíos, se aplique no solo a los países involucrados, sino a todos los países que se encuentran preocupados por contrarrestar este fuerte problema.⁶⁷

Las medidas que se encuentran en el plan BEPS engloban nuevos estándares mínimos que permitirán solventar aquellos problemas que surgen de las medidas que ya se encontraban en vigencia, y comprenden estrategias frecuentes que ayudarán a la concurrencia de prácticas internacionales, y además de incluir directrices fundamentadas en mejores prácticas de imposición.⁶⁸ Es importante destacar que no solo los países miembros de la OCDE y el G20 han adoptado este plan, sino también los países en vía de desarrollo; lo cual permitirá que se sienten bases de un sistema totalmente moderno de

⁶⁴ **Acción 1.** Abordar los retos de la economía digital para la imposición; **Acción 2.** Neutralizar los efectos de los mecanismos híbridos; **Acción 3.** Refuerzo de la normativa sobre CFC; **Acción 4.** Limitar la erosión de la base imponible por vía de deducciones en el interés y otros pagos financieros; **Acción 5.** Combatir las prácticas fiscales perniciosas, teniendo en cuenta la transparencia y la sustancia; **Acción 6.** Impedir la utilización abusiva de convenios fiscales; **Acción 7.** Impedir la elusión artificiosa del estatuto de establecimiento permanente (EP); **Acciones 8-10.** Asegurar que los resultados de los precios de transferencia están en línea con la creación de valor; **Acción 11.** Evaluación y seguimiento de BEPS; **Acción 12.** Exigir a los contribuyentes que revelen sus mecanismos de planificación fiscal agresiva; **Acción 13.** Reexaminar la documentación sobre precios de transferencia; **Acción 14.** Hacer más efectivos los mecanismos de resolución de controversias; y, **Acción 15.** Desarrollar un instrumento multilateral que modifique los convenios fiscales bilaterales. *Ibíd.*

⁶⁵ *Ibíd.*, 3.

⁶⁶ OCDE, *Proyecto BEPS - Nota explicativa: Informes Finales 2015, Proyecto de la OCDE y del G-20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios* (Paris: Éditions OCDE, 2016), 6.

⁶⁷ *Ibíd.*, 7.

⁶⁸ *Ibíd.*

fiscalidad internacional, que tiene como beneficio el gravar los valores en el lugar donde se encuentre la actividad económica.⁶⁹

Si bien las acciones del plan BEPS requieren de cierto nivel de responsabilidad de instauración por parte de los estados que se vayan sumando a la iniciativa, no todas requieren de un compromiso o actuación específica por parte de los estados, como por ejemplo la acción 1 (economía digital), ya que esta se constituye como una especie de introducción de los inconvenientes a los que BEPS está buscando dar respuesta. Esta acción surge a raíz de que varios de los problemas BEPS se han detectado en la economía digital.⁷⁰

En este apartado se tomará especial atención en la acción 1, que consiste en abordar los desafíos fiscales planteados por la economía digital, la cual busca corregir la deslocalización de la actividad económica que afecta el ámbito espacial de la norma tributaria. Por ello, los países deben garantizar que se graven en el territorio las rentas que se obtengan, con independencia de su presencia física.⁷¹

Pese a que existe un profundo análisis para afrontar la economía digital o conocida también como digitalización de la economía, los Estados participantes del plan BEPS no han podido llegar a un consenso en relación a las medidas específicas que se deben aplicar para solucionar los problemas que plantea la acción 1. Así, estos países concluyen que los problemas que se derivan de la economía digital irán solucionándose mediante las acciones tomadas en el resto de medidas BEPS.⁷²

Por otro lado, la economía digital acarrea que los riesgos BEPS en relación a la economía tradicional aumenten. Esto, como resultado de la naturaleza propia de la economía digital, ya que al facilitar la deslocalización de las actividades comerciales en el entorno globalizado da como consecuencia que en ámbito de la fiscalidad internacional se creen nuevos desafíos. De modo que la acción 1 del plan BEPS plantea que para poder afrontar los retos que se generan por la aplicación de la economía digital en la esfera de la fiscalidad internacional, en primer lugar, se debe partir desde los principios de tributación instituidos en la conferencia ministerial de Ottawa de 1988, relativos al comercio electrónico.⁷³ Esos principios son: neutralidad; eficiencia; certeza; simplicidad;

⁶⁹ *Ibíd.*, 11.

⁷⁰ Garrigues, *Plan de acción BEPS: una reflexión obligada* (Madrid: Fundación Impuestos y Competitividad, 2017), 16.

⁷¹ *Ibíd.*, 15.

⁷² Antonio Morales Martín, “La economía digital en el ámbito de las Acciones BEPS OCDE”, *Cuadernos de Formación* 21, N.º 16-17 (2017): 222.

⁷³ *Ibíd.*, 223.

eficacia; justicia; y, flexibilidad. En segundo lugar, en conjunto con los principios tradicionales mencionados anteriormente, se debe examinar las reglas de atribución de beneficios de los establecimientos permanentes y también la determinación de establecimientos permanentes en la economía digital. Por esta razón, entre los cambios realizados en esta acción se planea modificar la definición de establecimiento permanente, para que de esta forma se pueda determinar que, cuando una empresa vende sus productos o servicios en línea, hagan uso de una filial que sea local y por ende sería una actividad asociada al establecimiento permanente de la matriz.⁷⁴ En último lugar, la acción 1 hace referencia al concepto de equidad internacional, el cual tiene como finalidad que se garantice a cada estado para que reciba una participación equitativa en los impuestos que se recauden en las operaciones transfronterizas. Sin embargo, este concepto no ha florecido debido al debate entre los Estados-fuente y los Estados-residencia, y la distribución de la carga fiscal que se encuentra limitada con la soberanía fiscal de los Estados, así este problema deberá abordarse mediante los tratados de doble imposición.⁷⁵

Entre los objetivos que presenta esta acción se encuentran los siguientes:

- Identificar las principales dificultades que la economía digital presenta para la aplicación de las normas de fiscalidad internacional existentes.
- Desarrollo de opciones detalladas para afrontar las dificultades en materia de economía digital, tomando una aproximación global, considerando tanto la fiscalidad directa como la indirecta.
- Examen de las situaciones relativas a las entidades que tienen una especial presencia digital en la economía de un país sin ser sometidas a tributación debido a la falta de conexión con dicho Estado, según las normas internacionales actuales.
- La atribución de valor creado por la generación de datos a través del uso de productos y servicios digitales, la calificación de los ingresos derivados de nuevos modelos de negocio, la aplicación de normas sobre fuentes vinculadas.
- Garantizar la efectiva recaudación de IVA y los impuestos generales sobre el consumo en el caso de entregas interfronterizas de bienes y servicios digitales.⁷⁶

Así, mediante estos objetivos, la acción 1 pretende que las singularidades que engloban a la economía digital puedan ser corregidas para evitar la elusión de la tributación, al realizar actividades que se desarrollan a través de medios digitales. Estos medios digitales son considerados como nuevos modelos de negocio creados por la

6. ⁷⁴ OCDE, *Proyecto OCDE/G20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios*,

⁷⁵ Morales Martín, “La economía digital en el ámbito de las Acciones BEPS OCDE”, 224.

⁷⁶ *Ibíd.*, 222.

economía digital. Como ejemplo de lo mencionado, se tiene al comercio electrónico, servicios de pago, tiendas de aplicaciones, publicidad en línea, entre otros.

La digitalización de la economía ha traído consigo que en el ámbito fiscal las empresas tengan la posibilidad de evitar o reducir su carga fiscal, lo cual genera una mayor presión fiscal sobre la economía tradicional. Los avances tecnológicos y la utilización de las TIC han permitido que una empresa que opera en un país determinado pueda actuar en varios mercados alejados a su país de residencia, encargando determinadas actividades comerciales en diferentes jurisdicciones, lo cual permitiría que realice ventas en países en los que no cuentan con infraestructura alguna.

Por ello, la OCDE y el G20 al analizar los impactos de la economía digital y observando la dificultad de la tributación de los negocios digitales, el 8 de octubre de 2021, adoptaron un enfoque que consiste en dos pilares encargados de abordar los retos tributarios que se emanan de la automatización de la economía. El pilar uno se centra en el concepto de nexo,⁷⁷ así como también en la asignación de utilidades y reasignación de derechos recaudatorios para buscar tomar una porción de las utilidades financieras consolidadas de un grupo empresarial. El pilar dos se enfoca en un impuesto mínimo global, el cual es independiente de la ubicación de la sede o jurisdicción en que opere el grupo multinacional. La aplicación de estos pilares constituye de vital importancia ya que esto conduce a un aumento de impuestos unilaterales a los servicios digitales.⁷⁸

Lastimosamente, el trabajo que ha venido realizando la OCDE, el G20 y lo demás países participantes de este plan se ha visto retrasado debido a la pandemia por COVID-19. La OCDE y el G20 previeron como plazo final para el desarrollo de una legislación modelo de un Convenio Multilateral para finales de 2022, así como la aprobación de un instrumento multilateral para la ejecución de los dos pilares mencionados anteriormente. De igual manera, para el año 2023 se tiene previsto el plazo para la implementación de los dos pilares.⁷⁹

En resumen, la acción 1 del plan BEPS está enfocada en plantear desafíos y posibles soluciones a los problemas fiscales internacionales que se derivan del uso de la economía digital en actividades transfronterizas. Además, plantea que las decisiones

⁷⁷ Se entiende como nexo al nivel de ventas generados en el país de la jurisdicción que se trate, el cual no está condicionado a la presencia física para efectos recaudatorios. OCDE, *Proyecto OCDE/G20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios*, 6.

⁷⁸ OCDE, *Enfoque de dos pilares para abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía* (París: Éditions OCDE, 2021), 4.

⁷⁹ *Ibíd.*, 17.

adoptadas para esta acción se irán analizando conforme el avance del tiempo, ya que al no ser posible la delimitación con precisión de la economía digital, esta va evolucionando y por ende van apareciendo nuevos factores que deben ser discutidos.

Capítulo segundo

El impuesto al valor agregado en operaciones inherentes a la economía digital

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) ha generado un gran impacto para la tributación al momento de hablar de economía digital. Esto, dado que las empresas con mayor relevancia en esta economía no siempre se encuentran domiciliadas en el país donde se encuentra el receptor de sus servicios, creando así un problema para las administraciones tributarias y ocasionando una pérdida en la recaudación de esos países. El segundo capítulo tiene como objetivo presentar los elementos esenciales del IVA en sus operaciones vinculadas a la economía digital, enfocado en conceptos básicos, aspectos vinculados al cobro, los sujetos participantes, delimitación del hecho generador, determinación de la base imponible y finalmente los desafíos y retos en el pago del IVA en servicios digitales.

1. El IVA y sus elementos esenciales en operaciones vinculadas a la economía digital

1.1. Conceptos básicos. Visión técnica y financiera

Los impuestos en general son considerados como herramientas eficaces de política fiscal, que tienen como objetivo el financiamiento del gasto público y son percibidos por el sector público a través de transferencias de recursos del sector privado. Esos impuestos tienen como objetivo el alcance de la estabilidad económica y la redistribución equitativa de la riqueza que ha sido generada en el país.⁸⁰ El catedrático Fernando Pérez Royo, señala que los impuestos se clasifican en: directos e indirectos; personales y reales; subjetivos y objetivos; y, instantáneos y periódicos.⁸¹ Sin embargo, debido a que el impuesto es objeto de varias clasificaciones, e para la presente investigación prescindiremos de aquellas que sean propias de la ciencia financiera. Así, la clasificación

⁸⁰ Jenny Margoth Rosero Díaz, “Análisis De Los Efectos Del Impuesto Al Valor Agregado (I.V.A.) Para Los Consumidores Finales De Bajos Recursos Económicos De La Ciudad De Quito En El Último Quinquenio” (tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito, 2010), 22.

⁸¹ Fernando Pérez Royo, *Derecho Financiero y Tributario* (España: Editorial Aranzadi, 2017), 55-7.

más distinguida y debatida en el ámbito jurídico es la que diferencia entre impuestos directos e indirectos.⁸²

Los impuestos directos son aquellos que se relacionan con las manifestaciones directas de la riqueza, como la propiedad y los ingresos generados. Por otro lado, los impuestos indirectos se caracterizan por incidir en manifestaciones mediatas de la capacidad económica, como, por ejemplo, la circulación de la riqueza, los actos de producción, consumo y transmisión.⁸³

Los impuestos indirectos incluyen el impuesto al valor agregado (IVA) y otros impuestos al consumo. A pesar de que están diseñados para gravar el consumo final de bienes y servicios, someten a gravamen a los proveedores de esos bienes y servicios y ya no se imponen directamente a los consumidores, quienes en principio como parte del precio de mercado por bienes o servicios adquiridos soportan la carga de esos impuestos.⁸⁴

La abreviatura IVA es utilizada para referirse a todos los impuestos sobre el valor añadido conocidos, independientemente del nombre o el idioma. Por ejemplo, en Australia, Canadá, India, Nueva Zelanda y Singapur, se refieren al impuesto al valor agregado como "Impuesto sobre bienes y servicios" (GST, por sus siglas en inglés). Si bien es cierto que existen diferencias significativas en la estructura de los esquemas de IVA actuales, la mayoría de ellos, si no se aplican en la práctica, están al menos teóricamente sujetos a ciertos principios básicos basados en el diseño.⁸⁵

En el caso de Ecuador, el Impuesto al Valor Agregado, originalmente se conocía como Impuesto a las Ventas de bienes. El inicio de este impuesto se dio en el año 1928 con la Ley del Impuesto a las Ventas, en la administración del presidente Isidro Ayora. Su tarifa era del 2.75% y no permitía compensarse como crédito tributario. A partir del 10 de agosto de 1970, bajo el gobierno del Dr. José María Velasco Ibarra, entró en vigencia el llamado sistema de valor agregado, creado por Decreto N° 469 del 12 de mayo de 1970, con el propósito principal de proporcionar recursos al estado para financiar su presupuesto, ya que en esa época el presupuesto general del Estado se encontraba

⁸² José Vicente Troya Jaramillo y Carmen Amalia Simone Lasso, *Manual de Derecho Tributario* (Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones, 2014), 25.

⁸³ *Ibíd.*

⁸⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, "Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital", en *Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios* (Francia: Centre français d'exploitation du droit de copie, 2014), 46.

⁸⁵ *Ibíd.*, 47.

desfinanciado en algo más del 50%.⁸⁶ Es así que, mediante Decreto Supremo No. 124 publicado en el Registro Oficial No. 27 de 29 de julio de 1970, se expidió la Ley del Impuesto a las Transacciones Mercantiles y Prestación de Servicios y de esta manera, el Impuesto a las Ventas de Bienes fue reemplazado por el Impuesto a las Transacciones Comerciales (ITM). Este impuesto inició con dos tarifas, una del 4% para Transacciones Mercantiles y otra del 10% para Prestación de Servicios. Posterior a ello, mediante Decreto Supremo No. 2090 publicado en el Registro Oficial No. 496 de 2 de enero de 1978, las tarifas antes mencionadas se unifican al 5%, después al 6% y finalmente al 10%. La característica principal de la Ley del Impuesto a las Transacciones Mercantiles y Prestación de Servicios es que ya consideraba al impuesto pagado en las compras de bienes y servicios e importaciones como crédito tributario, en otras palabras, ya tenía la misma funcionalidad del IVA, pero con otro nombre.

Por lo expuesto, al Ecuador, se lo conoce como el tercer país en el mundo en aplicar el Impuesto al Valor Agregado, pero con otro nombre, sus antecesores son Francia y Brasil. Como contraste, España recién incorporó dicho impuesto en su sistema tributario, en el año de 1986.

Así mismo, se puede deducir que el ITM tiene la filosofía del Impuesto al Valor Agregado, esto con base en la Ley Ordinaria 56 más conocida como Ley de Régimen Tributario Interno, publicada en el Registro Oficial No. 341 de fecha 22 de diciembre de 1989, la cual marcó el inicio del nuevo sistema tributario ecuatoriano. Así, incorpora en su contenido el ya conocido Impuesto al Valor Agregado desde el artículo 51 en adelante y su tarifa se mantenía en el 10%. Y además, en sus disposiciones transitorias señalan que “durante el año 1990 se podrá deducir como crédito tributario para el pago del Impuesto al Valor Agregado el valor pagado en exceso por Impuesto a las Transacciones Mercantiles durante el ejercicio impositivo 1989”.⁸⁷

En el mismo sentido, mediante el Suplemento del Registro Oficial No. 764, de 22 de agosto de 1995, el cual incluye la Ley 93 que reformaba al Código Tributario, a Ley de Régimen Tributario Interno, a la Ley de Casación y a la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado. se crea la Retención en la Fuente del Impuesto al Valor Agregado y añade al artículo 61 de la Ley de Régimen Tributario Interno dos numerales en los que ya

⁸⁶ Carlos Mera y Carlos Zurita, “Estudio del Impuesto a las Transacciones Mercantiles y Prestación de Servicios en el Ecuador” (tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, 1974), 24.

