

# UCUENCA

Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Políticas y Sociales

Carrera de Derecho

Tributos que gravan el comercio electrónico en el Ecuador: legislación  
vigente y retos

Trabajo de titulación previo a la  
obtención del título de Abogada de los  
Tribunales de Justicia de la República y  
Licenciada de Ciencias Políticas y  
Sociales.

**Autora:**

Aracely del Rocío Mora Mendieta

CI: 0106093727

Correo electrónico: [araaracely124@gmail.com](mailto:araaracely124@gmail.com)

**Director:**

Dr. Marlon Tiberio Torres Rodas

CI: 0301504643

**Cuenca - Ecuador**

20 de Junio de 2022

## **Resumen:**

El comercio electrónico ha tenido un auge en Ecuador desde la pandemia por Covid 19, sin embargo, queda por determinar cuál es su regulación en el entorno tributario. Para tal fin, este trabajo se ha dividido en cuatro capítulos. El primero trata de identificar una definición, principios, problemas que dan organismos internacionales, así como los esfuerzos para hacer frente a su tributación. El segundo capítulo tiene la finalidad de conocer al e-commerce en Ecuador, desde las cifras con respecto a su crecimiento hasta la normativa que lo regula. Para terminar, conociendo como está regulado en el campo tributario, con base en dos tributos: impuesto a la renta e impuesto al valor agregado.

**Palabras claves:** Comercio electrónico. E-commerce. Negocio digital. Tributos. Servicios digitales. Impuesto a la Renta. Impuesto al Valor Agregado.

## **Abstract**

Electronic commerce has had a boom in Ecuador since the Covid 19 pandemic, however, its regulation in the tax environment remains to be determined. For this purpose, this work has been divided into four chapters. The first tries to identify a definition, principles, problems that international organizations give, as well as the efforts to face their taxation. The second chapter has the purpose of knowing electronic commerce in Ecuador, from the figures regarding its growth to the regulations that regulate it. To finish knowing how it is regulated in the tax field, based on two taxes: income tax and value added tax.

**Keywords:** Electronic commerce. E-commerce. Digital business. Taxes. Digital Services. Income tax. VAT.

## Índice de contenidos

Resumen .....	2
Abstract.....	3
Índice de contenidos .....	4
Índice de Gráficos .....	6
Índice de Tablas.....	6
Índice de Abreviaturas .....	7
Cláusulas .....	8
Dedicatoria.....	10
Agradecimientos .....	11
Introducción .....	12
Capítulo I .....	14
Comercio Electrónico: Aspectos Generales .....	14
1.1 ¿Qué es comercio electrónico?.....	14
1.1.1 Modalidades del Comercio Electrónico.....	20
1.2 Principios del Derecho Tributario aplicados al Comercio Electrónico.....	23
1.2.1 Neutralidad.....	24
1.2.2 Eficiencia.....	25
1.2.3 Certeza y simplicidad .....	26
1.2.4 Efectividad y justicia .....	26
1.2.6 Justicia tributaria.....	27
1.3 Problemas del Comercio Electrónico en el Derecho Tributario.....	27
1.3.1 Tributación Directa .....	28
1.3.2 Tributación Indirecta .....	33
1.4 Esfuerzos Internacionales de Regulación de Comercio Electrónico .....	38

1.4.1 Modelo OCDE .....	39
1.4.2 Estados Unidos .....	43
1.4.3 América Latina .....	44
Capítulo II .....	52
Comercio Electrónico: Ecuador .....	52
2.1 Origen y Evolución .....	52
2.2 Normativa que regula el Comercio Electrónico en Ecuador.....	60
2.2.1 Código Civil.....	61
2.2.2 Código de Comercio.....	63
2.2.3 Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos .....	67
2.2.4 Ley Orgánica de Defensa al Consumidor .....	72
Capítulo III .....	75
Tributación del Comercio Electrónico en Ecuador.....	75
3.1 Tributación Directa .....	76
3.1.1 Impuesto a la Renta: Conceptualización e ideas generales.....	76
3.1.2 Situación en la normativa ecuatoriana del Impuesto a la Renta.....	79
3.1.3 Establecimiento Permanente.....	86
3.1.4 Medidas para evitar la doble tributación .....	96
3.2 Tributación Indirecta.....	100
3.2.1 Impuesto al Valor Agregado: conceptualización e ideas generales .....	100
3.2.2 Situación en la normativa ecuatoriana del IVA.....	103
3.2.3 Diferencias del tratamiento del IVA en comercio on line y off line .....	112
Capítulo IV .....	117
Conclusiones .....	117
Referencias Bibliográficas.....	121

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Modalidades del Comercio Electrónico .....	20
<b>Gráfico 2</b> Corrientes para la Imposición de la Potestad Tributaria .....	30
<b>Gráfico 3</b> Regla del Nexo .....	31
<b>Gráfico 4</b> Situaciones de Doble o Nula Tributación según el Principio aplicado en distintas jurisdicciones .....	35
<b>Gráfico 5</b> Razones por las que los usuarios no compran en línea .....	55
<b>Gráfico 6</b> Comparación de la tendencia de compra anterior y posterior al Covid-19.....	57
<b>Gráfico 7</b> Crecimiento del E-commerce en Ecuador .....	59

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Establecimiento Permanente en Ecuador .....	93
<b>Tabla 2</b> Servicios Digitales en Ecuador.....	105

## Índice de Abreviaturas

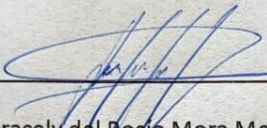
<b>Abreviatura</b>	<b>Significado</b>
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OMC	Organización Mundial del Comercio
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CECE	Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico
CAN	Comunidad Andina
TIC	Tecnologías de la información y comunicación
LEC	Ley de Comercio electrónico, firmas y mensajes de datos
IR	Impuesto a la Renta
IVA	Impuesto al Valor Agregado
EP	Establecimiento Permanente
CDI	Convenio para Evitar la doble imposición
MCDI	Modelos de Convenio Tributario sobre la Renta y Patrimonio
LRTI	Ley de Régimen Tributario Interno
RLTI	Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno
LOSPT	Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria
LODC	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

## Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Aracely del Rocío Mora Mendieta autora del trabajo de titulación "Tributos que gravan el comercio electrónico en el Ecuador: legislación vigente y retos", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 20 de junio del 2022



---

Aracely del Rocío Mora Mendieta

C.I: 0106093727



## Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

---

Aracely del Rocío Mora Mendieta en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Tributos que gravan el comercio electrónico en el Ecuador: legislación vigente y retos", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 20 de junio del 2022



Aracely del Rocío Mora Mendieta

C.I: 0106093727

## **Dedicatoria**

*El presente trabajo está dedicado a mis dos amadas madres, que con su amor, sabiduría y comprensión guiaron mis pasos, gracias por el apoyo en esta etapa universitaria que ha sido el pilar fundamental en mi formación como profesional. Estoy infinitamente agradecida por el amor y apoyo incondicional que ustedes me han brindado a lo largo de todos estos años.*

*Para ustedes:*

*Boly y Lolita*

## **Agradecimientos**

*A mis familiares y amigos por todo el apoyo brindado desde que comencé mi formación profesional, gracias por todos sus consejos y comprensión.*

*A Ninfis y Emy por estar presentes en cada etapa importante de mi vida, gracias por todo el amor que me han brindado, por las palabras de aliento y el apoyo infinito de su parte. Les extraño un montón.*

*A la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Cuenca, con su personal docente, administrativo y de servicios por las experiencias, el aprendizaje y el apoyo durante esta etapa.*

*Al Doctor Tiberio Torres Rodas, director de este trabajo, que sin su ayuda no estuviera materializado, gracias por su paciencia y su guía.*

## Introducción

El comercio es una actividad que ha ido a la par con la evolución de la humanidad, esta actividad consiste en el intercambio de bienes y servicios entre personas, grupos, empresas, etc. El mundo moderno ha sufrido varios cambios, entre estos las formas en que las personas realizan comercio. A inicios de los 90 comienza a expandirse la economía digital global, que consiste en una especie nueva de comercio, caracterizada por el uso de las tecnologías vinculadas con una operación de negocio, esta modalidad se denomina comercio electrónico, que en la actualidad incluye juegos, plataformas de streaming, actividades en redes, etc. (Rodríguez, 2004)

El internet ha revolucionado el mercado y ha permitido modificar la forma en que las personas se comunican y se generan transacciones, este tipo de comercio presenta ventajas, puesto que no implica la presencia física de quienes efectúan la transacción.

Todos estos cambios generan un desafío para el área del derecho, en especial para el derecho tributario, puesto que los sistemas tributarios están diseñados para el comercio tradicional, así mismo, otros problemas como, qué impuestos están sujetos a dicha actividad, la forma de pago de los impuestos, también a dificultades con respecto a la forma de ubicar a los sujetos que participan de estas transacciones, que pueden estar dentro del país o incluso ubicarse en distintas jurisdicciones.

La legislación fiscal nacional debe regular transacciones nacionales e internacionales y garantizar una debida recaudación fiscal, de lo contrario, esto generaría pérdidas importantes de ingresos tributarios en el Estado. Este modelo de negocio, es claro que trae consigo un sinnúmero de beneficios, ahorros de costos, un volumen de ventas alto, rapidez; sin embargo, no todo es beneficioso, puesto que, sin ningún control tributario, ya sea a causa de la falta de

legislación o una legislación deficiente se puede afectar de manera directa la economía de un Estado. Los retos que enfrentan los Estados en este contexto, son dos, por un lado, el avalar y aportar al crecimiento de esta modalidad de negocio y por otro, contar con una debida normativa tributaria que pueda determinar los agentes que participan en dichas transacciones, localizar las actividades comerciales y demás.

Frente a esta problemática, la presente investigación se propone abordar de manera analítica la legislación tributaria que regula el comercio electrónico en el Ecuador, se tratará la tributación del comercio electrónico tanto en la imposición directa (impuesto sobre la renta), como indirecta (impuesto al valor agregado), para establecer si está plenamente identificada y estructurada, teniendo en cuenta la evolución que han tenido este tipo de transacciones en el país.

## Capítulo I

### Comercio Electrónico: Aspectos Generales

Dentro de este primer capítulo se pretende trazar las cuestiones básicas acerca del comercio electrónico, comenzando por su definición de acuerdo a la doctrina y también la conceptualización del mismo que han realizado las organizaciones internacionales especializadas en el tema.

A continuación, se conocen las modalidades y principios en que se desarrolla esta forma de hacer negocios. Para pasar a conocer los problemas a los que enfrentan las administraciones tributarias el ejercicio sus facultades, aquí se presentan dos segmentos, uno que trata el Impuesto a la Renta (tributación directa) y otro que trata la problemática del IVA (Impuesto indirecto). Finalmente, se conocen los esfuerzos ejecutados para contrarrestar dicha problemática en la tributación del e-commerce, se hace hincapié en las soluciones dadas por la OCDE<sup>1</sup> como organismo especializado en comercio electrónico, para finalizar conociendo como está regulada esta cuestión en otros países.

#### 1.1 ¿Qué es comercio electrónico?

La introducción de Internet fue con fines militares, sin embargo, solo después de los años noventa comenzó a ser utilizado en los negocios. Con el auge del internet, las empresas ven una oportunidad por su desarrollo comercial. Es el punto en el que comienzan a promocionarse a través de sitios web, adicionalmente comienzan a enviar catálogos de artículos que ofrecían, a través de la publicidad telefónica y el correo electrónico. Todas estas acciones dieron paso a la

---

<sup>1</sup> Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

creación de una nueva manera de hacer negocios denominada comercio electrónico o en inglés e-commerce (Schneider, 2004/2012).

Durante los primeros años de la década de 2000, este tipo de intercambio se desarrolló en grandes cantidades a la vez, e incluso se vio insignificamente afectado por la recesión de 2008, sino este tipo de intercambio se convirtió en un fuerte apoyo para la economía mundial (Schneider, 2004/2012).

Hernández y Albagli (2017) manifiestan que el desarrollo actual de las TIC<sup>2</sup> es bastante dinámico, puesto que la mayoría de la población cuenta con algún dispositivo electrónico, tales como tabletas o móviles, adicionalmente están todos los sistemas operativos desarrollados que son de gran ayuda en la logística de este negocio. Los autores notan que este tipo de comercio ha llegado a ocupar numerosas áreas e incluso se posiciona por encima de negocios tradicionales y ponen como ejemplos a organizaciones como Amazon que actúa como retail, a Uber dentro del sector del transporte, este último tiene una gran presencia a pesar de no contar con trabajadores con dependencia directa. Exponen que aplicaciones como Netflix o Spotify que llegaron a suplantar a películas, la industria de la TV y la radio. Otros ejemplos que destacan los autores son las redes sociales entre las más usadas Facebook, Twitter e Instagram que son herramientas donde los proveedores ofertan sus servicios, además estos últimos actúan como “rastreadores de datos web” que muestran a los usuarios productos basándose en sus historiales de búsqueda. Estos ejemplos comprenden una parte de los casos de cómo el comercio ha ido cambiando con el auge de la tecnología (p.1).

---

<sup>2</sup> Tecnologías de la Información

Las tecnologías de procesamiento de información e intercambio de datos transformaron completamente la forma de hacer el comercio, desde la forma de solicitar el pedido, los medios de pago, la publicidad hasta la forma de distribución, todo esto sin tener en cuenta donde está localizado el proveedor y el cliente (Díaz de Sarralde, 2018, p.9).

A pesar de que el negocio en línea tiene sus puntos de partida en el comercio habitual, la diferencia radical es la falta de la presencia física, por lo tanto, para caracterizarlo, es crucial conocer sus procesos y cada una de las partes que lo componen. De manera simple, el negocio en Internet es como el comercio convencional, ya que hay proveedores y compradores que buscan el intercambio de artículos o intangibles, pero no incluye un intercambio físico, sino que se ejecuta por medio de canales electrónicos. A lo largo del tiempo, han surgido diversas definiciones que consideran aspectos esenciales de este tipo de comercio y que, por su relevancia, deben ser consideradas.

Eloy Seaone (2004), retrata al e-commerce como un mejor y nuevo enfoque para hacer negocios, con la característica de emplear medios tecnológicos, donde no hay contacto físico entre proveedores y demandantes. El autor menciona que este tipo de negocios ofrece una serie de ventajas entre las que destaca la eliminación de intermediarios, puesto que ofrece la posibilidad al usuario de comunicarse directamente con los fabricantes de algún producto o servicio. Otra ventaja radica en la posibilidad que tienen los proveedores en ampliar su negocio por medio de canales electrónicos donde pueden publicitarse.

Concordando con Seaone, Fernández y Puig (2020) establecen que el e-commerce o negocio digital comprende la compraventa de bienes o servicios impulsada por las TIC, que



permite la eliminación de intermediarios. Agregan que una ventaja es la disminución de los costos y la mayor publicidad que permite disminuir las trabas de acceso al mercado.

Del mismo modo, la OMC<sup>3</sup>, lo caracteriza como la “producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones” (WTO, s.f.), de igual manera, la OMC (como se refiere en OCDE, 2019/2020) establece que el negocio en línea incorpora tres clases:

- a. Prestar servicios para acceder a la web
- b. Entrega on-line de servicios; y,
- c. Adquisición de servicios solicitados en línea, aunque su entrega no sea en una estructura electrónica (p.18).

Por su parte, la OCDE (2011), la caracteriza como la compra y oferta de servicios y productos entre empresas, organizaciones, familias, personas, administraciones estatales o diferentes asociaciones, ya sean públicas o privadas, ayudadas por redes informáticas, para conseguir o realizar pedidos. Siguiendo este mismo concepto, la UNCTAD<sup>4</sup> (2016) añade que obligatoriamente los pedidos se hacen a través de medios digitales, no siendo obligatorio que ocurra lo mismo con respecto al pago y la entrega. Debido a este último punto, la OCDE y la UNCTAD no concuerdan con la definición dada por la OMC en sus los presupuestos a y b a menos que estos sean pedidos en línea, de lo contrario solo el literal c, se considera e-commerce (OCDE, 2019/2020).

---

<sup>3</sup> Organización Mundial del Comercio

<sup>4</sup> Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Entonces se puede afirmar que no importan las características de los productos o servicios ofertados, sino el modo en que se efectúa el pedido de los mismos, es decir, por medio de la web. Asimismo, su definición no está vinculada a un método de entrega en particular, sin embargo, esta puede ser diversa, por ejemplo, en la adquisición de programación o un libro digital, este será transportado por medios informáticos, sin embargo, suponiendo que se trate de un artículo, este puede ser enviado u obtenido en una tienda física. Además, no existe un medio de pago específico para este tipo de intercambio, por ejemplo, se puede depositar en una cuenta, pagar contra entrega, entre otros (OCDE, 2019/2020).

Todas las definiciones señaladas en líneas anteriores concuerdan con el uso de medios tecnológicos para poder ejecutar las transacciones comerciales, siendo esta la característica principal que diferencia al comercio digital con el comercio convencional, donde el contacto físico entre proveedores y demandantes es fundamental para hacer intercambios comerciales. Lo que se convierte en un beneficio sobre el comercio habitual, ya que los consumidores no están obligados a salir de sus hogares para poder adquirir un producto o servicio, sino lo hacen con sus dispositivos electrónicos; por otra parte, los proveedores se ven beneficiados, puesto que su negocio puede crecer, hay menos gastos y brinda una mayor cercanía con sus clientes.

La OCDE (2019/2020) afirma que un componente sumamente importante dentro del negocio digital, comprende las plataformas digitales, pues, actúan como un agente facilitador que “permite la comunicación entre oferentes y demandantes, permitiéndoles conocer a los usuarios el bien o servicio que se oferta, precios, calidades, medios de pago, etc. es decir es un elemento esencial en cuanto atención al cliente” (Fernández y Puig, 2020, p.42).

Gildemeister Ruiz (1999), a finales del siglo XX, ya mencionaba características esenciales que son parte del comercio electrónico, entre las que se encuentran:

- a) Los intercambios comerciales son realizados por vía digital;
- b) Es de naturaleza transfronteriza, ya que las partes que interactúan dentro del negocio no están realmente situadas en un mismo lugar, es decir, no importa el lugar de origen o residencia de los clientes o proveedores.
- c) La importación del bien no pasa por la aduana, aludiendo solamente a los negocios donde los bienes intangibles y/o servicios se envían directamente por la red informática, como internet.
- d) Tiene el carácter de flexible, ya que los intermediarios son disminuidos o incluso pueden desaparecer, por la facilidad del consumidor final de comunicarse incluso con los fabricantes, esto produce una disminución de los costos que son en gran medida debido a comisiones, márgenes, etc.
- e) Se realizan con mayor rapidez que los intercambios convencionales, puesto que el proveedor accede con facilidad al mercado para ofertar sus bienes y/o servicios

El comercio electrónico tiene una gran importancia, a consecuencia de la fusión y avance de las tecnologías de la comunicación, telecomunicaciones y distribución de contenidos, que conlleva una manera flexible e incluso nueva, en países latinoamericanos, de hacer negocios que por consiguiente traerá mayores impactos en la competencia de las empresas (Anderson et al., 2017).

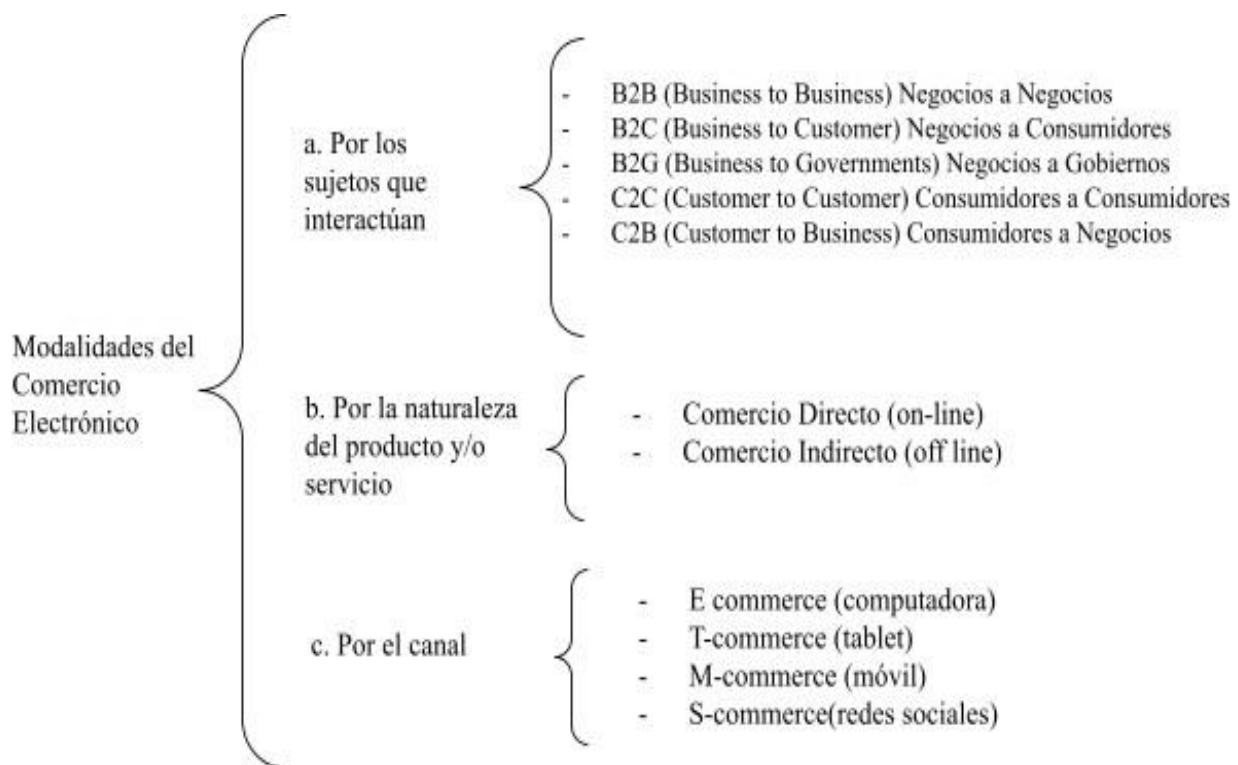
Conforme lo expuesto, el comercio electrónico tiene el carácter de traspasar fronteras y eso genera problemas dentro del ámbito jurídico, en especial para el derecho tributario, puesto

que los sistemas tributarios están diseñados para el comercio tradicional, así mismo, otros problemas como, qué impuestos están sujetos a dicha actividad, la forma de pago de los impuestos, también a dificultades con respecto a la forma de ubicar a los sujetos que participan de estas transacciones, que pueden estar dentro del país o incluso ubicarse en distintas jurisdicciones.

## 1.1.1 Modalidades del Comercio Electrónico

**Gráfico 1.**

### *Modalidades del Comercio Electrónico*



Nota. Elaboración propia. Fuente: CEPAL (2019); Gildemeister Ruiz (1999); Borrego (2014).

Con el uso masivo de las nuevas tecnologías se ha dado paso a diversas interacciones dentro del ámbito comercial, en la presente investigación para definir las modalidades en las que puede funcionar el e-commerce, se lo ha dividido en tres clasificaciones:

## **Por los sujetos que interactúan en el e-commerce**

### **1. *Entre empresas (B2B)***

La OCDE (2015) dice que este tipo de e-commerce implica que una empresa compre ya sean bienes o servicios a otra empresa, las compras más frecuentes comprenden:

- Logística: servicios de transporte, almacenamiento y distribución
- Servicios de computación
- Asistencia para el e-commerce: seguridad, atención a clientes, etc.
- Gestión de plataformas on-line, entre otros.

En ocasiones, estas transacciones se hacen por un distribuidor que las adquiere para venderlas a través de medios digitales a minoristas.

### **2. *Entre empresa y consumidor (B2C)***

Siguiendo el enfoque de la OCDE (referido en CEPAL, 2019), este modelo incluye la oferta de artículos o servicios por parte de empresas a los compradores finales, donde hay dos subcategorías:

- Ofertas en línea donde los proveedores carecen de tiendas físicas.
- La modalidad híbrida, ya que hay tiendas físicas con la opción de compra en línea.

Estas son las transacciones más usuales por la facilidad con la que se promocionan los productos, por el hecho de que existe una vasta gama de herramientas para que las ofertas lleguen a consumidores finales, tales como redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas creadas para este negocio (CEPAL<sup>5</sup>, 2019).

---

<sup>5</sup> Comisión Económica para América Latina y el Caribe

### **3. *Entre consumidores (C2C)***

Como indica la OCDE en el estudio de CEPAL (2019) este “modelo funciona como una plataforma multilateral, donde hay una empresa que actúa como intermediario entre los compradores”, ayudándolos en la venta o alquiler de los artículos o intangibles ofertados. Estas organizaciones tienen diferentes modelos de ingresos, teniendo la opción de financiarse cobrando a los clientes o a través de la publicidad (p.57). Para UNCTAD (2016), este modelo se asemeja a los clasificados, entendiéndose como una versión moderna de los mismos, entre los que menciona eBay o Taobao y ventas dentro de comunidades en línea, blogs de consumidores y salas de chat.

### **4. *Entre empresa a Gobierno (B2G)***

Parecidas a las transacciones B2B, con la diferencia de que el comprador es una Entidad Gubernamental (UNCTAD, 2016).

### **5. *Entre consumidor y empresa (C2B)***

Chaffey (como se refiere en Fernández y Puig, 2020) caracteriza a este tipo de transacciones por la oferta en línea que realiza el consumidor a la empresa. En su mayoría los servicios ofrecidos tienen relación con su trabajo, un ejemplo que destaca este autor, es un diseñador web o un programador o un informático para ofrecer sus servicios por medio de teletrabajo.

#### **Por el tipo de producto y/o servicio adquirido:**

##### **1. *Comercio electrónico indirecto (off-line):***

Esta clasificación implica que primero, el producto o servicio no pueda ser entregado por un medio digital, sino que sea transportado por medios convencionales, recogido en tiendas

físicas o un servicio que implique presencialidad, pero su pedido es a través de medios digitales. Por ejemplo, adquirir un libro por medios on-line y que este se recoja en una tienda física (Gildemeister Ruiz, 1999).

## **2. Comercio electrónico directo (on-line):**

En este caso, todo el proceso de adquisición se efectúa a través de la web, desde su solicitud hasta su entrega. Se pueden mencionar contratos de programación, software (Gildemeister Ruiz, 1999). Aplicaciones de juegos en línea, sitios de entretenimiento como Netflix o Spotify donde se contrata el servicio y a través del medio electrónico se consume los mismos.

### **Por el canal por el que se interactúa:**

1. E-commerce: cuando en el pedido se usa un ordenador.
2. M-commerce: denominada Mobile Commerce se hace el pedido por el teléfono móvil.
3. T-commerce: denominada Tablet Commerce la solicitud es a través de una tableta.
4. S-commerce: esta clasificación se refiere a las formas de comercio a través de medios de comunicación social, es decir, redes sociales y demás, entre las conocidas están, Facebook, Instagram, Twitter, etc. (Borrego, 2014).

## **1.2 Principios del Derecho Tributario aplicados al Comercio Electrónico**

Desde el surgimiento de las TIC, hasta la actualidad, estas se han vuelto imprescindibles para el día a día de los individuos, volviéndose parte de todas las actividades, siendo una de ellas el comercio. Debido a la característica transfronteriza de los negocios en Internet, sus problemas

tributarios no pueden ser abordados por solo una jurisdicción, razón por la cual la doctrina percibe la necesidad de crear modelos uniformes para el desarrollo de negocios en línea. En esta situación, la OCDE es una organización bastante importante por sus investigaciones en esta materia y propone que las jurisdicciones consideren y lleven a cabo normas de evaluación y se incluyan principios fiscales dentro de sus ordenamientos jurídicos. Los principios detallados a continuación ya se habían indicado desde 1998 en la Conferencia de Ottawa, mismos que son: “neutralidad, eficiencia, certeza y simplicidad, efectividad y justicia y flexibilidad” (pp. 162-164). Se afirma que, al aplicar y respetar los principios mencionados anteriormente, los países podrán tener un verdadero control tributario, evitando así problemas como la doble imposición fiscal (OCDE, 2014).

El Ecuador, dentro de su texto constitucional, también establece que la administración tributaria actúa acorde a principios, tales como “generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria” (Asamblea, 2008). En esta misma línea, el Código Tributario establece en su artículo 5, que la administración tributaria se rige por principios como “generalidad, progresividad, eficiencia, confianza legítima, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria” (Asamblea Nacional, 2021). A partir de la extrapolación de estos artículos se puede observar que algunos de los principios que han sido propuestos por la OCDE ya están consagrados dentro del ordenamiento jurídico de Ecuador.

### ***1.2.1 Neutralidad***

No deben existir diferencias en la tributación con respecto a las actividades económicas, por ejemplo, el e-commerce debe ser tributado igual que el comercio convencional. Estados



Unidos, en 1996, desarrolla un estudio denominado, Tax Implications of E-Commerce, en el que pone énfasis en este principio, indicando que la tributación debe tener el carácter de neutral y equitativa entre el comercio convencional y electrónico, evitando la doble imposición (Gutiérrez et al., 2020).

En esta misma línea, la OCDE (2014) trata al principio de neutralidad como uno de los más importantes para una debida recaudación en el contexto de los negocios digitales, ya que la presencia de una evaluación fiscal imparcial garantiza la eficacia dentro de los marcos impositivos al garantizar una óptima asignación y reparto de los medios de producción.

La neutralidad pretende que las elecciones económicas no generen beneficios o detrimentos en favor de una determinada modalidad de negocio, lo que implica que se aplicará una imposición similar a toda modalidad de intercambio, como el comercio en línea y el tradicional. En este sentido, podemos decir que el principio de neutralidad ve al e-commerce como una nueva manera de efectuar el comercio, más no como una nueva forma de ingresos, en consecuencia, no será susceptible de nuevas tasas de impuestos distintos de los establecidos para el comercio tradicional, esto no quiere decir que no deban implementarse formas de control específicas que se adecuen a las particularidades de este tipo de comercio.

### ***1.2.2 Eficiencia***

Para, Borda y Caballero (2016) el principio de eficiencia se refiere a la facultad de la administración tributaria de hacer que sus ciudadanos cumplan con las reglas tributarias y de recaudar los tributos, todo esto con el menor costo posible.

En esta misma línea la OCDE (2014), manifiesta que, para dar cumplimiento al principio de eficiencia “deben reducirse gastos, para que los sujetos pasivos cumplan con las imposiciones

tributarias, asimismo disminuir los gastos administrativos de los gobiernos” (p. 34). Entonces, este principio guarda relación con la adecuada administración tributaria dentro de un Estado.

### ***1.2.3 Certeza y simplicidad***

Las normas tributarias tienen la característica de claras y comprensibles, en donde los obligados puedan conocer tanto sus derechos y sus obligaciones. Asimismo, antes de efectuar una transacción, los usuarios ya conocerían los efectos tributarios que llegarían a darse. Para esto son necesarios sistemas tributarios sencillos, con la finalidad de que los contribuyentes puedan tomar decisiones acertadas que se verían reflejadas dentro del área del comercio (OCDE, 2014).

### ***1.2.4 Efectividad y justicia***

Estos principios se relacionan de manera directa con la proporcionalidad y progresividad, ya que, las administraciones tributarias deben velar porque existe una cuantía idónea de los impuestos en tiempo y forma. Otra cuestión importante que se trata en estos principios es que se debe eliminar la situación de doble imposición y evitar y/o minimizar la evasión o fraude fiscal. Esto última parte es significativa porque recae directamente en la obligación de los Estados de comprobar que las legislaciones fiscales garanticen la eficiencia del sistema tributario (OCDE, 2014).

### ***1.2.5 Flexibilidad.***

Alude a la forma en que los sistemas tributarios deben ajustarse a los progresos tecnológicos y comerciales que avanzan continuamente en nuestro mundo. Esto implica que, las normas tributarias, deben tener una base estructural con la cualidad de persistente, con el rasgo de dinámico en cuanto a los avances tecnológicos (OCDE, 2015).

## *1.2.6 Justicia tributaria*

La OCDE (2014) dentro de su estudio no lo enumera como un principio, sin embargo, destaca su importancia al expresar que debe ser requerida al momento de tributar. Por lo tanto, hace referencia a los dos componentes principales que lo conforman, desde una perspectiva, está la equidad horizontal, que esencialmente alude a la forma en que asumiendo que dos ciudadanos están en una circunstancia equivalente, deben soportar una tasa de impuestos comparable. Por otro lado, está la que la equidad vertical que toma en cuenta factores como renta, vulnerabilidad, etc., es decir que la carga impositiva será mayor para los ciudadanos que tengan mayor capacidad económica.

Asimismo, especifica que la justicia tributaria puede referirse a la igualdad entre naciones, refiriéndose a la atribución de beneficios y pérdidas nacionales dentro de un entorno mundial que trata de garantizar un reparto imparcial de ingresos tributarios a consecuencia de intercambios comerciales internacionales.

## **1.3 Problemas del Comercio Electrónico en el Derecho Tributario**

Desde el auge de los negocios en Internet, uno de los principales temas de discusión ha sido el de las consecuencias en el ámbito tributario, especialmente en lo concerniente al reconocimiento y localización de los agentes que interactúan entre sí, pudiendo estas ser personas naturales o jurídicas. En la actualidad, los problemas se suman por la presencia de paraísos fiscales, incluso las reglas y principios en relación con la seguridad y protección de información personal, todas estas cuestiones ponen a las administraciones tributarias en una situación bastante difícil (Borrego, 2014).

Este segmento se ha dividido en dos secciones. En primer lugar, se exponen las principales dificultades que se plantean en la tributación directa y, a continuación, se presentan los problemas que se plantean en la recaudación del IVA.

### *1.3.1 Tributación Directa*

La tributación directa hace referencia a la Renta. En este segmento no hablaremos de su concepto, ni porque la renta es considerada un tributo directo, sino la problemática asociada a su aplicación en los negocios online.

Anteriormente, cuando empresas comercializaban en jurisdicciones extranjeras, era importante mantener un grado específico de presencia física dentro de ese mercado, sin embargo, hoy en día, con el desarrollo de las TIC, esto se ha vuelto innecesario. En consecuencia, un primer problema que tienen que enfrentar las administraciones tributarias en cuanto a este impuesto directo, hace referencia a la repartición de la base imponible sujeta a imposición, con respecto a los estados asociados en los intercambios comerciales transfronterizos (CEPAL, 2019).

Dentro de este contexto, es valioso rescatar conceptos como Soberanía Fiscal o Tributaria, que es la facultad del Estado para controlar la administración tributaria y hacer cumplir las obligaciones a los contribuyentes, esta facultad vista desde una perspectiva internacional conlleva una relación entre estados para que puedan determinar su política tributaria (OCDE,2014).

Ahora, para definir la imposición con respecto a una determina operación, la doctrina de tributación internacional establece que existe la regla de nexos o conexión, que se clasifica en dos corrientes: una corriente personalista que guarda relación con principio de renta global y la

corriente territorialista o económica que guarda relación con el principio de fuente de la renta (Pazmiño, 2020).

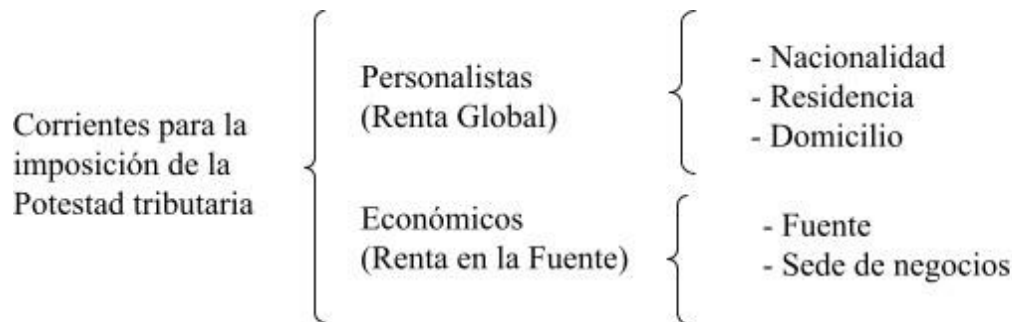
La primera, que es la corriente personalista, conecta al contribuyente con el Estado, que es el titular de la soberanía tributaria, a través de tres criterios con los que se pueden imponer tributos al ciudadano, que son la nacionalidad, residencia o el domicilio. Esta regla está conectada con la Renta Mundial, ya que el país que la recoja en su ordenamiento, gravará la renta mundial de sus ciudadanos, independientemente de que provenga de fuentes situadas dentro o fuera de su territorio. Esto se lo hace, a la luz de cualquiera de los tres criterios anteriormente mencionados, mismos que son la vinculación del sujeto pasivo con la administración tributaria, puesto que se obliga a pagar el tributo. Por esta situación, las administraciones del país de residencia deben buscar datos respecto a las rentas de los contribuyentes en el extranjero (Vallejo, 2019; OCDE, 2014).

Villegas (como se citó en Vallejo, 2019) afirma que la corriente territorialista o económica, determina que donde se gravará la determinada operación será en la jurisdicción donde se haya generado la renta, en relación con el Principio de la Fuente; con absoluta autonomía de los criterios recientemente referenciados (figura 2).

En cuanto soberanía tributaria, los Estados adoptarán el principio que más les convenga, pero a través del tiempo se ha observado que los países tienen una mixtura de estos criterios, por ejemplo, Ecuador, que aplica la corriente personalista con respecto a sus residentes y el criterio económico, para quienes no lo son (Pazmiño, 2020).

## Gráfico 2

### *Corrientes para la Imposición de la Potestad Tributaria*



Nota. La figura muestra los criterios para la sujeción de la renta tanto en la corriente personalista como la territorialista. Fuente Vallejo (2019)

Establecer estos conceptos es fundamental para explicar los problemas a los que se enfrenta el e-commerce en lo que se refiere a tributación directa.

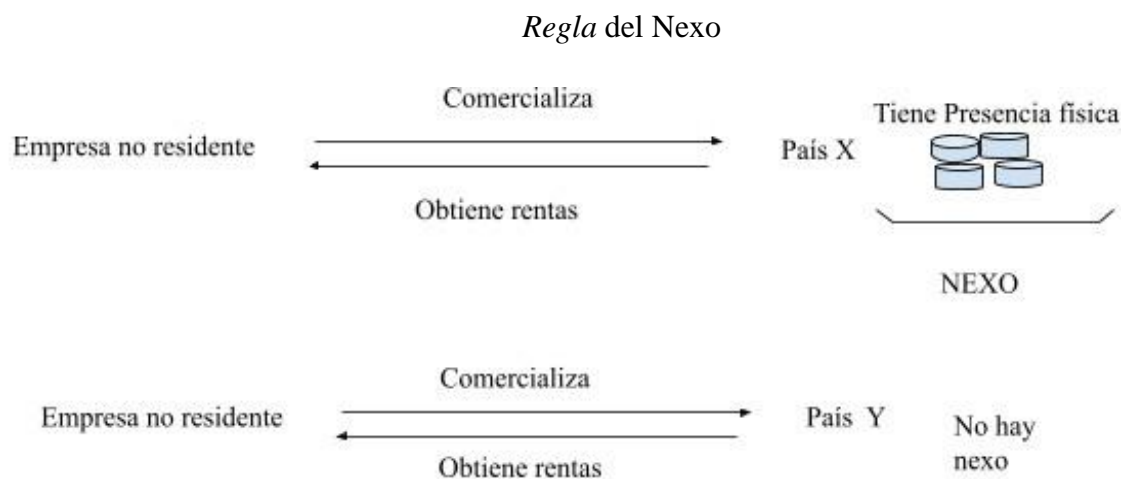
#### **a. Regla del nexo**

Una primera cuestión a la que se enfrentan los Estados, es mantenerse alejados de la doble imposición, puesto que, es “indispensable establecer la manera de asignar la base imponible entre las distintas jurisdicciones que participan en los intercambios comerciales transfronterizos” (CEPAL, 2019, p.63). Entonces, el primer problema que se detallará a continuación tiene que ver con la regla del nexo, puesto que las administraciones tributarias tienen que buscar una manera de asociar a las empresas no residentes con la jurisdicción donde obtienen rentas, para que esas sean tributadas, esto basándonos en el criterio de la fuente, ahora, esta regla del nexo, asocia a esas empresas no residentes de acuerdo a la presencia física que estas mantienen en una determinada jurisdicción, solo así se crea ese nexo. En este sentido, la

OCDE se pregunta si los principios que sustentan la garantía de la existencia de un nexo son todavía satisfactorios (OCDE, 2015).

Bajo esta perspectiva, es decir, de acuerdo a las reglas convencionales, el derecho de imposición lo tiene el país de residencia del cliente, ya que es el lugar donde se produce el valor, pero eso sucede, suponiendo que el comerciante tiene en esa jurisdicción un establecimiento permanente (sede de negocios), es decir, presencia física (Figura 3).

**Gráfico 3**



Nota. La figura muestra como una empresa no residente que comercializa sus productos a otro Estado, tiene una presencia física en el país al que comercializa, es decir, tiene inversiones, oficinas y personal. Por otro lado, hay una empresa que realiza un movimiento similar al anterior, pero no tiene una presencia física en el país al que comercializa. En este último caso, la administración no podrá enlazar el tributo con el sujeto pasivo, y existe una pérdida en la recaudación del Estado. Elaboración propia. Fuente CEPAL, 2019.

Según la OCDE (2014) el EP<sup>6</sup> incorpora dos cuestiones. La primera, “un lugar fijo de negocios, a través del cual una empresa conduce toda o parte de su actividad”. La segunda, que infiere que “un individuo que actúe por cuenta de una empresa extranjera y tiene y

<sup>6</sup> Establecimiento Permanente

ejerce constantemente poderes que la facultan para celebrar contratos en nombre de dicha empresa” (p. 45).

De acuerdo a la conceptualización de establecimiento permanente, este comprende una sujeción territorial de la empresa en el país del importador, lo que dificulta determinar cuál es la jurisdicción que va a gravar a la renta generada de acuerdo a su legislación tributaria.

## **b. ¿Cómo se reparten los beneficios?**

Este tema hace referencia a los beneficios, ya que las utilidades de los proveedores deben gravarse donde se crea el valor, es decir, en el lugar donde se ejecuta la acción económica específica, lo que infiere una presencia física. Dentro de los negocios basados en la web con la presencia de las TIC, hay una presencia económica pero no física, y existe la posibilidad de que el nexo no se demuestre, entonces como consecuencia, no hay recaudación de impuestos hacia los beneficios producidos por esas empresas no residentes (OCDE, 2018).

## **c. Producción de valor por los clientes**

Por otra parte, es fundamental hacer referencia a cuestiones que tienen que ver con la generación del valor producido a través de clientes, la CEPAL (2019), especifica que los clientes ayudan a crear valor a través de su información (destinos visitados, búsquedas web), ahí es cuando los ofertantes ofrecen sus artículos o servicios, por medio de publicidad acorde a las inclinaciones de los usuarios, e incluso hay ciertos sitios o aplicaciones, donde, su valor aumenta en medida de la cantidad de clientes que lo usan. Ahora, los problemas de carga tributaria surgen cuando estas empresas no tienen una presencia física, es decir, un establecimiento permanente, siendo difícil sujetar a imposición local los beneficios creados por los usuarios, e incluso, los problemas surgen a pesar del hecho de que la empresa tiene una sede de negocios, ya que el



valor generado por los usuarios no es considerado en la imposición de tributos en determinada jurisdicción.

#### **d. Pérdida de recaudación por tributaciones con imposiciones bajas o nulas**

Dentro de la fiscalidad directa observamos otra cuestión bastante destacada, que se fija en la pérdida de ingresos tributarios por los Estados. Tiene que ver con la localización de ciertas empresas que trabajan dentro del negocio online, ya que trasladan sus centros de tributación a sitios de baja o incluso nula tributación (paraísos fiscales), para no cumplir con obligaciones tributarias. Absolutamente, esto es visto como una medida legal, pero casi nada ética, sin duda, estos sistemas especiales están produciendo una competencia fiscal nociva para la recaudación tributaria (Borrego, 2014).

#### ***1.3.2 Tributación Indirecta***

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un tributo que aplica sobre el consumo que se "aplica en cada fase de la cadena de producción, grava en cada etapa solo el valor agregado, que comprende la diferencia entre ofertas y compras" (CEPAL, 2019, p. 56), dentro de esta parte se hablará de los retos de su tributación dentro del entorno informático.

Para entender la problemática que presenta el IVA dentro de la tributación, es necesario identificar la operación que sería objeto de la imposición, es decir, si esta se trata de un bien tangible, intangible o prestación de servicios, para posteriormente conocer la jurisdicción donde se realiza dicha transacción (que puede ser más de una) y cuál es la forma que en dicha jurisdicción grava el IVA.

Entonces, en este punto, es fundamental averiguar cuáles son los enfoques para gravar el IVA, de tal manera que hay dos. El primero se llama, Principio de Origen, donde se grava el IVA

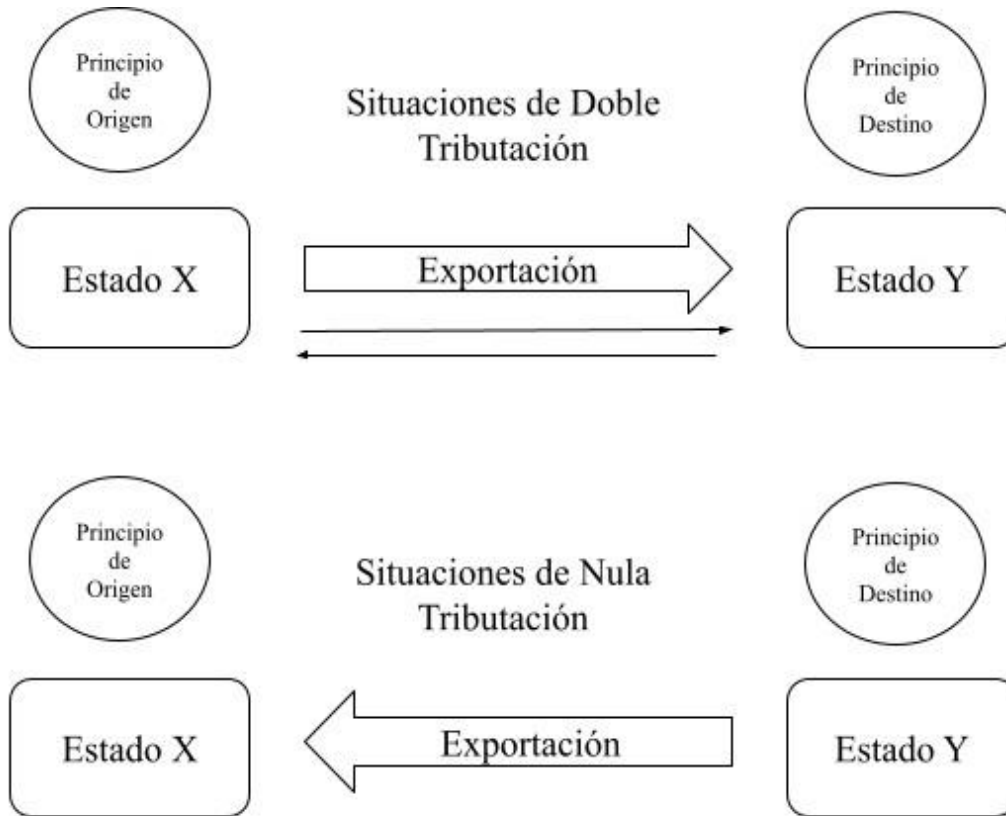
sobre servicios y productos creados localmente, entonces, de esta manera quedarían gravadas exportaciones mientras que quedarían excluidas importaciones. El segundo enfoque para gravar el IVA se llama, Principio de Destino, donde se grava el IVA sobre servicios y productos consumidos localmente, de esta manera lo que se gravan solo las importaciones, pero no las exportaciones (CEPAL 2019; Jiménez y Podestá, 2021).

Por lo tanto, existe un acuerdo sobre la prevalencia del Principio de Destino, incluso la OCDE y la OMC la sugieren, ya que cumple con el principio de neutralidad que deben tener todos los intercambios comerciales, ya sea en el e-commerce o en el convencional, y además el tributo se grava en el lugar donde se produce su consumo. No obstante, por la soberanía fiscal que mantienen los Estados, pueden ejecutar cualquiera de las anteriormente referidas formas de gravar IVA, que son correctas, pero si dos estados que participan en intercambios comerciales, aplican uno la de origen y otro la de destino, implicarían problemas de doble o nula recaudación (gráfico 4).

En cuanto al IVA, en el intercambio transfronterizo de bienes, como indica la OCDE (2021a), es realmente básico y exitoso en la práctica, como resultado de la presencia de controles transfronterizos, aplicando el principio de destino, ya que los bienes son gravados en el sitio de entrega, las mercancías que se comercializan están excluidas del IVA y las operaciones de importación acumulan un IVA similar al de la mercancía nacional en la jurisdicción del adquirente. Por regla general, en las actividades de importación el IVA se exige simultáneamente a las obligaciones aduaneras, aunque también puede diferirse en la siguiente declaración registrada por el comerciante importador.

## Gráfico 4

*Situaciones de Doble o Nula Tributación según el Principio aplicado en distintas jurisdicciones*



Nota. La figura muestra cómo el Estado X aplica el principio de Origen, mientras el Estado Y el principio de Destino, en caso de una exportación de X hacia Y existe doble tributación, mientras que las exportaciones de Y hacia X no serán tributadas en ninguna jurisdicción.

Elaboración propia. Fuente: CEPAL (2019).

Ahora bien, en lo que respecta al IVA a aplicar en los intercambios internacionales de servicios digitales, es importante averiguar cuál es la jurisdicción en el que se espera que se produzca el consumo, ya que por la propia naturaleza de estos, no pueden estar sujetos a los controles aduaneros como los productos, otra cuestión es averiguar quién es el importador,

puesto que hay transacciones B2B y B2C, por el hecho de no siempre los consumidores finales declaran IVA (CEPAL, 2019), como se confirma, los problemas de recaudación de impuestos indirectos se vuelven más frecuentes con el desarrollo de las TIC.

## **a. Importaciones de escaso valor exentas**

Dentro de la primera problemática en torno al IVA, se encuentran las importaciones que pueden realizarlas los consumidores finales, pero que se caracterizan por ser de poco valor, anteriormente, eran consideradas personales, escasas y de poco valor por tal razón gozaban de exenciones, ya que cobrar el IVA podría incurrir en gastos mayores que el mismo tributo. Con el avance de las TIC, existen miles de importaciones de paquetes pequeños que exigen un nivel suficiente de vigilancia para que no existan pérdidas mayores para las jurisdicciones ni distorsiones en la competencia entre suministros internos (CEPAL, 2019; OCDE et al., 2021).

Con respecto a este último punto, los proveedores residentes del país del consumidor si están obligados a recargar las ventas con el IVA, lo que produce una competencia desleal, que puede generar que estos busquen mecanismos para efectuar ventas de escaso valor, lo que generaría más pérdidas a las administraciones tributarias (OCDE, 2015).

## **b. Importaciones de servicios y bienes intangibles a consumidores finales**

Con las importaciones que realizan empresas, se entiende que la imposición se hace en la jurisdicción importadora, así cuando dichas importaciones son realizadas a una empresa, se hace un “cambio de sujeto” trasladando el pago del tributo a la empresa compradora. La problemática se da en las operaciones B2C, puesto que esa figura no puede ser aplicada para los consumidores finales, ya que carecen de incentivos para cancelar el IVA, entonces las administraciones tributarias se ven afectadas en la recaudación.

Lo que se recomienda, es que los proveedores, se inscriban en el registro de contribuyentes del país del comprador, entonces, los proveedores no residentes se encargan de cargar, recaudar y pagar el IVA de dichas operaciones, para que de esta manera dicha administración no se vea afectada (CEPAL, 2019; Jiménez y Podestá, 2021).

Sin embargo, aunque la normativa sobre el IVA de algunos países grava los servicios e intangibles adquiridos en el extranjero, no establecen componentes suficientes para la recaudación sobre servicios digitales importados. Se vuelve necesario para los estados disponer de técnicas y procedimientos eficaces en la recaudación.

De igual forma, existe una competencia desleal con los proveedores locales que están obligados a recaudar el IVA, ya que los no residentes podrían crear circunstancias para no aplicar el IVA o, en todo caso, quedar sujetos un IVA disminuido. Entonces, los proveedores locales buscan tipos de evasión, ampliando aún más la pérdida de ingresos por esa determinada administración tributaria (CEPAL, 2019).

### **c. Importación de servicios digitales efectuados por empresas exentas**

En las líneas anteriores se hacía referencia a que con respecto a las actividades B2B, opera el cambio de sujeto, el contribuyente importador retiene y paga IVA. La problemática surge con respecto a las empresas exentas, es decir, que no aplican IVA sobre sus ventas, estas empresas exentas están en la misma situación que los consumidores finales. Estas empresas se ven beneficiadas al no estar sujetas a IVA en importaciones, lo que produce una desventaja en la recaudación tributaria (OCDE, 2014; Jorrat, 2020).

Como indica la CEPAL (2019), esto crea una competencia desleal a los "proveedores locales de los mismos servicios o intangibles, que están obligados a pagar el IVA cuando

efectúan transacciones con empresas residentes exentas", por lo que buscan maneras de como importar suministros del extranjero (exentos del IVA), en lugar de un suministro digital de empresas residentes que si gravan IVA (p.60).

#### **d. Suministros digitales a distancia a empresas multilocalizadas**

Una empresa puede estar localizada en distintas jurisdicciones y puede adquirir un bien o servicio digital, ahora, esa empresa puede comprarlos de manera centralizada, siendo el coste de adquisición soportado inicialmente por el establecimiento que los ha adquirido para de ahí ser refacturado a los establecimientos que los usaran. Lo que ocurre, es que, normalmente, dicha adquisición es realizada en una jurisdicción donde no se aplique el IVA o se tribute con una tasa baja, para ser refacturadas a cada establecimiento según la utilización de los mismos, que igualmente estarían exentos por ser un intercambio entre empresas de una misma persona jurídica, la OCDE (2015) hace referencia, por ejemplo:

Si un banco multinacional compra servicios (software para procesamiento de datos) de un proveedor residente, en primero lugar, no soporta la carga tributaria, ya que es una empresa exenta.

También puede adquirirlo a través de otro establecimiento que pertenezca a esa misma entidad y que adquiera esos servicios en una jurisdicción donde se aplique una tasa baja del IVA o en su defecto, no se lo aplique. Así, el banco obtiene servicios sin pagar IVA (p.119)

#### **1.4 Esfuerzos Internacionales de Regulación de Comercio Electrónico**

Una vez conocida la problemática de la tributación tanto directa (renta) como indirecta (IVA) dentro de este apartado se busca conocer las posibles soluciones que organismos

internaciones y las legislaciones tributarias de ciertos países han adoptado para contrarrestar los retos a los que se enfrentan la tributación dentro del e-commerce.

### ***1.4.1 Modelo OCDE***

OCDE lleva ya largas décadas analizando los retos que impone la economía digital. El primer resultado de la OCDE en este ámbito tuvo su origen en la Conferencia de Ottawa de 1998 sobre comercio electrónico, donde se adoptan ciertos principios en materia tributaria para aplicarse dentro del e-commerce. Asimismo, el Comité de Asuntos Fiscales de la OCDE (CFA) a través de su programa de trabajo, impone varios objetivos en materia tributaria, fijando estándares internacionales en la imposición tributaria y siempre tomando en cuenta el avance de las TIC (OCDE et al., 2021).