⁸⁷ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, Registro Oficial No. 341, 22 de diciembre 1989, disposición transitoria décimo primera.

indica quiénes participaran como agentes de retención y también sobre la obligación del pago y declaración del impuesto retenido, señalando que al momento de entregar al proveedor el respectivo comprobante de retención del IVA cobrado, le servirá como crédito tributario en la correspondiente declaración del mes respectivo.⁸⁸ Para ese entonces la retención era del 100%. El porcentaje de la retención cambia mediante la reforma al Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno contenida en el Decreto No. 383 publicada en el suplemento del Registro Oficial No. 826, de 21 de noviembre de 1995. Así, señala que cuando entidades del Sector Público y los contribuyentes Especiales adquieran bienes gravados con tarifa del 10%, el porcentaje de retención será del 30% del IVA facturado. Mientras que, para el caso de la prestación de servicios gravados con tarifa del 10%, el porcentaje de retención será el 70% del valor del IVA facturado.⁸⁹

La tarifa del IVA incrementa del 10% al 12%, mediante la Ley 99.41 publicada en el Registro Oficial No. 318, de 15 de noviembre de 1999. Sin embargo, se indica que dicho incremento comenzará a regir a partir de enero de 2000. Dicha tarifa es incrementada al 14% a través de la Ley 2001-41 publicada en el suplemento el Registro Oficial No. 325 de 14 de mayo de 2001. No obstante, el Tribunal Constitucional mediante Resolución No. 126-2001, publicada en el Registro Oficial No. 390, de 15 de agosto de 2001, resolvió declarar inconstitucional este incremento por la forma de la resolución presidencial contenida en Oficio No. T812-DAJ-2001 publicada indebidamente de modo conjunto con la promulgación de la Ley de Reforma Tributaria aprobada y ordenada por el Congreso Nacional. De este modo, el incremento de 2 puntos del IVA se suspende y continúa con la tarifa del 12%.

En consecuencia, el Ecuador se mantendría con la tarifa del 12% desde el año 2001, a excepción del incremento de su tarifa del 12% a 14% en el periodo comprendido del 01 de junio del 2016 hasta el 01 de junio del 2017, a raíz de las medidas tomadas para atender los efectos del sismo de magnitud 7.8 que impactó zonas de la costa norte. Dicho incremento estuvo contenido en la Ley Orgánica de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana para la Reconstrucción y Reactivación de las Zonas Afectadas por el

⁸⁸ Ecuador, *Ley Reformatoria al Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, Ley de Casación y Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado*, Registro Oficial No. 764, Suplemento, 22 de agosto de 1995.

⁸⁹ Ecuador, *Decreto No. 383*, Registro Oficial No. 826, Suplemento, 21 de noviembre de 1995.

Terremoto del 16 de abril de 2016, promulgada en el Suplemento del Registro Oficial No. 759, de 20 de mayo de 2016.

En términos contables, el IVA es la obligación periódica que debe realizar una empresa frente a la Administración Tributaria, y su origen se desprende como el valor neto de los pasivos que surgen de cada venta gravada, menos los activos que surgen de cada compra, esto cuando el IVA incluido sea deducible; de esta manera, el impuesto no afecta el resultado económico de la empresa.⁹⁰

Por otro lado, el IVA es conceptualizado como “un gravamen que recae sobre las diferentes etapas del ciclo económico, esto es, importación, producción distribución y comercialización de bienes corporales muebles, prestación de servicios y en las ventas de activos fijos como aerodinámicos y automotores”.⁹¹ Es decir, el IVA es el impuesto que se paga al momento de adquirir cualquier bien o servicio y este ayudará al país a obtener recursos económicos para satisfacer adecuadamente las necesidades de sus ciudadanos.⁹²

En relación al concepto anterior, el IVA también es definido como “un impuesto que, recayendo sobre el consumidor final, que es quien en definitiva lo paga a través de sus consumos, ha de ser ingresado al fisco por cada una de las etapas del proceso económico de producción, distribución y comercialización, en proporción al valor que cada una de ellas incorpora al producto”⁹³. De este concepto se puede destacar que ya se señala que este impuesto recae sobre el consumidor final, es decir quien adquiere el producto o servicio. Sin embargo, también ya se especifica que la Administración Tributaria será quien reciba o ante quien se declare el pago de este impuesto.

A su vez, el Diálogo Fiscal Internacional (ITD, por sus siglas en inglés) en una perspectiva internacional, conceptualiza al IVA de la siguiente manera:

Un impuesto de amplia base que grava las ventas de mercancías hasta, al menos, la fase de producción inclusive, con una deducción sistemática de los impuestos cargados sobre

⁹⁰ Fernando Peláez Longinotti, “Eficiencia recaudatoria y brecha tributaria en América Latina y el Caribe: Impuesto al Valor Agregado e Impuesto sobre la Renta Empresarial”, *Documentos de Trabajo*, n.º 1 (2022): 9, ISSN 2219-780X.

⁹¹ Guillermo Fino Serrano y Rubén Vasco Martínez, *Elementos básicos de la Tributación en Colombia* (Bogotá, D.C.: Centro Interamericano Jurídico-Financiero, 2001), 23.

⁹² Ecuador Servicio de Rentas Internas, *Mi Guía Tributaria. Impuesto al Valor Agregado (IVA)* (Quito: Servicio de Rentas Internas, 2018), 7.

⁹³ Manuel De Juano, *Tributación sobre el valor agregado (IVA)* (Buenos Aires: Víctor P. de Zavalía, 1975), citado en Rodrigo Vicente Bermeo Andrade, “Efectos de la tarifa 0% de IVA en la etapa de producción en el Ecuador” (tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito, 2007), 11, <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/283/1/84621.pdf>.

los insumos adquiridos, con la eventual excepción de los bienes de capital, frente al impuesto que se adeuda al fisco por las ventas realizadas o servicios prestados.⁹⁴

Este concepto fue presentado en la Conferencia sobre el IVA realizada por el Diálogo Fiscal Internacional y el Gobierno de Italia, en marzo de 2005. En este concepto ya se puede vislumbrar un nuevo elemento que es la base amplia; en otros términos, se indica que el consumo debe ser gravado en todas sus formas, además, nuevamente ya se especifica que el impuesto debe ser pagado a la administración fiscal.

En un contexto nacional, la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI), señala en su artículo 52 que el IVA es el impuesto que grava el valor de la propiedad de bienes corporales o la transmisión de derechos de importación en todas las etapas de comercialización, así como los derechos de autor, propiedad industrial y derechos conexos, el costo de los servicios ofertados de acuerdo con los procedimientos y condiciones que establece esta Ley.⁹⁵ De esta forma, se observa que la conceptualización del IVA tiene aspectos muy parecidos, ya que se indica que este impuesto va a grabar la compra de bienes y servicios y también los derechos intelectuales.

1.2. Directrices Internacionales sobre IVA

Las Directrices Internacionales sobre el IVA, emitidas por la OCDE, fueron adoptadas por el Consejo de la OCDE el 27 de septiembre de 2016 y son el resultado de aproximadamente dos décadas de trabajo en conjunto de miembros y socios de la OCDE, comunidades académicas, instituciones privadas, entre otros. En estas directrices se encuentran un conjunto de principios que servirán para el tratamiento del IVA en relación a las transacciones internacionales más habituales, específicamente en la compra y venta de servicios e intangibles, para de esta manera establecer normas internacionales que permitan reducir la incertidumbre y los riesgos de doble imposición y no imposición involuntaria que se han originado por inconsistencias en la aplicación de dicho impuesto en un ámbito transfronterizo.⁹⁶ Tal y como lo señala el documento oficial, estas directrices tienen como objetivo:

⁹⁴ International Tax Dialogue, *El Impuesto sobre el valor agregado. Experiencias y problemática* (Roma: FMI, OCDE y Banco Mundial, 2007), 7, <https://www.yumpu.com/es/document/read/23578571/el-impuesto-sobre-el-valor-agregado-international-tax-dialogue>, citado en Bermeo Andrade, “Efectos de la tarifa 0% de IVA en la etapa de producción en el Ecuador”, 12.

⁹⁵ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 52.

⁹⁶ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *Directrices Internacionales sobre IVA* (Paris: OECD Publishing, 2021), 9-10, <https://doi.org/10.1787/9a6341e2-es>.

ayudar a los responsables de la formulación de políticas en su tarea de evaluar y crear el correspondiente marco jurídico y administrativo dentro de sus jurisdicciones, teniendo en cuenta las circunstancias y prácticas económicas, legales, institucionales, culturales y sociales específicas de cada una.

De esta manera, las directrices internacionales sobre IVA ayudarán tanto a los legisladores y a las autoridades fiscales a diseñar una normativa y una administración de IVA más eficientes, reduciendo la complejidad, mejorando la recaudación de impuestos y disminuyendo los costos de cumplimiento para los contribuyentes en relación al comercio de servicios e intangibles. Es importante destacar que las directrices internacionales de IVA no tienen carácter vinculante, es decir, no imponen obligaciones legales a los países, sino que son consideradas como recomendaciones y buenas prácticas que pueden ayudar a los países a mejorar su legislación y administración del impuesto sobre el valor agregado. Además, cabe destacar que no solo los países miembros de la OCDE podrán aplicar estas directrices, los países no miembros también pueden adoptar y acoplar estas directrices en su marco normativo y esto dependerá de la voluntad y las decisiones de cada país en particular.

Si bien, estas directrices se basan en las transacciones denominadas B2B (empresa a empresa) y B2C (empresa a consumidor), esta investigación se basa específicamente en la segunda transacción mencionada. Esto con base en que las transacciones B2B en la mayoría de sistemas tributarios, el IVA que se aplica a los servicios e intangibles es recaudado mediante el mecanismo de inversión del sujeto pasivo.⁹⁷ El mecanismo de inversión del sujeto pasivo en operaciones B2B es una medida fiscal que se utiliza en algunas jurisdicciones para combatir el fraude fiscal y la evasión de impuestos en transacciones comerciales entre empresas. Bajo este mecanismo, el sujeto pasivo, que normalmente sería el vendedor o prestador del servicio, no es responsable de pagar el impuesto, en cambio, la responsabilidad recae sobre el comprador o receptor del servicio quien asume la carga tributaria y por ende es quien declara este impuesto ante la administración tributaria.

Este mecanismo no es aplicable a las transacciones B2C, debido a que, en el caso de estas operaciones el consumidor final no tiene la capacidad de deducir o compensar el impuesto pagado en sus compras, porque no está registrado como sujeto pasivo del

⁹⁷ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe* (Paris: OECD, 2021), 426, <https://www.oecd.org/tax/consumption/kit-de-herramientas-de-iva-digital-para-latinoamerica-y-el-caribe.htm>.

impuesto. De esta manera, la carga del impuesto recae directamente sobre el consumidor final. En contraste, en las operaciones B2B, las empresas registradas como sujetos pasivos del impuesto pueden deducir o compensar el IVA pagado en sus compras y, al final, el impuesto se traslada al consumidor final.

Aunado a lo señalado anteriormente, estas directrices mencionan que la característica esencial del diseño del IVA es que este se recauda mediante un procedimiento plurifásico. Este procedimiento se basa en que todas las empresas de la cadena de suministros que participan en el proceso y recaudación del IVA, son responsables del porcentaje del impuesto que grava su margen, mejor entendido como la diferencia entre el IVA que se impone por la adquisición de insumos y el IVA que se impone por las ventas o servicios. Esta característica se le atribuye a este impuesto ya que se busca que la carga tributaria no caiga en las empresas, por esto ayudado del método de deducción financiera, una empresa al cobrar su respectivo IVA en la venta de un servicio o intangible mediante la entrega de la respectiva factura al comprador, permitirá que la empresa compradora pueda compensar la compra de sus adquisiciones con el impuesto que repercute en sus ventas, pagando de esta manera el valor resultante a la administración tributaria y que además tenga la opción de que se le realice la devolución del IVA que ha sido soportado en exceso.⁹⁸

Estas directrices se basan principalmente en la aplicación del principio de neutralidad, el cual permitirá que los regímenes fiscales traten de ser neutrales y justos entre las diversas formas de comercio electrónico y así competir ante el comercio tradicional de una manera equitativa.⁹⁹ Siendo así, a continuación se presentan las directrices relacionadas al principio de neutralidad:

Tabla 1

Directrices Internacionales sobre el IVA relacionadas al principio de neutralidad

Directriz	Análisis
<p>Directriz 2.1 La carga del impuesto sobre el valor agregado en sí no debe recaer en las empresas obligadas fiscalmente, a menos que la legislación así lo disponga explícitamente.</p>	<p>Este directriz enfatiza en que el impuesto puede recaer sobre una empresa siempre y cuando se encuentre dicha disposición de manera clara y explícita en la legislación de cada país.</p>
<p>Directriz 2.2</p>	<p>Tal y como lo señala el principio de neutralidad, esta directriz busca que el impuesto sea neutral y</p>

⁹⁸ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), *Directrices Internacionales sobre IVA*, 13.

⁹⁹ *Ibíd.*, 16.

Aquellas empresas en situaciones similares que efectúen operaciones similares deben estar sometidas a niveles impositivos similares.	equitativo, por ende, el gravamen recaudado en última instancia a lo largo de una cadena de suministro concreta deberá ser proporcional al importe que haya sido pagado por el consumidor final.
Directriz 2.3 Las normas sobre IVA deben articularse de tal manera que no sean el principal factor que influya la toma de decisiones empresariales.	Dado que existen varios factores que influyen en las decisiones empresariales, el IVA no debe ser un factor que incida en las empresas para que adopten formas jurídicas bajo las cuáles operar.
Directriz 2.4 En lo concerniente al nivel impositivo, en la jurisdicción en la que se adeude o pague el impuesto, las empresas extranjeras no deben verse favorecidas ni desfavorecidas con respecto a las empresas nacionales.	Esta directriz se refiere a la competencia leal entre empresas extranjeras y empresas nacionales, de esta manera, busca que ninguna de estas dos empresas obtengan ventajas competitivas injustificadas, para de esta manera no se distorsione el comercio internacional, ni se limiten las posibilidades de los compradores.
Directriz 2.5 Las jurisdicciones pueden optar por diferentes mecanismos para garantizar que las empresas extranjeras no incurran en IVA no recuperable.	Tal y como se ha mencionado en apartados anteriores, estas directrices buscan que el IVA se grave en la jurisdicción en donde se realiza el consumo de bienes o servicios intangibles obtenidos, por ello, esta directriz se enfoca en que se apliquen diferentes mecanismos para que las empresas extranjeras que hayan suministrado dichos bienes no se beneficien de un IVA no recuperable.
Directriz 2.6 Cuando se estimen necesarios requisitos administrativos específicos en relación con las empresas extranjeras, estos no deben constituir una carga de cumplimiento desproporcionada ni inapropiada para las empresas.	Teniendo en cuenta que las empresas extranjeras y las nacionales pueden estar sujetas a requisitos administrativos específicos, todas las administraciones tributarias deben estar conscientes de que dichos requisitos deben ser equilibrados entre ambas empresas y así evitar posibles discriminaciones en los mercados internacionales. Para ello, las administraciones pueden hacer uso de los instrumentos disponibles como por ejemplo acuerdos comerciales, convenciones multilaterales, entre otros.

Fuente: OCDE

Elaboración propia

Por otro lado, como se mencionará de manera posterior, estas directrices recomiendan la aplicación del principio de destino y no del principio de origen. Esto con base en que el IVA grava el consumo final y por ende, en un contexto de comercio internacional este debe grabarse en el lugar de la jurisdicción de consumo. La aplicación del principio de destino da paso a la igualdad de todas las empresas que compiten en una determinada jurisdicción y de esta manera, permite que se logre una neutralidad impositiva en todas las operaciones transfronterizas. Lo indicado se puede visualizar en la Directriz 3.1 que señala: “A los efectos de los impuestos al consumo, los servicios e intangibles comercializados internacionalmente deben gravarse de acuerdo con las

normas de la jurisdicción de consumo”.¹⁰⁰ En esta directriz ya se puede distinguir la tributación en transacciones B2C, considerando que las transacciones B2B ya tiene métodos previstos que son específicos de su negocio y teniendo en cuenta que no existe un consumidor final en sus transacciones no se pueden utilizar los mismo métodos para poder determinar el lugar de consumo de sus clientes.

Tabla 2
Directrices Internacionales sobre el IVA relacionadas a operaciones de empresa a empresa (B2B)

Directriz	Análisis
<p>Directriz 3.2 Para la aplicación de la Directriz 3.1, en el caso de las operaciones de empresa a empresa, los derechos de imposición sobre los servicios o intangibles comercializados internacionalmente corresponden a la jurisdicción en la que se encuentra el cliente.</p>	<p>Este directriz se encuentra bastante relacionada con la directriz 3.1 sobre el lugar de consumo y ya enfatiza que los servicios e intangibles que han sido comercializados internacionalmente, deberán gravarse con relación a las normas de la jurisdicción de consumo, es decir en donde se encuentra el cliente.</p>
<p>Directriz 3.3 Para la aplicación de la Directriz 3.2, la identidad del cliente se determina normalmente consultando el acuerdo comercial.</p>	<p>En esta directriz ya se incluye el término “acuerdo comercial”, dado que para que el proveedor pueda determinar la identidad del cliente debe revisar los elementos contenidos en el acuerdo comercial, el cual permitirá identificar a las partes de la operación, así como los derechos y obligaciones correspondientes entre las partes. De esta manera, el proveedor podrá determinar que la relación comercial la está entablando con una empresa.</p>
<p>Directriz 3.4 Para la aplicación de la Directriz 3.2, cuando un cliente posea establecimientos en más de una jurisdicción, los derechos de imposición corresponderán a aquella o aquellas en las que se encuentren ubicados el o los establecimientos que hagan uso del servicio o intangible.</p>	<p>Al referirse al término “hagan uso del servicio o bien intangible”, esta directriz señala que se refiere a que una empresa lo utilice para sus actividades económicas, sea de uso inmediato, continuo o directo. Es decir, en caso de que el cliente tenga varios establecimientos, se considerará el establecimiento en el que el servicio va a ser utilizado, independientemente de las demás jurisdicciones en donde tengan su domicilio o establecimiento.</p>

Fuente: OCDE

Elaboración propia

La OCDE mediante estas directrices presenta una opción para reducir los posibles riesgos de doble imposición y también de la no imposición voluntaria, es por ello que con ayuda de estas directrices impulsa a las jurisdicciones a adoptar mecanismos que se acoplen al comercio internacional y así evitar las prácticas desleales entre empresas nacionales y extranjeras. Además, con base en la aplicación del principio de destino, y

¹⁰⁰ *Ibíd.*, 33.

con el propósito no de imponer cargas que sean innecesarias para los proveedores, las directrices planteadas siguen el eje de que el cliente será el obligado a declarar el impuesto correspondiente. Asimismo, es importante que el comprador conozca la legislación nacional y los usos o prácticas administrativas al momento de importar servicios e intangibles, para que de esta forma tenga el discernimiento necesario para el cumplimiento de las normas tributarias de su país. En resumen, las directrices relacionadas a las transacciones B2B, acentúan ya la concepción de que el IVA no debe recaer sobre las empresas, a menos que en la legislación pertinente lo exija, para ello, buscan que el cliente pueda acceder a mecanismos de deducción de impuestos para que puedan compensar el haberse adjudicado en primera instancia la carga tributaria del IVA.