### **Tributación directa**

La OCDE comenzó hace más de 10 años con sus numerosos esfuerzos para analizar y encontrar posibles soluciones para la cuestión de la recaudación de impuestos en el e-commerce, por medio de una serie de acciones, que desarrollan la problemática en tributación internacional, esta iniciativa surge a la luz del hecho de que ciertas multinacionales no cumplieron con sus obligaciones tributarias y como consecuencia la tributación se veía reducida (Medrano y Galíndez, 2019).

Posteriormente, los esfuerzos de la OCDE (2020), para las posibles soluciones materia de fiscalidad dentro del e-commerce, las ha agrupado en dos pilares. El primero se refiere a repensar la regla del nexos, para que no implique la presencia física, esto siendo significativo en materia tributaria, ya que las empresas pagarían tributos donde ostentan presencia económica. En

cambio, el segundo pilar, busca imponer un impuesto para que ciertas empresas no trasladen sus centros de tributación a lugares de nula o baja tributación.

Dentro del primer pilar, la proposición se esboza en la adecuación de la regla del nexo a la globalización y al avance desmedido de las TIC, a lo largo de estas líneas hemos visto que la regla del nexo presenta un concepto anacrónico al igual que las reglas de atribución de beneficios que implican una presencia física. En este contexto, la OCDE (2020) busca contar con nuevas reglas que permitan gravar la renta a través de presencia económica.

En esta línea, la OCDE aspira actualizar la regla del nexo y establecer nuevas maneras de conectar la renta y gravarla en la jurisdicción donde se efectúa la actividad generadora de la misma, dichas propuestas se separan del concepto de establecimiento permanente que obligatoriamente requiere la presencia física. La nueva regla pretende que la jurisdicción que imponga el tributo a la renta sea la que se compruebe que el sujeto pasivo tenga una presencia significativa/activa, sin necesidad de la presencia física. Para un correcto logro del objetivo que busca este pilar, se deberán determinar indicadores que permitan precisar, que comprende que una empresa tenga presencia significativa/activa dentro de la jurisdicción de mercado, además desarrollar un nuevo convenio multilateral para la aplicación de este pilar e igualmente dentro del contexto multilateral prever la consecución de medios eficaces para eliminar la doble tributación (OCDE, 2020). En sí, este pilar se maneja a través de dos montos, A y B. El Monto A engloba a las empresas que obtengan ganancias de siquiera el 10% de su volumen de negocios, que para jurisdicciones grandes es de 1 millón de euros y para pequeñas, 250 millones de euros. De dicha ganancia se aplicaría una tasa del 30% y 20%. El pilar B aún no está desarrollado y va dirigido a jurisdicciones más pequeñas (Porporatto & Ramirez, 2021).



Por otra parte, el segundo Pilar, conlleva una solución conocida como GLOBE<sup>7</sup>, este pilar, planea garantizar que las empresas multinacionales paguen un grado mínimo de impuestos, como medida para las empresas que ocasionalmente trasladan sus beneficios a jurisdicciones que tienen baja o nula tributación.

La propuesta de la OCDE, es que las jurisdicciones pueden ejercer su soberanía tributaria, decidiendo sus tasas impositivas o pueden adoptar el segundo pilar, en donde existe un impuesto base (15%) sobre las ganancias anuales (750 millones o más). La OCDE (2021b) da pautas indicando que sociedades deben pagar el impuesto y cuáles deben estar excluidas. En consecuencia, constituye una motivación para no trasladar los beneficios a jurisdicciones donde se tributa a una tasa baja o no existe ninguna carga. Por ende, las cargas impositivas más bajas, no podrán usarse para atraer el traslado de los beneficios, lo que es significativo para las economías en desarrollo, dado que son las más afectadas (OCDE, 2020).

La OCDE (2021c) pretende, a través de estos pilares, garantizar un marco tributario sostenible, que grave el beneficio, evite la doble tributación, que además sea sencillo en la aplicación, y que distintas jurisdicciones lo puedan adecuar a sus legislaciones, de esta manera ha encargado al Grupo de Trabajo sobre Economía Digital (TFDE) que desarrolle el contenido explicativo de estos pilares para la participación de las distintas jurisdicciones, el TFDE prevé contar con el mismo a finales de 2022.

## **Tributación Indirecta**

La OCDE a través de varias publicaciones ha establecido un conjunto de principios y normas para el tratamiento del IVA en el caso de transacciones transfronterizas. Un punto

---

<sup>7</sup> GLOBE por las siglas en inglés que comprende un impuesto denominado “Impuesto Mínimo Global”

primordial es la Directriz 3.1 con respecto al IVA y la imposición aplicada en los servicios digitales, estableciendo que estas deben ser gravadas con el Principio de Destino (Jiménez y Podestá, 2021). A pesar de que el principio de destino este aceptado generalmente, pueden existir complicaciones con respecto a la imposición en los servicios digitales.

En este contexto, la OCDE et al. (2021) hace dos sugerencias. La primera para los servicios donde es fácil identificar el lugar en que sean consumidos, entre esos están servicios destacan, servicios de peluquería, masajes, hospedaje, entre otros. Estos servicios serán gravados en el sitio donde se consuman.

En segundo lugar, la OCDE recomienda que para los servicios que sea compleja la identificación del sitio de consumo, se estará al lugar donde se encuentre el cliente. Menciona como ejemplos servicios de descarga de música, juegos en línea, etc. En estos casos el proveedor y cliente no siempre están en el mismo sitio, por tal razón, la imposición se da sobre la base de factores como domicilio, residencia, dirección IP, etc. del usuario (OCDE et al., 2021). Estas reglas son bastante sencillas para poner reconocer efectivamente cuál es la jurisdicción en que se consume el producto o servicio.

Como se había señalado en secciones anteriores, en una operación B2B, la OCDE et al. (2021) recomienda la aplicación de la figura del cambio de sujeto o inversión del sujeto pasivo. Es decir, la empresa compradora va a ser la obligada de pagar el tributo. No existe problema si es que es compatible con el diseño del sistema tributario nacional en su conjunto y en efecto, representa una solución eficaz para aplicar IVA a los suministros internacionales.

La problemática no surge en esta transacción, sino en B2C, la recomendación de esta organización es que los Estados creen un registro obligatorio de proveedores, para que sean estos

quienes retengan y paguen IVA. Siendo necesario que dicho registro sea sencillo, claro y disponible para los proveedores (CEPAL, 2019; OCDE et al., 2021).

Otra propuesta tiene que ver con los bienes de escaso valor, ya que las jurisdicciones normalmente cuentan con umbrales que los determinan de acuerdo a los gastos administrativos, la OCDE establece que esos umbrales deben reducirse, puesto que nacen antes de la vigencia del comercio electrónico y deben ser revisados. Igualmente, esto también se subsanaría aplicando la recomendación anterior (OCDE, 2015).

En cuanto a las importaciones realizadas por empresas exentas y multilocalizadas, la OCDE (referida en CEPAL 2019), propone la solución a través de la figura del cambio de sujeto, es decir, establecen la opción de cobrar el IVA en el lugar de localización del cliente. La empresa que centraliza las adquisiciones efectúa acuerdos con cada una de las empresas vinculadas, donde se paga en la jurisdicción donde se produce el consumo.

#### ***1.4.2 Estados Unidos***

En 1998 se presentó la "Internet Tax Freedom Act", que consistía en una prohibición que prevenía el trato discriminatorio en la recaudación de impuestos de los negocios digitales; al principio era transitoria, pero en 2015 se convirtió en permanente (Stupak, 2016). Es interesante como la reglamentación estadounidense bastante temprano trata de aplicar el principio de neutralidad, al no permitir a sus estados un trato discriminatorio hacia los negocios en línea en contraste con los negocios tradicionales, ya que no se permiten tributos extra, ni formas diferentes de tributar para estos tipos de comercio.

También esta legislación, a partir del 2017, ha incorporado un impuesto denominado GILTI<sup>8</sup>, que grava los ingresos adquiridos por una filial extranjera en una jurisdicción de baja tributación, para garantizar que las empresas no evadan sus obligaciones tributarias, este impuesto ha tenido problemas al ser aplicado, y constituye la etapa inicial del impuesto GLOBE propuesto por la OCDE en estos años (Hone Maxwell LLP, 2020).

### ***1.4.3 América Latina***

Dentro de este apartado se mencionan ciertos cambios que han realizado los países latinoamericanos para enfrentar los retos que trae consigo la tributación dentro del comercio electrónico.

#### **Renta**

La CEPAL (2019) menciona que solo Perú y Uruguay contienen en sus legislaciones modificaciones sobre el impuesto a la Renta, pero recientemente se ha visto que México también las ha incorporado, se hará una breve referencia a continuación:

#### ***Perú***

Dentro del estudio difundido por la CEPAL (2019), denominado Panorama Fiscal de América Latina, se toma a Perú como un caso paradigmático, puesto que la regulación en cuanto a impuestos directos en los negocios digitales es bastante temprana, específicamente en 2003. Es significativo lo excepcional de la regulación peruana, puesto que en el entorno que se presenta la norma, no existía un auge de este tipo de negocio en América Latina.

---

<sup>8</sup> Ingreso Global de impuestos bajos intangibles

El ordenamiento jurídico peruano considera como renta peruana únicamente a los servicios digitales ofrecidos en línea, plataformas o cualquier otra red, siempre y cuando dichos servicios sean usados o consumidos dentro de territorio peruano.

Jorrat (2020) señala que, la regulación peruana es insuficiente, por el hecho de que únicamente se aplica a “operaciones comerciales B2B, sin embargo, no llega a regular las operaciones entre no residentes y consumidores finales, es decir las transacciones B2C” (p. 34). Entonces, si se consume un servicio digital, por ejemplo, programación, por parte de un consumidor final y esta es una persona natural, la empresa que ofrece este servicio no está obligada de pagar ese tributo en Perú. Sin embargo, si se tratara de la misma prestación de servicios digitales a una empresa, el ingreso producido por dicho intercambio comercial si se grava en Perú.

Se debe notar también que los artículos recientemente retratados como de fuente peruana solo incluyen a los beneficios obtenidos de servicios digitales, en consecuencia, no gravan los productos digitales, como, por ejemplo, los libros digitales.

Una cuestión más es que, esa modificación en la normativa peruana no considera la presencia económica, sino que está diseñada sobre la regla de nexo donde es necesaria la presencia física, en consecuencia, se grava la imposición sobre los ingresos brutos, sin importar el grado de presencia económica que pueda tener esa empresa no residente, ni tampoco toma en consideración el valor que pueden crear los usuarios (CEPAL, 2019).

## *Uruguay*

En la Ley 19.535 introducida en 2017 se presenta una directriz, estableciendo que las rentas obtenidas a través de servicios de transmisión de contenidos audiovisuales,

cinematográficos, transmisión directa de TV u otro medio de comunicación son rentas de fuente uruguaya. La tasa es del 12%, independientemente si son nacionales o extranjeras, siendo gravados con el 100% de la renta percibida para su negociación en dicho país.

Se considera adicionalmente que los beneficios por la administración de plataformas bilaterales son de fuente uruguaya. Dado el caso que el proveedor y consumidor tengan residencia en Uruguay, se grava el 100%. Si la empresa tiene domicilio en el extranjero se grava con el 50%, se comprueba a través de medios de pago electrónicos (Sánchez y Toledo, 2019).

## *México*

En el mes de junio del año 2020, la Ley del Impuesto sobre la Renta Federal de este país, recientemente fue modificada en su art. 113 A (Aguirre, 2021). Este cambio se refiere a gravar las rentas obtenidas por transacciones a través de plataformas digitales de personas naturales y jurídicas estén o no en México, cuando vendan productos u ofrezcan servicios por internet (Sánchez & Toledo, 2019).

Es necesario precisar que México ha seguido las sugerencias propuestas por la OCDE, ya que su regulación amplía la idea de presencia física, y establece que las personas jurídicas residentes o no, son sujetos pasivos, es decir, cuenten o no con un establecimiento permanente. En definitiva, la norma considera la presencia económica, ya sea como intermedios, proveedores de bienes, u ofreciendo servicios a través de plataformas a clientes en territorio mexicano.

En lo que respecta a las tarifas de retención, son progresivas, dependiendo de la actividad y nivel de ingresos mensuales. Para servicios de transporte de mercancías y pasajeros entre el 2% y 8%. Para servicios de hospedaje entre el 2% y 10%. Enajenación de bienes y la prestación de servicios entre el 0,4% al 5,4%. En caso de que el vendedor del bien o prestador del servicio no

proporcione su registro federal de contribuyente a la plataforma tecnológica, esta debe retenerle el 20% (Amar y Grondona, 2021; Aguirre, 2021). Es una reforma interesante, puesto que, las empresas extranjeras que no pagaban impuestos, verán un impacto en sus ingresos.

## IVA

Jiménez y Podestá (2021) muestran en su estudio, un levantamiento realizado por KPMG<sup>9</sup> en donde se da a conocer que 9 países latinoamericanos han implementado dentro de su normativa gravar IVA en las transacciones electrónicas (entre estos se encuentra Ecuador), veremos algunos casos a continuación:

### *Argentina*

A partir de 1998 existe cierta regulación únicamente a las transacciones B2B. Hasta 2017 cuando se modifica la Ley del IVA tomando en cuenta las propuestas dadas por la OCDE. En esta línea, se incorpora la figura del cambio de sujeto para las transacciones B2B. Con respecto a las transacciones B2C, el comprador es tomado como el sujeto pasivo, por su dificultad, se implementa un “sistema de percepción del impuesto donde se cobra el tributo a través de un operador, por ejemplo, tarjeta de crédito, cheque o diferentes modalidades de billeteras virtuales” (Amar & Grondona, 2021, p.40).

En cuanto a los servicios comprendidos por el IVA, la legislación argentina establece que todos aquellos bajo la modalidad virtual, excluyendo el acceso y/o la descarga de libros digitales. La imposición se da siempre que el producto o servicio sea consumido o usado en dicho país, esto se cumple a través del reconocimiento por: “dirección que consta en la factura del cliente,

---

<sup>9</sup> KPMG es una red de auditoría, impuestos, legales y consultoría que está presente a nivel global, en más de 150 países. Ver más en: <https://home.kpmg/ec/es/home/conozcanos/quienes-somos.html>

cuenta bancaria, dirección IP, código de tarjeta SIM o banco que emite su tarjeta de débito o crédito” (Jiménez & Podestá, 2021, p. 39).

## *Colombia*

Este país ha seguido las recomendaciones dadas por la OCDE es así que, su norma señala que se carga con IVA a los servicios e intangibles obtenidos en el exterior, siempre que el consumidor tenga en Colombia: domicilio, residencia, establecimiento permanente, o sede económica. Siguiendo el principio de neutralidad, se grava con la tasa general, es decir el 19%. De esta imposición se excluyen a servicios de educación virtual, adquisición de licencias y software para desarrollo de contenido web; mantenimiento de programas y equipos informáticos (CEPAL, 2019; Jorrat, 2020).

Ahora bien, En transacciones B2B opera el cambio de sujeto. Sin embargo, en transacciones B2B y B2C cuando el que compra no es contribuyente, el proveedor no residente debe obligatoriamente registrarse en el RUT<sup>10</sup>, declarar y pagar el IVA (Freire y Tapiero, 2019). Con respecto al pago, se puede hacerlo a través de un formulario, ya sea de manera virtual o presencial en los bancos, en territorio colombiano o desde el exterior, a través del Régimen Tributario electrónico de la Dirección de Impuestos y Aduanas, que le avisa el valor a pagar (CEPAL, 2019).

El método de recaudación es directo e indirecto a través de medios de pago. Los periodos de declaración y pago serán bimestrales, si hay periodos donde no se efectúan operaciones sometidas al impuesto no están obligados a presentar la declaración. Además, los criterios para

---

<sup>10</sup> Registro Único Tributario



determinar el lugar de consumo son los mismos que en la legislación argentina (Freire y Tapiero, 2019; Jiménez & Podestá, 2021).

## *Chile*

En 2018, se proponía tributar el IVA sin considerar los principios que deben aplicarse al comercio otorgando un trato preferente a los digitales al gravarlos con el 10%, en contraste con la tasa general del 19% para el comercio habitual. Este proyecto no tuvo acogida porque contradecía principios y recomendaciones dadas por organismos internacionales. No es sino hasta 2020 que Chile adopta las recomendaciones dadas por la OCDE en el tratamiento del IVA (Jorrat, 2020).

La reforma incorpora como hecho gravado a los siguientes servicios realizados por proveedores domiciliados o residentes en el extranjero, entre los que se encuentran, servicios de intermediación de plataformas, entretenimiento digital, software, almacenamiento, infraestructura informática y publicidad. Dispone de los mismos medios que las legislaciones anteriormente señaladas para demostrar que el servicio es usado en Chile (Jiménez & Podestá, 2021).

Para hacer efectiva la recaudación, en transacciones B2B opera la figura del cambio de sujeto. En las operaciones B2C, la ley establece que la responsable es la empresa, para lo cual se crea un régimen simplificado de IVA para contribuyentes no domiciliados ni residentes. Las entidades inscritas declararán y pagarán el IVA vía electrónica, con carácter mensual o trimestral, pudiendo además efectuar el pago del impuesto en moneda extranjera. Si no se acogen a este régimen, el Servicio de Impuestos Internos, puede disponer que la retención se lo haga a

través de medios de pago, respecto de todo o parte de las operaciones por ellos realizadas (Eltit, 2020).

## *México*

En México a partir del 2020, se comienza a legislar acerca de la tributación de servicios digitales, los servicios incluidos son, descarga o acceso a contenidos en formato digital, juegos de azar, servicios de intermediación, clubes en línea, páginas de citas, enseñanza a distancia o ejercicios, estos estarán gravados con la tasa general del 16%. Los servicios que no están en esta lista son excepto libros, periódicos y revistas electrónicos. Para contar con una debida recaudación del IVA se impone la obligación a los no residentes que tengan negocios en México, dos obligaciones, registrarse en el RFC<sup>11</sup> ante el SAT<sup>12</sup> y tener firma electrónica (Aguirre, 2021).

Para determinar si el servicio se da en territorio mexicano se lo hace a través “del domicilio del cliente, pago a través de un intermediario ubicado en el país, dirección IP, código de la tarjeta SIM” (Jiménez & Podestá, 2021, p. 40).

## *Uruguay*

La legislación en torno a servicios digitales se da a partir del año 2018, con una tasa del 22%. Los servicios incluidos son: aplicaciones, transmisión de contenido, servicios de intermediación (CEPAL, 2019; Jorrat, 2020). Este país mantiene las mismas referencias de las otras legislaciones anteriormente revisadas en la manera de confirmar que dicho servicio sea usado en su territorio (Sánchez y Toledo, 2019). Con respecto a la recaudación, las empresas proveedoras están obligadas a inscribirse a un registro de proveedores, facilitando las

---

<sup>11</sup> Registro Federal de Contribuyentes

<sup>12</sup> Servicio de Administración Tributaria

operaciones B2C, asimismo, se cobra el impuesto de manera directa a los proveedores no residentes, sin mecanismos de retención en medios de pagos (Jiménez & Podestá, 2021).

## Capítulo II

### Comercio Electrónico: Ecuador

Este segundo capítulo se dividirá en dos secciones, ambos con la finalidad de dar a conocer cómo se desarrolla el comercio digital dentro del Ecuador. La primera parte pretende resumir los eventos que hicieron que el e-commerce exista en el país, hasta saber cuál es su situación actual, para lo cual se contará con cifras a través de los distintos años, asimismo se conocerá los puntos a favor y en contra que ha tenido este negocio en lo que respecta a su crecimiento. La segunda parte, en cambio, estudia el ordenamiento jurídico ecuatoriano en torno al e-commerce, se pretende conocer si existe una definición en el ámbito jurídico y cuál es su regulación para lo cual se revisará un conjunto de leyes ecuatorianas como Código Civil, Código de Comercio, Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos y la Ley de Defensa al Consumidor.

#### 2.1 Origen y Evolución

Este negocio nace a partir del internet, en la época denominada “era electrónica” de los 90. En 1994 aparece Amazon y en 1995 eBay, que hoy se consolidan como organizaciones masivas y presentes en todo el mundo a través de este tipo de negocios. Con esta coyuntura, muchas empresas vieron un potencial en las compras por internet, entre estas empresas ecuatorianas que decidieron apoyarse en las TIC para expandir su mercado, en todo caso, estas empresas necesitaron cambiar su modo de hacer negocios, ya que el negocio online implicaba innovaciones (Zambrano Velasco et al., 2021, p.15).

Para los países en vías de desarrollo tal como lo es Ecuador, el e-commerce aparece de forma tardía en comparación con países desarrollados, que a inicios de los noventa ya contaban

con empresas bastante consolidadas. Tal es el caso, que hasta 2002 en este país no se contaba con ningún texto legislativo que hiciera referencia a los negocios por internet, contar con regulaciones adecuadas es esencial en la realidad del día a día donde se volvió una necesidad contar con un teléfono inteligente, donde la mayoría de la población tiene con acceso a internet, redes sociales y puede acceder a publicidad y ofertas a través de diferentes aplicaciones.

De acuerdo al INEC<sup>13</sup>, en el año 2014 un total de 0.34% de la población ecuatoriana efectuaba algún tipo de compra en línea, siendo los artículos más adquiridos la ropa y el calzado, dichas compras se concentraban en 3 capitales, Quito, Guayaquil y Cuenca (Durán, 2014). Este negocio estaba creciendo, sin embargo, en transacciones B2B y B2C solo 16% de empresas ecuatorianas compraban y vendían por este medio. En 2015, el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico dirige un estudio sobre la magnitud de negocios basados en la web en las naciones de la región, Ecuador tenía una tasa baja frente a diferentes países, por ejemplo, Brasil, donde los clientes acudían a comprar a través de la web contando con un "nivel de 9,37%", mientras que, en Ecuador, el número total de usuarios que adquiriría en línea no superaba el 2,5%" (Noboa Mancheno, 2018, p. 39).

El negocio online en Ecuador ha mantenido un crecimiento consistente, sin embargo, bajo y lento en cuanto a las compras en la web. En esta línea, Esparza Cruz en 2017, dijo que Ecuador simplemente estaba en el periodo inicial de este tipo de comercio y que para que genere productividad era importante contar con el aval del Estado a través de una progresión de instrumentos adecuados para que sea visto como una manera real de hacer negocios. Asimismo,

---

<sup>13</sup> Instituto Nacional de Estadística y Censos

las organizaciones deben ver el negocio basado en la web como un método para apoyar su negocio y satisfacer los requerimientos actuales de los clientes (Esparza, 2017).

En ese mismo año, la CECE<sup>14</sup> (2017) realiza un estudio, donde también coincide que Ecuador esta apenas en su estado inicial en cuanto al desarrollo de los negocios digitales, se describe dentro del mismo que a pesar de contar con una tasa bastante alta de ecuatorianos que tienen acceso a internet, el 81% para ser exactos, el negocio en la web tiene un crecimiento bastante lento. La CECE también dice que las razones para esto (gráfico 5), son el miedo y la desconfianza de los usuarios, ya que para realizar las referidas compras ya sean de artículos o servicios, los usuarios deben brindar datos personales que podrían verse expuestos en la red. Del mismo modo, Internet es un espacio en el que se puede presentar ofertas a los clientes con engaños o estafas. La recomendación de esta asociación para vencer estas barreras es educar a la sociedad en los procesos de compras.

Ahora bien, dentro del desarrollo de comercio electrónico en cuando a empresas, se presenta una situación bastante similar, puesto que para 2017 en intercambios B2B, participaron empresas ecuatorianas en un porcentaje menor al 20%, de las cuales el 35,9% se involucró en proceso de ventas, mientras que el 29,5% compró en la web"(CECE,2017, p.10).

Rodríguez y Quiroz (referidos en Avila Rivas y Benavides, 2021), expresan que desde la aparición del e-commerce en Ecuador este se mantiene en crecimiento, pero no llega a sentar unas bases fuertes, de hecho, para finales de 2019 no era una opción para los usuarios comprar en línea más que rara vez. Exponen que Ecuador mantiene una cultura totalmente alejada del mundo informático, sumado a ello la falta de información. Estos componentes hicieron que ni las

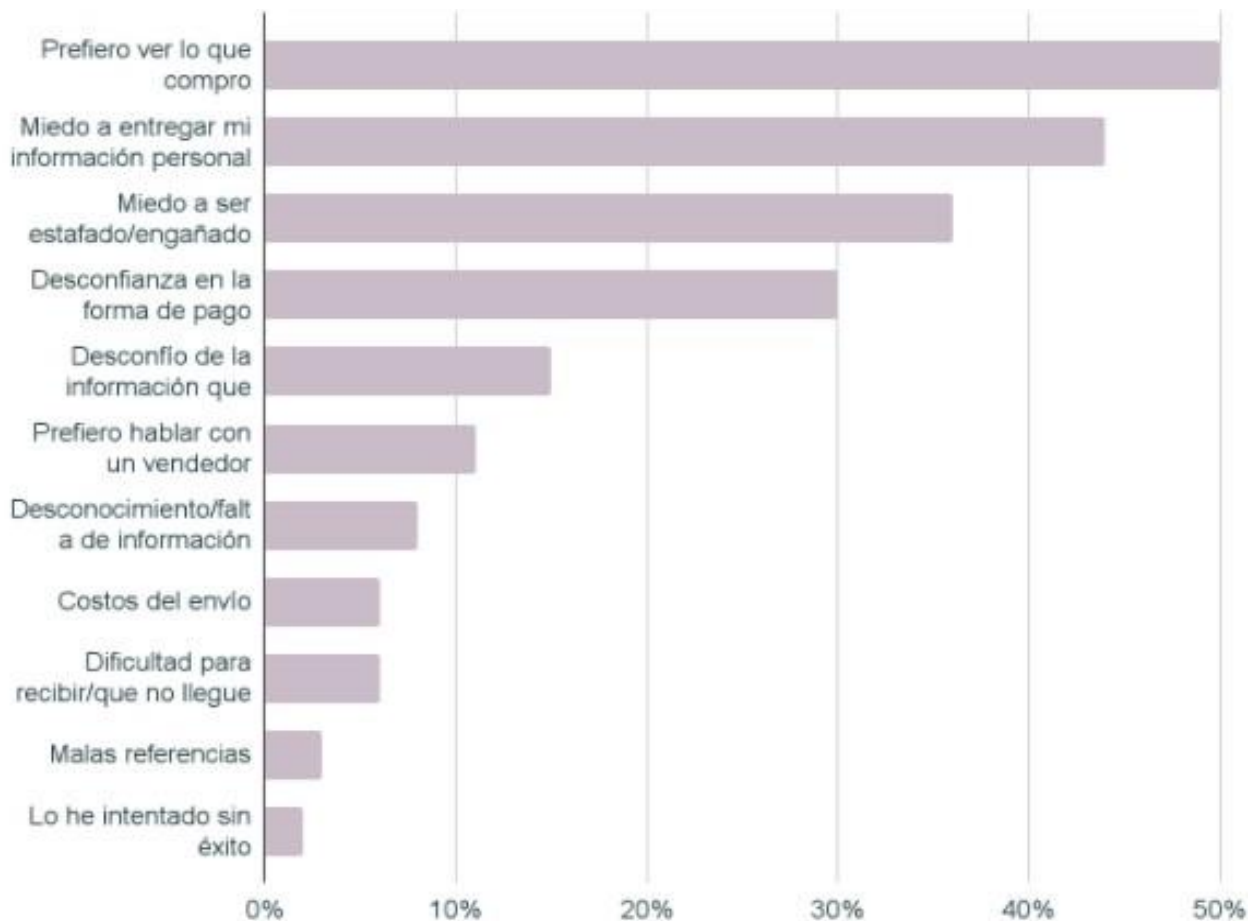
---

<sup>14</sup> Cámara de Comercio Electrónico de Ecuador

empresas ni los clientes puedan adaptarse a los cambios que ocurren en los sectores empresariales actuales donde prevalece la utilización de las TIC, peor aún ven a los negocios en línea como una manera real de hacer negocio.

**Gráfico 5**

*Razones por las que los usuarios no compran en línea*



Nota. Elaborado por: Aracely Mora. Fuente: CECE (2017)

La pandemia de COVID-19 fue un factor que empujó a los clientes a decantarse por las compras en internet, es decir, este negocio llegó a sentar unas bases y ganar importancia

económica en Ecuador teniendo como factor la necesidad de las personas. Esto debido a las restricciones impuestas por las autoridades para evitar aglomeraciones, donde tanto, proveedores y clientes dejaron la presencialidad a un lado y optaron por las compras en internet. Esta manera de comprar trajo beneficios a los clientes, puesto que desde su hogar se abastecían de los productos que deseaban, no se veían expuestos al virus y respetaban las restricciones de movilidad. Por otro lado, los proveedores, vieron una forma de que sus negocios no tengan tantas pérdidas en una época muy complicada en la economía mundial. El empleo de plataformas y redes sociales ha permitido a las empresas estar en contacto con sus clientes las 24 horas del día, efectuar ventas y no tener pérdidas (Zambrano Velasco et al., 2021).

La CECE (2020) dirigió un estudio que buscaba determinar cuál fue el comportamiento de los usuarios durante el confinamiento por la pandemia. Los datos que arroja este estudio dan cuenta de cómo el comercio electrónico creció a pasos agigantados, puesto que a pesar de que los negocios en línea ya existían, este mercado se expandió totalmente. Un ejemplo son las compras de alimentos y medicinas, que durante la pandemia llegaron a efectuarse entre una o dos veces por semana. Otros productos que también se adquirieron en grandes cantidades comprenden electrónicos, servicios de entretenimiento, prendas de vestir, se estima que su venta siquiera era mensual (figura 6).

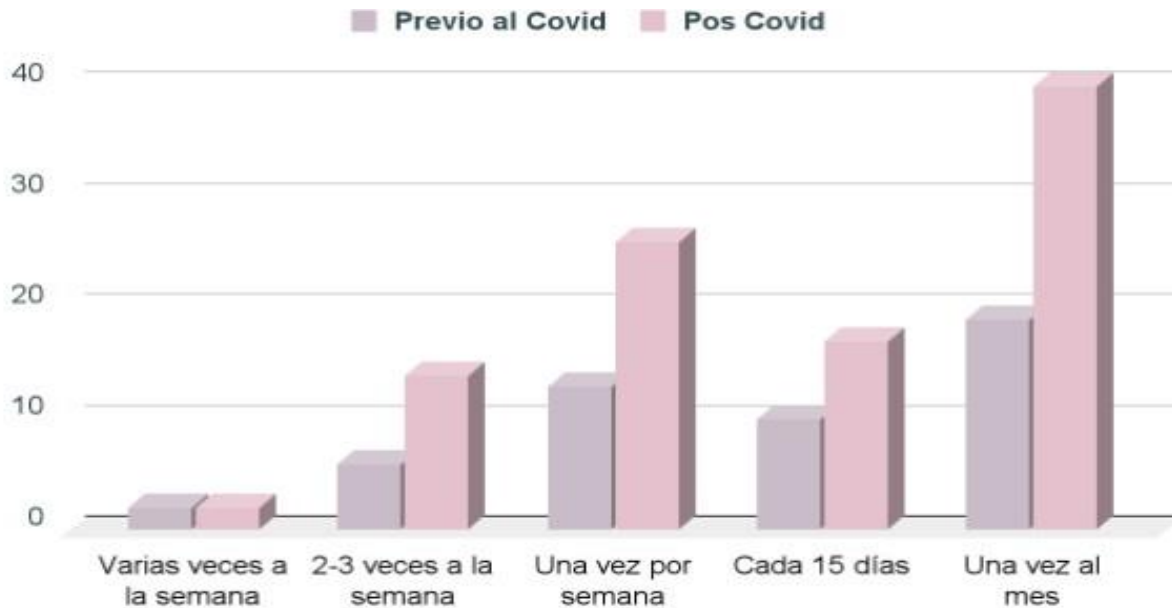
Los proveedores vieron a las redes sociales como una manera de enganchar a los clientes, tales como Facebook e Instagram donde se ve grandes cantidades de publicidad, también las aplicaciones y plataformas móviles que coordina este tipo de negocio. Dentro de Ecuador la red más usada fue WhatsApp que es un sitio de mensajería instantánea, esto debido a la cercanía del proveedor con el consumidor, ya que puede preguntar precios, calidad directamente. Las



transacciones que predominan en el mercado de Ecuador dentro del comercio electrónico son las B2C. (CECE, 2020; Zambrano Velasco et al., 2021).

**Gráfico 6**

*Comparación de la tendencia de compra anterior y posterior al Covid-19*



Nota. La figura refleja la frecuencia de compra en línea de los usuarios anterior a la pandemia en comparación a la etapa posterior al Covid. Elaborado por: Aracely Mora. Fuente: CECE (2020); Zambrano Velasco et al., (2021).

Durante este periodo se volvió imperioso para muchos hogares conocer los procesos de compras por internet. Sectores que anteriormente eran los únicos que abarcaban el comercio electrónico en Ecuador como aerolíneas y hospedaje, según datos de la CECE (2017) fueron desplazados en la pandemia por productos de necesidad básica tales como alimentos y medicinas.

Era imperioso conocer si estas cifras se detendrían al momento de que se acabe el confinamiento, puesto que podrían cambiar los hábitos dentro del comercio ecuatoriano. Todo

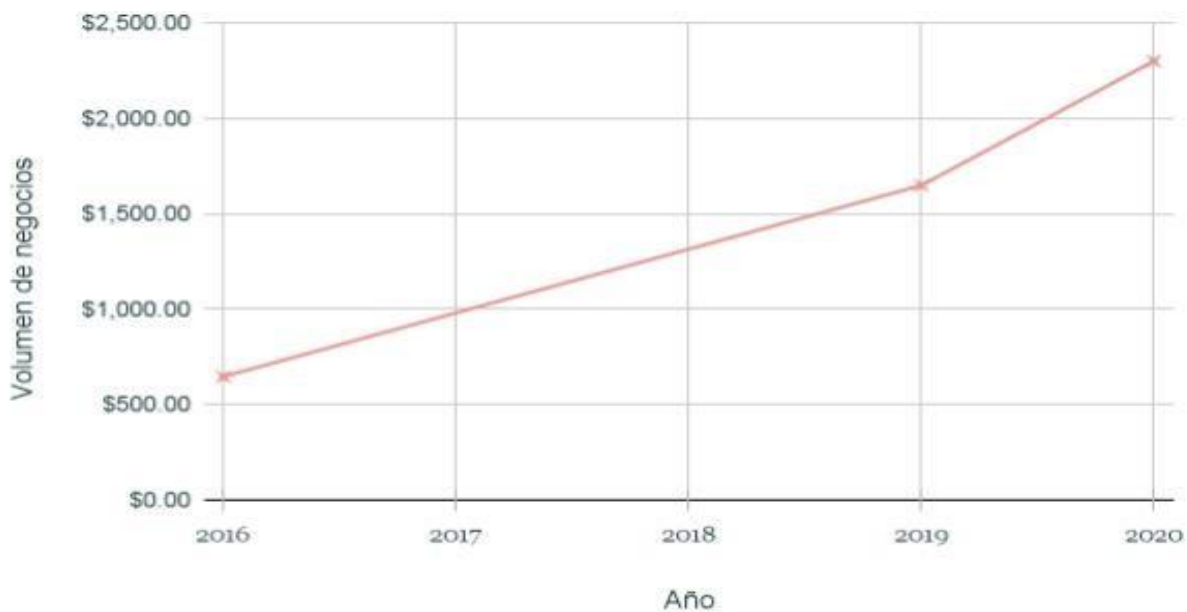
demuestra que el negocio en la web seguirá desarrollándose, según indican las cifras de la Superintendencia de Bancos del Ecuador expuestas en el “E-commerce Day” las transacciones digitales crecieron en 19 millones en el año 2021, esto en comparación a periodos anteriores (2019 y 2020). Dentro del evento los expertos establecieron que el negocio sigue creciendo debido a la mejora en cuanto a entregas y medios de pago que han otorgado los proveedores (e-Commerce Institute, 2021).

El crecimiento de este tipo de negocio es evidente, de acuerdo al volumen de negocios durante los últimos años se tiene que en el año 2016 el e-commerce cubría los \$646 millones, ascendiendo a \$1.648 millones en 2019, para cerrar el año 2020 en \$2.3000 millones (Gráfico 7), cifra más alta hasta el momento, esto debido a la circunstancia de la pandemia. Por el momento, se desconoce el volumen de negocios que abarca en e-commerce en el año 2021, sin embargo, se espera un desarrollo del 20% al 40% en contraste con el año anterior (Martí Cortijo et al., 2020; Torres, 2022).

No obstante, el increíble desarrollo que ha tenido el mercado ecuatoriano en los negocios digitales, la mayor parte de dichos intercambios comerciales se efectúa en portales internacionales que en 2019 bordearon los \$1.032 millones en contraste con ventas en portales nacionales que alcanzan los \$616 millones en ese mismo año. Este particular implica retos en materia tributaria, ya que es necesario contar con una legislación que regule las necesidades actuales del e-commerce (Martí Cortijo et al., 2020)

**Gráfico 7**

*Crecimiento del E-commerce en Ecuador*



Nota. La figura muestra el crecimiento del comercio electrónico a través de su volumen de negocios en lo que se refiere a los últimos años. Elaboración propia. Fuentes: Martí Cortijo et al., (2020); Torres (2022).

Como se refirió en líneas anteriores, la pandemia del COVID-19 provocó cambios dentro del comercio ecuatoriano, generando crecimiento en los negocios digitales. La manera convencional-física de hacer negocios se vio desplazada en un inicio por la necesidad de los usuarios, pero esto fue un factor que permitió a los consumidores superar temores acerca de esta clase de negocio y adquirir los productos y servicios ofertados.

Se puede decir que al inicio estas prácticas fueron complejas tanto para usuarios al involucrarse en dichos procesos de compras como para proveedores, por el hecho de adaptar sus negocios a la virtualidad. Sin embargo, estas prácticas han colaborado en la economía, al mantener negocios y generar productividad dentro del país. La tecnología cada vez avanza más y

abarca todas las actividades diarias, Ecuador no es la excepción, por eso, es seguro que este tipo de comercio seguirá creciendo en nuestro país.

Es necesario mencionar que en nuestro país existe una asociación creada en 2014, especializada en el desarrollo de este tipo de comercio, es la Cámara de Comercio Electrónico - CECE. De acuerdo a su página web, esta asociación es responsable del desarrollo de estudios, programas y proyectos con el objeto de aplicar las TIC en el comercio. Es promotora del programa e-commerce Day Ecuador junto con eCommerce Institute, donde por 7 años seguidos ha venido impulsado el crecimiento de los negocios digitales de los países de la región. Lo interesante del evento, es que los asistentes intercambian soluciones y experiencias dentro de sus estados, generando así un ambiente de colaboración.

Otra función de la CECE es brindar capacitaciones, mismas que tienen el objetivo de profesionalizar en la industria del comercio electrónico y los negocios por internet. La CECE también, pretende impulsar tres cuestiones adicionales, la primera es la entrega de certificados, en comercio electrónico. La segunda, parece interesante, puesto que busca generar compras seguras otorgando sellos de confianza a los proveedores, lo cual es una ventaja extraordinaria para los clientes. Por último, la CECE, espera brindar asistencia al sector público con respecto a negocios digitales (CECE, s.f.).

## **2.2 Normativa que regula el Comercio Electrónico en Ecuador**

A continuación, se expondrán los textos legislativos del Ecuador que nos darán a conocer si dentro de su normativa existe un concepto de e-commerce en el ámbito jurídico, del mismo modo conocer como está regulado este negocio en Ecuador. Primero se analizará el Código Civil, poniendo énfasis en lo que establece de acuerdo a las formas de contraer obligaciones y si

dentro del mismo consta el comercio electrónico. Posteriormente, se revisará el Código de Comercio que regula la materia mercantil y económica del país, para conocer si existe un apartado específico para tratar el e-commerce, sus características y posibles maneras de contratación. Pasando a la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, que es la ley particular que controla este tipo de comercio, donde se analiza su funcionamiento, aplicación y principios. Para finalizar, se hace un breve repaso a la Ley de Defensa del Consumidor, donde se analiza si los usuarios de este tipo de negocio se encuentran protegidos frente a ciertas circunstancias que se podrían llevar a cabo al momento de contratar.

## *2.2.1 Código Civil*

Las regulaciones de las relaciones civiles de las personas naturales y jurídicas están contenidas en este texto legislativo. La manera de enlazar este texto y el comercio electrónico se debe a la contratación, a los principios y normas que la regulan. Entonces, se comenzará por establecer que los contratos son una fuente de obligaciones (Congreso Nacional, 2005, art. 1453). Ahora bien, el concepto de contrato se ubica en el art. 1454 que signa “Contrato o convención<sup>15</sup> es un acto por el cual una parte se obliga para con otra a dar, hacer o no hacer alguna cosa” (Congreso Nacional, 2005). Entonces, se puede decir que los contratos constituyen instrumentos jurídicos que facilitan las actividades sociales y económicas de las personas, mismo que una vez acordadas sus disposiciones colocan a las partes en una situación de cumplimiento de obligaciones mismas que son de tres clases: dar, hacer o no hacer (Echeverría, 2021).

---

<sup>15</sup> Es relevante señalar que contrato y convenio no son sinónimos a pesar de que el Código Civil los trate como tal. Sin embargo, la doctrina hace las respectivas distinciones, Echeverría (2021), guiado por las definiciones dadas por Cabanellas, establece que el contrato solo puede crear obligaciones, mientras que la convención puede crear, modificar o extinguir obligaciones. En consecuencia, cualquier contrato es una convención, pero no toda convención es un contrato.

La legislación civil ecuatoriana especifica adicionalmente que para que un individuo contraiga obligaciones es imprescindible el consentimiento de las partes, que ese contrato tenga un objeto y causa lícita y que las partes sean capaces para contratar (Congreso Nacional, 2005, art. 1461).

El Código Civil también hace varias clasificaciones de los contratos determinando que, por las partes que se obligan, son unilaterales o bilaterales; según la utilidad o beneficio que presentan, son onerosos o gratuitos; si la prestación del contrato es o no equivalente pueden ser aleatorios o conmutativos; pueden ser principales, accesorios o dependientes y; su última clasificación, de acuerdo a como son celebrados, pueden ser reales, solemnes o consensuales<sup>16</sup> (Congreso Nacional, 2005, arts. 1455, 1456, 1457, 145), no obstante, no se incorpora ninguna disposición que trate a los contratos que se realizan a través de medios electrónicos.

Echeverría establece que el Código Civil se refiere a los “contratos escritos en puño y letra” es decir, a los tradicionales, que a través de dicho papel contraerán obligaciones y posteriormente se obligarán a su cumplimiento. Sin embargo, toda la regulación es sumamente importante, puesto que sus normas actuarán en cualquier tipo de contratación y por consiguiente adquisición de obligaciones. Es decir, el Código civil actuará en nuevas formas de contratación, como los denominados contratos electrónicos que son una nueva forma de contratar que nace a partir de la llegada del e-commerce en Ecuador. El autor se refiere a estos como “un acuerdo entre las partes que se obligan sobre un asunto o cosa determinada, a través de un programa de ordenador”. Además, precisa distinciones entre el contrato convencional y el electrónico. En el primero una parte se denomina acreedor y la otra, deudor. En este nuevo tipo de contratación,

---

<sup>16</sup> Clasificación tomada de la obra “Obligaciones” de autoría del Dr. Hernán Coello García

una parte se denomina usuario, es la que acepta el contrato y recibe un bien o servicio objeto de la transacción; la otra parte se denomina proveedor quien hace accesible el bien o servicio al usuario. Esta clase de contratos tienen una definición dentro del ordenamiento jurídico ecuatoriano, misma que se retratará en la siguiente sección.

El objeto del contrato en lo concerniente a la contratación electrónica puede ser artículos físicos o bienes y servicios digitales. Ahora, con respecto al consentimiento habrá que analizar si puede o no darse a través de medios electrónicos, ya que el Código Civil nada menciona al respecto. En este punto que se refiere al consentimiento, es importante otorgar protección al usuario, por el hecho de que es la parte débil de la contratación, donde normalmente se trabaja con contratos de adhesión. Otra situación compleja es el incumplimiento cuando se contrata con empresas que carecen de residencia en la jurisdicción del consumidor o son multinacionales.

### ***2.2.2 Código de Comercio***

El derecho mercantil regula operaciones en masa, en las que, el lucro, el intercambio de bienes y servicios, y la intermediación de oferentes y demandantes, caracterizan al comercio. Por tal razón se debe innovar y constantemente estar en la búsqueda de soluciones que se dan dentro de las actividades mercantiles. En esta línea, es necesario que la normativa comercial introduzca dentro de su ordenamiento conceptos y reglas claras sobre el funcionamiento del e-commerce.

El Código de Comercio que regía desde 1960, se volvió totalmente anacrónico en la realidad actual del comercio, con el avance de las TIC y la globalización. En consecuencia, la Asamblea en 2019, expide un Código de Comercio, que tiene el fin de adecuarse a las necesidades y exigencias del comercio en la actualidad.

Aquí comienza el tema que nos ocupa, puesto que el comercio electrónico se encuentra regulado en el Título Tercero, denominado “El Comercio Electrónico”. Para efectos de esta investigación, resulta importante mencionar que Ecuador en el artículo 74, incluye un concepto de comercio electrónico, mismo que lo retrata como “cualquier intercambio comercial de bienes o servicios digitales o no, realizado en su totalidad o parcialmente a través de sistemas de información o medios electrónicos, considerando los tipos de relaciones existentes” (Asamblea Nacional, 2019).

El Código recoge los elementos detallados en la doctrina para hacer la definición de e-commerce. En principio determina que el e-commerce incluye tanto a bienes como a servicios digitales o no, esto es relevante porque recoge todos los suministros que deben ser tomados en cuenta dentro de este tipo de comercio. La segunda parte, alude al medio o canal por donde se efectúa dicha transacción siendo obligatoriamente medios electrónicos o sistemas de información, característica esencial del e-commerce. Es necesario acotar, que el código no da una definición de lo se entiende por medios electrónicos, a pesar de que es un término usado en la cotidianidad, sería necesaria su precisión para poder comprender que medios se incluyen dentro de este y cuáles no. Ahora bien, se establece que el proceso es total o parcialmente a través de dichos medios o canales, esto obedece a que existe el comercio online y offline y también guarda relación con el criterio de la OCDE que establece que en el comercio digital lo que es obligatorio es que el pedido sea realizado en línea, pudiendo ser la entrega de esa misma manera o de manera física.

La última parte hace referencia a los tipos de relaciones existentes, siendo fundamental analizar lo que es un acto de comercio, según la normativa son actos que se desarrollan de forma



habitual, es decir de manera continua, que involucra el intercambio ya sea de bienes o servicios, siempre y cuando busquen un fin económico. Igualmente, se considera como acto de comercio, la actividad entre comerciantes siempre que en una de las partes el objetivo de ese intercambio sea obtener una ventaja económica (Asamblea Nacional, 2019, art.7).

El art. 75 hace la remisión normativa a la Ley de Comercio Electrónico y demás leyes para que actúen en lo aplicable a la regulación del e-commerce. En la parte final del mencionado artículo se muestran los principios a través de los cuales debe regir la actividad comercial electrónica (Asamblea Nacional, 2019).

El primer principio recogido por el Código de Comercio es la Neutralidad Tecnológica, dicho principio se caracteriza por buscar una equivalencia entre las innovaciones tecnológicas, promoviendo que los ordenamientos jurídicos no actúen en función de un determinado invento digital en detrimento de otro. También este principio busca que los ordenamientos jurídicos sean sostenibles, es decir que a pesar de que la ley es estática y la tecnología tiene un carácter de dinámica, se deben hacer las revisiones correspondientes a los ordenamientos jurídicos, mismas que deben ser periódicas para que vayan acorde a la vanguardia tecnológica (Internacional Plataforma Digital, 2019).

El siguiente principio consagrado en el art. 75 de la ley en cuestión, es la Autonomía de la voluntad, reconocido por la Ley Modelo de la CNUDMI – UNCITRAL<sup>17</sup>, como un principio trascendental de los contratos electrónicos. Este principio se basa en que sean las partes, quienes, a través de su voluntad, pueden resolver sobre la decisión de celebrar un contrato, ya sea por

---

<sup>17</sup> La ley Modelo es un documento formulado por ONU, para ayudar a los Estados a reformar y modernizar sus leyes en comercio internacional. La ley modelo sobre documentos Transmisibles Electrónicos trata sobre el comercio electrónico y dentro de la misma se desarrollan los principios de neutralidad tecnológica, equivalencia funcional y no discriminación del uso de medios electrónicos.

medios tradicionales o por medios electrónicos (Cárdenas Caycedo, 2016). Esto guarda relación con el art. 46 de la LCE, donde se determina que las normas que regulan contratos son, el Código Civil y el Código de Comercio, donde se coloca como primordial la voluntad de las partes en la celebración de acuerdos<sup>18</sup> (Congreso Nacional, 2002).

Un tercer principio es el de Compatibilidad internacional, este se caracteriza como su nombre lo dice, por llegar a buscar la compatibilidad entre las normas y directrices dictadas a nivel internacional y entre los ordenamientos jurídicos internos de cada Estado. Dicha compatibilidad en lo referente e-business, principios como buen uso de la información, protección de datos personales, confidencialidad, buenas prácticas mercantiles, entre otros (Echeverría, 2021).

Por último, el Código de Comercio menciona el principio de Equivalencia funcional de los actos electrónicos que, para Cárdenas Caycedo (2016), comprende la regla principal que debe ser referenciada a la hora de realizar un examen de los contratos en esta materia. Este principio plantea la equivalencia entre los actos que se efectúen de forma convencional con los actos ejecutados a través de canales digitales. En consecuencia, un mensaje de datos contará con efectos y valor jurídico idénticos a los documentos escritos, así mismo la firma electrónica es equivalente con la manuscrita.

Una vez analizados los principios de la contratación dentro del e-commerce, los siguientes artículos dentro del Código de Comercio, se refieren a los contratos electrónicos, que

---

<sup>18</sup> Dichas normas se encuentran en la sección anterior cuando se habla del Código Civil, aquí se establece que para adquirir obligaciones es necesario que exista el consentimiento de las partes y estas sean capaces para contratar, dicho consentimiento no debe adolecer de ningún tipo de vicios (1467 C. Civil). Esto es importante para saber que contratan las partes. Ahora bien, con referencia al C. Comercio se puede encontrar este principio reflejado en su arts. 227- 228 que tratan sobre la aceptación de la oferta del contrato para que este pueda perfeccionarse.

son formas nuevas de contratación debido al avance de las TIC, y Ecuador las ha incluido dentro de su ordenamiento.

El primero que regula es el de servicios electrónicos donde las partes que interactúan dentro del mismo son el prestador del servicio y el usuario que lo adquiere. Su objeto es que una plataforma cumpla los servicios ofrecidos por determinado proveedor (Asamblea Nacional, 2019, art.76).

Otro tipo de contrato que regula el Código de Comercio son los inteligentes, que son producidos por programas informáticos, Echeverría (2021) dice que se caracterizan porque se cumplen de forma automática y sin intermediarios según los términos que hayan acordado las partes. También el autor destaca que esta es una forma novedosa de contratación donde un software satisface las actividades contratadas por las partes, dicho software una vez introducidas las instrucciones en su lenguaje de programación cumple con el objeto de dicho contrato. Esta clase de contratos hacen que Ecuador este a la vanguardia tecnológica y su regulación está enfocada en hacer la contratación segura, eficaz y sistematizada. En todo caso, el autor resalta que solo existen definiciones de estos contratos y es desconocido como se llevarán a cabo en la práctica y cuan amplia será su regulación.

### ***2.2.3 Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos***

El avance de las TIC en el mundo globalizado hizo imperativo contar con una ley especializada que norme, controle y regule las relaciones, los actos y contratos de carácter mercantil y civil que surgen en el día a día. De esta manera, en el año 2002, el Congreso Nacional aprobó la LCE<sup>19</sup> estableciendo los lineamientos que rigen en los negocios en Internet.

---

<sup>19</sup> Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos

Dentro de esta ley se encuentran consagrados los principios generales que se aplican en este tipo de transacciones, mismos que se encuentran contenidos en los primeros 8 artículos de la mencionada ley.

El primer principio que recoge la ley en cuestión está relacionado con un principio ya estudiado, denominado, Equivalencia Funcional de los medios electrónicos, puesto que tanto mensajes de datos como documentos escritos gozan de idéntico valor jurídico (Congreso Nacional, 2002, art.2). Durán Díaz (2018) resalta como mensajes de datos al contrato electrónico, correo electrónico, la orden electrónica de pago, mensajería instantánea, entre otros de esta naturaleza. Su finalidad es permitir la comunicación entre proveedor y usuario, y como elemento de prueba es valioso para retratar la voluntad de contratar de los intervinientes y por ende la existencia del vínculo comercial.

En esta línea, Ramírez (2016) manifiesta que los mensajes de datos son una herramienta increíble si es necesario probar situaciones de hecho. No obstante, para que estos sean aplicados es imprescindible la presencia de requisitos previos específicos de admisibilidad entre los que hace referencia a:

“Autenticidad: Sujetos a comprobación de originalidad y origen

Confiabilidad: Deben proceder de fuentes creíbles y evidentes

Suficiencia: Deben contener todas las componentes fundamentales y ajustarse a los requisitos legales.

Conformidad: acorde a la ley” (p.11).

Es necesario acotar que los mensajes de datos para ser considerados como prueba válida deben ajustarse a las normas que regulan la prueba dentro de la ley que se examina, dichas normas se encuentran en un apartado específico<sup>20</sup>.

Complementariamente con el anterior principio, el art. 3 de la LCE extiende la Incorporación por remisión, esto se da en casos donde un mensaje de datos ha sido enviado por partes, es decir considera la validez de todas esas partes, siempre que se vinculen a través de enlaces electrónicos y que sean reconocidos por los contratantes (Congreso Nacional, 2002).

Dado el empleo de las redes y la información que puede circular en la misma la LCE establece que deberá ser sancionada cualquier infracción a los principios que son parte de ella y en especial las que tienen que ver con “violación del secreto profesional, intrusión electrónica, y transferencia ilegal de mensajes de datos” (Congreso Nacional, 2002, art. 5).

La originalidad del mensaje de datos deberá ser comprobada, esto quiere decir que dicho mensaje no debe contener alteraciones más que las propias de su naturaleza, mismas que tienen que ver con el archivo o presentación del mismo. Ahora bien, siempre que se quiera “desmaterializar documentos que obligatoriamente deban estar instrumentados físicamente”, es necesario que exista un acuerdo por las partes, además, que contenga sus firmas electrónicas certificadas por una entidad autorizada (Congreso Nacional, 2002, art.7).

---

<sup>20</sup> Los artículos mencionados se encuentran en el Título IV denominados “De la Prueba y notificaciones electrónicas”. El art. 52 indica que se considera como medio de prueba entre los que están los mensajes de datos, la firma electrónica, entre otros.

Con respecto a la firma electrónica, solo son válidas si su certificado ha sido emitido por una entidad autorizada (art. 53)

El artículo 54 menciona como deben ser practicados dichos medios de prueba. Para pasar a la valoración de la misma, donde se aplican los principios que determina el ordenamiento jurídico, con énfasis en la seguridad y fiabilidad de los medios con los cuales se la envió, recibió, verificó, almacenó o comprobó si fuese el caso. También en la valoración se puede emplear métodos que aconsejen la técnica y la tecnología. La prueba esta sometida al libre criterio judicial, según las circunstancias en que hayan sido producidos (art. 55).

Además, los mensajes de datos, deben ser conservados, mediante un debido archivo, para lo cual deberán contar con las condiciones detalladas en el artículo 8 de la LCE, mismas que hacen referencia a:

1. Información accesible para su consulta
2. Conservación en formato original, no obstante, puede ser otro que permita que se visualice y que sea exacta a la original
3. Determinación de su origen, destino, fecha y hora de su creación, envío, recibo y posterior archivo.
4. Demás requisitos que determina la norma para garantizar su debida identidad (Congreso Nacional, 2002).