Por el contrario, en las transacciones B2C el objetivo es gravar el consumo final en el lugar o jurisdicción en el que se consume el bien, servicio o intangible adquirido, dando como resultado que la carga tributaria recarga en el consumidor final. Por tal motivo, estas transacciones se caracterizan porque el proveedor debe predecir el lugar en el que es probable que los servicios o intangibles sean consumidos, ya que por ejemplo, el consumidor al momento de contratar un servicio o intangible se espera que lo use en la jurisdicción en la cual lo contrató.

De esta manera, tal y como se indicó al inicio de la presente investigación, el aumento de la tecnología, en especial la globalización de la economía, ha dado como resultado el surgimiento de un sinnúmero de dificultades para continuar con la aplicación de los métodos comunes para la determinación del lugar de imposición con relación a las operaciones que se relacionen con servicios e intangibles en transacciones B2C. De modo que, las directrices en mención, recomiendan las siguientes reglas generales para facilitar la determinación del lugar de imposición en las transacciones B2C:

Tabla 3

Directrices Internacionales sobre el IVA relacionadas a operaciones de empresa a consumidor (B2C)

Directriz	Análisis
<p>Directriz 3.5 Para aplicar la Directriz 3.1, la jurisdicción en la que se ejecuta presencialmente el suministro posee los derechos de imposición sobre los suministros de servicios e intangibles de empresas a consumidores que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - se ejecutan presencialmente en un lugar fácil de identificar; 	<p>La presente directriz se relaciona a los suministros in situ, que son aquellos servicios e intangibles que generalmente se ejecutan presencialmente en un lugar que ha sido fácil de identificar, además, son consumidos al mismo tiempo y en el mismo lugar en donde fueron adquiridos y suelen tener la presencia del usuario y del consumidor.</p> <p>Es decir, para el funcionamiento de esta directriz, usualmente se necesitará la presencia física tanto del proveedor como del consumidor, de esta manera el</p>

<p>- se suelen usar al mismo tiempo y en el mismo lugar en el que se ejecutan presencialmente; y</p> <p>- exigen, por lo general, que concurra la persona que ejecuta el suministro con la que lo consume en el mismo lugar en el que el este se ejecuta presencialmente.</p>	<p>servicio se gravará en la jurisdicción en donde se encuentre la persona que desempeña el suministro al momento del consumo final.</p>
---	--

Directriz 3.6

Para aplicar la Directriz 3.1, la jurisdicción en la que el cliente tiene su residencia habitual posee los derechos de imposición sobre los suministros de empresa a consumidor de servicios e intangibles distintos de los que son objeto de la Directriz 3.5.

Al contrario de la directriz 3.5, la presente directriz se refiere a los servicios e intangibles que no tengan una conexión específica entre el lugar de ejecución y el lugar desde donde se proveen los suministros, por ende, la presencia del consumidor no es fácil de identificar.

Para ello en su contenido despliegan diferentes circunstancias para poder determinar la imposición a realizarse tales como: la determinación de la jurisdicción de residencia habitual del cliente; la recaudación del IVA en casos en los que el proveedor no está ubicado en la jurisdicción de imposición; los principales rasgos de un régimen simplificado de registro y cumplimiento para proveedores no residentes; y, la cooperación internacional de apoyo a la recaudación del IVA en casos en los que el proveedor no está ubicado en la jurisdicción de imposición.

Fuente: OCDE
Elaboración propia

Estas directrices son importantes debido a que ya señalan una clara diferenciación entre los servicios e intangibles en los cuales se puede determinar el lugar de consumo y en los que es difícil deducir en qué lugar se realizará la carga del impuesto. Así, son de gran ayuda para los legisladores y por consiguiente a las administraciones tributarias, para que estas puedan tener un apoyo al momento de normativizar los mecanismos necesarios para la tributación del impuesto en el lugar adecuado.

Estos mecanismos que recomiendan estas directrices se basan en implementar procedimientos sencillos para el cumplimiento de obligaciones tributarias de proveedores no residentes, declaraciones simples con información concreta y sencilla, pagos acordes a los medios tecnológicos actuales, entre otros.

No obstante, a pesar de la diferenciación entre las transacciones B2B y B2C, la OCDE plantea dos directrices generales que rigen para ambas transacciones, así:

Tabla 3

Directrices Internacionales sobre el IVA relacionadas a operaciones de empresa a empresa (B2B) y de empresa a consumidor (B2C)

Directriz

Directriz 3.7

Los derechos de imposición sobre operaciones de comercio internacional de servicios o intangibles entre empresas pueden adjudicarse atendiendo a un indicador que no sea la ubicación del cliente, tal como establece la Directriz 3.2, si se cumplen las dos condiciones siguientes:

La adjudicación de los derechos de imposición atendiendo a la ubicación del cliente no ofrece un resultado adecuado según los siguientes criterios:

- Neutralidad
- Eficiencia en el cumplimiento y la administración
- Certeza y simplicidad
- Efectividad
- Justicia

Un indicador diferente de la ubicación del cliente ofrece un resultado significativamente mejor según estos mismos criterios.

Del mismo modo, los derechos de imposición sobre operaciones de comercio internacional con servicios o intangibles entre empresas pueden adjudicarse atendiendo a un indicador que no sea el lugar de ejecución, como establece la Directriz 3.5, ni la residencia habitual del cliente, como establece la Directriz 3.6, cuando se cumplan las dos condiciones que figuran en los puntos a. y b. anteriores.

Directriz 3.8

En el caso de los suministros de servicios e intangibles directamente vinculados a bienes inmuebles, los derechos de imposición pueden adjudicarse a la jurisdicción en la que se encuentra situado dicho inmueble.

Fuente: OCDE

Elaboración propia

En último lugar, el documento Directrices Internacionales sobre IVA de la OCDE incluye un capítulo relacionado a la “Asistencia para la aplicación de las directrices en la práctica cooperación mutua, reducción de las controversias al mínimo, y aplicación en casos de evasión y elusión”. En dicho capítulo presenta las diferentes formas que un estado o legislación pueden acoplar para que se puedan reducir las controversias que puedan surgir a raíz de la imposición relacionada al comercio internacional. Para ello, incorpora a la cooperación mutua, el intercambio de información y diferentes formas de comunicación como mecanismos principales para que las administraciones tributarias puedan elaborar documentos que sean útiles para los desafíos que se derivan de la globalización de la economía. Además, también se enfoca en los servicios de los contribuyentes, dado que si se formulan directrices más fáciles de seguir para estos se contribuye con una óptima cultura tributaria y por ende una mejora en la recaudación.

Es importante mencionar que en su contenido hacen referencia a los conceptos de evasión y elusión que se encuentran en el Glosario de Terminología Fiscal de la OCDE, sin embargo, realiza la aclaración que estos conceptos se refieren únicamente en el contexto de las directrices mencionadas en este apartado, mas no a facilitar instrucciones de carácter general de dichos conceptos.

El término de evasión se define como:

Un término que resulta difícil de definir pero que generalmente se utiliza para designar conductas ilícitas con las cuales se oculta u omite el cumplimiento de una obligación fiscal, es decir, el obligado tributario paga menos impuestos de los que le corresponderían legalmente, ocultando ingresos o información a las autoridades tributarias.¹⁰¹

A pesar de que el Glosario de Terminología Fiscal de la OCDE señala que la evasión es un término difícil de definir, se considera que es muy claro el definirlo. Esta conducta se produce cuando nace el hecho generador y el contribuyente mediante la aplicación de conductas fraudulentas u omisiones, deja de tributar, reduce el valor de la obligación tributaria, o a su vez incrementa los costos o los gastos, dando como resultado que la recaudación fiscal disminuya. Es necesario indicar que la evasión es considerada un delito y se lo tipifica en el Código Penal de cada país.

Mientras que el término de elusión se lo define de la siguiente manera:

Un término utilizado para describir la organización de los asuntos económicos de un contribuyente con ánimo de reducir sus obligaciones tributarias. Aunque esta práctica podría resultar lícita en sentido estricto, suele contravenir el objetivo que persigue la ley.¹⁰²

Tal y como su nombre lo señala, esta práctica tiene como objetivo el eludir el pago del IVA a la administración tributaria, si bien podría considerarse legal, no lo es del todo ya que el contribuyente utiliza lagunas o ambigüedades contenidas en la normativa tributaria para impedir el nacimiento de la obligación tributaria, utilizando métodos ilegales como el fraude de ley, el abuso de derechos u otras prácticas ilícitas que no constituyen una infracción o delito. En consecuencia, la elusión puede ser considerada como una conducta dolosa por parte del contribuyente.

En resumen, estas directrices tienen como propósito el suministrar una orientación a los países para desarrollar leyes prácticas que promuevan una interacción fluida entre los sistemas nacionales de impuesto al valor agregado aplicados a transacciones comerciales internacionales. Esto tal y como se ha mencionado anteriormente, con el objetivo de minimizar las posibilidades de doble imposición o de imposición no intencional, y de ofrecer mayor certeza tanto a las empresas como a las autoridades fiscales.¹⁰³

1.3. Aspectos vinculados al cobro

¹⁰¹ *Ibíd.*, 90.

¹⁰² *Ibíd.*

¹⁰³ *Ibíd.*, 86.

Una vez analizado el concepto de IVA y teniendo en cuenta que este impuesto está destinado a gravar la transferencia a título oneroso o gratuito de bienes y servicios se debe tener en cuenta que éste se aplica en el país de consumo de los bienes (imposición en destino). Sin embargo, cuando se habla de economía digital, se está tratando de un modelo donde no hay infraestructura física, lo que dificulta determinar en dónde se produce el consumo. En la economía digital no existe la dependencia de la ubicación física, ya que la transferencia de un producto o servicio puede realizarse sin contacto físico entre el proveedor y su cliente.¹⁰⁴

La aplicación del IVA en la economía digital no es reciente, sin embargo, desde el año 2018, países latinoamericanos como Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Paraguay y Uruguay, han implementado este impuesto en relación a servicios digitales.¹⁰⁵ Entre los servicios digitales que se encuentran con imposición se localizan los servicios de streaming de música, videos y juegos, educación virtual, almacenamiento en la nube, suministro de software, servicios de intermediación de plataformas multilaterales, entre otros. Cabe destacar que la tarifa de IVA a servicios digitales, es diferente en cada país y para ello, su aplicación y análisis ha servido para afrontar los retos que plantea la digitalización de la economía.

En el caso de Ecuador, no es hasta el 31 de diciembre 2019 con la publicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria (LOSPT) en el Registro Oficial No. 111, que se incluye el término de servicios digitales incorporándose también la definición de éstos en el Reglamento a la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria. Este reconocimiento implica que aquellos prestadores digitales obligatoriamente deberán gravar el impuesto al valor agregado en la transferencia de sus servicios. En la disposición transitoria tercera de la LOSPT se indica que el IVA en servicios digitales empezará a regir en ciento ochenta días, que serán contabilizados a partir de la publicación de dicha ley en el Registro Oficial, por lo tanto, en el contexto ecuatoriano esta disposición se encuentra vigente desde el 16 de septiembre de 2020.

¹⁰⁴ Pedro Jesús Jiménez Vargas, “Los cambios y desafíos que plantea la fiscalidad de la economía digital en el contexto internacional”, *Cuadernos de Derecho Transnacional* 13, n.º 2 (2021): 290, <https://doi.org/10.20318/cdt.2021.6258>.

¹⁰⁵ Anahí Amar y Verónica Grondona, *Economía digital y tributación: el caso argentino en el marco de la experiencia internacional* (Santiago: Naciones Unidas, 2021), 31.

Ahora bien, como ya se ha mencionado anteriormente, la modificación realizada por la LOSPT a la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI) en relación a servicios digitales se puede vislumbrar en el artículo 56 de la siguiente manera:

Art. 56.- **Impuesto al valor agregado sobre los servicios.**- (Reformado por el num. 1 del Art. 25 de la Ley s/n, R.O. 111-S, 31-XII-2019).- El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación. También se encuentran gravados con este impuesto los servicios digitales conforme se definan en el reglamento a esta ley. [...]¹⁰⁶

De igual manera, el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (RLRTI) ya menciona la definición de servicios digitales y en su artículo 140.1 los describe en 15 numerales. Además, indica que el Servicio de Rentas Internas (SRI), como Administración Tributaria, será la institución encargada de publicar el catastro correspondiente para aquellos prestadores de servicios digitales.¹⁰⁷

Por otra parte, viviendo en el contexto de un mundo globalizado, en donde evidentemente con el aumento del uso de la tecnología se producen ventas y prestaciones de servicios de un país a otro, se ha generado un amplio debate sobre quién tiene la potestad de recaudar el IVA y para ello se han realizado varios análisis con relación al principio de destino y el de origen.¹⁰⁸ La mayoría de países han introducido el principio de “tributación en el país de destino”, es decir, el impuesto al valor agregado se paga donde tiene lugar el consumo.¹⁰⁹ Esto para tener una mejor recaudación y también enfrentar la situación del pago de impuestos en un contexto digital.

De igual manera, según las directrices de la OCDE, quien tiene la potestad de gravar este impuesto es el país en el que se efectúa el consumo final, esto con base en que la compra o servicio ofrecido se consume en el país de destino y no en el de origen.¹¹⁰ Este principio evita distorsiones y la posibilidad de doble imposición internacional.

¹⁰⁶ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 56.

¹⁰⁷ El concepto de servicio digital será abordado en el capítulo 3 del presente trabajo de investigación.

¹⁰⁸ **Principio de destino:** Se caracteriza por atribuir el derecho de imposición al país de destino, es decir, el país de consumo y, además reconoce la potestad tributaria del país donde se encuentran los compradores. **Principio de origen:** Se caracteriza porque la potestad tributaria es retenida para el país de origen y dejan sin posibilidad de aplicación de tributos a los países donde se encuentran los compradores.

¹⁰⁹ Belén Beatriz Guiachetti Torres, “Desafíos Tributarios de la Economía Digital: Análisis Comparado y Situación Nacional” (tesis de pregrado, Universidad de Chile, 2019), 27.

¹¹⁰ Judith Pava Ramírez, “Principio de destino: alcance de los mecanismos para el recaudo del IVA en la prestación transfronteriza de servicios”, *Revista de Derecho Fiscal*, n.º 13 (2018): 114, <https://doi.org/10.18601/16926722.n13.04>.

Además, los productos de otros países pueden competir con los locales porque están sujetos al mismo impuesto y tasa impositiva.¹¹¹

Es así que la OCDE en su proyecto G20 de Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios, sugiere que se debe dejar en segundo plano el principio de origen y que prevalezca el principio o enfoque de destino en la aplicación a los servicios que integran la economía digital.¹¹² Esto con base en que el funcionamiento del sistema del IVA generalmente considera el lugar de la venta o entrega final de los bienes o servicios, lo que trae como resultado que haya menos espacio para que los contribuyentes evadan el pago de impuestos.¹¹³ De modo que, al aplicar este principio, la recaudación de este impuesto en operaciones transfronterizas de importación de bienes o servicios se realizará de una manera más eficaz y eficiente por las administraciones tributarias.

1.4. Sujetos

Los sujetos que participan en la dinámica del IVA de servicios digitales son, conforme a lo dispuesto por la doctrina y las leyes (en el caso de Ecuador, el Código Tributario y la Ley de Régimen Tributario Interno), el sujeto activo y el sujeto pasivo.

De acuerdo al artículo 23 de Código Tributario, el sujeto activo es el ente público que será el acreedor del impuesto.¹¹⁴ Como complemento a esta definición, la Ley de Régimen Tributario Interno para el caso del IVA en su artículo 62 señala que el sujeto activo que recaudará este impuesto es el Estado, y será representado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).¹¹⁵

Por otro lado, con respecto al sujeto pasivo, es necesario realizar una distinción dado que, según la doctrina, existe un contribuyente de derecho y otro de hecho para los impuestos indirectos. El contribuyente de derecho es el vendedor o prestador de servicios, debido a que es el responsable de pagar el impuesto, mientras tanto, el contribuyente de

¹¹¹ Guiachetti Torres, “Desafíos Tributarios de la Economía Digital: Análisis Comparado y Situación Nacional”, 27.