Dentro de la misma disposición se establece también que la conservación se podría cumplir a través del uso de servicios de terceros, al respecto Avellán Sánchez (2010) dice que lo que señala la ley es correcto e indispensable, pues se deben dar las facilidades necesarias a una sociedad que carece del conocimiento suficiente para poder dar un trato adecuado a los mensajes de datos (Avellán Sánchez, 2010).

Hoy en día, cuando las personas navegan en la red, se ven expuestas a muchas vulneraciones por el hecho de compartir información personal, por tal motivo la LCE recoge también el principio de protección de datos. Medina (citado en Esparza, 2017), determina que existen muchos riesgos en el comercio electrónico por la información que circula en la web. Por tanto, los ordenamientos jurídicos deben garantizar que la información de las personas sea protegida en la red y de ser necesario conocerla contar con las debidas autorizaciones. No obstante, no es necesario dicho consentimiento para las fuentes de libre acceso, siempre que sean

requeridas para la administración pública u otros casos (laboral, comercial, contractual) (Congreso Nacional, 2002, art. 9).

Para conocer de donde proviene un mensaje de datos se deberá conocer la fuente, es decir, corresponde a quien lo envió, sujeto a prueba que determine lo contrario. En la determinación de tiempo y lugar de envío se estará a lo que acuerden las partes, de no haber tal acuerdo, se aplican las reglas contenidas en el art. 11 de la LCE (Congreso Nacional, 2002, arts. 10, 11).

La ley en cuestión también determina que son mensajes de datos los certificados de Firmas Electrónicas, estos tienen la finalidad de determinar que dicha firma electrónica le pertenece a una persona determinada (Congreso Nacional, 2002, art. 20). Para que sea considerado válido, el certificado debe cumplir los requisitos que constan en el artículo 22 de la LCE, mismos que tratan acerca de los datos generales de la entidad autorizada que emite dicho certificado (Nombre, domicilio, firma), asimismo generales del titular de dicha firma, el método usado para la identificación, fecha de emisión y de expiración de dicho certificado y demás que determine la ley.

En lo concerniente a la validez de la firma electrónica, el artículo 14, advierte que tiene validez y efectos jurídicos iguales a los que tuviere una manuscrita, asimismo puede ser anunciada y presentada como prueba en juicio. Los certificados de las firmas electrónicas y demás servicios relacionados con estas, son válidos siempre que sean emitidos por empresas debidamente autorizadas por el CONATEL<sup>21</sup> (Congreso Nacional, 2002, arts. 29 y 53).

---

<sup>21</sup> Consejo Nacional de Telecomunicaciones.

Organismo creado en 1995, era el ente de la administración y regulación de las telecomunicaciones en el Ecuador, que dicta las políticas de telecomunicaciones del Estado, asimismo aprueba el Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones. Dicho organismo fue reemplazado en 2015 por la Agencia de Regulación y Control de las

Otra de las disposiciones que se recogen en la LCE es la que reconoce la validez y fuerza obligatoria que otorga a los contratos electrónicos, que, como se ha expuesto recientemente, están definidos en el Código de Comercio.

## ***2.2.4 Ley Orgánica de Defensa al Consumidor***

Fue dictada en el año 2000 con la finalidad de estar acorde y hacer efectivos los derechos consagrados en la Constitución de 1998. Esta ley tiene la característica de orgánica y suplantó a la ley de esta materia que estaba vigente desde 1990, dicha ley reformada en varias ocasiones, sin embargo, fue bastante criticada, pues, no llegaba a cumplir su cometido, es decir, otorgar una debida protección a la parte más vulnerable en una relación comercial, el comprador.

Dentro de la ley en estudio y su reglamento, se reconoce derechos y obligaciones del consumidor en general. Sin embargo, no se hace mención alguna acerca del consumidor electrónico, pero, se entendería que ellos tienen los mismos derechos que los consumidores tradicionales, dichos derechos están detallados ampliamente dentro de esta ley<sup>22</sup>. El objetivo de este trabajo no es examinar cada una de ellos.

Este tema es tratado en la LCE<sup>23</sup>, que, a pesar de haber sido ya analizada, me pareció oportuno analizarla en este apartado que trata de la protección al consumidor electrónico.

---

Telecomunicaciones ARCOTEL pasando a ser el organismo rector en telecomunicaciones. Este ente se encarga de la autorización, registro y regulación de las entidades de certificación de información acreditadas, además de otras funciones contenidas en el art. 37 de la LCE.

<sup>22</sup> La LODC en su artículo 4 a través de 12 numerales enlista los derechos que tienen los consumidores, entre los que se encuentran: derecho a la protección de la vida, salud y seguridad; a la libre elección de productos y servicios; a contar con información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa; a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio; a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva; a la educación; a la reparación e indemnización por daños y perjuicios; a constituir asociaciones de consumidores; a la tutela administrativa y judicial; a seguir las acciones administrativas y/o judiciales y; acceso libre de reclamos por parte de empresas y proveedores.

<sup>23</sup> Ley de Comercio Electrónico, firmas y mensajes de datos



Los derechos del consumidor electrónico, se encuentran en el Capítulo III, denominado “De los derechos de los usuarios o consumidores de servicios electrónicos”. Dicha regulación está compuesta por 3 artículos. El primero se refiere al consentimiento en la aceptación de los mensajes de datos. Antes de aceptar los registros o mensajes electrónicos, el cliente debe tener información clara y exacta para poder acceder a dichos registros o mensajes. La LCE es enfática estableciendo que el usuario es quien debe demostrar que fue él quien otorgó el consentimiento. Una cuestión más, es el compromiso de los proveedores de informar al cliente de cambios con respecto al acceso a registros o mensajes electrónicos, por lo que podría existir el peligro de que el comprador pueda acceder a un mensaje sobre el cual, la persona en cuestión no haya dado su consentimiento. En estos casos el usuario tiene la facultad de suprimir dicho consentimiento previamente dado, sin que se le imponga ninguna condición o consecuencia (Congreso Nacional, 2002).

El artículo 49 también trata del consentimiento, en este caso con referencia a la información de un servicio electrónico, dicha disposición menciona que hay consentimiento suponiendo que se cumplan dos reglas. Primeramente, que exista el consentimiento expreso y además, que dicho consentimiento se base en datos claros y precisos, solo en ese momento se puede decir que existe un consentimiento real, además el usuario puede objetar su consentimiento e incluso retirarlo (Congreso Nacional, 2002).

El último artículo que trata este tema hace referencia a que el consumidor electrónico debe contar con la información relativa a los derechos que posee e igualmente sus obligaciones,

no solo los que constan en la ley analizada sino también todos los consagrados dentro de la LODC<sup>24</sup>.

Este artículo guarda relación con el artículo 4 numeral 4 de la LODC, de modo que, el consumidor tiene “derecho a recibir por parte de los oferentes una información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofertados, asimismo, sus precios, características, calidad y riesgos” (Congreso Nacional, 2000).

Este artículo también abarca la publicidad que se hace a través de la red, para que el usuario cuente con información verídica, así estos no se ven involucrados en circunstancias que conllevan engaños, conociendo sin restricciones todos los datos disponibles sobre un artículo o servicio (Congreso Nacional, 2002).

Con esto se termina el apartado acerca de los derechos del consumidor electrónico, las normas vigentes no se adecuan a la realidad del e-commerce y su desarrollo constante en el país. La inseguridad de los consumidores es una barrera que impide que este tipo de negocio crezca en Ecuador, peor aún si la ley no contiene una normativa que proteja al consumidor electrónico, ni contenga las debidas garantías jurídicas para que pueda comprar en línea. Es urgente brindar una protección al usuario que es la parte débil dentro de este tipo de contratación, puesto que desconoce sobre medios electrónicos y tecnología, situación que está al tanto el proveedor y por la manera de contratación que normalmente son contratos de adhesión. Es necesario contar con herramientas jurídicas que protejan a los consumidores dentro de este tipo de comercio, ya que como se ha visto está desarrollándose rápidamente en Ecuador y sus prácticas cada vez son más comunes.

---

<sup>24</sup> Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

## Capítulo III

### Tributación del Comercio Electrónico en Ecuador

De acuerdo a lo visto en líneas anteriores el Comercio Electrónico está teniendo un fuerte crecimiento en el Ecuador, dentro de este capítulo se pretende conocer específicamente lo concerniente a su materia tributaria, identificando cuáles han sido los esfuerzos de Ecuador para la regulación tributaria frente a este fenómeno comercial.

Las administraciones fiscales tienen por objeto recaudar todos los ingresos tributarios que le correspondan, concordando con el principio de eficiencia, que hace referencia a cumplir el objeto, pero con los gastos limitados y necesarios tanto para los sujetos pasivos como para la propia administración fiscal, todo esto para que esos ingresos representen productividad y desarrollo del Estado<sup>25</sup>. Para satisfacer este objetivo, las administraciones tributarias tienen una serie de impuestos, entre los que se encuentran los están los directos como la renta e impuestos indirectos tales como el IVA.

Para llevar a cabo una diferenciación de los impuestos referidos, es necesario establecer que “El impuesto sobre la renta se considera directo porque puede hacerse progresivo, mientras que el IVA es indirecto, en el sentido de que se basa en transacciones anónimas donde se grava el consumo” (Cremer et al., 2001, p. 782). Es decir, que los impuestos directos se ajustan a las características individuales del contribuyente (beneficios-ganancias) por tal razón se dice que son directos, ya que aplican a las utilidades de cada contribuyente. Mientras que los impuestos

---

<sup>25</sup> Concordante con el Art. 6 del Código Tributario mismo que establece que “los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional (Congreso Nacional, 2005).

indirectos gravan las transacciones independientemente de la situación del comprador y del vendedor (valor añadido-consumo).

### **3.1 Tributación Directa**

En esta parte se investigará las principales características del Impuesto a la Renta, su definición y tipo de recaudación tributaria en el Ecuador, para conocer cuál es su situación relativa a los negocios digitales, determinando si su regulación hace mención a este tipo de negocio y suponiendo que así sea, conocer la forma en que se ha gestionado su problemática.

#### ***3.1.1 Impuesto a la Renta: Conceptualización e ideas generales***

Es necesario comenzar determinando una noción de lo que es “renta”. Guillermo Cabanellas (2008) sostiene que la renta comprende “el ingreso regular que produce el trabajo, una propiedad u otro derecho, una inversión de capital, dinero o privilegio” (p. 380). Por su parte, Patiño Ledesma (2013) en su estudio expone que la renta es el “valor que perciben las personas, sociedades o gobiernos en un periodo de tiempo, derivados del trabajo individual o la propiedad de los factores de producción” (p.152). Bravo Cucci, 2018, agrega que las rentas provienen de tres fuentes: “pasivas (capital), activas (trabajo dependiente o independiente) o mixtas que comprende una mixtura de las dos anteriores” (p. 311). En líneas generales la renta es la ganancia o utilidad que proviene de factores como capital o trabajo cuantificable en dinero, medida en un determinado periodo de tiempo.

Para García Mullín (1978) el concepto anterior es conocido como renta producto; sin embargo, las rentas también pueden implicar beneficios que provengan fuera del sujeto pasivo donde menciona donaciones, herencias, ingresos eventuales o incluso ganancias fortuitas como aquellas que provienen de juegos de azar. Este concepto se denomina renta-flujo de riqueza.

Ambos conceptos son tomados en la normativa ecuatoriana, puesto que se consideran rentas en referencia a las personas naturales las obtenidas a título gratuito como las como herencias, legados, donaciones o hallazgos. Por otro lado, se considera renta las obtenidas a título oneroso donde se establece como fuente el capital, el trabajo o ambas<sup>26</sup>.

Las características que rodean a este impuesto según son dos:

1. Directo o No Trasladable: Afecta directamente al titular de esos ingresos, la obligación no se traslada a otro sujeto Garcia Mullin (1978).

2. Atiende la Capacidad Contributiva del sujeto obligado: Uno de los principios más importantes a la hora de tributar. Vincula el sujeto con la renta que es objeto de tributo, es decir abarca la capacidad de pago de ese tributo con base en la renta del contribuyente<sup>27</sup>. Para que se cumpla este principio, Armijos González (2021),

menciona que es necesario que se tomen en cuenta 3 subprincipios:

- Eficacia: comprende una carga que el sujeto obligado está en la capacidad de soportar.

- Progresividad: El autor menciona que deben existir tasas impositivas más altas para quienes tienen mayores ingresos o más riqueza, de modo que quienes ganan o tienen más pagan impuestos a una tasa más alta que quienes ganan menos.

---

<sup>26</sup> Concordancia con el Art. 2 núm. 1 de la LRTI, que establece que la renta comprende los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios. También el art. 36 de la referida ley.

<sup>27</sup> Para ver más acerca del principio de Capacidad Contributiva, este tema lo desarrolla Armijos González (2021) en <https://doi.org/10.32719/26312484.2021.36.8>

- Equidad: comprende dos tipos de equidad, tanto la horizontal como vertical.

La equidad horizontal donde hay un tratamiento fiscal igual para sujetos contribuyentes que están en situaciones similares, garantizando la equidad en el sistema. La equidad vertical, en cambio, brinda un tratamiento fiscal desigual, puesto que las personas que tienen mayor capacidad contributiva pueden soportar cargas mayores, garantizando la igualdad distributiva.

Una vez repasado el concepto de renta, es posible clasificar los sistemas de impuestos a la renta en universales o cedulares:

1. Cедular: Este sistema se caracteriza porque se grava la renta dependiendo de donde se origine, es decir las rentas del trabajo y del capital deben tributarse por separado, a las rentas de cada categoría se les aplica una imposición diferencial (cedular) donde unas pueden soportar cargas fiscales más ligeras que otras (Zee, 2005).

2. Global: Sustentado en los trabajos clásicos de Haig-Simons, este sistema está determinado por la totalidad de las rentas con independencia de las fuentes de las que proceda, donde las rentas soportan cargas fiscales iguales (Zee, 2005).

Para Vergara Quezada (2019) ningún sistema en la actualidad podría considerarse puro y más bien presentan una mixtura de los anteriormente descritos; sin embargo, menciona que las administraciones se decantan por el sistema global. De acuerdo a la LRTI<sup>28</sup>. Ecuador emplearía el global, puesto que, en dicha norma, se establece que se aplica “el impuesto a las rentas globales obtenidas por personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades nacionales o

---

<sup>28</sup> Ley de Régimen Tributario Interno

extranjeras” (Congreso Nacional, 2004, art.1). Sin embargo, de acuerdo a la LRTI, si existe un trato diferenciado<sup>29</sup>, esto infiere que, dependiendo del tipo de renta, los tipos impositivos pueden reducirse, por lo que Ecuador adopta un sistema mixto de recaudación de este gravamen.

### ***3.1.2 Situación en la normativa ecuatoriana del Impuesto a la Renta***

Este impuesto está regulado en la LRTI<sup>30</sup>, contenido en su art. 2, donde se señala que ingresos van a estar sujetos a gravamen, más no se brinda una definición de lo que se entiende por renta. Dicha disposición reza:

1. “Los ingresos de personas naturales a título gratuito (herencias, legados, donaciones y hallazgo de bienes) y oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes” (Congreso Nacional, 2004).

Se entiende que el concepto de renta el Ecuador involucra tanto a la renta-producto como a la renta flujo de riqueza.

---

<sup>29</sup> Existe trato diferenciado para ciertas rentas, entre las que se puede mencionar el art. 27 de la LRTI que signa: “Impuesto a la Renta Único para las actividades del Sector Bananero.- Los ingresos provenientes de la producción y venta local de banano; así como los provenientes de la exportación de banano que se produzcan en el Ecuador, incluyendo otras musáceas, estarán sujetos a un impuesto a la renta único (...)” (Congreso Nacional, 2004). Otro ejemplo es el que consta en el artículo 13.2 del Reglamento para la Aplicación de la LOSPT, mismo que establece: “Impuesto a la renta único para las actividades agropecuarias.-Los contribuyentes que presenten su declaración válida y original bajo este régimen de impuesto único, deberán permanecer en este durante al menos dos ejercicios fiscales adicionales. (...)” (Decreto Ejecutivo, 2020). Dentro de la LRTI en su artículo 36 se incluye un impuesto unico, que signa: “Los organizadores de loterías, rifas, apuestas y similares, con excepción de los organizados por parte de la Junta de Beneficencia de Guayaquil y Fe y Alegría, deberán pagar la tarifa única prevista para sociedades sobre sus utilidades, los beneficiarios pagarán el impuesto único del 15%, sobre el valor de cada premio recibido en dinero o en especie que sobrepase una fracción básica no gravada de Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas, debiendo los organizadores actuar como agentes de retención de este impuesto” (Congreso Nacional, 2004).

<sup>30</sup> Ley de Régimen Tributario Interno

2. “Los ingresos de personas naturales o sociedades<sup>31</sup>, siempre que estén domiciliados en el Ecuador” (Congreso Nacional, 2004), aquí se aplica el principio de la fuente.

La relevancia de este artículo en lo referente a este estudio, radica en el numeral 2, ya que se busca gravar las ganancias de personas naturales o jurídicas. Con respecto a las primeras, para generar ese vínculo con el tributo, la norma ecuatoriana establece una serie de pautas basadas en su “permanencia en el país o núcleo de actividades económicas”<sup>32</sup>. La permanencia se cuenta

---

<sup>31</sup> Para fines tributarios, se considera sociedad como “la persona jurídica; la sociedad de hecho; el fideicomiso mercantil y los patrimonios independientes o autónomos dotados o no de personería jurídica, salvo los constituidos por las Instituciones del Estado siempre y cuando los beneficiarios sean dichas instituciones; el consorcio de empresas, la compañía tenedora de acciones que consolide sus estados financieros con sus subsidiarias o afiliadas; el fondo de inversión o cualquier entidad que, aunque carente de personería jurídica, constituya una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros” (Congreso Nacional, 2004, art.98).

<sup>32</sup> Las reglas para determinar la residencia fiscal de una persona natural están contenidas en el art. 4.1 de la LRTI, mismas que fueron modificadas en 2021 y son:

Criterio de permanencia

a) Cuando su permanencia en el país, incluyendo ausencias esporádicas sea de ciento ochenta y tres (183) días calendario o más, consecutivos o no, en el mismo período fiscal;

b) Cuando su permanencia en el país, incluyendo ausencias esporádicas, sea de ciento ochenta y tres (183) días calendario o más, consecutivos o no, en un lapso de doce meses dentro de dos períodos fiscales, a menos que acredite su residencia fiscal para el período correspondiente y que el núcleo principal de sus actividades o intereses económicos se encuentra en esa jurisdicción, caso contrario se presumirá su residencia fiscal en el Ecuador.

En caso de que la persona acredite su residencia fiscal en un paraíso fiscal o jurisdicción de menor imposición, deberá probar que ha permanecido en ese país o jurisdicción al menos ciento ochenta y tres (183) días calendario, consecutivos o no, en el ejercicio impositivo correspondiente y que el núcleo principal de sus actividades o intereses económicos se encuentra en esa jurisdicción, caso contrario se presumirá su residencia fiscal en el Ecuador.

En caso de que un residente fiscal en Ecuador acredite posteriormente su residencia fiscal en un paraíso fiscal, jurisdicción de menor imposición o régimen preferente, éste mantendrá la calidad de residente fiscal en Ecuador hasta los cuatro períodos fiscales siguientes a la fecha en que dejó de cumplir las condiciones para ser residente mencionadas en los literales anteriores, a menos que pruebe que ha permanecido en ese país o jurisdicción, al menos ciento ochenta y tres (183) días calendario, consecutivos o no, en un mismo ejercicio impositivo y que el núcleo principal de sus actividades o intereses económicos se encuentra en esa jurisdicción;

c) El núcleo principal de sus actividades o intereses económicos radique en Ecuador, de forma directa o indirecta.

Una persona natural tendrá el núcleo principal de sus actividades o intereses económicos en el Ecuador, siempre y cuando haya obtenido de éste, en los últimos doce meses, directa o indirectamente, el mayor valor de ingresos con respecto a cualquier otro país, valorados al tipo de cambio promedio del período.

De igual manera se considerará que una persona natural tiene el núcleo principal de sus intereses económicos en el Ecuador cuando el mayor valor de sus activos esté en el Ecuador. Se presumirá que una persona natural tiene el núcleo principal de sus actividades o intereses económicos en el país, cuando sea titular, de manera directa o indirecta, de activos situados en el Ecuador, incluyendo derechos representativos de capital de sociedades residentes o de establecimientos permanentes en el país, por un valor mayor a un millón de dólares de los Estados Unidos de América (USD 1 millón), y dicha persona natural, en cualquier momento previo o durante el ejercicio fiscal pertinente, haya:



desde 183 días en el país dentro de un mismo ejercicio fiscal o igualmente esa cantidad de días por el lapso de 12 meses en dos periodos fiscales se incluyen ausencias esporádicas. También que no haya permanecido en otra jurisdicción más de 183 días dentro de un mismo ejercicio impositivo. El criterio de actividad económica, hace referencia a que la mayor parte de activos o ingresos de dicha persona estén concentrados en Ecuador, dentro de los últimos doce meses, la ley especifica reglas para determinar este criterio donde se señala derechos representativos de capital por sociedades residentes o establecimientos permanentes mayores a un millón de dólares. También se regula lo referente a paraísos fiscales, cuando las personas naturales establecen que a pesar de tener un criterio de permanencia en Ecuador su centro de tributación se encuentra en un paraíso fiscal o jurisdicción de menor imposición, debe probar que ha permanecido en tal país 183 días o más. (Asamblea Nacional, 2021, art.30).

Ahora bien, las sociedades extranjeras se ven obligadas a tributar de acuerdo al criterio de la fuente, es decir las utilidades obtenidas en Ecuador por esa sociedad extranjera deberán ser tributadas. Para generar el nexo entre dicha sociedad y el Estado, la norma ecuatoriana señala que el domicilio de las personas jurídicas comprende el lugar de constitución o el lugar de

- 
- i. Sido residente fiscal del Ecuador;
  - ii. Tenido nacionalidad ecuatoriana o residencia permanente en el Ecuador, o
  - iii. Ejercido como representante legal o apoderado de una sociedad residente en el Ecuador o de un establecimiento permanente en el Ecuador, de una sociedad no residente;

La presunción referida en este acápite admite prueba en contrario.

Sin perjuicio de lo anterior, la persona natural estará obligada a pagar el impuesto a la renta en Ecuador por los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos durante un ejercicio impositivo, aun cuando su residencia fiscal se encuentre en otra jurisdicción. La persona natural podrá acreditar ante la autoridad tributaria, el pago del impuesto a la renta en otras jurisdicciones de conformidad con los acuerdos para evitar la doble tributación debidamente ratificados por el Ecuador. En caso de que el impuesto pagado por la persona natural sea inferior a la tarifa que le hubiere correspondido pagar en Ecuador de conformidad con la tabla que consta en la presente ley, la persona natural deberá pagar la diferencia en Ecuador;

d) No haya permanecido en ningún otro país o jurisdicción más de ciento ochenta y tres (183) días calendario, consecutivos o no, en el ejercicio impositivo.” (Asamblea Nacional, 2021, art.30)

negocios<sup>33</sup>, entonces este concepto está ligado al establecimiento permanente, que según se verá más adelante comprende el lugar fijo donde un no residente desarrolla sus actividades económicas.

El Estado ecuatoriano, con base en su potestad tributaria, ha definido sus rentas, es decir, sobre aquellas recaerá la imposición tributaria, mismas que constan en la norma y se encuentran detalladas en el artículo 8 de la LRTI<sup>34</sup>, dicho precepto contiene detalladamente los ingresos que se consideran de fuente ecuatoriana. Entre estos, haciendo un breve resumen, se los puede clasificar en:

1. Ingresos de ecuatorianos y extranjeros provenientes de actividades laborales, comerciales y en sí, de carácter económico realizado en territorio ecuatoriano o de actividades en el exterior cuando se tenga domicilio en Ecuador
2. Utilidades de la venta de muebles o inmuebles en Ecuador o venta de acciones
3. Utilidades de sociedades constituidas en Ecuador
4. Beneficios provenientes de derechos de autor
5. Rentas a título gratuito o eventual (donaciones, hallazgo, lotería, etc.)
6. Intereses y otros rendimientos monetarios pagados o acreditados
7. Utilidades provenientes de exportaciones de personas o sociedades con domicilio o establecimientos permanentes en Ecuador

---

<sup>33</sup> El Código Tributario menciona que el domicilio de las personas jurídicas comprende:

1. El lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y,
2. En defecto de lo anterior, el lugar en donde se ejerza cualquiera de sus actividades económicas o donde ocurriera el hecho generador (Congreso Nacional, 2005, art. 61).

<sup>34</sup> El artículo 8 de la LRTI contiene detalladamente que se considera rentas en Ecuador

8. Otros ingresos patrimoniales así no sean justificados (Congreso Nacional, 2004)

Como se ha mostrado en el artículo anterior, se puede decir que Ecuador tributa con el criterio de la fuente y también usa el de renta mundial para la recaudación de impuestos. El modelo mundial para sus nacionales y personas o asociaciones domiciliadas en Ecuador, independientemente de que sus beneficios hayan sido obtenidos en una zona extranjera. Tributa en la fuente con respecto a los beneficios adquiridos en territorio ecuatoriano, por ejemplo, una a las organizaciones no residentes con el establecimiento permanente, pero también parece ser que las organizaciones que no tienen un establecimiento permanente también son responsables de dicha carga.

Las tarifas del IR, para las personas, se desplazan en función del grado de ingresos que obtenga el contribuyente, con tasas que van del 0% al 35% hasta el año 2022, donde la tarifa máxima corresponde al 37%, esto, a la luz del principio de progresividad, ya que los impositores con ingresos más altos están en la capacidad de soportar tasas más altas. Estas tarifas se actualizan anualmente por el INEC de acuerdo al índice de precios al Consumidor, esto se hace al 30 de noviembre y estas tarifas rigen para el siguiente año. En el caso de personas sin domicilio en Ecuador y presten servicios ocasionales, por más de 6 meses, se les aplicará la tasa obligatoria para las empresas, que es del 25% de la base imponible (Congreso Nacional, 2004, art. 36, LRTI) (Asamblea Nacional, 2021).

Por otra parte, los tipos de gravamen del IR en lo concerniente a sociedades no residentes cuando cuenten con un establecimiento permanente, lo que sugiere esencialmente que exista

presencia física según el ordenamiento<sup>35</sup>. Según lo indicado por la ley, corresponde al 25% sobre la base imponible al tenor del artículo 37 de la LRTI. Dicha tarifa está sujeta a variaciones, donde puede someterse a rebaja o adición de puntos porcentuales de acuerdo a las condiciones que establezcan las reglas contenidas en el artículo 37 y siguientes de la LRTI. La adición de puntos no está basada en los ingresos de la persona jurídica, sino en un control que hace la administración tributaria, no obstante, la rebaja constituye un incentivo por apoyar ciertas áreas en desarrollo del Ecuador.

Con respecto a los ingresos de no residentes que no provengan de un establecimiento permanente, y de no haber una tasa específica para su debida retención, pagarán la tarifa que se prevé para las sociedades, es decir, el 25%. Si las sociedades residentes tuvieran su residencia en un “paraíso fiscal, régimen fiscal preferente o jurisdicción de menor imposición, se aplica la tasa más alta que se impone a personas naturales”, es decir, 37%. Esta imposición será retenida en la fuente (Congreso Nacional, 2004, art. 39).

Ahora, en cuanto al periodo impositivo donde serán liquidadas y declaradas dichas rentas, es anual, dicho periodo comprende, 1 de enero a 31 de diciembre, siempre su cierre comprende esta fecha, por más que las actividades económicas hayan surgido después de la fecha donde se comienza el periodo (Congreso Nacional, 2004, art.7, LRTI). Con excepción del régimen de microempresas que declararán desde el año 2021 en forma semestral (SRI, 2020, art. 14).

Con respecto a los agentes de retención, la norma demuestra que serán los mismos contribuyentes siempre y cuando hayan sido acreditados por el SRI. También dentro de estos agentes se encuentran las instituciones financieras, mismas que efectuarán la retención al

---

<sup>35</sup> Inciso final del art.8 de la LRTI.

momento que sus clientes efectúen los pagos<sup>36</sup>. Al respecto, parecería en una primera impresión que está cubierta la tributación de los no residentes, cuenten o no con un establecimiento permanente, tal como lo refiere al artículo 39 de la LRTI, donde se establece que tributarán los residentes así no cuenten con establecimiento permanente.

Sin embargo, tal como lo hace notar Pazmiño Jara (2020), este precepto solo se cumple cuando existe un intercambio directo entre un residente y un no residente, solo ahí se podría retener en la fuente el ingreso obtenido por la empresa extranjera, siempre que no exista un régimen específico o un convenio para evitar la doble imposición por las jurisdicciones que participan. Dicha retención únicamente llegaría a darse si el residente es un agente de retención, ya que los problemas surgen cuando el que paga no es un agente de retención o en aquellos casos en el que intermediario para el pago no reside en el Ecuador, ya no se tributaría esa renta.

El problema inclusive se extiende habiendo agentes de retención como las instituciones financieras, que al momento de la compra de un servicio digital y este ser pagado a través de tarjetas de débito o crédito debería efectuarse la retención, pero si la sociedad extranjera no cuenta con presencia física, no es afiliada y por ende no se efectúa la retención. Esta entidad financiera tendrá que recurrir a un banco extranjero para que efectúe la transferencia a la sociedad extranjera, este actúa como intermediario y si no es residente tampoco puede realizar la retención.

---

<sup>36</sup> Art. 45.- Otras retenciones en la fuente.- Los contribuyentes que sean calificados por el Servicio de Rentas Internas conforme los criterios definidos en el Reglamento, que paguen o acrediten en cuenta cualquier otro tipo de ingresos que constituyan rentas gravadas para quien los reciba, actuarán como agentes de retención del impuesto a la renta (art. 22 de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria que modifica el primer inciso del art. 45 de la LRTI) (Asamblea Nacional, 2019).

Art. 48.- Retenciones en la fuente sobre pagos al exterior.- Quienes realicen pagos o créditos en cuenta al exterior, que constituyan rentas gravadas por esta Ley, directamente, mediante compensaciones o con la mediación de entidades financieras u otros intermediarios, actuarán como agentes de retención en la fuente del impuesto establecido en esta Ley (Congreso Nacional, 2004).

De acuerdo a lo revisado, la norma ecuatoriana mantiene una legislación con una sujeción territorial al momento de gravar la renta. En particular, dentro de la recaudación de impuestos directos no se menciona al comercio electrónico en absoluto, a diferencia del IVA que si atiende a los mismos. La presente circunstancia ocurre a pesar de que la Constitución establece priorizar a los impuestos directos<sup>37</sup>. Por lo tanto, no existe una norma particular de tributación para este tipo de negocios, a pesar de que, como se confirmó en la sección anterior, este negocio está en una fase de avance acelerado en el Ecuador.

Núñez Castillo (2021) considera que Ecuador, al no contar específicamente con una inclusión a las utilidades obtenidas de bienes y servicios digitales, como ingreso de fuente ecuatoriana, mantiene pérdidas enormes en sus arcas fiscales, particularmente con empresas, y cita como ejemplo a Netflix y Spotify que en la actualidad mantienen un gran número de clientes en territorio ecuatoriano, y que Ecuador no se ha beneficiado de dichas operaciones.

### ***3.1.3 Establecimiento Permanente***

El establecimiento permanente es uno de los conceptos que en hoy en día es de gran relevancia dentro del Derecho Tributario Internacional, en lo referente a las operaciones transfronterizas, ya que, según la regla del nexo, permite una conexión entre un estado y las rentas obtenidas por una empresa no residente dentro de dicha jurisdicción (Suffiotti y Masihi, 2020).

Cabrera (2019) citando a Skaar y Gotlib, establece que el EP<sup>38</sup> no es “una entidad o persona jurídica independiente, sino que más bien, comprende una prolongación económica de la

---

<sup>37</sup> El artículo 300 de la Constitución de la República establece “(...) Se priorizarán los impuestos directos y progresivos” (Asamblea Constituyente, 2008)

<sup>38</sup> Establecimiento Permanente

figura del no residente en la fuente”. Por otra parte, desde una “postura académica es visto como un umbral que pretende medir el grado de penetración mercantil que se tenga en el otro Estado debido a las actividades de negocio” (p. 172). El establecimiento permanente, sobre la base de este concepto, es un instrumento jurídico más no una persona jurídica independiente, que comprende una parte de la sociedad extranjera que desarrolla una actividad económica y obtiene ganancias dentro de una determinada jurisdicción, su concepto está encaminado a que todas las rentas que se obtengan en un estado sean sujetas a gravamen. Otra cuestión importante es la finalidad del establecimiento permanente, mismo que está ligado al nivel de presencia económica que tiene una sociedad extranjera, sin hacer alusión a un lugar físico que demuestre dicha presencia. Parecería que este concepto está acorde a la actualidad, donde es absolutamente innecesaria la presencia física para hacer negocios en un determinado estado.

La noción de Establecimiento Permanente comprende una ficción jurídica, que dentro de la legislación se constituye como una herramienta fundamental para que los Estados ejerzan su potestad tributaria en torno a los beneficios obtenidos por una empresa extranjera dentro del país donde realiza dicha actividad y obtiene rentas, otorgando dentro del campo tributario regulaciones similares tanto a residentes como no residentes<sup>39</sup> (Montaño Galarza et al., 2019).

Los orígenes de la noción de Establecimiento Permanente aparecen en 1885 en torno al Derecho mercantil prusiano donde en un inicio se le llamó Betriebsstätte el cual significa, espacio físico usado para la actividad empresarial. De ahí se utilizará dicho concepto para resolver la problemática surgida entre municipios alemanes por las rentas que se obtenían dentro

---

<sup>39</sup> En relación con el artículo 9 de la Constitución de la República “Las personas extranjeras que se encuentren en el territorio ecuatoriano tendrán los mismos derechos y deberes que las ecuatorianas, de acuerdo con la Constitución” (Asamblea Constituyente, 2008).

de cada una de sus localidades, estos ingresos eran de fuentes industriales y comerciales. No es sino hasta el año 1899 cuando dicho concepto se usó en el primer CDI<sup>40</sup> del mundo celebrado entre el Imperio Astro-húngaro y Prusia (Lovisoló, 2003).

Desde 1920 comenzó a ser empleado para prevenir y eludir la doble tributación, donde dicha figura es estudiada y comienza su evolución por la Sociedad de Naciones, su conceptualización era fundamental por los intercambios de bienes tangibles que en dicha época se realizaban. Por tal razón en 1928 se desarrolla el primer tratado para evitar la doble imposición, que es la base para el convenio celebrado por ONU<sup>41</sup> en 2010 e incluso para los tratados en la actualidad (Kobetsky, 2011). Dentro del mismo se entendía por establecimiento permanente a “representantes permanentes, las sucursales, agencias, organizaciones industriales o comerciales estables de empresas extranjeras, las filiales, las sedes de dirección efectiva”. Posteriormente, dicho modelo fue actualizado, en los convenios de México y Londres, en los años 1943 y 1946 respectivamente, aquí se añade que el establecimiento permanente es un instrumento diseñado para ser parte de las utilidades de empresas extranjeras en una determinada jurisdicción donde operan (Castro Arango, 2008, p. 204).

Desde entonces la OCDE decidió desarrollar el concepto y estudios sobre el establecimiento permanente estableciendo que es una manera de asignar derechos tributarios sobre las ganancias empresariales. De acuerdo a los conceptos anteriormente revisados, la OCDE otorga la característica de presencia física al establecimiento permanente, siendo necesario que

---

<sup>40</sup> Convenio para evitar la Doble Imposición

<sup>41</sup> Organización de Naciones Unidas



su concepto, dentro de la tributación digital, sea visto desde la presencia significativa (Cabrera, 2021).

A pesar de que este organismo no cuenta con una potestad para que los estados adopten sus recomendaciones, estas siempre se consideran como una guía al momento de crear políticas económicas, tratados y leyes tributarias. Ecuador no es miembro de la OCDE<sup>42</sup>, por tanto, las propuestas emanadas por este ente no son vinculantes, sino que constituyen un referente a la hora de imponer políticas tributarias.

La OCDE propone que un establecimiento permanente tiene características esenciales, entre las que destaca:

1. Que se establezca un criterio de permanencia de la sociedad extranjera en dicho país, por ejemplo, 6 meses o menos dependiendo del tipo de actividad
2. Que desarrolle una actividad productiva, es decir, la obtención de ganancias
3. Un lugar fijo de negocios y contar con empleados en dicha jurisdicción. Se menciona como ejemplos a una oficina, sucursal, mina, un pozo de petróleo o gas.

Mientras que la exclusión de Establecimiento Permanente, conlleva sitios de naturaleza preparatoria o auxiliar, como por ejemplo sitios que tengan la finalidad de almacén o para exhibir bienes de la empresa, debido a que las ganancias en estos casos son nulas o relativamente bajas (Toledano & Almeida, 2018).

---

<sup>42</sup> Dentro del sitio oficial de OCDE, constan 38 miembros. Entre los países latinoamericanos se encuentran, México, Chile, Colombia y Costa Rica, estos dos últimos se unieron últimamente, en 2020 y 2021 respectivamente. En enero 2022 se iniciaron las discusiones de acceso con seis países candidatos a ser miembros de la OCDE, entre los que se encuentran: Argentina, Brasil, Bulgaria, Croacia, Perú y Rumania. Ver más en: <https://www.oecd.org/acerca/miembros-y-socios/>

Al respecto, Aage Skaar (2020) señala en su estudio, que en el mundo actual la interacción económica entre estados ha crecido enormemente y la presencia física no es necesaria para el desarrollo de una actividad comercial. Por tal razón, otorgar el requisito de presencia física al concepto de establecimiento permanente impedirá que las administraciones tributarias recauden los ingresos por las actividades en dichas jurisdicciones donde se obtienen los beneficios.

La noción de establecimiento permanente vigente, es la de 1920 que fue ideal para servicios que implicaban presencia física, tales como obras de construcción, servicios de peluquería, etc. sin embargo, en la actualidad con la existencia de proveedores de servicios intangibles como descarga de música, entretenimiento, entre otros, los proveedores no se ven en la necesidad de mantener una presencia física en el estado el que se lleva a cabo la actividad comercial. Por tal razón, la comunidad internacional está generando nuevas propuestas, entre ellas, la presencia económica significativa que no implica una presencia física del proveedor, sino el nexo del sujeto pasivo con el tributo está vinculado al volumen de negocios que mantiene el no residente en la jurisdicción donde mantiene su actividad económica.

Ahora bien, dentro de la normativa ecuatoriana se establece que las utilidades obtenidas por exportaciones de personas naturales o sociedades extranjeras se consideran de fuente ecuatoriana siempre que tengan un establecimiento permanente en Ecuador<sup>43</sup>. Además, la norma incluye un concepto de establecimiento permanente de una empresa extranjera, misma que lo cataloga como “todo lugar o centro fijo ubicado dentro del territorio nacional, en el que una

---

<sup>43</sup> El artículo 8, núm. 6 de la LRTI, establece que se consideran ingresos de fuente ecuatoriana: “Los provenientes de las exportaciones realizadas por personas naturales o sociedades, nacionales o extranjeras, con domicilio o establecimiento permanente en el Ecuador, sea que se efectúen directamente o mediante agentes especiales, comisionistas, sucursales, filiales o representantes de cualquier naturaleza” (Congreso Nacional, 2004)

sociedad extranjera efectúe todas sus actividades o parte de ellas” (Congreso Nacional, 2004, art. 8 núm. 6, inciso final artículo 8. LRTI).

De acuerdo al precepto señalado, la normativa ecuatoriana toma como referente el concepto dado por OCDE (2017) en su Modelo de Convenio Tributario sobre la Renta y Patrimonio donde se consagra a las utilidades de sociedades extranjeras como de fuente siempre que cuenten con un establecimiento permanente, y la conceptualización dada a esta figura responde a “lugar fijo de negocios mediante el cual una empresa realiza toda o parte de su actividad” (art. 5).

Ahora bien, en la normativa tributaria ecuatoriana para que se configure un establecimiento permanente, es fundamental que se dé la presencia de tres características:

La característica principal tiene que ver con que es un “punto fijo de negocios”, en este caso, se hace referencia a una sujeción territorial. Primeramente, el centro de negocios en Ecuador, como se verá más adelante, comprende oficinas, agencias y demás; es decir, lo necesario es contar con un espacio físico para desarrollar sus actividades, sin importar si ese sitio es arrendado o es propiedad de la empresa.

Cuando se menciona el criterio de “fijo” se entiende que dicho centro de negocios actúa con permanencia, a estos efectos la OCDE (2017) en su MCDI<sup>44</sup> establece que el establecimiento permanente debe tener la finalidad de perdurar en el tiempo y que no es relevante que se ancle a un sitio específico, sino que puede existir movilidad dentro del territorio del estado en que se constituyó.

---

<sup>44</sup> Modelo de Convenio Tributario sobre la Renta y el Patrimonio de la OCDE

La norma anteriormente citada pone énfasis en “empresa extranjera” cuando se habla de establecimiento permanente, recordando el concepto propuesto por Montaña Galarza y otros, se busca que los no residentes actúen como residentes para efectos tributarios, entonces, esas rentas serían consideradas de fuente ecuatoriana, siempre que exista la presencia del dicho establecimiento.

La tercera característica de la definición señalada en la normativa tributaria ecuatoriana, se refiere a las actividades desarrolladas en el establecimiento permanente siendo aquellas con fines empresariales. Entonces, en un inicio, se podría decir que esta característica tiene relación con la productividad y la capacidad de producir beneficios para dicha sociedad, puesto que las actividades auxiliares no se consideran establecimientos permanentes. Al respecto el Modelo de Convenio Tributario de 2017 de OCDE establece que las actividades no siempre tienen dicha característica, puesto que se considera Establecimiento permanente a una sede de dirección. Asimismo, las actividades no deben ser regulares, esto no quiere decir que no sean permanentes (OCDE, 2017, apartado 1 comentarios al art. 5).

Dicha norma se complementa con el artículo 9 del Reglamento para aplicación de la LRTI este, inicia dando la definición de establecimiento permanente, que es la misma que se establece en la parte final del art. 8 de la LRTI, donde señala: “Lugar fijo en el que una empresa efectúa todas o parte de sus actividades” (Decreto Ejecutivo 374, 2010, art.9).

Asimismo, la normativa ecuatoriana contiene un listado taxativo de lo que se percibe como establecimiento permanente, entre las que tenemos:

**Tabla 1**

*Establecimiento Permanente en Ecuador*

1. Lugar Fijo de negocios:	
a) Lugares o centros fijos de actividad económica	b) Oficinas
Cualquier centro de dirección de la actividad	La práctica de consultoría técnica, financiera o de cualquier otra naturaleza para desarrollar proyectos relacionados con contratos o convenios realizados dentro o fuera del país
Cualquier agencia u oficina que actúe a nombre y por cuenta de una empresa extranjera	
Fábricas, talleres, bienes inmuebles u otras instalaciones análogas	
Minas, yacimientos minerales, canteras, bosques, factorías y otros centros de explotación o extracción de recursos naturales	La prestación de servicios utilizables por personas que trabajan en espectáculos públicos, tales como: artistas de teatro, cine, televisión y radio, toreros, músicos, deportistas, vendedores de pasajes aéreos y de navegación marítima o de transportación para ser utilizados en el Ecuador o fuera de él.
Cualquier obra material inmueble, construcción o montaje; si su duración excede de 6 meses	
Almacenes de depósitos de mercaderías destinadas al comercio interno y no únicamente a demostración o exhibición	
2. También si cuenta con una persona o entidad que actúe por cuenta de dicha empresa:	
Con poder que la faculte para concluir contratos a nombre de la empresa o comprometer legalmente a las personas o empresas para quienes trabajan	
Ligadas mediante contrato para realizar actividades económicas por cuenta de las personas o empresas para quienes trabajen	
Con tenencia de mercaderías de propiedad de una empresa extranjera, destinadas a la venta en el Ecuador	
Que pague a nombre de una empresa extranjera el valor de arrendamiento de locales, de servicios o de gastos vinculados con el desarrollo de una actividad económica	
Nota. La tabla muestra cuando se considera que una empresa extranjera tiene un <u>EP</u> en Ecuador.	

Fuente: Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, artículo 9.

Entonces, con base en la tabla anteriormente referida, la norma ecuatoriana encuadra al establecimiento permanente, tal como lo han recomendado organismos internacionales, ya que conlleva la presencia física de esa sociedad extranjera en el país, donde se señala que son: las oficinas, sucursales, talleres, en síntesis, puntos ligados a una sujeción territorial.

Dentro de este punto, vale agregar, que hubo ciertos debates en la doctrina con la finalidad de determinar si los sitios web con respecto a su ubicación podrían suplir esa característica de territorialidad necesaria en la configuración de establecimiento permanente. Al respecto la OCDE (2017) establece que los softwares son bienes intangibles y que por esa razón no pueden someterse a criterios territoriales, de hecho, estos pueden funcionar en cualquier parte del mundo. Sin embargo, si los sitios en se alojan en servidores, mismos que disponen un espacio físico, si podrían ser considerados establecimiento permanente. En lo que respecta a la norma ecuatoriana nada se menciona acerca de servidores en la configuración de establecimiento permanente.

Los establecimientos permanentes en Ecuador también se configuran cuando hay un agente dependiente, de acuerdo a los postulados que hace la OCDE (2017) en su MCDI<sup>45</sup>. Así mismo, la norma ecuatoriana establece que existe establecimiento permanente, si tal agente tiene poderes suficientes para contratar y actuar a nombre de la empresa y en ese caso la sociedad extranjera deberá tributar, no obstante, a pesar de estar facultado, si dichas actividades obedecen a presupuestos contenidos en el numeral 3 del referido artículo, no se configura el establecimiento permanente.

Esta disposición en su numeral 3 establece que el término establecimiento permanente no incluye la utilización de oficinas específicamente para exhibir artículos; recoger y/o suministrar información y, desarrollar actividades por medio de un mediador independiente, siempre que realice exclusivamente las actividades destinadas para su cargo, no obstante, estos pueden ser

---

<sup>45</sup> Modelo de Convenio Tributario sobre la Renta y el Patrimonio de la OCDE

sujetos de tributos personalmente (Decreto Ejecutivo 374, 2010)<sup>46</sup>. También la regulación excluyente de Establecimiento permanente en la norma ecuatoriana se basa en las recomendaciones establecidas por OCDE<sup>47</sup>, ya que a pesar de que se encuentran dentro de un sitio geográfico, no están dentro de la conceptualización de establecimiento permanente, se refiere a ciertas operaciones relacionadas con la exposición de bienes o recolección de información. Así mismo, dentro de la exclusión está el tercero independiente que actúa por cuenta y riesgo propio. La regulación finaliza estableciendo que, si el uso de locales supera el periodo de un mes, los representantes deben contar con RUC<sup>48</sup>.

Dentro del estudio de Montaña Galarza et al. (2019), se expone que con respecto a las obligaciones del establecimiento permanente se encuentran: “Inscribirse en el RUC y demás

---

<sup>46</sup> Art. 9 numeral 3 del Reglamento de la RLTI: El término "establecimiento permanente" no comprende:

- a) La utilización de instalaciones con el único fin de exponer bienes o mercaderías pertenecientes a la sociedad;
- b) El mantenimiento de un lugar con el único fin de recoger y suministrar información para la empresa; y,
- c) El desarrollar actividades por medio de un corredor; comisionista general, agente, representante, distribuidor o cualquier otro mediador que goce de un estatuto independiente, siempre que estas personas actúen dentro del marco ordinario de su actividad y aún cuando, para cumplir con la Ley de Compañías, les haya sido otorgado un poder; todo ello, sin perjuicio de la responsabilidad tributaria personal de dicho corredor, comisionista general, agente, representante, distribuidor o mediador.

<sup>47</sup> La OCDE (2017) considera como regulación excluyente de establecimiento permanente a:

- a) “la utilización de instalaciones con el único fin de almacenar, exponer o entregar bienes o mercancías pertenecientes a la empresa;
  - b) el mantenimiento de un depósito de bienes o mercancías pertenecientes a la empresa con el único fin de almacenarlas, exponerlas o entregarlas;
  - c) el mantenimiento de un depósito de bienes o mercancías pertenecientes a la empresa con el único fin de que sean transformadas por otra empresa;
  - d) el mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de comprar bienes o mercancías o de recoger información para la empresa;
  - e) el mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de realizar para la empresa cualquier otra actividad no incluida en los subapartados a) a d), siempre que dicha actividad tenga un carácter preparatorio o auxiliar,
  - f) el mantenimiento de un lugar fijo de negocios con el único fin de realizar cualquier combinación de las actividades mencionadas en los subapartados a) a e), a condición de que el conjunto de la actividad del lugar fijo de negocios resultante de esa combinación conserve su carácter preparatorio o auxiliar”.
- (apartado 4 comentarios al art.5)

<sup>48</sup> Registro Único de Contribuyentes

registros pertinentes; emitir comprobantes de venta y complementarios válidos; presentar declaraciones tributarias <sup>49</sup>, anexos <sup>50</sup> e informes correspondientes” (p. 222).

El articulado revisado contiene varios supuestos en los que puede configurarse un establecimiento permanente, sin embargo, la noción del mismo se circunscribe a la presencia física de esa empresa extranjera en la jurisdicción ecuatoriana. La legislación ecuatoriana carece de herramientas efectivas para hacer frente a la tributación del e-commerce, puesto que con el avance de las TIC en el día a día las empresas no necesitan un punto geográfico en determinado estado para ejercer el comercio. El Establecimiento Permanente en Ecuador también debería contemplar a empresas que tienen presencia dentro del negocio digital sin ser necesario que exista una sujeción territorial, solo así la administración tributaria tendrá control sobre este tipo de interacciones comerciales que están creciendo en Ecuador.

### ***3.1.4 Medidas para evitar la doble tributación***

Una cuestión importante con referencia a temas fiscales, son los tratados para evitar la doble recaudación de impuestos, ya que las empresas extranjeras podrían verse obligadas a pagar dos veces. Esto afectaría al principio de capacidad contributiva, puesto que los sujetos pasivos no pueden ni deben soportar tales cargas.

Es valioso recordar que los Estados tienen el poder de imposición tributaria, es decir, son los que fijan las normas bajo las cuales se gravan las rentas, lo que puede suscitar problemas considerables, ya que cada Estado puede tener un enfoque distinto de imposición. Es aquí donde

---

<sup>49</sup> Declaración del Impuesto a la Renta y presentación de balances formulario único sociedades y establecimientos permanentes: Se presenta en el Formulario 101, de acuerdo a la Resolución N.º NAC-DGERCGC15-00000143

<sup>50</sup> Anexo de activos, pasivos de sociedades y establecimientos permanentes: Aprobado en el Suplemento del Registro Oficial No. 27 de 3 de julio de 2017 cuando se publicó la Resolución No. NAC-DGERCGC17-00000335 del Servicio de Rentas Internas.



los acuerdos para evitar la doble imposición se vuelven significativos, puesto que su objeto es favorecer los intercambios comerciales, no perjudicar en los ciudadanos contribuyentes, que son una parte fundamental dentro del desarrollo económico y mantenerse al margen de la evasión fiscal.

Pero, cabe preguntarse ¿Cuándo existe doble tributación? Al respecto, Carpio & Moya, (2019) establecen que este fenómeno se produce cuando hay identidad de: presupuesto de hecho, contribuyente, periodo de tiempo e impuesto similar; que es percibido por varios estados. Esta última parte comprende la razón de ser de estos convenios. Así mismo, los autores recalcan que para poder hacer frente a estos inconvenientes, los estados tienen distintas herramientas para frenar esta problemática, tanto unilaterales, es decir, a través de cambios en sus normativas internas; como convencionales, a través de este tipo de convenios que pueden ser bilaterales o multilaterales.

Como cuestión unilateral, se puede mencionar que la normativa ecuatoriana establece que las personas naturales residentes y sociedades nacionales de acuerdo al 4.1 y 4.2 de la LRTI respectivamente, cuyas rentas hayan sido sujetas a imposición en otro Estado se consideran exentas en Ecuador<sup>51</sup>.

Ahora bien, los CDI<sup>52</sup>, son tratados suscritos entre Estados, se caracterizan por ser cerrados pues solo son parte los estados que lo suscribieron en su origen y no se permite admitir a otros. Su contenido se basa en normas vinculantes para los estados que lo suscribieron, que

---

<sup>51</sup> El reglamento de la LRTI en su artículo 136 establece: “Impuestos pagados en el exterior.- Sin perjuicio de lo establecido en convenios internacionales, las personas naturales residentes en el país y las sociedades nacionales que perciban ingresos en el exterior sujetos a Impuesto a la Renta en el Ecuador, que hubiesen sido sometidos a imposición en otro Estado, se excluirán de la base imponible en el Ecuador (...)” (Congreso Nacional, 2011)

<sup>52</sup> Convenio para evitar la Doble Imposición

constituyen un complemento a las medidas unilaterales tomadas por el país para frenar la doble imposición. Dentro de los mismos, los estados parte lo que hacen es “distribuir su potestad tributaria con la finalidad que exista una equidad entre las naciones” (Barros Moreta, 2020, p. 31).

De acuerdo a lo revisado en el capítulo anterior, el comercio electrónico ha crecido enormemente en el país, y los intercambios que en mayor medida se dan en Ecuador son a través de portales internacionales, por tanto, esto explica la utilización de los Convenios para evitar la Doble Imposición en la actualidad. Los modelos de CDI<sup>53</sup> más populares son los propuestos por la OCDE, la ONU y la Comunidad Andina, que, si bien no son vinculantes para los Estados, en la actualidad, constituyen una referencia para los tratados fiscales. Existen dos circunstancias potenciales dentro de un convenio para evitar la doble imposición a la hora de tributar:

- La retención puede ser hecha en el país donde el contribuyente (empresa extranjera) tenga la residencia y;
- La retención se efectúe donde en el país en donde el contribuyente (empresa extranjera) realiza dicha actividad económica (Serrano Antón, 2019).

Por su parte, Ecuador hasta la actualidad ha suscrito 20 convenios para evitar la doble imposición bilateral<sup>54</sup>, sumado a ello el acuerdo multilateral, Decisión comunitaria 578, suscrito entre países de la CAN. De manera general, se puede decir que el contenido de estos convenios se basa en determinar los impuestos que este comprende, en sí se retendrá en fuente o residencia,

---

<sup>53</sup> Convenio para evitar la Doble Imposición

<sup>54</sup> Los convenios bilaterales que Ecuador mantiene a la actualidad son con: Argentina en 1983 (solo se aplica en rentas de transporte aéreo); Alemania en 1987; Brasil 1989; Italia en 1991; Francia en 1993, España en 1994; Suiza en 1996 con su protocolo en 2020; Rumania en 1997; Canadá en 2002; México en 2002; Chile en 2005; Bélgica en 2005; Uruguay en 2013; Corea del Sur en 2014; China en 2015; Singapur en 2016; Belarus en 2018; Rusia en 2019; Qatar en 2020; Japon en 2020. Obtenido de: <https://www.sri.gob.ec/fiscalidad-internacional2>

estableciendo tales conceptos, puesto que las normativas internas de los estados contratantes pueden diferir en los mismos. También contiene la especificación de cómo será distribuida la potestad tributaria con respecto a los estados partes; los métodos como exención o imputación y demás disposiciones (Carpio & Moya, 2019).