¹¹² Daniel José Otoyá Lemaitre y María Claudia Llamas Borge, “La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos” (tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, 2017), 36.

¹¹³ Michael Lebovitz y Theodore Seto Judy Noguchi, “Preface: The Fundamental Problem of International Taxation”, *Loyola of Los Angeles international and comparative law review* 23, n.º 4 (2001), citado en Otoyá Lemaitre y Llamas Borge, “La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos”, 35-6.

¹¹⁴ Ecuador, *Código Tributario*, Registro Oficial 38, 14 de junio 2005, art. 23.

¹¹⁵ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 62.

hecho suele ser el consumidor final, porque este es quien soporta la disminución económica de su patrimonio.¹¹⁶

Una vez realizada esta distinción, cabe señalar que el Código Tributario en su artículo 24, indica que el sujeto pasivo es aquella persona natural o jurídica quien de conformidad a la ley, debe cumplir de manera obligatoria con el deber tributario, sea como contribuyente o responsable.¹¹⁷ Para el efecto, se debe entender al contribuyente como la persona quien por ley está impuesta a la prestación tributaria una vez verificado el hecho generador; mientras que, el responsable es considerado como agente de retención y agente de percepción.¹¹⁸ Con base en este concepto, la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo 63, divide a los sujetos pasivos en calidad de contribuyentes y agentes de retención.

Para el caso del IVA en servicios digitales, como contribuyentes son considerados los agentes de percepción quienes serán aquellos que no sean residentes en el Ecuador, pero que presten los servicios digitales que se encuentran definidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno en su artículo 140.1, siempre que estos se hayan registrado en la forma indicada por el SRI.¹¹⁹ Cabe destacar que este registro no se constituirá como un establecimiento permanente en el Ecuador. Además, como complemento de los agentes de percepción, en la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055 del Servicio de Rentas Internas, de fecha 22 de agosto de 2020, se presentan las normas aplicables para la retención, declaración y pago del IVA que se ha generado cuando se hayan importado servicios digitales por aquellos sujetos que no cuentan con residencia fiscal en el Ecuador.¹²⁰

En calidad de agentes de retención para el IVA en servicios digitales se considerarán aquellos contribuyentes que por medio de resolución publicada por el Servicio de Rentas Internas hayan sido calificados como tal. Entre ellos, se encuentran las entidades proveedoras de tarjetas de crédito y débito y otros establecimientos, y tendrán como finalidad retener el 100% del IVA que se ha generado cuando se hayan realizado pagos por concepto de servicios digitales importados, mediante la utilización

¹¹⁶ Claudio Andrés Torres Reyes, “Teoría General del Impuesto al Valor Agregado” (tesis de pregrado, Universidad de Chile, 2012), 4 citado en Guiachetti Torres, “Desafíos Tributarios de la Economía Digital: Análisis Comparado y Situación Nacional”, 27.

¹¹⁷ Ecuador, *Código Tributario*, art. 24.

¹¹⁸ Bermeo Andrade, “Efectos de la tarifa 0% de IVA en la etapa de producción en el Ecuador”, 8.

¹¹⁹ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 63 literal a.

¹²⁰ Ecuador SRI, *Resolución n.o NAC-DGERCGC20-00000055*, Registro Oficial Especial 965, 07 de septiembre de 2020, art. 1.

de tarjetas de crédito o débito, siempre y cuando el proveedor del servicio digital sea un sujeto no residente en el Ecuador y además no se haya registrado en la base del SRI.¹²¹

El Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno es específico sobre el monto que se cobrará al momento de realizar un pago por servicios digitales mediante el uso de tarjetas de crédito y débito. Así, en su artículo 147.1 señala que cuando el servicio corresponda a entrega y envío de bienes muebles que sean de naturaleza corporal o a su vez se cobre una comisión, la retención del IVA se realizará sobre el valor semejante al 10% del total pagado por el prestador del servicio digital, siempre y cuando no exista una diferencia con el valor de los bienes muebles o servicios de la comisión en el recargo de la tarjeta. Por el contrario, si existe la diferenciación, el IVA se aplicará sobre la comisión que se ha pagado adicional por el valor del bien o servicio que se ha adquirido.¹²²

El SRI mediante Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000053, de fecha 22 de agosto de 2020 ha emitido las normas para la retención del IVA generado en la importación de servicios digitales cuando los prestadores del servicio importado no actúen como agentes de percepción. Es decir, esta resolución se referirá a los agentes de retención que no cuenten con residencia fiscal en Ecuador y que oferten servicios digitales a favor de residentes o establecimientos permanentes de sociedades no residentes en Ecuador.¹²³

Por otra parte, en calidad de contribuyente también actuará el importador del servicio digital, siempre y cuando no exista un intermediario de por medio en el proceso del pago del IVA. Es decir, de no encontrarse registrados y no existir intermediarios en el pago del servicio digital, el usuario deberá asumir el impuesto, es decir lo retendrá y lo pagará a la administración tributaria. Puesto que, la factura proveniente del exterior no prevé un valor por este impuesto y al ser un tributo de causación nacional, las compañías ecuatorianas adquirentes del servicio deben emitir una liquidación de compra de bienes y servicios y hacer constar el valor del impuesto a fin de que sea el documento que sustente costos y gastos para la liquidación de impuesto a la renta correspondiente¹²⁴. Si bien el

¹²¹ Ecuador, *Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*, Registro Oficial 209, Suplemento, 8 de junio 2010, art. 147.1.

¹²² *Ibíd.*

¹²³ Ecuador SRI, *Resolución n.o NAC-DGERCGC20-00000053*, Registro Oficial Especial 920, 25 de agosto de 2020, art. 1.

¹²⁴ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 70 inciso 3 y 4.

usuario consumidor no es considerado un agente de retención, este deberá retener el impuesto generado y pagarlo al fisco.

En resumen, los sujetos que intervienen en el IVA referente a servicios digitales son el sujeto activo y el sujeto pasivo. El sujeto activo es el Estado representado por el Servicio de Rentas Internas; mientras que el sujeto pasivo se divide en contribuyentes, agentes de percepción, agentes de retención e importadores de servicios digitales. Actuarán como sujetos de percepción aquellos prestadores de servicios digitales no residentes en el Ecuador que se hayan registrado en el SRI, sin embargo, el IVA recaudado por estos prestadores de servicio deberá ser declarado y pagado mensualmente según la forma y procedimiento que haya sido indicado por el SRI.

Por el contrario, operarán como agentes de retención las instituciones que emitan tarjetas de debido o crédito y otras instituciones establecidas por el SRI mediante resolución. Su actuación se realizará cuando el prestador de servicios digitales no cuente con una residencia en el Ecuador y tampoco se haya registrado en el SRI y deberá retener el 100% del IVA del servicio digital prestado. En el caso de que el servicio digital prestado corresponde a servicio de entrega y envío de bienes muebles que sean de naturaleza corporal se tiene dos opciones: 1) si no se diferencia el valor del bien mueble o servicio de la comisión, el agente de retención realizará la retención del IVA sobre el valor equivalente al 10% del monto total pagado por el servicio prestado; y, 2) si existe la diferenciación del valor del bien mueble o servicio de la comisión, la retención del IVA se realizará sobre la comisión pagada adicional al valor del bien o servicio adquirido.

Por último, actuarán como contribuyentes los importadores de servicios digitales, siempre y cuando no exista un intermediario de por medio y el proveedor del servicio digital no se encuentre registrado en el SRI. Este tipo de contribuyentes también actuarán como agentes de retención, en vista de que está obligado a emitir una liquidación de compra de bienes y prestación de servicios y, además retendrá el 100% del IVA causado.

1.5. Delimitación del hecho generador

El hecho generador del IVA es “una creación del legislador, que a partir de un elemento de la realidad (el objeto o materia del tributo) configura una situación más compleja cuya realización lleva aparejada el nacimiento de la obligación tributaria”.¹²⁵

¹²⁵ Mauricio Marín, “La estructura jurídica del tributo: El hecho generador”, en *La obligación tributaria y sus fundamentos constitucionales* (Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2015), 327

Así, se considera al hecho generador como el origen de la obligación tributaria, en donde se forma un vínculo jurídico mediante la creación de la ley respecto al impuesto creado.

El hecho generador también es apreciado como aquel que se forma al momento de realizar una venta, o sea al instante de transferir un bien o prestar un servicio, creando el nacimiento de la obligación tributaria.¹²⁶ En una conceptualización más doctrinaria, el hecho generador es definido como: “Supuestos de hecho cuya ocurrencia determina el nacimiento de la presentación a cargo del sujeto pasivo sustancia o instrumental y a favor del sujeto activo”¹²⁷. Es decir, una vez originado el hecho generador, el sujeto pasivo debe presentar sus declaraciones de impuestos al sujeto activo, para así poder verificar su actividad. Una de las características esenciales del hecho generador es que para que este se produzca, es obligatorio que una de las partes que participan en el nacimiento de la obligación tributaria es que su actividad comercial habitual debe ser el comercio.

En el caso del IVA en servicios digitales, el hecho generador es definido en el artículo 61 numeral 7 de la LRTI, el cual señala:

Art. 61.- Hecho generador.- (Sustituido por el Art. 27 de la Ley s/n, R.O. 94-S, 23-XII-2009).- El hecho generador del IVA se verificará en los siguientes momentos:

[...] 7. (Agregado por el Art. 26 de la Ley s/n, R.O. 111-S, 31-XII-2019).- En la importación de servicios digitales, el hecho generador se verificará en el momento del pago por parte del residente o un establecimiento permanente de un no residente en el Ecuador, a favor del sujeto no residente prestador de los servicios digitales.

El impuesto se causará siempre que la utilización o consumo del servicio se efectúe por un residente o por un establecimiento permanente de un no residente ubicado en el Ecuador, condición que se verificará únicamente con el pago por parte del residente o del establecimiento permanente de un no residente en el Ecuador, a favor del sujeto no residente prestador del servicio digital. [...] ¹²⁸

Es decir, el hecho generador en IVA de servicios digitales se verificará cuando exista un pago por parte de una persona o establecimiento permanente de un no residente que se encuentre ubicado en el Ecuador, a favor de un prestador de servicios digitales que no sea residente en el Ecuador.

A su vez, el artículo 141 del RLRTI, complementa lo indicado en el artículo 61 numeral 7 de la LRTI, indicando:

¹²⁶ Rosero Díaz, “Análisis De Los Efectos Del Impuesto Al Valor Agregado (I.V.A.) Para Los Consumidores Finales De Bajos Recursos Económicos De La Ciudad De Quito En El Último Quinquenio”, 4.

¹²⁷ Mauricio A. Plazas Vega, *El Impuesto sobre el Valor Agregado IVA* (Santa Fe Bogotá: Temis, 1998), 280.

¹²⁸ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 61 numeral 7.

Art. 141.- Para efecto de la aplicación de lo previsto en el artículo de la Ley de Régimen Tributario Interno referente al hecho generador del Impuesto al Valor Agregado (IVA), en el caso de prestación de servicios, se entenderá que la prestación efectiva de los mismos se produce al momento del inicio de su prestación, hecho por el cual, se debe emitir obligatoriamente el respectivo comprobante de venta.

Sea cual fuese la elección del sujeto pasivo, respecto del momento en el que se produce el hecho generador del IVA, de conformidad con la ley, en el caso de prestación de servicios, la misma deberá corresponder a un comportamiento habitual.¹²⁹

Tal y como se mencionó en párrafos precedentes, el artículo 141 de la RLRTI confirma que para que el hecho generador se produzca uno de los intervinientes en la venta o prestación del servicio debe tener como actividad habitual el comercio. Además, ya incluye que la verificación del hecho generador se realizará con la emisión del correspondiente comprobante de venta y en el caso de servicios digitales si el prestador del servicio no se encuentra inscrito en el SRI y el pago del servicio sea realizado mediante un intermediario (emisor de la tarjeta de crédito o débito), el documento habilitante será el estado de cuenta generado por el agente de retención correspondiente. Por otro lado, si no existiere un intermediario y el proveedor de servicios no se encuentre registrado, la liquidación de compra de bienes y prestación de servicios constituirá como sustento de la importación del servicio digital.

1.6. Base imponible

La base imponible es considerada como un elemento esencial de un tributo, ya que permite desarrollar con objetividad la cuantificación de las obligaciones tributarias. Así, la doctrina jurídica considera que la base imponible es conveniente al momento de cuantificar el hecho imponible que haya sido establecido por la ley, en donde su determinación daría origen a la obligación tributaria.¹³⁰ Aunado a lo mencionado, la base imponible es aquella que adopta parámetros que servirán para la valoración cuantitativa de los hechos verificables que originan la obligación tributaria.¹³¹ Es decir, la base

¹²⁹ Ecuador, *Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 141.

¹³⁰ Santiago Vallejo Vásquez, “Definición de la base imponible en los tributos aduaneros y sus tensiones con el principio de reserva de ley” (tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, 2018), 42, <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6355/1/T2701-MDE-Vallejo-Definicion.pdf>.

¹³¹ José Osvaldo Casás, “El principio de reserva de ley y los elementos constitutivos del tributo en Derechos y garantías constitucionales del contribuyente” (Buenos Aires: Ad-hoc, 2005), 582, citado en Vallejo Vásquez, “Definición de la base imponible en los tributos aduaneros y sus tensiones con el principio de reserva de ley”, 43.

imponible es la herramienta que permitirá cuantificar el valor que deberá ser pagado por concepto de IVA.

Con base en lo anterior, la base imponible según el diccionario jurídico Espasa, es definida como: “uno de los elementos estructurales del tributo. Se define como la valoración cuantitativa del elemento objetivo del hecho imponible y cumple dos funciones: de una parte, es la medida del hecho imponible, y por otra sirve como plataforma para aplicar sobre ella el tipo de gravamen y calcular la cuota del tributo”.¹³² Así, la base imponible se entenderá como una expresión cuantitativa que ha sido establecida por medio de la ley y que, en cada caso aplicable, cuantifica la expresión económica del hecho imponible.¹³³

La LRTI, en su artículo 58, señala que la base imponible general es: “el valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado a base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio”.¹³⁴ Por su parte, el artículo 145 del RLRTI señala que “para la determinación de la base imponible en la prestación de servicios, se incluirá en ésta el valor total cobrado por el servicio prestado. La propina legal, esto es el 10% del valor de servicios de hoteles y restaurantes calificados, no será parte de la base imponible”.¹³⁵ En otras palabras, la base imponible se compone del valor sobre el cual se va a aplicar la tarifa del IVA y así se podrá calcular el importe del impuesto que será reflejado en el justificante de compra correspondiente.¹³⁶

En el caso de la base imponible del IVA en servicios digitales, corresponderá al valor total pagado por el residente fiscal o establecimiento permanente residente en el Ecuador. En caso de que en el uso de servicios digitales se encuentren servicios de entrega de bienes muebles de naturaleza corporal o servicios digitales en los que cobren una comisión, el IVA la base imponible será la comisión.

1.7. Problemas, desafíos y retos de la gestión tributaria frente a la economía digital: dificultades en el pago de IVA en servicios digitales

¹³² Fundación Tomás Moro, *Diccionario Jurídico Espasa* (Madrid: Fundación Tomás Moro, 2002), 232.

¹³³ Vallejo Vásquez, “Definición de la base imponible en los tributos aduaneros y sus tensiones con el principio de reserva de ley”, 45.

¹³⁴ Ecuador, *Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 58.

¹³⁵ Ecuador, *Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*, art. 145.

¹³⁶ Franklin Yovany Pino Amoroso, “Manual de Tributación Fiscal para Negocios Unipersonales” (tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, 2016), 22.

Es claro que el comercio electrónico tiene muchas ventajas para compradores y vendedores. Las más notables son el acceso sin fronteras a los mercados globales, la velocidad de las transacciones, el desarrollo de productos tecnológicos que conducen a digitalizar bienes y servicios y crear formas nuevas de comercio.

Así, con el desarrollo de la tecnología de la información, los mercados digitales y los nuevos modelos comerciales, están surgiendo nuevos desafíos para la economía digital los cuales exponen los sistemas tributarios habituales y las tradiciones de diferentes jurisdicciones internacionales, lo que resulta en la pérdida de sus ingresos presupuestarios. Esta diversificación fiscal es utilizada por diversas empresas extranjeras para la planificación fiscal en su beneficio.

En este sentido, las implicaciones financieras de esta economía no son muy alentadoras, ya que las leyes adoptadas por los países continúan basándose en la fuente o el lugar de residencia, lo que tiene como consecuencia que no se adapten a las nuevas realidades comerciales y conlleva a que las jurisdicciones reexaminen los principios fiscales tradicionales.

De esta manera, el comercio electrónico se convierte en un problema fiscal para los países, ya que el principio de territorio queda obsoleto cuando se trata de bienes intangibles, donde el origen no se logra con la realidad, imposibilitando conocer la ubicación y los ingresos generados, situación que también ocurre con los proveedores, dado que es difícil determinar la presencia real en Internet y trae como consecuencia el impedimento de la aplicación del lugar de residencia.¹³⁷

Con estas transacciones creciendo exponencialmente en todo el mundo, la falta de establecimiento de procedimientos de recaudación sencillos y viables podría conducir a pérdidas cada vez mayores en los ingresos fiscales de los países. Sin embargo, además de la pérdida de recaudación, la no aplicación del IVA a estas transacciones coloca a los proveedores nacionales de los mismos servicios e intangibles en una importante desventaja competitiva. Esta desventaja puede impulsar a los proveedores locales a reestructurar sus operaciones para obtener servicios e intangibles del extranjero, lo que

¹³⁷ Francisco Javier Núñez Castillo, “Necesidad de regular en el Ecuador la imposición sobre la renta en el comercio electrónico de intangibles” (tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2021), 70.

aumenta aún más la pérdida de ingresos.¹³⁸ Así, se vislumbra que uno de los mayores desafíos para las administraciones tributarias es el incorporar en sus legislaciones los elementos necesarios para que no exista obstáculo alguno entre los proveedores locales y los extranjeros no residentes.