Los convenios bilaterales suscritos por Ecuador parten del MCDI<sup>55</sup> propuesto por OCDE, pero no todos están sujetos a la misma interpretación, ni contienen el mismo esquema y todos estos mantienen el esquema de pago en residencia. Por otra parte, la Decisión comunitaria 578, suscrita entre países de la CAN<sup>56</sup> mantiene un esquema distinto, puesto que se tributa en la fuente, es decir, donde surge la renta. Entonces, lo que el contribuyente pague en Ecuador, no va a ser cobrado otra vez en el Estado con el que este país mantiene el convenio (Barros Moreta, 2020).

Ahora bien, para la aplicación de esta clase de convenios en el e-commerce es necesario determinar el tipo de renta que conlleva el pago al exterior. De ser el caso que la renta no esté sujeta a imposición en Ecuador no hay retención alguna. Pero, si tal empresa extranjera cuenta con su residencia en un estado que no mantiene un Convenio para evitar la doble imposición con Ecuador, dicha renta si puede ser sujeta a una doble imposición.

Cabe destacar que Ecuador mantiene un sistema de devolución, donde el artículo 48 de la LRTI establece que el SRI, fijará montos máximos para la utilización de un Convenio para evitar la doble imposición<sup>57</sup>, es decir que por el excedente del monto máximo si habrá retención. Esto

---

<sup>55</sup> Modelo de Convenio Tributario sobre la Renta y el Patrimonio

<sup>56</sup> Comunidad Andina

<sup>57</sup> Resolución NAC-DGERCGC18-00000433: Se establece que el monto máximo establecido para la aplicación automática de los beneficios por los Convenios, es de 50 fracciones básicas gravadas con tarifa 0% de impuesto a la renta para personas naturales.

quiere decir que con la aplicación de un convenio bilateral no siempre en Ecuador la retención será 0%, dicha retención si se efectúa cuando el pago sobrepase los montos establecidos por el SRI. Posteriormente, el no residente podrá pedir la devolución de lo indebidamente cobrado, aquí es donde se refleja la finalidad de estos convenios. Esta parte final mantiene relación con los comentarios al artículo 1 del Modelo de Convenio Tributario de OCDE que establece que se pueden realizar devoluciones vía reclamos. Este proceso se debe dar siempre y cuando el Estado incorpore procesos rápidos y eficaces para la devolución que no implique un costo adicional al no residente, de lo contrario no sería óptimo en la práctica.

Según lo referido el comercio en línea está creciendo a pasos agigantados, siendo los intercambios transfronterizos las actividades comerciales las que en su mayoría se han visto beneficiadas. En este entorno, los convenios para evitar la doble imposición son una herramienta valiosa para evitar los problemas de doble tributación que, acompañados con la normativa interna de los países, comprenden instrumentos de gran utilidad en la fiscalidad internacional.

### **3.2 Tributación Indirecta**

Dentro de esta sección se tratará al IVA, primeramente, se analizará su concepto y sus características esenciales, seguido de la forma en que está regulado en el Ecuador con respecto al comercio electrónico. Para finalizar con las diferencias entre el comercio off-line del comercio on-line a la hora de tributar este impuesto.

#### ***3.2.1 Impuesto al Valor Agregado: conceptualización e ideas generales***

El IVA se caracteriza por ser indirecto y se recauda sobre el valor añadido por los fabricantes, los proveedores y prestadores de servicios en cada punto de una red de suministro en la que se declara y se paga por un agente, aunque su costo se traslada al comprador final

(ActionAid, 2018). En sí, el IVA es un impuesto que grava el consumo tanto de productos como servicios.

Este impuesto es introducido en Francia en la década de los cincuenta, donde era un impuesto que gravaba las ventas, para que 17 años más tarde, sea incluido en la legislación brasileña. En 1980 se extendió a casi todos los países, empezando por los desarrollados para pasar a los países en vías de desarrollo (Izquieta Pérez & Vaca López, 2015). En la actualidad, el IVA es uno de los impuestos que representa la mayoría de ingresos fiscales para los Estados. Según datos presentados en el portal oficial del SRI, el IVA en Ecuador es el impuesto que mayor ingreso representa al Estado, con un total de \$ 6726,321 millones en el periodo 2021, cifra que supera a la recaudación de otros impuestos, tales como el IR que representa \$4330,621 millones<sup>58</sup>. De conformidad a las cifras presentadas por SRI de la totalidad de la recaudación de impuestos durante el año 2021, el IVA representa un 48% de los ingresos fiscales de Ecuador, corroborando que es valioso dentro de sistema tributario y desarrollo del Estado.

Con respecto a las características del IVA, se comenzará porque es un impuesto indirecto debido a la presencia de un agente que traslada el impuesto del sujeto pasivo hacia la administración tributaria. Otra de las características, que por cierto ha sido criticada, es que el IVA no es un impuesto progresivo, es decir no se calcula basándose en ingresos del contribuyente, ni toma en cuenta la capacidad contributiva del mismo. Es decir, que como el IVA grava el valor agregado de bienes o servicios, las personas que poseen menos recursos pagarían una cantidad igual que quienes poseen vastos recursos. En esta línea, también tiene la característica de real, ya que grava ese producto o servicio más no la renta de los sujetos pasivos,

---

<sup>58</sup> Ver más en: <https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri#per%C3%ADodo>

es decir no toma en cuenta circunstancias económicas ni personales de los contribuyentes (Stevens, 2019).

Ahora bien, para mermar esa carga de regresividad de este impuesto y estar acorde a los principios tributarios, las legislaciones optan por tener exentos ciertos productos y servicios y, también gravar el IVA con una tasa del 0% a los productos básicos, medicinas, entre otros (Troya Jaramillo, 2004). En Ecuador, dentro de los artículos 55 y 56 de la LRTI se detallan los bienes y servicios gravados con tarifa 0%<sup>59</sup>. Para esto, las administraciones tributarias deberán determinar cuáles son los suministros más consumidos por los sectores vulnerables que tienen menores ingresos para que estos se graven a tarifa 0%, solo así se llegará a mermar la regresividad de este impuesto.

Sumado a ello, la recaudación del IVA comprende un proceso recaudatorio plurifásico, ya que no se impone en el consumo final, sino en cada fase de la red de suministro, donde se recoge un cierto “valor agregado” del impuesto generado en cada una de las etapas. Para que el

---

<sup>59</sup> Dentro del art. 55 se encuentran las transferencias e importaciones con tarifa cero, entre las que se pueden mencionar:

- “Productos alimenticios de origen agrícola, avícola, pecuario, apícola, cunícola, bioacuáticos, forestales, carnes en estado natural y embutidos; y de la pesca
- Leches en estado natural, pasteurizada, homogeneizada o en polvo de producción nacional, quesos y yogures
- pan, azúcar, panela, sal, manteca, margarina, avena, maicena, fideos, harinas de consumo humano, enlatados nacionales de atún, macarela, sardina y trucha, aceites comestibles
- Medicamentos y drogas de uso humano
- Glucómetros, lancetas, tiras reactivas para medición de glucosa, bombas de insulina, marcapasos (...)

En el art. 56 se encuentran gravados los servicios con tarifa cero, entre las que se pueden mencionar:

- Los de transporte nacional terrestre y acuático de pasajeros y carga, transporte de petróleo crudo y de gas natural por oleoductos y gasoductos
- Los de salud, y los servicios de fabricación de medicamentos
- Los de alquiler o arrendamiento de inmuebles destinados para vivienda
- Los servicios públicos de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, los de recolección de basura; y, de riego y drenaje (...) (Congreso Nacional, 2004).

A partir de la pandemia también están gravados con tarifa 0% bienes como mascarillas, alcohol y gel antibacterial. Con la Ley para el Desarrollo económico dentro de esta lista también están las toallas sanitarias, tampones y copas menstruales

IVA cobrado sea igual a IVA pagado, la administración tributaria se ayuda de métodos de deducción como el crédito tributario, donde a través de las declaraciones (menos del consumidor final) pueden deducir el IVA que ha sido pagado. Además, como ha sido visto en capítulos anteriores, este impuesto, al ser aplicado en las transferencias internaciones, es recaudado en la jurisdicción de destino, puesto que es ahí donde se produce el consumo final y solo así se cumple el principio de neutralidad que debe ser aplicado en operaciones de comercio electrónico internacional (OCDE, 2021a).

### ***3.2.2 Situación en la normativa ecuatoriana del IVA***

En la normativa ecuatoriana, el IVA se rige a partir del artículo 52 de la LRTI y el artículo 140 y siguientes del Reglamento para la aplicación de dicha norma, que expresan que se exige la liquidación de este impuesto en los siguientes casos:

1. El valor de la transferencia<sup>60</sup> de dominio de bienes muebles corporales en todas sus etapas de comercialización, sean estas a título oneroso o a título gratuito, realizadas en el Ecuador por parte de personas naturales y sociedades;
2. Importación de bienes muebles de naturaleza corporal;

---

<sup>60</sup> Para efectos de este impuesto, se considera transferencia, la definición dada en el art. 53 de la LRTI

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

3. Los retiros de bienes corporales, muebles efectuados por un vendedor o por el dueño, socios, accionistas, directores, funcionarios o empleados de la sociedad, para uso o consumo personal
4. Cualquier forma de cesión de derechos o licencia de uso, a título oneroso o gratuito, realizada en el país sobre los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos;
5. Valor de los servicios prestados, comprendido por servicios prestados en Ecuador, importados y los servicios digitales. (Congreso Nacional, 2004, art. 52; Ejecutivo 374, 2010, art. 140).

Al mencionar esta disposición se puede comprender el proceso de recaudación plurifásica del IVA, puesto que abarca varias fases de producción o distribución. En Ecuador, la tasa general aplicada en ese impuesto obedece al 12% y por excepción al 0%, mismas que recaen sobre productos y servicios. Dicha tarifa es impuesta sobre el valor total de los bienes transferidos o los servicios prestados no sin antes haber restado descuentos, bonificaciones, valor de productos devueltos por el consumidor e intereses (Congreso Nacional, 2004, arts. 58 y 65). A decir de Barrera (2017) estas mermas ocurren en razón de que influyen directamente en el precio final y en consonancia con la definición del impuesto no pueden ser gravadas. Por otro lado, con respecto a los intereses, manifiesta que esos rubros son complementarios al hecho productor de IVA, por tanto, no pueden ser incluidos en la base imponible.

La legislación ecuatoriana también recoge las transferencias excluyentes del IVA, mismas que se encuentran en el art. 54 de la LRTI, mismo que signa que no se causa IVA en casos como: “contribuciones en especie a sociedades, adjudicaciones de sociedades, ventas de



negocios en los que se trasladan activos y pasivos, fusiones, escisiones y transformaciones de sociedades, donaciones a entidades del sector público, cesión de acciones, participaciones sociales, cuotas o compromisos asumidos por los propietarios de condominios para su mantenimiento” (Congreso Nacional, 2004).

En cuanto al tema que nos ocupa, que son los negocios digitales, la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria promulgada en diciembre de 2020 establece que los servicios digitales están sujetos a imposición de IVA. El mismo cuerpo normativo en su artículo 140.1 da una definición de servicios digitales, que signa:

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 requieran una intervención humana mínima, independientemente del dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización. (Decreto Ejecutivo 374, 2010, art. 140.1).

Esta disposición contiene 15 numerales, en las que la norma indica lo que se considera como servicio digital en Ecuador:

**Tabla 2**

*Servicios Digitales en Ecuador*

---

Suministro y alojamiento de sitios informáticos y páginas web	La manipulación y cálculo de datos a través de internet u otras redes electrónicas.	Servicios de software a través de descargas basadas en la nube.
---	---	---

---

Servicios de subastas en línea, de oferta/demanda laboral, transporte, alojamiento, pedido y entrega de bienes muebles de naturaleza corporal, u otros servicios contratados a través de en un sitio web	Puesta a disposición de bases de datos y cualquier servicio generado automáticamente desde un ordenador, a través de internet o de una red electrónica. Incluye servicios agregados o "premium" que se prestan por un precio, como opción adicional a un servicio gratuito, incluyendo redes sociales generales o temáticas.	Servicios web, comprendiendo el almacenamiento de datos con acceso de forma remota o en línea, servicios de memoria y publicidad en línea.
El acceso y/o la descarga de imágenes, texto, información, video, eventos deportivos o de otro tipo, música, juegos -incluyendo los juegos de azar. Comprende: descarga de películas y otros contenidos audiovisuales a dispositivos conectados a internet; descarga en línea de juegos; difusión de música, películas, apuestas o cualquier contenido digital, sin necesidad de descarga a un dispositivo de almacenamiento; obtención de anuncios musicales, tonos de móviles y música; visualización de noticias en línea, información sobre el tráfico y pronósticos meteorológicos; weblogs, y estadísticas de sitios web.		
La provisión de servicios de internet	Suministro de productos digitalizados: programas informáticos, acceso y/o la descarga de libros digitales, diseños, componentes, patrones, informes, análisis financieros, de datos o de mercado.	Servicios de clubes en línea o webs de citas
Servicio brindado por blogs, revistas o periódicos en línea.		Administración de sistemas remotos y el soporte técnico on line
Mantenimiento preventivo o correctivo a distancia automatizado	Enseñanza a distancia o de pruebas o ejercicios, realizados o corregidos de forma automatizada	Otros que defina el SRI

Nota. La tabla muestra que se considera servicio digital en Ecuador. Fuente: Reglamento para aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, artículo 140.1.

De la misma manera, la legislación ecuatoriana señala que el SRI, en su sitio web, dispondrá de un catastro donde constan los prestadores de servicios digitales no registrados en Ecuador, que por sus importaciones se causa IVA. En intervalos de tres meses, el catastro es

actualizado por el SRI<sup>61</sup>. El catastro que presenta la entidad diferencia a los proveedores de acuerdo a su actividad, para determinar si el IVA se grava sobre todo el servicio o la comisión, como en el caso de plataformas on-line de pedidos de comida a domicilio. Por otro lado, también los diferencia dependiendo si está registrado en el SRI o, por otro lado, si está domiciliado o mantiene un establecimiento permanente en Ecuador, esto es valioso al momento de la retención, puesto que, si no lo estuvieren, las retenciones se hacen a través de instituciones financieras.

De acuerdo a la tabla previamente expuesta se determina que, a diferencia de lo señalado por la doctrina, Ecuador no diferencia servicios de productos digitales, sino primero, establece sus principales características, para pasar a enumerar que está dentro de servicios gravados con tarifa 12%. Con respecto a servicios como libros digitales, Pablo Villegas Landázuri, abogado tributarista, en una entrevista para diario El comercio, manifestó que los libros según el art. 55 de la LRTI están gravados con tarifa 0% y que no debería haber esa distinción en el servicio digital, además que el gravar con tarifa 0% fomenta la lectura en el Ecuador (Flores, 2020). Igual tratamiento merecerían los servicios relacionados con enseñanza on line y con respecto a los servicios de transporte como Uber, que según el art. 56 de la LRTI están gravados con tarifa 0%.

De acuerdo al catastro presentado por el SRI, existen 639 proveedores no residentes que prestan servicios digitales en Ecuador, entre los que se tiene a Apple, que presta servicios en línea; Placeit como una herramienta de diseño, etc. Entre las aplicaciones que presentan ingresos por comisión están Glovo, como plataforma on-line de pedido de comida a domicilio; Expedia, que es una agencia de viajes por internet, etc.

---

<sup>61</sup> Ver en: <https://www.sri.gob.ec/registro-declaracion-y-pago-del-iva-prestadores-de-servicios-digitales-no-residentes>.

Ahora bien, con respecto a los sujetos obligados al pago del Impuesto, la LRTI distingue varios sujetos pasivos que deberán cumplir con la imposición. Los obligados que expone la ley, en un inicio, son los contribuyentes, a decir de la ley, son “quienes realicen importaciones gravadas con una tarifa, ya sea por cuenta propia o ajena” (Congreso Nacional, 2004, art. 63). A su vez, los contribuyentes pueden ser agentes de percepción tal como los clasifica la ley, sin embargo, estos agentes actuarían como responsables, de acuerdo a la definición dada de los mismos por el Código Tributario<sup>62</sup>.

Entre los agentes de percepción, la normativa ecuatoriana incorpora a las personas naturales u organizaciones que realizan movimientos de mercancías u ofrecen servicios gravados con IVA. Seguido de esto, la norma incluye a los no residentes de Ecuador que ofrecen servicios digitales, quienes también actúan como agentes de percepción, siempre y cuando estos se hayan inscrito en el SRI (Congreso Nacional, 2004, art. 63).

Lo anterior, queda confirmado en la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055 que trata sobre los agentes de percepción. En las importaciones de esta clase de servicios, que son los digitales, los agentes de percepción, comprenden a los prestadores inscritos en el SRI, es decir, aquellos que cuenten con RUC y aquellos que ofrezcan un servicio digital importado por residentes fiscales ecuatorianos o por establecimientos permanentes de no residentes en Ecuador. Se debe subrayar que el RUC por sí solo no comprende la configuración de un establecimiento

---

<sup>62</sup> Art. 26 del Código Tributario.- Responsable es la persona que sin tener el carácter de contribuyente debe, por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a este.

Además, el artículo 29, donde se señala “Otros responsables” establece que estos son:

1. Los agentes de retención, entendiéndose por tales las personas naturales o jurídicas que, en razón de su actividad, función o empleo, estén en posibilidad de retener tributos y que, por mandato legal, disposición reglamentaria u orden administrativa, estén obligadas a ello.
2. Los agentes de percepción, entendiéndose por tales las personas naturales o jurídicas que, por razón de su actividad, función o empleo, y por mandato de la ley o del reglamento, estén obligadas a recaudar tributos y entregarlos al sujeto activo

permanente en Ecuador (SRI, 2020, art. 2 y 4). Dentro de dicha resolución, se indica el trámite respecto de la solicitud de inscripción, actualización, suspensión o cancelación del RUC de los proveedores no residentes contenida a partir del artículo 4.

Sin embargo, es necesario mencionar que, de los proveedores existentes en el catastro publicado por el SRI, únicamente 19 proveedores de servicios digitales están domiciliados o tienen un establecimiento permanente en Ecuador y los que se encuentran registrados en el SRI apenas corresponden a 3, evidenciando la falta de efectividad de la norma en la práctica. Estos números son importantes contrastarlos con países como Chile, que según datos presentados en OECD Tax and Development Days 2022<sup>63</sup>, este país latinoamericano fue uno de los últimos en Latinoamérica en implementar las recomendaciones por OCDE y ha tenido resultados bastante favorables en el cobro del IVA. Estos resultados se deben a que la universalidad de los proveedores de servicios digitales está inscrita en ese país y se dedican a ser agentes en la recaudación del IVA (OCDE, 2022). La razón para que se presente este fenómeno en Chile y en Ecuador no, se debe a que Chile mantiene la obligación de inscripción en el registro de proveedores extranjeros de servicios digitales para que puedan prestar sus servicios en dicho país, mientras que, en Ecuador, la inscripción es opcional.

. Además, la ley contiene directrices sobre las administraciones avanzadas gravadas con el IVA, ya que las fundaciones monetarias que emiten tarjetas MasterCard para las cuotas

---

<sup>63</sup> Evento organizado por OCDE desde enero 2021. Este 2022 se desarrollaron las segundas Jornadas de Fiscalidad y Desarrollo los días 16 y 17 de febrero, donde están presentes y participan todos los miembros del Marco Inclusivo de la OCDE/G20 sobre BEPS (Marco Inclusivo) y a las principales partes interesadas, mismo que busca una actualización de algunas de las iniciativas prácticas para reforzar la capacidad fiscal y mejorar la política y el cumplimiento tributario en los países en desarrollo, emprendidas por el Centro de Política y Administración Tributaria de la OCDE. Debido a la actual crisis sanitaria, el evento se celebró virtualmente en Zoom y todas las sesiones estuvieron también abiertas al público. Ver en: <https://www.oecd.org/tax/tax-and-development-days.htm>

realizadas en la contratación de administraciones informatizadas, cuando la organización especializada no está inscrita, son especialistas en surtido (Congreso Nacional, 2004). Al final, la norma compensa la ausencia de inscripción de los proveedores. Al final del día, el especialista en porciones ahorradas en las administraciones avanzadas actúa cuando el especialista en surtido no está debidamente inscrito en el SRI, o por lo menos, cuando no tiene un RUC.

Por otra parte, los agentes de retención, se encuentran señalados en la segunda parte del artículo 63 de la LRTI<sup>64</sup>. Dentro del IVA en servicios digitales, estos comprenden las instituciones financieras que emitan tarjetas de crédito o débito, dicha retención se da en los pagos efectuados en la adquisición de esta clase de suministro. (Congreso Nacional, 2004). Al final, la norma compensa la ausencia de inscripción de los proveedores. Es decir, el agente de retención en servicios digitales actúa cuando el agente de percepción no este registrado debidamente en el SRI.

La Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000053 confirma esta parte, estableciendo que las entidades financieras actúan como intermediarios en la retención del IVA, siempre que los proveedores no estén inscritos en Ecuador ni cuenten con un Establecimiento permanente. De no haber estos intermediarios (empresas que emiten tarjetas de crédito o débito), la retención la efectuará el importador. La norma expresa que esa retención es obligatoria, y el comprador es la persona que debe reconocer la naturaleza del servicio, independientemente de que el proveedor aparezca o no en el catastro (SRI, 2020, art. 3.2).

---

<sup>64</sup> Según la norma ecuatoriana los agentes de retención comprenden los contribuyentes calificados por el SRI como agentes de retención y contribuyentes especiales; las instituciones financieras que emiten tarjetas de crédito; empresas de seguros y reaseguros por los pagos que realicen por compras y servicios gravados con IVA; personas naturales, sucesiones indivisas o sociedades, que importen servicios gravados; Petrocomercial y las comercializadoras de combustibles sobre el IVA presuntivo en la comercialización de combustibles (Congreso Nacional, 2004, art. 63.b)

Este tema se vio anteriormente, a través del kit de herramientas del IVA de la OCDE, donde no se preveía que el cliente o los intermediarios fueran agentes de retención; sin embargo, se preveía la propuesta a los prestadores de servicios que consten en el catastro. Por lo tanto, esta medida podría ser deficiente, ya que no tienen todos los datos para efectuar las retenciones en este impuesto indirecto, puesto que no van a poder determinar si la utilización de dicho servicio digital se hizo en Ecuador. Un tema más, descubierto por Jorrat (2020) son los pagos que se hacen a instituciones financieras que no son residentes en Ecuador, pues en estos casos no habría retención.

Ahora bien, dichas retenciones se efectúan de acuerdo a los porcentajes establecidos por el SRI, mismos que dependen de factores como tipo de actividad, tipo de contribuyente, entre otros. Los porcentajes varían entre 100%, 30%, 20% y 10% del IVA generado<sup>65</sup>.

Las retenciones dentro de los servicios digitales se realizan en un 100% en lo que respecta a los proveedores no inscritos en el SRI, donde dicha retención la hacen los intermediarios, como se expuso anteriormente. Suponiendo que no haya intermediarios, igualmente la retención será del 100% por el comprador, independientemente de que los proveedores no estén constando en el catastro del SRI (Decreto Ejecutivo 1114, 2020, art. 45).

La base imponible en el IVA consta a partir del artículo 58 de la LRTI; sin embargo, el equivalente correspondiente a los servicios digitales se regula en la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055. De acuerdo a dicha resolución, es necesario diferenciar si los servicios son hechos a través de comisión o no, puesto que aquí se grava solo la comisión, ejemplos como

---

<sup>65</sup> RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC20-00000061, misma que regula los porcentajes de retención del impuesto al valor agregado (IVA), para ver más: <https://www.sri.gob.ec/normativa-para-agentes-de-retencion-y-contribuyentes-especiales>

Glovo, Rappi que son plataformas que trabajan en esta modalidad, esto se revisa en el catastro. Caso contrario, la imposición opera sobre el valor total del servicio digital (SRI, 2020, art. 14).

Por último, el IVA de manera general es declarado mensualmente, aunque hay casos donde su declaración puede ser realizada semestralmente<sup>66</sup>. En cuanto a los servicios digitales, la presentación de la declaración funciona de forma mensual. Con respecto a los agentes de percepción, hasta el día 15 del mes siguiente al periodo declarado. Con respecto a los agentes de retención, la presentación de la declaración y el correspondiente pago del impuesto indirecto se lo hace mes a mes por parte del comprador y de la misma manera para los intermediarios (SRI, 2020, art. 12; art. 4).

### ***3.2.3 Diferencias del tratamiento del IVA en comercio on line y off line***

De acuerdo al objeto que presenta el IVA en Ecuador y para determinar cómo es la imposición de este impuesto indirecto dentro del comercio electrónico, es necesario referirse a las clases de comercio, vistas dentro del primer capítulo, es decir al comercio on line y off line.

Recapitulando, el comercio electrónico off line o indirecto se caracteriza porque la solicitud o pedido del bien ofrecido por el proveedor, se realiza por medios electrónicos; sin embargo, la entrega de dichos productos se realizará de manera tradicional. Por ejemplo, comprar prendas de vestir a través de plataformas internacionales como Shein o AliExpress (que no constan en el catastro), es decir que la entrega de dichos productos se lo hace por medios convencionales y estos pasaran por aduanas.

---

<sup>66</sup> El IVA es declarado de forma mensual, sin embargo, también se lo puede hacer de forma semestral, en ciertos casos. Entre los que se encuentran las personas que transfieren bienes y servicios gravados con tarifa 0%; a quienes se les retenga el 100% de acuerdo a la resolución emitida por el SRI y; las que pertenecen al régimen de microempresas.



Por otra parte, el comercio electrónico online o directo se caracteriza porque la totalidad de la compra es ejecutada, como su nombre lo dice, en línea. En este caso, se puede mencionar ejemplos como la compra de un e-book que se trata de un servicio digital, asimismo servicios de entretenimiento como los ofertados por empresas como Spotify o Netflix.

Ahora bien, el hecho generador de IVA está detallado a través de 8 causales contenidas en el art. 61 de la ley mencionada<sup>67</sup>, en lo referente al e-commerce, se puede mencionar que se configura como hecho generador:

1. “En el caso de introducción de mercaderías al territorio nacional, el impuesto se causa en el momento de su despacho por la aduana.
2. En la importación de servicios digitales, 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.
3. En los pagos por servicios digitales que correspondan a servicios de entrega y envío de bienes muebles de naturaleza corporal, el Impuesto al Valor Agregado se aplicará sobre la comisión pagada adicional al valor del bien enviado por las personas residentes o del establecimiento permanente de un no residente en el Ecuador a favor de los sujetos no residentes.” (Congreso Nacional, 2004, art. 61).

---

<sup>67</sup> El hecho generador del IVA se verificará en los siguientes momentos:

1. En las transferencias locales de dominio de bienes
2. En las prestaciones de servicios
3. En el caso de prestaciones de servicios por avance de obra o etapas
4. En el caso de uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto
5. En el caso de introducción de mercaderías al territorio nacional
6. En el caso de transferencia de bienes o prestación de servicios que adopten la forma de tracto sucesivo
7. En la importación de servicios digitales
8. En los pagos por servicios digitales. (Congreso Nacional, 2004, art. 61).

De acuerdo a los numerales 1 y 3 de la disposición referida, la producción del hecho generador está comprendido dentro del comercio electrónico indirecto. En el primer caso, se tomará como ejemplo el expuesto en líneas anteriores, la compra de prendas de vestir a través de plataformas como Shein o AliExpress. Se trata de una compra de productos físicos, así que su control será más eficiente que las importaciones en el comercio on-line. El control de estos productos con respecto a la imposición del IVA se da a través del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador en la nacionalización de bienes corporales. La base imponible tiene su tratamiento propio, puesto que se aplica al resultado de la “suma del valor en aduana de dicho producto más impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación” (Congreso Nacional, 2004, art. 59).