Otro visible desafío que tienen los países con respecto a la tributación en la creciente economía digital, es la aplicación del principio de destino y el principio de origen. Tal y como se mencionó en anteriores apartados, las recomendaciones determinadas por la OCDE establecen que se debe utilizar el principio de destino, y que se debe tributar en el lugar donde el servicio es consumidor. Sin embargo, cuando existe un proveedor no residente en el país preferiría que se aplique el principio de origen, ya que esto le permite que los pagos por concepto de IVA se realicen en el lugar en el que tienen su residencia y así poder aplicar la reducción de impuesto y además se visualiza la generalizada práctica de establecerse en un país en el que pagan una cantidad pequeña de impuestos cuando sus ventas son por lo común exorbitantes.

Como complemento a lo mencionado anteriormente, la OCDE además de sus recomendaciones, en su documento “International VAT/GST Guidelines”, señala tres maneras para enfrentar los retos al presentarse el problema de localización del nexo del IVA. La primera recomendación consiste en utilizar un método directo, el cual da derecho a recaudar lo pagado en el lugar donde se encuentra el consumidor, es decir en donde se va a utilizar los servicios o bienes intangibles obtenidos como resultado del modelo de negocio de la economía digital. La segunda opción es el método de entrega, el cual faculta el recaudo a la jurisdicción en la que el proveedor del servicio o activo intangible realiza la entrega en la jurisdicción del comprador. En último lugar, la opción final para encontrar a un cliente es el método de recarga. Este método impone a los consumidores con varias ubicaciones la obligación de facturar internamente los servicios o intangibles adquiridos externamente, independientemente de la ubicación.¹³⁹ Por consiguiente, se sigue visualizando cómo la OCDE impone el principio de destino en las transacciones digitales, lo cual al llevarlo a un análisis más exhaustivo se comparte su criterio, ya que esto es un

¹³⁸ Juan Pablo Jiménez y Andrea Podestá, “Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina. Emparejando la cancha en tiempos de crisis”, *Documentos de Trabajo*, n.º 2 (2021): 29, ISSN 2219-780X.

¹³⁹ Michael Lang y Ine Lejeune, *VAT/ GST in a Global Digital Economy* (Alphen aan den Rijn: Wolters Kluwer, 2015), citado en Otoyá Lemaitre y María Claudia Llamas Borge, “La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos”, 47.

pro para la recaudación de IVA de cada país, debido a que los consumidores están utilizando el servicio o bien adquirido en el territorio donde se está tributando.

En el caso de Ecuador, por ejemplo, un gran desafío de la administración tributaria es la diferenciación entre la comisión y el bien o servicio que se ha adquirido. Esto dado que los intermediarios no tienen la facilidad de distinguir entre el valor que se ha pagado por comisión en la entrega de la compra digital que se ha realizado y el monto total de lo adquirido. Este desafío trae como consecuencia que el consumidor final, en caso de decidirlo, solicite el pago en exceso del IVA por la importación de servicios digitales y así se pueda obtener una posterior devolución de los valores correspondientes. Trámite que resulta engorroso y muchas veces los valores a devolverse son montos pequeños, por lo que el consumidor prefiere no actuar.

Un gran reto para las administraciones tributarias de todos los países es el implementar una simplificación al momento de declarar el IVA por parte del sujeto pasivo. Muchas veces las empresas extranjeras prefieren no registrarse para evitar la presentación y pago de declaraciones al ente recaudador. Por ello, la simplificación para declaración de impuestos debe realizarse de manera inmediata, dando una mayor facilidad a los no residentes y así obtener una recaudación más fuerte para los estados. Aunado a esto, siempre será importante mencionar al no residente que el registro de su empresa en la base de datos del ente recaudador no constituirá establecimiento permanente.

De igual manera, los países tienen el reto de que sus normas tributarias deben ser más específicas en el pago de IVA en servicios digitales. Por ejemplo, cuando el pago por adquirir un servicio digital se realiza a un prestador de servicios no residente y al mismo tiempo no existe un intermediario de por medio, las normas no son tan claras al respecto. En el caso de Ecuador, el propio importador de servicios deberá realizar su liquidación de compra de bienes y prestación de servicios, para fines de comprobar que existe una importación de dicho servicio. Así, el propio usuario será el que se autoliquide este impuesto al retenerse el 100% del IVA generado. Por lo tanto, la norma debería ser más específica en estos casos y tener un apartado especial para ellos.

Finalmente, sin duda alguna el gran reto que tienen los países en relación al pago de IVA en servicios digitales es el establecer métodos de recaudación prácticos y fáciles, dado que la no implementación de estos trae como consecuencia que los países pierdan más ingresos fiscales que nunca. Las administraciones tributarias al igual que toda la sociedad deben trabajar acorde al crecimiento y cambios que se efectúa en el contexto

actual. El uso de métodos tradicionales debe quedar atrás y es necesario que se empiecen a utilizar los recursos tecnológicos que se encuentran al alcance de todos.

Capítulo tercero

Análisis comparado de la imposición al valor agregado en servicios digitales. Experiencias en otros países

El avance de la tecnología en los últimos tiempos ha traído consigo la evolución de todas las ramas del derecho. El caso de la administración tributaria no ha sido la excepción, ya que, debido al aumento de compras de bienes y servicios digitales por parte de los residentes de una determinada jurisdicción a los no residentes de otra jurisdicción, ha generado que se ocasionen pérdidas en la recaudación de tributos, más aún cuando los segundo no se encuentran registrados en la jurisdicción del consumidor. Así, es importante mencionar que, para dar solución a este problema, los países deben incluir en sus legislaciones la obligación tributaria del cobro de IVA relacionado a la economía digital. Para el efecto la obligación tributaria es conceptualizada como “parte de una construcción de mayor alcance, *la relación jurídico-tributaria*, que es una forma de explicar las mutuas relaciones que surgen entre la administración y los particulares con ocasión de la tributación”.¹⁴⁰ El efecto de la implementación de la obligación tributaria, por un lado genera la disminución del patrimonio del contribuyente y por otro el aumento del ingreso de la entidad acreedora,¹⁴¹ por esta razón es imprescindible que los países en sus legislaciones incluyan el cobro de IVA en operaciones digitales, ya que esta es una forma de aumentar su recaudación tributaria.

Por otro lado, si bien en el transcurso de la investigación se ha tratado el término servicios digitales, este aún no ha sido conceptualizado ni definido en el presente trabajo. Es así que se entiende por servicio digital a “la transferencia electrónica de fondos, los servicios de información online, los periódicos electrónicos, las ventas de software y similares, la venta de música, e-learning y otros contenidos digitales”¹⁴². Es decir, para que exista un servicio electrónico, obligatoriamente debe haber un medio electrónico que debe estar conectado por internet, por ende, la transacción comercial se realizará vía

¹⁴⁰ José Vicente Troya Jaramillo, *Lecciones de Derecho Tributario: con las últimas reformas* (Quito: Ediciones Fausto Reinoso, 2015) 39.

¹⁴¹ *Ibíd.*

¹⁴² Luis Lombardero Rodil, “Problemas y retos de gestión empresarial en la economía digital: estudio comparado y sistémico de competencias directivas” (tesis doctoral, Universidad Camilo José Cela, 2015) 63, citado en Aracelly Esther Paguay Ledesma, “La Determinación Tributaria a los Servicios Digitales de Entretenimiento que prestan las Empresas Multinacionales en el Ecuador” (tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ambato, 2019), 11.

digital y no es necesario tener una presencia física para poder completar la obtención del servicio digital.

Con base en lo mencionado, el presente capítulo tiene como propósito presentar las regulaciones implementadas por Ecuador en contraste con Argentina y Colombia, países latinoamericanos que se han destacado por la imposición del cobro del IVA en servicios digitales.

1. Regulación en el marco nacional. IVA en servicios digitales en Ecuador

El Ecuador es uno de los países latinoamericanos que ha implementado casi de manera reciente el IVA en servicios digitales dentro de su legislación. Es así que el 31 de diciembre de 2019 con la publicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria (LOSPT) en el Registro Oficial No. 111, ya se incluye el término servicios digitales. Así, esta ley realiza algunas reformas a la Ley de Régimen Tributario Interno, en la cual la más importante es la inclusión del siguiente texto en el final del primer inciso de artículo 56: “También se encuentran gravados con este impuesto los servicios digitales conforme se definan en el reglamento a esta ley.”¹⁴³ Con esta inclusión ya se observa la generación de la obligación tributaria para el cobro de IVA en servicios digitales por parte de la administración tributaria. Cabe destacar que la tarifa de IVA para estos servicios digitales es del 12% y 0% dependiendo del servicio que se contrate, es decir mantiene la tarifa general de IVA aplicada en el país.

Por otro lado, con relación al hecho generador, la LOSPT en su artículo 26 señala que a continuación del numeral 6 del artículo 61 de la LRTI, se incluya como numeral 7 que la verificación del hecho generador en servicios digitales se realizará al momento del pago realizado por un residente en el Ecuador a un no residente proveedor de servicios digitales.¹⁴⁴ También incluye el numeral 8, una aclaración con relación a los servicios de entrega y envío de bienes muebles que sean de naturaleza corporal, ya que el IVA será aplicado únicamente a la comisión pagada adicional.¹⁴⁵

Con respecto a los sujetos pasivos, en su artículo 27 modifica el artículo 63 de la LRTI, incluyendo como agentes de percepción a los no residentes en Ecuador

¹⁴³ Ecuador, *Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria*, Registro Oficial 111, Suplemento, 31 de diciembre de 2019, art. 25 numeral 1.

¹⁴⁴ *Ibíd.*, art. 26.

¹⁴⁵ *Ibíd.*

proveedores de servicios digitales que se definan en el reglamento a dicha ley, los cuáles además deben registrarse con base en las directrices emitidas por el SRI.¹⁴⁶ También, señala que a continuación del numeral 7 se incluirá el numeral 8, el cual introduce a las tarjetas de crédito como agentes de retención en la adquisición de servicios digitales, y actuarán de dicha manera cuando el proveedor del servicio digital no se encuentre registrado conforme los parámetros del SRI.¹⁴⁷

En relación al artículo 70 de la LRTI relacionado a la declaración, liquidación y pago del IVA para mercaderías y servicios importados, el artículo 29 de la LOSPT en su numeral 2, agrega que cuando el proveedor de servicios digitales no se encuentre registrado en el SRI, el IVA que se ha generado en la importación de servicios va a ser asumido en calidad de contribuyente por el importador del servicio, y como ya se mencionó anteriormente si existe un intermediario en el proceso de pago, este actuará como agente de retención. Además, con respecto a la forma y plazos para que se realice la declaración y pago del IVA al momento de importar servicios digitales, se regirán al procedimiento que se encuentra en el correspondiente reglamento y a las resoluciones que emita el SRI.¹⁴⁸

Por el contrario, con base en lo dispuesto por la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria se emite el reglamento correspondiente, el cual entre sus reformas contiene cambios al Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. Así, la primera reforma que realiza en relación a IVA en servicios digitales es lo señalado en el artículo 43, que introduce al final del artículo 140 de la RLRTI el hecho generador en la importación de servicios digitales y lo más importante de esta inclusión es que señala que estos servicios van a requerir de una intervención humana mínima.¹⁴⁹

En su artículo 44, inserta el artículo 140.1 al RLRTI, en donde ya se establece la definición de servicios digitales, conceptualizándolos de la siguiente manera:

Art. 140.1.- Servicios digitales.- Son servicios digitales aquellos prestados y/o contratados a través de internet, o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, las plataformas o la tecnología utilizada por internet, u otra red a través de la que se presten servicios similares que, por su naturaleza, estén básicamente automatizados y

¹⁴⁶ *Ibíd.*, art. 27 numeral 1.

¹⁴⁷ *Ibíd.*, art. 27 numeral 1 literal e.

¹⁴⁸ *Ibíd.*, art. 29 numeral 2.

¹⁴⁹ Ecuador, *Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria*, Registro Oficial 260, Segundo Suplemento, 4 de agosto de 2020, art. 43.

requieran una intervención humana mínima, independientemente del dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización [...]¹⁵⁰

Además, en este artículo se incluyen los servicios digitales que se encuentran gravados con IVA en un listado de 15 numerales y en su inciso final menciona que el SRI será el encargado de publicar de manera trimestral el catastro de prestadores de servicios digitales que no se encuentren registrados y que por sus importaciones se cause IVA.¹⁵¹

Tal y como se indicó en las reformas realizadas por la LOSPT el artículo 45 de su reglamento incluye a continuación del artículo 146 del RLRTI el artículo 146.1 relacionado al pago por la importación de servicios digitales. De esta manera, implementa ya la emisión de la liquidación de compra de bienes y prestación de servicios para poder sustentar costos y gastos para el cálculo de impuesto a la renta y el crédito tributario del IVA. Así mismo, da la directriz del actuar cuando no existe intermediario y el proveedor de servicios no se encuentre registrado, y en este caso el importador del servicio será considerado como contribuyente y deberá emitir la liquidación de compra de bienes y servicios, además de retener el 100% del IVA que se ha generado. Por otro lado, cuando existe intermediario y el proveedor de servicios digitales no se encuentra registrado en el SRI, el estado de cuenta generado por la empresa que ha emitido la tarjeta de crédito o débito, se establecerá como comprobante de retención.¹⁵²

En el caso de los agentes de retención, el artículo 47 del reglamento a la LOSPT que incluye el artículo 147.1 al RLRTI, es más específico en cuanto a la retención del IVA, dado que da la potestad a las entidades emisoras de tarjetas de crédito o débito para que actúen de intermediarios y por ende deberán retener el 100% del IVA en la fuente en los pagos realizados por servicios digitales. Además, también se realiza la distinción entre bienes de naturaleza corporal cuando no exista una diferenciación entre el valor del bien o servicio y la comisión.¹⁵³

Los agentes de percepción también son incluidos en el artículo antes mencionado, sin embargo, son añadidos mediante el artículo 147.2 del RLRTI, y se refieren a aquellos no residentes en el Ecuador pero que se han registrado en el SRI. Estos proveedores, al ya encontrarse registrados deberán declarar el IVA de manera mensual en la forma y con el procedimiento que para el efecto indique la administración tributaria.¹⁵⁴

¹⁵⁰ *Ibíd.*, art. 44.

¹⁵¹ *Ibíd.*

¹⁵² *Ibíd.*, art. 45.

¹⁵³ *Ibíd.*, art. 47.

¹⁵⁴ *Ibíd.*

Con respecto al registro de prestadores de servicios digitales que no sean residentes en el Ecuador, el artículo 114 del reglamento a la LOSPT sustituye el artículo innumerado que se encuentra agregado a continuación del artículo 6 del Reglamento de Aplicación de la Ley de Registro Único de Contribuyentes (RUC), y da total libertad de que estos prestadores de servicios digitales se puedan registrar en el RUC, con la aclaración de que dicho registro no se constituirá como establecimiento permanente en el país.¹⁵⁵

Finalmente, se puede vislumbrar que a pesar de que Ecuador ha implementado en su normativa el cobro de IVA por servicios digitales, aún falta incluir varios elementos a la norma, como por ejemplo la delimitación entre comisión y total pagado por el bien, dado que, si bien las reformas si incluyen dicha diferenciación al momento de realizar el pago, el intermediario no realiza dicha distinción porque no cuenta con la información necesaria al momento del cobro. Otro ejemplo de ello, se tiene el caso de cuando se realiza una retribución económica por alguna aplicación de pago en línea como por ejemplo la plataforma paypal, sin que exista intermediación de una tarjeta de crédito o debido; al momento de adquirir el servicio digital no se encontrará gravado con IVA, y dado que este caso no está contemplado en la normativa, el consumidor no tendrá que pagar el impuesto. Sin embargo, en noticias más positivas para la administración tributaria, al revisar las cifras de recaudación se ha encontrado que los ecuatorianos por el uso de servicios de plataformas digitales gastaron alrededor de 457 millones de dólares entre septiembre de 2020 y mayo de 2022, dando una recaudación de aproximadamente 56 millones de dólares por IVA en servicios digitales.¹⁵⁶ Hay que tener en cuenta que si no se hubiera realizado la inclusión del cobro de estos servicios en la normativa ecuatoriana, esta recaudación simplemente se habría perdido.

2. Regulación en el marco internacional. IVA en servicios digitales en Argentina

Como breve preámbulo de la situación de Argentina en el marco de cooperación internacional económico, este país ha venido trabajando sustantivamente desde 1982 con los Comités especializados de la OCDE y además se ha adherido a ciertos instrumentos

¹⁵⁵ *Ibíd.*, art. 114.

¹⁵⁶ Evelyn Tapia, “Gasto en plataformas digitales fue de USD 457 millones, en año y medio”, *Primicias*, 7 de septiembre de 2022, párr. 1 y 5, <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-gastan-plataformas-digitales-iva/>.

legales de dicha organización. Al formar parte de los países del Grupo de los Veinte o mejor conocido como G20,¹⁵⁷ este país se beneficia de la agenda OCDE-G20 y con ello participa en el Proyecto de Erosión de la Base y Traslado de Beneficios (BEPS) y los Principios de Gobierno Corporativo OCDE-G20.¹⁵⁸ El 25 de enero de 2022, el Consejo de la OCDE decidió iniciar las conversaciones para que Argentina se pueda adherir a esta organización internacional, su decisión se basó en las pruebas y progresos que ha realizado Argentina desde que realizó su primera solicitud de adhesión.¹⁵⁹

Con este contexto, este país dentro de su legislación cuenta con una Ley del Impuesto al Valor Agregado, la cual tiene como fecha de sanción el 26 de marzo de 1997 y su publicación oficial en el Boletín Nacional el 15 de abril del mismo año. De este punto, se debe destacar que es importante que un país cuente con una ley exclusiva para el IVA, dado que se centrará únicamente en dicho impuesto y así se pueden especificar temas más puntuales de control y de recaudación. Volviendo al tema central, si bien los servicios digitales en este país se encuentran gravados desde 1998, solo aplicaba para operaciones relacionadas a B2B,¹⁶⁰ más no a las transacciones extranjeras realizadas por consumidores finales. Es en el año 2017, con la Ley de Modificación del Impuesto a las Ganancias N°27.430 de fecha 29 de diciembre de 2017, que se incluyen los servicios digitales como objeto de gravamen en la Ley del Impuesto al Valor Agregado y además se adaptan a las recomendaciones señaladas en la Acción 1 del Plan de Acción BEPS. La tarifa de este impuesto será la misma que la tarifa general de IVA es decir del 21%.

Es importante mencionar que la ley N°27.430, mediante el artículo 88 incluye el inciso m) del apartado 21 del inciso e) del artículo 3 de la Ley de Impuesto al Valor Agregado, referenciando a los servicios digitales como:

m) Los servicios digitales. Se consideran servicios digitales, cualquiera sea el dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización, aquellos llevados a cabo a través de la red Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet u otra red a través de la que se presten servicios

¹⁵⁷ Foro internacional de gobernantes y presidentes de bancos centrales. Sus integrantes son: Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, España (invitado permanente), Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Reino Unido, Rusia, Sudáfrica y Turquía, más la Unión Europea.

¹⁵⁸ Francia Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), “La OCDE y Argentina: Una relación de beneficio mutuo”, *OCDE*, accedido 7 de marzo de 2023, párr. 2, <https://www.oecd.org/latin-america/paises/argentina/>.

¹⁵⁹ *Ibíd.*, párr. 1.

¹⁶⁰ Business to business.

equivalentes que, por su naturaleza, estén básicamente automatizados y requieran una intervención humana mínima, comprendiendo, entre otros [...]”¹⁶¹

Además, como sucede en el caso de Ecuador, en dicha modificación incluye los servicios digitales en 14 ítems, lo cuáles serán considerados como objetos de gravamen.

El artículo 1 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, en su literal e señala que para que se presuma (salvo prueba en contrario) que se están utilizando o explotando servicios digitales en Argentina deben cumplir los siguientes presupuestos:

1. De tratarse de servicios recibidos a través de la utilización de teléfonos móviles: en el país identificado por el código del teléfono móvil de la tarjeta sim.
2. De tratarse de servicios recibidos mediante otros dispositivos: en el país de la dirección IP de los dispositivos electrónicos del receptor del servicio. Se considera como dirección IP al identificador numérico único formado por valores binarios asignado a un dispositivo electrónico.¹⁶²

Por otro lado, el mismo artículo señala que se presume (sin admitir salvo prueba en contrario), que se está utilizando o explotando servicios digitales en el territorio argentino cuando:

1. La dirección IP, del dispositivo utilizado por el cliente o código país de tarjeta sim, conforme se especifica en el párrafo anterior; o
2. La dirección de facturación del cliente; o,
3. La cuenta bancaria utilizada para el pago, la dirección de facturación del cliente de la que disponga el banco o la entidad financiera emisora de la tarjeta de crédito o débito con que se realice el pago.¹⁶³

Como se puede observar, la legislación argentina es más específica al momento de precisar cuándo se considera que el consumo de un servicio digital se ha realizado en su territorio. Es por ello que una ley específica de tratamiento para IVA ayuda a regular de mejor manera aspectos concretos como por ejemplo en este tema.

La normativa argentina no especifica si el proveedor de servicios digitales tiene o no la obligación de registrarse en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Sin embargo, el artículo 1 del Decreto 354/2018, indica que “La obligación de inscripción a la que se refiere el artículo 36 de la misma norma se entenderá cumplida, para los sujetos a que se refiere el inciso i) de su artículo 4º,¹⁶⁴ con el ingreso del impuesto por parte de

¹⁶¹ Argentina, *Ley de Modificación del Impuesto a las Ganancias N°27.430*, Boletín Oficial, 29 de diciembre de 2017, art. 88.

¹⁶² Argentina, *Ley del Impuesto al Valor Agregado N°27.430*, Boletín Oficial, 26 de marzo de 1997, art. 1 literal e inciso 3 y 4.

¹⁶³ *Ibíd.*, art. 1 literal e inciso 6-8.

¹⁶⁴ Los servicios digitales comprendidos en el inciso m) del apartado 21 del inciso e) del artículo 3º, prestados por un sujeto residente o domiciliado en el exterior cuya utilización o explotación efectiva se

quien corresponda”.¹⁶⁵ No obstante, actuarán como sujetos pasivos según lo dispuesto en el artículo 4 literal e) de la Ley de IVA, los prestatarios, es decir la persona que recibe el servicio o lo consume. En caso de que exista un intermediario que intervenga en el pago, este va a asumir el carácter de agente de percepción.¹⁶⁶ Aunado a lo mencionado anteriormente, la ley argentina no hace referencia a agentes de retención, esto ya que de acuerdo al Decreto 354/2018 todos los sujetos que participan en el pago del IVA en servicios digitales son considerados como agentes de percepción y liquidación del impuesto. Con base en ello, es necesario mencionar que la Resolución General AFIP N° 4240/2018, de fecha 11 de mayo de 2018¹⁶⁷, indica las directrices para el ingreso del impuesto al valor agregado por servicios digitales prestados en el exterior y en ella además se anexa la nómina de prestadores de servicios digitales del exterior, que sirven para que el AFIP pueda identificar las plataformas que son objeto de este impuesto.¹⁶⁸

Es importante acotar que, también participarán como agentes de percepción y liquidación las entidades que faciliten o administren pagos al exterior, y de la misma manera deberán ingresar lo recaudado ante la AFIP, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

1. Los destinatarios de los pagos sean sujetos que integren el Apartado B del Anexo II de la presente.
2. Se trate de un pago al exterior por un importe máximo de DIEZ DÓLARES ESTADOUNIDENSES (U\$S 10) o su equivalente en otra moneda.
3. Los prestatarios (4.2.) del servicio digital no revistan la calidad de responsable inscripto en el impuesto al valor agregado.¹⁶⁹

El hecho imponible de acuerdo al artículo 5 literal i) de la ley de IVA, se perfeccionará en el momento en que se complete la prestación o cuando el consumidor pague la totalidad o parte del precio.¹⁷⁰ En cuanto a la base imponible, el artículo innumerado agregado a continuación del artículo 26 de la ley de IVA, indica que la alícuota se va a aplicar sobre el precio neto de la operación que sea el resultante de la factura o documento semejante que haya sido emitido por el prestador del exterior.¹⁷¹

lleve a cabo en el país, en tanto el prestatario no resulte comprendido en las disposiciones previstas en el inciso anterior. *Ibíd.*, art. 1 literal e.

¹⁶⁵ Argentina, *Decreto 354/2018*, Boletín Oficial, 24 de abril de 2018, art. 1.

¹⁶⁶ Argentina, *Ley del Impuesto al Valor Agregado N°27.430*, art. 4 literal e.

¹⁶⁷ Argentina, *Resolución General AFIP N° 4240/2018*, Boletín Oficial, 14 de mayo de 2018.

¹⁶⁸ Para tener acceso a la nómina de prestadores de servicios digitales del exterior, acceder al siguiente enlace: http://biblioteca.afip.gob.ar/pdf/RG_4240_AFIP_A2.pdf.

¹⁶⁹ Argentina, *Resolución General AFIP N° 4240/2018*, art. 4.

¹⁷⁰ Argentina, *Ley del Impuesto al Valor Agregado N°27.430*, art. 5 literal i.

¹⁷¹ *Ibíd.*

El pago y declaración de este impuesto deberá ser ingresado por el consumidor, siempre y cuando no exista ningún intermediario. Si existe un intermediario en la transacción, este realizará la declaración y pago vía percepción mediante el aplicativo creado para tal transacción y la administración tributaria dará la opción de consolidar las operaciones en un registro único de percepción mensual por cada prestatario. Así mismo, como en el caso de Ecuador, si un prestatario considera que no le corresponde la percepción ya que no se trata de un servicio digital, puede solicitar ante la Administración Federal, la devolución del gravamen percibido.¹⁷²

Además, de acuerdo a la forma en la que se pagó el servicio digital, la percepción del gravamen se realizará de la siguiente forma:

- a. En el caso de haber utilizado una tarjeta de crédito, la percepción del gravamen será en la fecha del corte de la tarjeta, sin menoscabo de que el valor sea pagado de forma parcial, en dicho caso, la percepción se efectúa de manera total en el primer pago.¹⁷³
- b. En el caso de haber utilizado una tarjeta de débito, prepaga o alguna similar, la percepción del gravamen será la fecha en la que se realizó el débito de la cuenta asociada a la tarjeta.¹⁷⁴
- c. Finalmente, en el caso de que el pago se realice mediante un sujeto agrupador o agregador de medios de pago, la percepción del gravamen será en la fecha que se han receptado los fondos por parte del intermediario en el pago del servicio digital que ha sido contratado por el prestatario.¹⁷⁵

Como conclusión, Argentina al ser un país pionero en la imposición de IVA en servicios digitales, ha conseguido una asombrosa recaudación de este impuesto con la ayuda del sistema de listados. Así, solo en el año 2020 ingresó a sus arcas fiscales la suma de aproximadamente 110 millones de dólares, lo que representó un 0,03% del PIB.¹⁷⁶ Además, su sistema de declaración y pago es bastante amigable, tanto que el mismo consumidor en el caso de no existir intermediario puede realizar el pago. De igual manera, se ha mantenido con el principio de principio de utilización o explotación efectiva en el

¹⁷² Argentina, *Resolución General AFIP N° 4240/2018*, art. 9.

¹⁷³ Agustín Marcianesi y Sofía Anahí Pereyra Oliva, *Tratamiento Impositivo de las Empresas de Servicios Digitales* (Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo, 2021), 19.

¹⁷⁴ *Ibíd.*

¹⁷⁵ *Ibíd.*

¹⁷⁶ Lorena Adad Alonso, "Propuesta de un régimen simplificado de recaudación del IVA a los servicios digitales en Argentina", *TAXlatam*, 13 de octubre de 2022, párr. 21, <https://taxlatam.com/noticias/propuesta-de-un-regimen-simplificado-de-recaudacion-del-iva-a-los-servicios-digitales-en-argentina/>.

país, por ende, se puede observar que este país se ha acogido a las recomendaciones de la OCDE.

3. Regulación en el marco internacional. IVA en servicios digitales en Colombia

En el campo de cooperación internacional en materia económica, el 28 de abril de 2020, Colombia se convirtió en el miembro número treinta y siete de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), finalizando con éxito el proceso de adhesión que comenzó en el año 2013. Durante los años del proceso de adhesión, este país se sometió a rigurosos exámenes y análisis por parte de 23 comités de la OCDE y además introdujo reformas que ajustaron su legislación, políticas y prácticas a las normas de esta organización en varios temas.¹⁷⁷ Dicho esto, Colombia con base en las recomendaciones de la OCDE modificó su normativa para regular las transacciones que se realizaban con ayuda de internet.

La primera diferencia que se puede visualizar en el ámbito tributario en este país es que al IVA lo denominan como el Impuesto sobre las ventas y tiene una tarifa del 19%. El 29 de diciembre de 2016, con el objetivo de reforma fiscal estructural, se publica la Ley 1819, la cual fortaleció los mecanismos para combatir la elusión y evasión fiscal, y además incluyó otras disposiciones. Esta ley modifica el artículo 420 del Estatuto Tributario, incluyendo lo siguiente:

PARÁGRAFO 3o. Para efectos del impuesto sobre las ventas, los servicios prestados y los intangibles adquiridos o licenciados desde el exterior se entenderán prestados, licenciados o adquiridos en el territorio nacional y causarán el respectivo impuesto cuando el usuario directo o destinatario de los mismos tenga su residencia fiscal, domicilio, establecimiento permanente, o la sede de su actividad económica en el territorio nacional.¹⁷⁸

De esta manera, el impuesto sobre las ventas ya se encuentra gravado en servicios prestados desde el exterior, y serán considerados así siempre y cuando el servicio sea adquirido en el territorio colombiano y por ende también utilizado en el mismo territorio. Dicho esto, se puede visualizar como el país colombiano ha implementado lo señalado en la Directrices Internacionales sobre el IVA de la OCDE, dado que aplican el principio de destino.

¹⁷⁷ Francia Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), “La OCDE y Colombia: Una relación mutuamente beneficiosa”, *OCDE*, accedido 7 de marzo de 2023, párr. 1-2, <https://www.oecd.org/latin-america/paises/colombia/>.

¹⁷⁸ Colombia, *Estatuto Tributario*, Diario Oficial, 30 de marzo de 1989, art. 420 parágrafo 3.

El párrafo 2 del artículo 437 de dicha ley, señala que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) por medio de una resolución establecerá el procedimiento simplificado por el que los proveedores de servicios del extranjero deberán cumplir sus obligaciones, en este caso la obligación de declarar y pagar el impuesto sobre las ventas.¹⁷⁹ Aunado a lo anteriormente indicado, la Resolución Nro. 51 de 2018, señala que el procedimiento para la presentación y recaudación del impuesto sobre ventas las empresas extranjeras obligatoriamente se deberán inscribir en el Registro Único Tributario (RUT), para que, en el marco de sus atribuciones dichas empresas declaren y paguen el impuesto sobre las ventas. El procedimiento mencionado solo estará previsto para aquellos responsables que no cuenten con residencia o que no tengan domicilio en Colombia y que sean proveedores de servicios desde el exterior y que graven el impuesto sobre las ventas.¹⁸⁰

Así, con esta resolución ya se evidencia que el sujeto pasivo de este impuesto son los prestadores de servicios residentes fuera de territorio colombiano. A pesar de ello, la Resolución Nro. 49 de agosto de 2019 establece el procedimiento para que los proveedores de servicios electrónicos o digitales del extranjero voluntariamente se acojan a un régimen tributario alternativo mediante la retención del IVA en la fuente. De esta manera, los prestadores de servicios que deseen acogerse a este procedimiento deberán dirigir su solicitud a la Coordinación de PQRS de la Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente de la Dirección de Gestión de Ingresos, al servicio de recepción denominado “PQRS y Denuncias” de la página web de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales o a los medios que la administración tributaria ha definido para el efecto. En caso de que la solicitud no cumpla con los requisitos y sea rechazado, el sujeto pasivo deberá continuar con el proceso simplificado antes descrito.¹⁸¹

De igual manera, el párrafo 3° del artículo 437-2 señala que la DIAN mediante resolución presentará de manera taxativa un listado de prestadores del exterior a los que se debe practicar la retención correspondiente, de acuerdo a los parámetros establecidos por la normativa pertinente.¹⁸²

¹⁷⁹ *Ibíd.*, art. 437 párrafo 2.

¹⁸⁰ Colombia, *Procedimiento simplificado del impuesto sobre las ventas-IVA para prestadores de servicios desde el exterior*, Diario Oficial, 19 de octubre de 2018, art. 1-2.

¹⁸¹ Colombia, *Resolución 49*, Diario Oficial, 1 de agosto de 2019, art. 1 inciso segundo.

¹⁸² Colombia, *Estatuto Tributario*, art. 437-2 párrafo 3.

A diferencia de Argentina, Colombia en la resolución nro. 49 en su artículo 3 se refiere a los agentes retenedores, quienes también actuarán como sujetos pasivos y estos constituyen en las instituciones emisoras de tarjetas de crédito y débito, vendedores de tarjetas prepago, recaudadores de efectivo, entre otros agentes retenedores que tengan la potestad de recaudar a través de cualquier otro medio de pago.¹⁸³

La declaración y pago del impuesto sobre las ventas por los sujetos pasivos se realizarán de manera bimestral. Sin embargo, no están obligados a presentar la declaración de este impuesto en los periodos que no hayan realizado operaciones que graven este impuesto. La declaración del impuesto se presentará de forma virtual, mediante la plataforma establecida por la DIAN, la plataforma es amigable y el sujeto pasivo no tendrá problema alguno en completar el formulario.

Otra clara diferencia entre la implementación de este impuesto en Colombia es que este país, si bien indica los servicios digitales que serán aplicables de este impuesto, no define a los servicios digitales, lo cual si se observa en Ecuador y Argentina. Además, en su legislación señala que el impuesto sobre las ventas se empleará también a aplicaciones de pago en línea, acción que no se ha observado en los otros países presentados. Finalmente, en este país no solo se grava el impuesto sobre las ventas, sino que también existe regulación sobre el impuesto a la renta, el cual será de análisis en una futura investigación.

4. Análisis comparado de la implementación del IVA en servicios digitales en Argentina, Colombia y Ecuador

Una vez se ha presentado de manera individual las regulaciones implementadas para la imposición del cobro del IVA en servicios digitales en Ecuador, Argentina y Colombia, a continuación, se presentará una tabla comparativa para una mejor ilustración de lo investigado.

Tabla 4
Análisis comparado de regulaciones implementadas para el cobro de IVA en servicios digitales

	Ecuador	Argentina	Colombia
Miembro de la OCDE	No	No, sin embargo, se encuentran en conversaciones para	Si

¹⁸³ Colombia, *Resolución 49*, art. 3.

		materializar su adhesión.	
Ley de IVA	No	Si	No
Año de implementación	2020	2018	2018
Tarifa	12% y 0%	21%	19%
Sujeto activo	El sujeto activo del impuesto al valor agregado es el Estado. Lo administrará el Servicio de Rentas Internas (SRI).	El sujeto activo del impuesto al valor agregado es el Estado. Lo administrará la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).	El sujeto activo del impuesto al valor agregado es el Estado. Lo administrará la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
Sujeto pasivo	<ul style="list-style-type: none"> • Agentes de percepción. • Agentes de retención. • Importador del servicio cuando el proveedor de servicios digitales no se encuentre registrado en el SRI y tampoco exista intermediario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los prestatarios. • Agentes de percepción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestadores de servicios residentes fuera de territorio colombiano. • Agentes retenedores.
Método de recaudación	<ul style="list-style-type: none"> • Directo si el prestador del exterior está inscrito en el país. • Retención de medios de pago. • Mediante liquidación de compas y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción a través de tarjetas de crédito o débito. • Directo por el prestatario responsable inscrito en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Directo si el prestatario está inscrito en el país. • Directo si el proveedor está registrado en el país. • Retención de medios de pago.
Servicios digitales gravados	Aquellos prestados y/o contratados a través de internet, o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, las plataformas o la tecnología utilizada por internet, u otra red a través de la que se presten servicios similares que, por su naturaleza, estén básicamente automatizados y requieran una intervención humana mínima, independientemente del dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización.	Aquellos llevados a cabo a través de la red Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet u otra red a través de la que se presten servicios equivalentes que, por su naturaleza, estén básicamente automatizados y requieran una intervención humana mínima, comprendiendo, entre otros.	Si bien la norma tributaria colombiana no indica cuáles son los servicios digitales gravados, señala que para efectos del impuesto sobre las ventas, los servicios prestados y los intangibles adquiridos o licenciados desde el exterior se entenderán prestados, licenciados o adquiridos en el territorio nacional y causarán el respectivo impuesto cuando el usuario directo o destinatario de los mismos tenga su residencia fiscal, domicilio, establecimiento

			permanente, o la sede de su actividad económica en el territorio nacional.
Criterios para determinar el lugar de consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de emisión de la tarjeta o de la cuenta bancaria. • Dirección de IP del dispositivo utilizado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección IP del dispositivo utilizado por el cliente/a o código del país de la tarjeta SIM utilizada • Dirección de facturación del cliente/a o la cuenta bancaria utilizada para el pago. • Dirección de facturación del cliente/a de la que disponga el banco o la entidad financiera emisora de la tarjeta de crédito o débito con que se realice el pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar de emisión de la tarjeta o de la cuenta bancaria. • Dirección de IP del dispositivo utilizado. • Código del país de la tarjeta SIM utilizada.
Registro de proveedores	No existe obligación de los proveedores a registrarse. A pesar de ellos, los proveedores podrán registrarse en el RUC, con la aclaración de que dicho registro no se constituirá como establecimiento permanente en el país.	No existe obligación de los proveedores a registrarse. Sin embargo, puedes registrarse voluntariamente ante el ente tributario correspondiente.	Los prestadores de servicios digitales obligatoriamente deberán inscribir en el Registro Único Tributario (RUT).

Fuente y elaboración propias

Del ejercicio comparado realizado en la presente investigación se puede concluir que a pesar que el IVA es un impuesto recaudado en todo el mundo, cada legislación lo trata y recauda de manera diferente. En el caso de Argentina y Colombia, al pertenecer o participar activamente en las acciones y ejercicios realizados por la OCDE en el ámbito de tributación, les facilita acoplarse a una realidad mundial al momento de recaudar sus impuestos. De esta manera, aunque el IVA en servicios digitales ha sido implementado en los últimos años por los países analizados, este ha tenido un impacto positivo en su recaudación y se ha constituido como un gran avance en materia tributaria.

El tener una ley específica sobre IVA, permite que los aspectos de su regulación sean más concretos, especialmente en cuanto a especificaciones propias de cada país. Además, se puede vislumbrar que existen aspectos mejor desarrollados y trata de no dejar temas que pueden tener varias interpretaciones.

Por otro lado, la tarifa de cada país es la misma que se utiliza en todos los consumos al adquirir un bien o servicio. Sin embargo, se vislumbra que Ecuador tiene la tarifa más baja y por ende, la recaudación de este impuesto es menor. Así mismo, en los tres países actúa como sujeto activo el Estado, a través de sus administraciones tributarias. En el caso de los sujetos pasivos, no varía demasiado, ya que en los tres países se observa la presencia de agentes de percepción. No obstante, en el caso de Colombia y Argentina, sus sujetos pasivos no se encuentran conceptualizados, tal y como se observa en el caso de Ecuador.

El método de recaudación de cada país analizado se basa en si el proveedor se encuentra o no registrado en las administraciones tributarias. Así, también tienen participación las entidades que hayan emitido una tarjeta de débito o de crédito que actuarán como agentes de retención o percepción como es el caso de Argentina. En el caso de Argentina no se observan agentes de retención debido a que estos actúan como agentes de percepción al ser aquellos inscriptos de acuerdo a la normativa vigente, para el pago y declaración del impuesto correspondiente. De igual manera, se ha observado que en los tres países en caso de que no exista intermediario para el pago y declaración del IVA en servicios digitales, el consumidor será quien se encargue de este impuesto y actuará en calidad de agente de percepción. Además, se debe señalar que, en Colombia, las aplicaciones o agregadores de pago en línea también pagan IVA, a diferencia de Ecuador y Argentina que no lo hacen.

En el caso de determinar los servicios digitales que se encuentran gravados con IVA, tanto Ecuador como Argentina cuentan con una definición de estos servicios, al contrario de Colombia que no cuenta con una definición específica, sino que indica que estos deberán ser gravados siempre y cuando el servicio se utilice en su territorio. No obstante, de acuerdo al artículo 437-2, numeral 8 del Estatuto Tributario colombiano, señala que los agentes de retención al momento del correspondiente pago o abono, de un servicio digital por parte de un residente colombiano, retendrá el impuesto siempre y cuando correspondan a los siguientes servicios digitales: a. Suministro de servicios audiovisuales (entre otros, de música, videos, películas y juegos de cualquier tipo, así como la radiodifusión de cualquier tipo de evento); b. Servicios prestados a través de plataformas digitales; c. Suministro de servicios de publicidad online; d. Suministro de enseñanza o entrenamiento a distancia; e. Suministro de derechos de uso o explotación de intangibles; y, f. Otros servicios electrónicos o digitales con destino a usuarios

ubicados en Colombia.¹⁸⁴ Así, se observa que si bien los servicios digitales no son desglosados en un artículo específico como en el caso de Ecuador y Argentina, si se los indican en el artículo antes mencionado.

En cuanto al criterio para determinar si el servicio está siendo utilizado en el lugar de consumo, es muy parecido en los países analizados, dado que todos se basan en que, si el servicio es solicitado dentro del país, se entiende que el servicio será utilizado dentro de su jurisdicción. Por lo tanto, todos los países han adoptado las Directrices Internacionales de IVA realizadas por la OCDE, dado que aplican el principio de destino y así se mantiene el principio de neutralidad que permite una competencia leal entre empresas extranjeras y locales.

Con respecto al registro de proveedores, en Ecuador y Argentina no es obligatorio que los proveedores de servicios digitales se registren en las administraciones tributarias. Empero, en el caso de Colombia, estos proveedores deben registrarse obligatoriamente en el Registro Único Tributario (RUT), pero pueden acogerse de manera voluntaria al sistema alternativo de pago del impuesto mediante la retención en la fuente. De esta manera, alineados a las Directrices Internacionales de IVA se ha podido observar que los tres países cuentan con procedimientos simplificados para la declaración y pago de IVA por servicios digitales, no obstante, dado que una de las recomendaciones realizadas en dichas directrices es el mantener los procesos en diferentes idiomas, se ha podido concebir que ninguno de los tres países ha acoplado dicha recomendación.

Finalmente, las administraciones tributarias de los tres países cuentan con su listado de prestadores de servicios digitales reconocidos que operan en sus territorios nacionales. Esto es de gran ayuda ya que al poder identificar dichas empresas, la recaudación se vuelve más efectiva y por ende el fisco cumple su función a cabalidad. Sin embargo, Ecuador es el único país que cuenta tanto con un listado de todos los prestadores de pago y además con una lista de agentes de percepción que son aquellos que se han registrado en el territorio ecuatoriano.

¹⁸⁴ Colombia, *Estatuto Tributario*, art. 437-2 numeral 8.

Conclusiones

Mediante lo presentado en este trabajo de investigación se contempla que la economía digital juega un papel muy importante en la actualidad. Esto, con ayuda de la implementación de nuevas tecnologías, el acceso a nuevos mercados, fuentes de ingresos y de la digitalización, lo que trae como resultado la mejora de las condiciones y competitividad de las pymes. Sin embargo, deberían existir condiciones justas tanto para las empresas locales como las extranjeras, ya que la falta de tributación de las segundas muchas veces afecta al desenvolvimiento de la empresa nacional.

De esta forma, en el ámbito de la tributación internacional, debido a que varias empresas ya trabajan en conjunto con la economía digital, posibilitarán la existencia de factores que faciliten la evasión y el fraude en la declaración y pago de impuestos. Esto debido a que, si bien es cierto que existe una normativa específica para el cobro de impuestos, al momento en que se trata de servicios e intangibles transfronterizos, muchas veces es difícil para las administraciones tributarias controlar los ingresos derivados de estas transacciones. Por tanto, entre las mayores dificultades que plantea la economía digital se encuentra la tributación de aquellos beneficios derivados de las transacciones que son efectuadas a través del comercio digital las cuales debido a la falta de espacio físico geoespacial, es decir, al no existir un establecimiento permanente no se puede dar valor a los activos intangibles asociados a los procesos de negocio, que a menudo son altamente transferibles a otras jurisdicciones. En este sentido, al momento de la compra de un servicio digital se crea un acto comercial, el cual, al no estar previsto en la norma, no trae beneficios económicos al país en donde se consume el servicio, sin embargo, los proveedores de los servicios digitales reciben una gran suma de dinero por la venta de sus servicios.

Se ha observado también en el marco de la pandemia originada por la COVID-19, que el comercio electrónico ha facilitado la compra y entrega de bienes y servicios y en cierto modo la capacidad de mantener las barreras sociales para evitar el contagio. Es así que este comercio ha generado la necesidad de que las empresas compitan y lleguen a los clientes de manera rápida y eficiente. En este contexto, se determina que uno de los principales problemas que surgen en las operaciones de comercio electrónico es determinar quién es el beneficiario final de las ganancias. Por ello, el papel fundamental de las legislaciones debe ser la regulación de las prácticas comerciales virtuales, evitando

así los vacíos legales y desconociendo la posibilidad de evasión o elusión fiscal caso por caso.

En cuanto a las plataformas digitales, no cabe duda de que los países en vía de desarrollo son el principal mercado de las plataformas digitales globales, por lo que estas plataformas deberían empezar a aportar a las economías de estos países de manera obligatoria, por ello en el ámbito del IVA se ha considerado que las empresas que proveen servicios digitales realicen su registro para efectos de recaudación eficaz del impuesto. De igual modo, es necesario que muchas empresas hagan uso intensivo de las herramientas digitales para configurar el trabajo remoto, comprar y vender en línea y administrar el proceso de producción desde cero, lo que les permitirá la supervivencia al impacto de la pandemia actual. Sin duda, la transformación digital ha pasado de ser algo que antes se consideraba un beneficio para impulsar la productividad y la rentabilidad, a algo esencial para la supervivencia empresarial.

En el tema que compete al presente trabajo de investigación, se ha podido observar que uno de los efectos de la pandemia y las correspondientes medidas de confinamiento, ha sido el aumento del consumo a través de plataformas digitales, que en algunos países no han sido gravadas, o no del modo deseado. Esta consecuencia no solo es costosa en términos de recaudación, sino que como se mencionó al inicio de este apartado, también crea una competencia desleal con las industrias tradicionales, especialmente con las pequeñas empresas, que han sido las más afectadas por la crisis.

Con base en ello, es necesario que todas las legislaciones distingan los ingresos que en efecto constituyen enriquecimientos que supongan un aumento sustancial de la riqueza imponible, siendo responsabilidad de cada Estado determinar los impuestos que deban ajustarse de acuerdo a su determinado objeto. En caso de que no realicen dicha distinción, se tendrá como resultado que los consumidores de servicios web no paguen impuestos y causen un daño económico al estado.

Además, se ha concluido que, el impuesto al valor agregado sobre los servicios digitales no busca que se distingan entre compras tradicionales y digitales, debido a que el objetivo de ambas es el mismo, es decir pagar impuestos por igual. No obstante, las compras digitales no tienen el mismo tratamiento, dado que estas aún no se encuentran reguladas de la manera adecuada. Por esta razón, los problemas derivados de la tributación de IVA en servicios digitales deben ser subsanados mediante la implementación de normativas basadas en estudios de organizaciones internacionales que tengan práctica en resoluciones de estos problemas, como lo es el caso de la OCDE quien

en específico ha elaborado recomendaciones y directrices, así se pueden citar las Directrices Internacionales de IVA, las cuáles han servido de referente para varios países ya que en su contenido se pueden encontrar recomendaciones tanto para transacciones B2B como B2C.

Del ejercicio comparado realizado entre Ecuador, Argentina y Colombia se concluye que en cada país la tributación de IVA en servicios digitales se maneja de forma diferente. Por ejemplo, Ecuador es específico en los sujetos pasivos de este impuesto ya que incluye agentes de percepción y retención, es decir aquellos residentes y no residentes. Por el contrario, en el caso de Argentina solo incluyen agentes de percepción, esto debido a que los que actúan como agentes de retención en el caso de Colombia y Ecuador, en Argentina tienen la denominación de responsable inscripto y por ende son considerados agentes de percepción. En referencia a Colombia, su legislación también es específica en cuanto a sujetos pasivos.

Otra diferencia notable entre estos países es la manera en que los prestadores de servicios digitales declaran el IVA en servicios digitales. Ecuador por su parte, les da la opción de inscribirse en el SRI y así puedan declarar y pagar el impuesto percibido, recordando que su registro no es obligatorio y que no se constituirá como establecimiento permanente. Por otro lado, Argentina no señala la obligación de que estos prestadores de servicios se inscriban en la Administración Federal de Ingresos Públicos, sin embargo, sí señala que deben declarar y pagar lo cobrado mediante la plataforma creada para el efecto, plataforma que a simple vista parece bastante amigable con el contribuyente. En cuanto a Colombia, su legislación establece que los proveedores de servicios obligatoriamente deben inscribirse en la DIAN y así podrán declarar y pagar el impuesto causado. Empero, les da también la posibilidad de acogerse al régimen de retención, mediante el cual los sujetos pasivos pasarían a ser las instituciones emisoras de crédito o debido.

Aunado a la conclusión anterior, los países que implementen el cobro de servicios digitales a proveedores de servicios que no sean residentes en su territorio, tomando en cuenta las directrices Internacionales de IVA de la OCDE, deberían crear métodos simplificados y eficientes para que la declaración y pago del IVA no sea un trámite engorroso para el sujeto pasivo. Esto generará que las inversiones por estos servicios no se pierdan y así el estado pueda recaudar más impuestos.

Con base en el ejercicio comparado, en relación al registro de proveedores, el Ecuador mediante el Servicio de Rentas Internas, debería elaborar una guía tributaria para el registro de agentes de percepción. Si bien la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-

00000053 de 22 de agosto de 2020, explica el procedimiento que deben seguir estos agentes, en el caso de Argentina y Colombia se pudo encontrar guías con el paso a paso para el registro de los prestadores de servicios digitales no residentes. Esto contribuye a que la cultura tributaria del país se fortalezca y se tenga una mejor idea del procedimiento que se debe seguir. De igual manera, se debería considerar la posibilidad de traducir estas guías tributarias, ya que generalmente estos proveedores no tienen como lengua nativa al español. En ese contexto, se deberían de igual manera implementar canales exclusivos de comunicación con las administraciones tributarias, para que de esta forma los sujetos pasivos puedan sobreeser sus dudas y así el trámite de registro o de declaración sea de una forma más eficaz.

Así también, Ecuador debería ajustarse de una mejor forma a las normas, recomendaciones, intercambio de experiencias y buenas prácticas que va recopilando la OCDE. Si bien, Ecuador no pertenece a esta organización internacional, si podría trabajar en conjunto con ella para, como en el caso de Argentina, se lo pueda considerar para un posterior proceso de adhesión. En el caso de los países analizados, estos sí pertenecen (Argentina en proceso de adhesión) y trabajan en forma conjunta con la OCDE, dicho trabajo se ha visto reflejado en su manera de tratar la recaudación de sus impuestos y en especial del IVA en servicios digitales, el cual ha tenido una recaudación que ha ayudado a la economía de cada país, razón por la cual se han escogido dichos países para realizar el análisis comparativo del presente trabajo.

La administración tributaria ecuatoriana, debería asignar y utilizar más recursos para poder controlar y recaudar de manera eficiente el IVA en servicios digitales, dado que al haber implementado el cobro de este impuesto que trae consigo el uso de la tecnología, su sistema debe actualizarse constantemente, cosa que se pudo vislumbrar en Argentina y Colombia, ya que estos en su forma de determinar el lugar de consumo ya consideran hasta el código del país de la tarjeta SIM utilizada.

La implementación de regulaciones para la recaudación de IVA en servicios digitales en el Ecuador, es una iniciativa de la cual me encuentro a favor, ya que, esta recaudación es una gran alternativa que permite incrementar los niveles de ingresos permanentes del estado y también establece una equidad en relación a las empresas nacionales, dando como resultado que la recaudación y declaración de este impuesto sea realizada de una forma equitativa. Además, permite que el país pueda competir en el mercado internacional al no quedarse fuera de todos los avances que la economía digital ha ido creando en su paso del tiempo.

La norma tributaria ecuatoriana ha dispuesto que los prestadores de servicios digitales no tienen la obligación de registrarse en el SRI, sin embargo, les da la posibilidad de que se registren actuar como agentes de percepción. En este punto, considero que la administración tributaria al estar iniciando en el cobro de este tipo de IVA, hace bien en no obligar a los prestadores de servicios digitales a registrarse, de esta manera, incentiva que estas plataformas sigan entrando al país. No obstante, debería analizar la posibilidad que tal vez cumplidos los cinco años de haber iniciado con esta recaudación, ya se implemente la obligación de registro de las empresas extranjeras, pero esto conllevaría que elaboren una plataforma web y un proceso simplificado, que sea afable con el proveedor que se registre y además que sea de ayuda al momento de realizar la declaración y el pago.

Es importante mencionar, que desde el año 2020 que comenzó el cobro de IVA en servicios digitales en Ecuador, el catastro de proveedores de servicios empezó con 200 servicios digitales gravados, sin embargo, para finales del año 2022 este catastro ya sumaba más de 700 servicios digitales. Esto da a notar que, el país se ha ido adaptando a las tendencias internacionales y además con la aplicación de este impuesto en la normativa tributaria se ha ayudado a que la recaudación siga incrementando, lo cual no se vislumbraría si esta obligación tributaria no se habría impuesto.

A pesar de que los países monitoreen y realicen un levantamiento de los proveedores de servicios digitales, si el proveedor del servicio no está en el catastro, no se podrá recaudar el IVA correspondiente, por ello, es necesario que los países o específicamente el Ecuador, mediante el Servicio de Rentas internas no deje de actualizar día a día la lista de empresas que mantienen relaciones comerciales de servicios digitales en el territorio, para que el IVA recaiga en todas las empresas por igual, creando un mecanismo que sea más adecuado y eficiente.

Como se mencionó en apartados anteriores, los ecuatorianos por el uso de servicios de plataformas digitales gastaron alrededor de 457 millones de dólares entre septiembre de 2020 y mayo de 2022, y esto tuvo como resultado la recaudación de 56 millones de dólares por IVA en servicios digitales. A simple vista el monto de esta recaudación se ve pequeño, empero, si estos servicios no estuvieran regulados, ese monto ya no entraría a formar parte de los ingresos del estado. Por lo tanto, con respecto al principio de eficiencia y suficiencia recaudatoria se ha conseguido que disminuya la evasión fiscal, con ayuda al control que la actuación tributaria implementó para los sujetos pasivos de este impuesto.

Finalmente, como conclusión general, la incorporación del IVA en servicios digitales es un paso adelante en el derecho tributario, siempre que esté bien enmarcado y regulado y no viole los derechos de los contribuyentes y los principios de este derecho. Para ello es importante que todos los países se vayan acoplando a la realidad tecnológica actual y de esta manera se pueda realizar un intercambio de información y trabajo en conjunto entre países, para así evitar posibles problemas que puedan surgir, como por ejemplo la doble imposición o la no declaración involuntaria de impuestos.

Bibliografía

- Acosta, Marjorie, Alfredo Yagual Velastegui y Verónica Coronel Pérez. “Perspectivas de la economía digital en Latinoamérica: Caso Ecuador”. *3C Empresa: Investigación y pensamiento crítico* 7, n.º. 3 (2018): 28-43. DOI: <http://dx.doi.org/10.177993/3cemp.2018.070335.28-43/>.
- Adad Alonso, Lorena. “Propuesta de un régimen simplificado de recaudación del IVA a los servicios digitales en Argentina”. *TAXlatam*, 13 de octubre de 2022. <https://taxlatam.com/noticias/propuesta-de-un-regimen-simplificado-de-recaudacion-del-iva-a-los-servicios-digitales-en-argentina/>.
- Alomoto, Jessenia y Jéssica Villacrés. “La Economía Digital Como Mecanismo Para Mejorar La Productividad Y Competitividad De Las Pymes En El Sector Turístico”. Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, 2013.
- Amar, Anahí y Verónica Grondona. *Economía digital y tributación: el caso argentino en el marco de la experiencia internacional*. Santiago: Naciones Unidas, 2021.
- Anteportamlatinam Valero, José María. “Relevancia del E-Commerce para la Empresa Actual”. tesis de pregrado, Universidad de Valladolid, 2014.
- Argentina. *Decreto 354/2018*. Boletín Oficial, 24 de abril de 2018.
- . *Ley del Impuesto al Valor Agregado N°27.430*. Boletín Oficial, 26 de marzo de 1997.
- . *Ley de Modificación del Impuesto a las Ganancias N°27.430*. Boletín Oficial, 29 de diciembre de 2017.
- . *Resolución General AFIP N° 4240/2018*. Boletín Oficial, 14 de mayo de 2018.
- Barcelona Acrelia News. “B2A (Business to Administration)”. *Acrelia News - Email marketing*. Accedido 14 de abril de 2022. <https://www.acrelianews.com/es/glossary/b2a-business-to-administration/>.
- Basantes, Andrea, Mónica Gallegos, Cathy Guevara, Alexandra Jácome, Ángela Posso, José Quiña y Cristina Vaca. *Comercio Electrónico*. Ibarra: Imprenta Universitaria, 2016.
- <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6793/1/Libro%20Final%20E%20commerce.pdf>.

- BBC News Mundo. “La economía y el coronavirus: los negocios ganadores y los sorprendidos perdedores durante la pandemia”. *BBC News Mundo*. 14 de mayo de 2020. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52647431>.
- Bermeo Andrade, Rodrigo Vicente. “Efectos de la tarifa 0% de IVA en la etapa de producción en el Ecuador”. Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito, 2007. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/283/1/84621.pdf>.
- Bermeo-Chalco, Diana Gabriela, Darwin Gabriel García-Herrera y Sandra Elizabeth Mena-Clerque. “Brecha digital en tiempos de pandemia: Perspectivas de padres de familia”. *EPISTEME KOINONIA* 4, n.º 8 (2021): 388-360. <https://doi.org/10.35381/e.k.v4i8.1359>.
- Chevalier Dueñas, Griselda Alejandra y Héctor Cocolletzi Moreno. “Modelo dinámico de Confianza en Transacciones Electrónicas”. Tesis de maestría, Universidad de las Américas Puebla, 2005. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mepi/chevalier_d_ga/capitulo2.pdf.
- Chuya-Chuya, Jordan Alfredo, Kerly Dennisse Condo-Herrera, Patricia Alexandra Uriguen-Aguirre, Lady Andrea León-Serrano. “Economía digital, herramienta para mejorar la competitividad y productividad en las PYMES caso: Machala-Ecuador”. *593 Digital Publisher CEIT* 6, n.º 3 (2021): 76-86. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/543/670.
- Colombia. *Estatuto Tributario*. Diario Oficial, 30 de marzo de 1989.
- . *Procedimiento simplificado del impuesto sobre las ventas-IVA para prestadores de servicios desde el exterior*. Diario Oficial, 19 de octubre de 2018.
- . *Resolución 49*. Diario Oficial, 1 de agosto de 2019.
- Dorado Porras, Marta María. “Impacto Del COVID-19 En El Comercio Electrónico”. Tesis de pregrado, Universidad Pontificia Comillas, 2020.
- Ecuador Banco CODESARROLLO. *Módulo 6. Hablemos Sobre Medios De Pago Electrónicos*. Quito: Programa de Educación Financiera, 2020.
- Ecuador Servicio de Rentas Internas. *Mi Guía Tributaria. Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. Quito: Servicio de Rentas Internas, 2018.
- . *Resolución n.o NAC-DGERCGC20-00000053*. Registro Oficial Especial 920, 25 de agosto de 2020.
- . *Resolución n.o NAC-DGERCGC20-00000055*. Registro Oficial Especial 965, 07 de septiembre de 2020.

- Ecuador. *Código Tributario*. Registro Oficial No. 38, 14 de junio 2005.
- . *Decreto No. 383*. Registro Oficial No. 826, Suplemento, 21 de noviembre de 1995.
- . *Ley de Régimen Tributario Interno*. Registro Oficial No. 341, 22 de diciembre 1989.
- . *Ley de Régimen Tributario Interno*. Registro Oficial No. 463, 17 de noviembre 2004.
- . *Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria*. Registro Oficial 111, Suplemento, 31 de diciembre de 2019.
- . *Ley Reformatoria al Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, Ley de Casación y Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado*. Registro Oficial No. 764, Suplemento, 22 de agosto de 1995.
- . *Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*. Registro Oficial 209, Suplemento, 8 de junio 2010.
- . *Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria*. Registro Oficial 260, Segundo Suplemento, 4 de agosto de 2020.
- España Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales. *-IMPLEMENTA-TI5. Acción AT-0080/2015. Introducción a las TIC*. España: Fundación Estatal para la Prevención de Riesgos Laborales, 2015.
- Ferrer Gomila, Josep Lluís, Llorenç Huguet Rotger y María Magdalena Payeras Capellà. *Sistemas de pago electrónico*. Catalunya: Universitat Oberta de Catalunya, 2004.
- Ferreiro Lapatza, Juan José. *Instituciones de Derecho Financiero*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A, 2010.
- Fino Serrano, Guillermo y Rubén Vasco Martínez. *Elementos básicos de la Tributación en Colombia*. Bogotá, D.C.: Centro Interamericano Jurídico-Financiero, 2001.
- Fundación Tomás Moro. *Diccionario Jurídico Espasa*. Madrid: Fundación Tomás Moro, 2002.
- Francia Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). “La OCDE y Colombia: Una relación mutuamente beneficiosa”. *OCDE*. Accedido 7 de marzo de 2023. <https://www.oecd.org/latin-america/paises/colombia/>.
- . “La OCDE y Argentina: Una relación de beneficio mutuo”. *OCDE*. Accedido 7 de marzo de 2023. <https://www.oecd.org/latin-america/paises/argentina/>.

- Guiachetti Torres, Belén Beatriz. “Desafíos Tributarios de la Economía Digital: Análisis Comparado y Situación Nacional”. Tesis de pregrado, Universidad de Chile, 2019.
- Jiménez, Juan Pablo y Andrea Podestá. “Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina. Emparejando la cancha en tiempos de crisis”. *Documentos de Trabajo*, n.º 2 (2021): 29. ISSN 2219-780X.
- Jiménez Vargas, Pedro Jesús. “Los cambios y desafíos que plantea la fiscalidad de la economía digital en el contexto internacional”. *Cuadernos de Derecho Transnacional* 13, n.º 2 (2021): 289-328. <https://doi.org/10.20318/cdt.2021.6258>.
- Marcianesi, Agustín y Sofía Anahí Pereyra Oliva. *Tratamiento Impositivo de las Empresas de Servicios Digitales*. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo, 2021.
- Marín, Mauricio. “La estructura jurídica del tributo: El hecho generador”. En *La obligación tributaria y sus fundamentos constitucionales*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2015.
- Mera, Carlos y Carlos Zurita. “Estudio del Impuesto a las Transacciones Mercantiles y Prestación de Servicios en el Ecuador”. tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, 1974.
- Morales Martín, Antonio. “La economía digital en el ámbito de las Acciones BEPS OCDE”. *Cuadernos de Formación* 21, N.º 16-17 (2017): 221-240. https://www.ief.es/docs/destacados/publicaciones/revistas/cf/21_16.pdf.
- Núñez Castillo, Francisco Javier. “Necesidad de regular en el Ecuador la imposición sobre la renta en el comercio electrónico de intangibles”. Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2021.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). *Proyecto BEPS - Nota explicativa: Informes Finales 2015, Proyecto de la OCDE y del G-20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios*. París: Éditions OCDE, 2016.
- . “Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital”. En *Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios*. Francia: Centre français d'exploitation du droit de copie, 2014.
- . *Panorama del Comercio Electrónico: Políticas, Tendencias y Modelos de Negocio*. Traducido por Asociación Mexicana de Internet. París: Asociación Mexicana de Internet, 2019.
- . *Directrices Internacionales sobre IVA*. París: OECD Publishing, 2021. <https://doi.org/10.1787/9a6341e2-es>.

- . *Enfoque de dos pilares para abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía*. Paris: Éditions OCDE, 2021.
- . *Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe*. Paris: OECD, 2021. <https://www.oecd.org/tax/consumption/kit-de-herramientas-de-iva-digital-para-latinoamerica-y-el-caribe.htm>.
- Organización de Naciones Unidas. *Informe sobre la economía digital 2019. Creación y captura de valor: Repercusión para los países en desarrollo*. Geneva: United Nations, 2019. https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_es.pdf
- Organización de Naciones Unidas y Comisión Económica para América Latina y el Caribe. *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. Santiago de Chile: Naciones Unidas, 2013. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/35408/1/S2013186_es.pdf.
- Oropeza, Doris Karina. “El comercio electrónico y principios económico-comerciales. En *La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2018.
- Otoya Lemaitre, Daniel José y María Claudia Llamas Borge. “La tributación de la economía digital y sus efectos en materia de impuestos directos e indirectos”. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana, 2017.
- Paguay Ledesma, Aracelly Esther. “La Determinación Tributaria a los Servicios Digitales de Entretenimiento que prestan las Empresas Multinacionales en el Ecuador”. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ambato, 2019.
- Paris Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). *Proyecto OCDE/G20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios. Resumen Informativo* (Paris: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2015). <https://www.oecd.org/ctp/beps-resumenes-informes-finales-2015.pdf>.
- Parrilla Ortega, Lidia. “E-Commerce y Pago Seguro”. tesis de pregrado, Universidad Carlos III de Madrid, 2015.
- Pava Ramírez, Judith. “Principio de destino: alcance de los mecanismos para el recaudo del IVA en la prestación transfronteriza de servicios”. *Revista de Derecho Fiscal*, n.º 13 (2018): 91-127. <https://doi.org/10.18601/16926722.n13.04>.
- Pegueroles Vallés, Josep. “Sistemas de Pagos Electrónicos”. *Buran*, n.º 18 (2002): 46.

- Peláez Longinotti, Fernando. “Eficiencia recaudatoria y brecha tributaria en América Latina y el Caribe: Impuesto al Valor Agregado e Impuesto sobre la Renta Empresarial”. *Documentos de Trabajo*, n.º 1 (2022): 9. ISSN 2219-780X. <https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosdeTrabajo/2022/DT-01-22-pelaez.pdf>.
- Pino Amoroso, Franklin Yovany. “Manual de Tributación Fiscal para Negocios Unipersonales”. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, 2016.
- Plazas Vega, Mauricio A. *El Impuesto sobre el Valor Agregado IVA*. Santa Fe Bogotá: Temis, 1998.
- Rincón De Parra, Haydeé Cecilia. “Economía Digital: ¿Se Requieren Nuevos Fundamentos Teóricos Que La Definan?”. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos* 4, n.º 2 (2007): 182-191. <https://www.redalyc.org/pdf/3372/337228632009.pdf>.
- Robayo-Botiva, Diana María. *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones*. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, 2020.
- Rodríguez, Kelly, Olga Ortiz, Alicia Quiroz y María Parrales. “El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19”. *Revista Espacios* 41, n.º 42 (2020): 100-118. <https://revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p09.pdf>.
- Rosero Díaz, Jenny Margoth. “Análisis De Los Efectos Del Impuesto Al Valor Agregado (I.V.A.) Para Los Consumidores Finales De Bajos Recursos Económicos De La Ciudad De Quito En El Último Quinquenio”. tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito, 2010.
- Sánchez Duarte, Esmeralda. “Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) Desde Una Perspectiva Social”. *Revista Educare* XII, n.º Extraordinario (2008): 155-162. ISSN:1409-42-58. <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114584020.pdf>.
- Silva Murillo, Roxana. “Beneficios del Comercio Electrónico”. *Perspectivas*, n.º 24 (2009): 151-164.
- Tapia, Evelyn. “Gasto en plataformas digitales fue de USD 457 millones, en año y medio”. *Primicias*, 7 de septiembre de 2022. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuatorianos-gastan-plataformas-digitales-iva/>.

Troya Jaramillo, José Vicente. *Lecciones de Derecho Tributario: con las últimas reformas*. Quito: Ediciones Fausto Reinoso, 2015.

Troya Jaramillo, José Vicente y Carmen Amalia Simone Lasso. *Manual de Derecho Tributario*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones, 2014.

Universidad Abierta y a Distancia de México. “Unidad 2. Integración económica digital”. En *Economía digital*. México: Universidad Abierta y a Distancia de México, 2018.

Vallejo Vásquez, Santiago. “Definición de la base imponible en los tributos aduaneros y sus tensiones con el principio de reserva de ley”. tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, 2018.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6355/1/T2701-MDE-Vallejo-Definicion.pdf>.