Ahora bien, dentro del e-commerce indirecto, también se puede dar casos de prestación de servicios, un claro ejemplo es la plataforma extranjera Airbnb que es una plataforma que se encarga de promocionar servicios de alojamiento en el país y cualquier parte del mundo. De acuerdo al catastro del SRI, esta plataforma mantiene ingresos por comisión. Entonces, lo que se realiza en estos casos es un cálculo presuntivo sobre la comisión que cobra la plataforma que ofrece dicho servicio. Es decir, el IVA se paga de acuerdo a la comisión por el uso de dicha plataforma. En el ejemplo, el servicio digital es ofrecer una guía y promoción de alojamientos, más no el alojamiento mismo, puesto que ese servicio se sujetará a sus reglas propias. Es decir, se deslinda el servicio digital del que no lo es y se grava el impuesto sobre el servicio digital. En Ecuador, las empresas que prestan servicios de comisión, son de alojamiento y agencias de viajes como Booking, Airbnb, Expedia, Despegar; empresas de pedido de comida a domicilio como

Glovo, Rappi, Uber Eats; supermercados en línea como Cornershop, Tipti; ventas de entradas de películas en línea como Fandango, entre otros.

Una vez establecido como opera la imposición del IVA en el comercio electrónico off-line, se pasará a revisar el tratamiento del IVA en el comercio on-line. De acuerdo a lo analizado, el e-commerce on-line, se caracteriza tanto porque su pedido y el servicio es recibido por medio de canales digitales. Ejemplos como la compra de un libro digital; adquirir software y servicios en línea, aquí están empresas como Netflix, Spotify, Google, Amazon Music, Skype, entre otros. El hecho generador del impuesto indirecto, se encuentra en el numeral 2 de los casos expuestos que se encuentran dentro del e-commerce, pues, se trata de la importación de un servicio digital. En este tipo de transacción, lo que se hace es gravar el 100% del valor de dicho servicio digital según lo expuesto en la sección anterior, tomando en cuenta quienes recaudan el IVA y posteriormente lo pagan.

La liquidación de impuestos a los servicios digitales antes de 2019 no era posible en Ecuador, esta tiene vigencia desde la publicación de la LOSPT<sup>68</sup> y su aplicación comienza en septiembre del año 2020. Es significativo, ya que, al observar las cifras de importación de servicios, desde la entrada en vigor de la ley, su recaudación ha crecido.

La recaudación por IVA en importaciones en 2020 era de \$1413,120 y en 2021 ascendió a \$ 1961,210, estas cifras no solo comprenden servicios digitales sino importaciones en general. Estas cifras son importantes con respecto a los ingresos del Estado, aunque no se han cumplido las metas fijadas por el SRI en recaudación en cada uno de los periodos. Pero también, visto desde el cumplimiento del principio de neutralidad, es valioso, ya que antes estas transacciones

---

<sup>68</sup> Ley Orgánica de Simplificación y Potestad Tributaria

no se estaban cobrando y constituían una situación que ponía en desventaja a los proveedores locales que promocionan similares servicios a los importados, que si se veían obligados a la imposición del IVA. Por este lado, la vigencia de la ley se torna en una medida justa con respecto a la tributación.

Sin embargo, una cuestión que llama la atención es que la legislación ecuatoriana no tiene establecidos los criterios para determinar el lugar de consumo de los servicios digitales, tal como lo tienen otros países como Chile, que aplica las recomendaciones OCDE y le ha ido bastante bien. Estos criterios son importantes a la hora de determinar el consumo en servicios, entre estos están: direcciones IP, código de tarjeta, SIM, institución bancaria, u otros, que permitan evidenciar que en determinada jurisdicción se efectúa el consumo. Puesto que han existido problemas en los cobros de este impuesto, así lo refleja el diario Primicias, donde se expone que se ha cobrado por servicios adquiridos y consumidos en el extranjero por parte de nacionales (Torres, 2021).

De acuerdo a lo revisado, Ecuador adopta en su mayoría las recomendaciones dadas por la OCDE, este impuesto indirecto apenas se está desarrollando con respecto a los servicios digitales en este país, las regulaciones deben ser extensas para un debido control; sin embargo, Ecuador está avanzando en este tema.

## Capítulo IV

### Conclusiones

Este documento se dedica al estudio de la tributación directa e indirecta del e-commerce en Ecuador, explicando inicialmente los retos a los que tienen que enfrentarse las administraciones tributarias y conociendo que ha hecho Ecuador en la gestión de dichos desafíos. Ahora bien, dentro de la presente investigación se formulan las siguientes conclusiones:

- Desde el nacimiento del e-commerce, este ha mantenido un crecimiento constante a nivel global, llegando a contar con volúmenes de negocio enormes en el mundo, así mismo, contar con multinacionales presentes en un sinnúmero de países, que cada día hacen que las transacciones internacionales lleguen a sectores donde antes era impensable.
- La tecnología y el comercio ayudado de la misma, carece de divisiones geográficas, por lo que muchas empresas ofertan sus productos o servicios en cualquier parte del mundo, lo que trae consigo un sinnúmero de problemas al ubicar a los sujetos que interactúan en determinada transacción comercial. Sumado a ello la potestad tributaria de los Estados que pueden optar por maneras distintas de tributación, en este caso del proveedor y del importador, que supondrían problemas a la hora de tributar.
- Ecuador no está alejado de las prácticas comerciales en línea, la pandemia de COVID 2019, hizo que este sector creciera a pasos agigantados, en un inicio por la necesidad de los usuarios, sin embargo, los clientes, aprendieron a comprar bajo esta modalidad y cada vez el negocio avanza en este territorio. De acuerdo a las cifras

mostradas en el capítulo II, el año 2020 fue cuando este negocio despegó en el país y la mayoría de compras son efectuadas en portales internacionales.

- A pesar de que el comercio electrónico o negocio digital tenga presencia en Ecuador, las normas que lo regulan, merecen mayor detalle, tal es el caso de los consumidores electrónicos, asimismo la normativa que determina su tributación.
- En lo referente a la renta, muchas empresas con presencia global han eludido el pago de este impuesto debido a la figura del “Establecimiento Permanente” vigente desde 1920 y sin que cambie su contexto, que nació en una época donde las importaciones eran de artículos físicos. Ecuador, consagra a esta figura que grava rentas de empresas extranjeras cuando cuenten con un establecimiento permanente, figura que está relacionada con la sujeción territorial de esa empresa en la jurisdicción donde se produce la renta, misma que es innecesaria en las ventas digitales.
- Ecuador carece de medidas de imposición en las transacciones digitales, puesto que liga a las empresas extranjeras al establecimiento permanente, mismo que requiere de una presencia física. Teniendo en cuenta este particular, se hace necesario, seguir el ejemplo de países como México y Perú y reconocer como ingresos de fuente ecuatoriana a los ingresos obtenidos por empresas extranjeras en la comercialización de servicios digitales. Dentro de este punto, se vuelve necesario establecer que nuestra normativa ya cuenta con la definición de servicio digital. En base a este punto, el artículo 8 de la LRTI, podría ser ampliado, con un numeral que trate el comercio en la red, estableciendo que también se consideran rentas de fuente

ecuatoriana, las obtenidas por empresas extranjeras por concepto de ventas de servicios digitales siempre que estas sean usadas o consumidas en Ecuador.

- De no realizar la ampliación del artículo 8 de la LRTI, otra solución para gravar rentas por servicios digitales es una redefinición de la figura de establecimiento permanente. Es decir, ampliar este concepto para que las empresas que comercializan con servicios digitales actúen como contribuyentes con respecto a las rentas obtenidas en este país. Citando a Hongler y Pasquale, estas sociedades, al considerarse establecimiento permanente, implicarían un control bastante complicado para la administración tributaria ecuatoriana, sin embargo, aquí adquieren protagonismo los Convenios para evitar la doble imposición (Jara, 2020). También vale decir, que OCDE, a finales de este año, presentará sus informes acerca de la aplicación y estructura de los dos pilares, en referencia a este problema será necesario conocerlo y verificar que tan efectivo puede ser su puesta en práctica en Ecuador. Con base en este punto, sería de gran ayuda que la normativa ecuatoriana ampliara el artículo 9 de la LRTI, donde se establezca que también los establecimientos permanentes se configuran cuando una empresa no residente venda o preste servicios digitales en Ecuador.

- El avance en la legislación ecuatoriana, se ha visto reflejado en la regulación del IVA con referencia a los servicios digitales, desde el concepto de los mismos, que se incluyó en la Ley Orgánica de simplificación y progresividad tributaria, hasta las formas y declaraciones de pago de dicho impuesto, desarrolladas por el organismo pertinente en materia tributaria.

- Ecuador en su mayoría recoge las recomendaciones dadas por OCDE en la imposición de este impuesto. Vale la pena que, en este país, así como en Chile y siguiendo la recomendación de OCDE, el registro de proveedores sea obligatorio por parte de las empresas que comercializan con digitales. Esto sería de gran ayuda, puesto que los proveedores son quienes cuentan con información sobre las importaciones y podrán hacer las retenciones necesarias para el pago del IVA, sin necesidad de intermediarios como lo menciona la norma, mismos que han generado ciertos problemas en los cobros, ya que no cuentan con la información necesario para poder efectuar con certeza dichos cobros.

- Asimismo, es necesario que la norma, tome en cuenta recomendaciones dadas en el Kit de herramientas del IVA de OCDE y cuente con criterios (dirección IP, domicilio del usuario, código de tarjeta SIM, etc.) para determinar la jurisdicción de consumo del servicio digital y no generar cobros indebidos del IVA aplicando el principio de destino, es decir se cobra en donde se use o consuma el bien o servicio digital.



## Referencias Bibliográficas

- Aage Skaar, A. (2020). *Permanent Establishment: Erosion of a Tax Treaty Principle* (2nd ed.). Wolters Kluwer.
- Acosta Rivera, T. (2019). *Tributación del Impuesto a la Renta sobre las ganancias provenientes de actos ilícitos: una propuesta de no sujeción [Bachelor's thesis, USAT]*. Repositorio de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo - USAT. <https://orcid.org/0000-0002-1360-2647>
- ActionAid. (2018). *Value-Added Tax (VAT). Progressive Taxation Briefing*. ActionAid International Briefing. [www.actionaid.org/taxpower](http://www.actionaid.org/taxpower)
- Aguirre, J. (2021, enero 13). Impuesto a los servicios digitales Actores, beneficios y desventajas. *Revista Contaduría Pública*, 54-56. <https://contaduriapublica.org.mx/>
- Amar, A., & Grondona, V. (2021). *Economía digital y tributación: El caso argentino en el marco de la experiencia internacional, Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/122-LC/BUE/TS.2021/3)*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://www.cepal.org/es/publications>
- Anderson, C., Graterol, E., & Maurilis, Z. (2017). La tributación del comercio electrónico en el municipio Miranda del estado Falcón. *Iustitia Socialis. Revista Arbitrada de Ciencias Jurídicas*, 2(2), 57-67.
- Armijos González, P. O. (2021, julio 01). La importancia del principio de capacidad contributiva en el régimen tributario ecuatoriano. *Foro, Revista De Derecho*, (36), 149-168. <https://doi.org/10.32719/26312484.2021.36.8>

Avellán Sánchez, M.A. (2010). *Los mensajes de datos: Importancia dentro del sistema jurídico vigente y su valor probatorio (Master's thesis)*. Repositorio de la Universidad de Cuenca.

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/2657>

Avila Rivas, V. A., & Benavides, J. C. (2021, Noviembre 3). El comportamiento del consumidor: comercio electrónico durante la pandemia. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 492-504.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.807>

Barrera Crespo, B. (2017). *El IVA en el Ecuador. Un Impuesto Acumulativo* (1st ed.). Universidad del Azuay. <https://publicaciones.uazuay.edu.ec/index.php/ceuazuay/catalog/book/46>

Barros Moreta, B. S. (2020). *Los convenios para evitar la doble tributación suscritos por Ecuador. Evolución, aplicación y consistencia con las últimas reformas en materia de impuesto a la renta [Master's Thesis]*. Repositorio de Universidad Andina Simón Bolívar. Sede Ecuador.

<http://hdl.handle.net/10644/7339>

Borda, D., & Caballero, M. (2016). Eficiencia y equidad tributaria. Una tarea en construcción. *Población y Desarrollo*, 22(42), 81-91.

<https://revistascientificas.una.py/index.php/RE/article/view/373>

Borrego, B. (2014, junio). La necesaria adaptación de los tributos a las nuevas tendencias de los negocios electrónicos. *Revista de Internet, Derecho y Política (IDP)*, 1(18), 51-59.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78832841006>

Bravo Cucci, J. (2018). *Fundamentos de Derecho Tributario* (5th ed.). CreaLibros Ediciones.

Cabanellas de Torres, G. (2008). *Diccionario juridico elemental / Legal Elemental Dictionary* (G. Cabanellas, Ed.; 9th ed.). Editorial Heliasta S R L.

- Cabrera, O. S. (2019). El Establecimiento Permanente. In R. Carpio Rivera, C. Montaña Galarza, & P. Villegas Landazuri (Eds.), *Tratado de fiscalidad internacional para el Ecuador* (pp. 171-191). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/7272>
- Cabrera, O. S. (2021, February 3). *En definitiva ¿Está llegando a su fin el umbral de establecimiento permanente?* Centro Interamericano de Administraciones Tributarias- CIAT. Retrieved January 18, 2022, from <https://www.ciat.org/ciatblog-en-definitiva-esta-llegando-a-su-fin-el-umbral-para-determinar-un-establecimiento-permanente/>
- Cárdenas Caycedo, O.A. (2016). Aplicación de los principios de contratación electrónica en las transacciones con bitcoins en Colombia. *Revista Academia & Derecho*, 7(13), 265-308. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/academia/article/view/310/247>
- Carpio, R., & Moya, A. (2019). Convenios para evitar la Doble Imposición. In R. Carpio Rivera, C. Montaña Galarza, & P. Villegas Landazuri (Eds.), *Tratado de fiscalidad internacional para el Ecuador* (pp. 363-297). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/7272>
- Castro Arango, J.M. (2008, Julio 4). El establecimiento permanente. Primicias y problemáticas en Colombia. *Revista de Derecho Fiscal*, (4), 195-226. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/2727>
- CECE. (s.f.). Página oficial de la CECE. Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. Retrieved January 9, 2022, from <https://cece.ec/>
- CECE. (2017). *Antecedentes y situación del E-commerce en Ecuador*. Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. Observatorio de Comercio Electrónico de la Universidad Espíritu Santo- UEES. <https://cece.ec/>

- CECE. (2020). *Transacciones electrónicas en Ecuador durante el Covid-19*. Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico- CECE. Observatorio de Comercio Electrónico de la Universidad Espíritu Santo – UEES. <https://cece.ec/>
- CEPAL. (2019). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe: Políticas tributarias para la movilización de recursos en el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44516-panorama-fiscal-america-latina-caribe-2019-politicas-tributarias-la-movilizacion>
- Cremer, H., Pestieau, P., & Rochet, J.-C. (2001, August). Direct versus Indirect Taxation: The Design of the tax structure revisited. *International Economic Review*, 24(3), 781-799. <https://www.uib.cat/depart/deaweb/webpersonal/amedeospadaro/workingpapers/bibliosecpub/cremer-pestieau-rochet.pdf>
- Díaz de Sarralde, S. (2018). *Tributación, digitalización de la economía y Economía Digital, Documento de Trabajo* (Vol. 6). Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT). 2219-780X
- Durán Díaz, O. (2018). Código de Comercio y Medios Electrónicos. In *La vigencia del Código de Comercio de 1890* (pp. 33-50). Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Jurídicas. <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/4741-la-vigencia-del-codigo-de-comercio-de-1890>
- Echeverría, D. (2021, June 21). *Contratación: Medios Informáticos- Derecho Ecuador*. Derecho Ecuador. Retrieved January 3, 2022, from <https://derechoecuador.com/contratacion-medios-informaticos/>

- eCommerce Institute. (2021, July 6). *¡Ecuador vive un gran crecimiento en eCommerce! – eCommerce Day Tour 2022*. eCommerce Day. Retrieved January 3, 2022, from <https://ecommerceday.org/2021/07/06/ecuador-vive-un-gran-crecimiento-en-ecommerce/>
- Eltit, C. (2020). *El nuevo Impuesto y forma de Pago a la Economía Digital [Master's thesis]*. Repositorio de la Universidad del Desarrollo. <https://repositorio.udd.cl/handle/11447/4119>
- Esparza Cruz, N. (2017, mayo 12). El Comercio Electrónico en el Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 2(6), 29-32. <https://doi.org/10.26910/issn.2528-8083vol2iss6.2017pp29-32>
- Fernández Díez, M. C., & Puig Gabarró, P. (2020). *Los Desafíos Del Comercio Electrónico para las Pyme: Principales claves en el proceso de Digitalización*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <http://dx.doi.org/10.18235/0002311>
- Flores, G. (2020, September 30). El IVA a las plataformas también incluye a los libros digitales de dos sitios. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/iva-plataformas-libros-digitales-kindle.html>
- Freire, D., & Tapiero, F. (2019). *Análisis del IVA para plataformas digitales: posibles impactos para el país [Master`s Thesis]*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/7286>
- García Mullín, R. (1978). *Impuesto sobre la Renta: Teoría y Técnica del Impuesto*. Impuesto sobre la Renta: Teoría y Técnica del Impuesto. Dr. Roque García Mullín. Centro Interamericano de Estudios Tributarios(CIET) Organización de Estados Americanos.

- Gildemeister Ruiz, A. (1999). Tributación internacional y comercio electrónico: Aproximación a una grave problemática tributaria actual. *THEMIS Revista De Derecho*, 39, 387-407.  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/10440>
- Gutiérrez, N., Barrueto, M. T., & Orellana, M. (2020). La Fiscalidad del Comercio Electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *QUIPUKAMAYOC -Revistas UNMSM*, 28(57), 67-74.  
<http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18062>
- Hernández, L., & Albagli, P. (2017). *Economía digital: oportunidades y desafíos*, Documento de Trabajo, N° 40. Centro Latinoamericano de Políticas Económicas y Sociales (CLAPES UC).  
<https://www.clapesuc.cl/investigacion/doc-trabajo-no40-economia-digital-oportunidades-desafios>
- Hone Maxwell LLP. (2020, June 25). *Impuesto de Transición y GILTI: Motivos, Orientación y Visión*.  
Hone Maxwell LLP. Retrieved December 16, 2021, from <https://honemaxwell.com/impuesto-de-transicion-y-gilti-motivos-orientacion-y-vision/?lang=es>
- Internacional Plataforma Digital. (2019, June 2). *Neutralidad Tecnológica*. Plataforma Digital de Economía, Derecho y otras Ciencias Sociales y Humanas. Retrieved January 7, 2022, from <https://leyderecho.org/neutralidad-tecnologica/>
- Izquieta Pérez, L., & Vaca López, G. (2015, enero 1). Impuesto al Valor Agregado (IVA): Evolución, tarifas y aportes de las principales ciudades: Caso Ecuador. *FCSHOPINA*, 70, 21-26.  
<http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/fenopina/article/view/62>
- Jiménez, J. P., & Podestá, A. (2021). *Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina: Emparejando la cancha en tiempos de crisis*. Documentos de

*Trabajo*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias - CIAT.

<https://biblioteca.ciat.org/opac/book/5754>

Jorrat, M. (2020). *Experiencias Internacionales en la Tributación de la Economía Digital* (A. Barreix & C. Garcimartín, Eds.). Banco Interamericano de Desarrollo- BID.

<http://dx.doi.org/10.18235/0002449>

Kobetsky, M. (2011). History of tax treaties and the permanent establishment concept. In *International Taxation of Permanent Establishments: Principles and Policy (Cambridge Tax Law Series)* (pp. 106-151). Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511977855.005

Lovisoló, A. (2003). El Establecimiento Permanente. In V. Uckmar (Ed.), *Curso de Derecho Tributario Internacional* (195-226 ed.). Editorial Temis S.A.

Martí Cortijo, A., Recio Hernández, J., & Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. (2020). *Informe e-País: El Comercio Electrónico en Ecuador 2020*. ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/informe-comercio-electronico-epais-ecommerce-ecuador-doc2020859975.html?idPais=EC>

Medrano, F., & Galíndez, J. (2019). *Los Desafíos de la Tributación de la Economía Digital en América Latina*. Red Latinoamericana por Justicia Económica y Social - Latindadd. <https://www.latindadd.org/category/publicaciones-de-latindadd/>

Mejía Salazar, A. (2012). *Diccionario Derecho Tributario*. Corporación de Estudios y Publicaciones.

Montaño Galarza, C., Villegas Landázuri, P., & Carpio Rivera, R. (2019). El Establecimiento Permanente. In R. Carpio Rivera, C. Montaño Galarza, & P. Villegas Landazuri (Eds.), *Tratado*

*de fiscalidad internacional para el Ecuador* (pp. 191-225). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/7272>

Noboa Mancheno, M. J. (2018). *Evolución del Comercio Electrónico como Modelo de Negocio en el Ecuador: Análisis De Caso Del E-Commerce Ecuatoriano Yaestá.Com [Bachelor`s thesis]*. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15596>

Núñez Castillo, F.J. (2021). *Necesidad de regular en el Ecuador la imposición sobre la renta en el comercio electrónico de intangibles [Master's Thesis]*. Repositorio de la Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8423>

OCDE. (2011). *OECD Guide to Measuring the Information Society 2011*. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). <http://dx.doi.org/10.1787/9789264113541-en>.

OCDE. (2014). *Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital (Versión preliminar)*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). <https://www.oecd.org/ctp/plan-de-accion-contrala-erosion-de-la-base-imponible-y-el-traslado-de-beneficios-9789264207813-es.htm>

OCDE. (2015). *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy, Action 1 Final Report - 2015*. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. <https://doi.org/10.1787/9789264241046-en>

OCDE. (2017). *Modelo de Convenio Tributario sobre la Renta y sobre el Patrimonio*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. <https://books.google.com.ec/books?id=v-LBDwAAQBAJ&pg=PA610&lpg=PA610&dq=las+paginas+web+pueden+ser+establecimientos+permanentes&source=bl&ots=oiHuM7NJ41&sig=ACfU3U0wJVO2wdWf6s47WIKSOS9D1Ht>



EYw&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwik0tWW-

4L2AhU\_TDABHes5A3MQ6AF6BAg9EAM#

OCDE. (2018). *Tax Challenges Arising from Digitalisation – Interim Report 2018 Inclusive Framework on BEPS*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

<https://www.oecd.org/ctp/tax-challenges-arising-from-digitalisation-interim-report-9789264293083-en.htm>

OCDE. (2020). *Cómo abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía*.

*Puntos destacados, octubre 2020*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. <https://www.oecd.org/tax/beps/puntos-destacados-como-abordar-los-desafios-fiscales-derivados-de-la-digitalizacion-de-la-economia-octubre-2020.pdf>

OCDE. (2020). *Unpacking E-Commerce: Business Models, Trends and Policies* (Asociación Mexicana de Internet, Trad.). Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE),. <https://doi.org/10.1787/23561431-en> (Publicación original en 2019)

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

OCDE. (2021). *Statement on a Two-Pillar Solution to Address the Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). <https://www.oecd.org/tax/beps/statement-on-a-two-pillar-solution-to-address-the-tax-challenges-arising-from-the-digitalisation-of-the-economy-october-2021.htm>

OCDE. (2021). *Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy – Global Anti-Base Erosion Model Rules (Pillar Two): Inclusive Framework on BEPS*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos-OCDE. <https://www.oecd.org/tax/beps/tax-challenges->

arising-from-the-digitalisation-of-the-economy-global-anti-base-erosion-model-rules-pillar-two.htm.

OCDE, GBM, CIAT, & BID. (2021). *Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos -OCDE.

<https://www.oecd.org/tax/consumption/kit-de-herramientas-de-iva-digital-para-latinoamerica-y-el-caribe.htm>

ONU. (2011). *Convención modelo de las Naciones Unidas sobre la doble tributación entre países desarrollados y países en desarrollo*. Organización de las Naciones Unidas.

[https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2014/09/UN\\_Model\\_2011\\_UpdateSp.pdf](https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2014/09/UN_Model_2011_UpdateSp.pdf)

Patiño Ledesma, R. V. (2013). *Sistema Tributario Ecuatoriano. Tomo I*. Universidad del Azuay.

Pazmiño Jara, J. (2020). Impuesto a la renta en la economía digital. ¿Cuál es la situación del Ecuador?

*Iuris Dictio*, 1(25), 105-119. <http://dx.doi.org/10.18272/iu.v26i26.1834>

Porporatto, P., & Ramirez, M. (2021, August 3). *Hacia una "arquitectura fiscal internacional más estable y justa": Perspectiva para los países latinoamericanos*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.ciat.org/ciatblog-hacia-una-arquitectura-fiscal-internacional-mas-estable-y-justa-perspectiva-para-los-paises-latinoamericanos/>

Ramírez, A. (2016). *La prueba electrónica: Los medios electrónicos como recurso para la práctica de la prueba [Master's thesis]*. Repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/5838>

Rodríguez, G. (2004). *El Comercio Electrónico (E-Commerce)*. Ediciones Jurídicas Rincón C.A., Barquisimeto.

- Sánchez, C., & Toledo, C. (2019, septiembre). Tributación de los Ingresos generados por la Economía Digital. *Perspectiva Regional. Actualidad Jurídica Uría Menéndez*, 52, 27-35.  
<https://www.uria.com/es/revista/58>
- Schneider, G. P. (2012). *Comercio electrónico* (G. E. Padilla Sierra & S. M. Olivares Bari, Trad.; 10th ed.). Cengage Learning Editores S.A. de C.V. (Trabajo original publicado en 2004)
- Seaone, E. (2005). *La Nueva Era Del Comercio/the New Era of Commerce: El Comercio Electronico, Las Tic's Al Servicio De La Gestion Empresarial*. Ideaspropias Editorial S.L.  
<https://books.google.com.mx/books?id=evLz521ZVmAC>
- Serrano Antón, F. (2019). Convenios para evitar la Doble Imposición Internacional. In R. Carpio Rivera, P. Villegas Landazuri, & C. Montaña Galarza (Eds.), *Tratado de fiscalidad internacional para el Ecuador* (pp. 331-363). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.  
<http://hdl.handle.net/10644/7272>
- Stevens, R. (2019, December 4). *¿Qué es el IVA? Tarifas, historia y características*. Rankia Colombia. Retrieved February 22, 2022, from <https://www.rankia.co/blog/dian/3507943-que-iva-tarifas-historia-caracteristicas>
- Stupak, J. (2016). *The Internet Tax Freedom Act: In Brief*. Congressional Research Service.  
<https://sgp.fas.org/crs/misc/R43772.pdf>
- Suffiotti, G., & Masihy, C. (2020, July 29). *Columna: El Concepto de Establecimiento Permanente en Chile – Evolución Reciente y Desafíos*. IFA Chile. Retrieved January 20, 2022, from <http://www.ifachile.cl/2020/07/29/el-concepto-de-establecimiento-permanente-en-chile-evolucion-reciente-y-desafios-del-nuevo-concepto-en-la-ley-sobre-impuesto-a-la-renta-2/>

- Toledano, P., & Almeida, L. (2018). *Understanding how the various definitions of Permanent Establishment can limit the taxation ability of resource- rich source countries*. Columbia Center on Sustainable Investment. <https://doi.org/10.7916/D82R57ZK>
- Torres, I. (2022, January 8). Entre \$ 2.760 millones y \$ 3.220 millones movió, por lo menos, el e-commerce en Ecuador en el 2021. *El Universo*.  
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/entre-2760-millones-y-3220-millones-movio-por-lo-menos-el-e-commerce-en-ecuador-en-el-2021-nota/>
- Torres, W. (2021, March 10). Usuarios de plataformas digitales reclaman por cobro excesivo de IVA. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/usuarios-plataformas-digitales-iva-cobros-ecuador/>
- Troya Jaramillo, J. V. (2004, II Semestre, 2003 - I Semestre, 2004). Tributación y derechos humanos. *FORO Revista de Derecho*, 2, 5-54. <http://hdl.handle.net/10644/1792>
- UNCTAD. (2016). *In Search of Cross-Border E-Commerce Trade Data* (Vol. 6). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Naciones Unidas.  
<https://www.gica.global/resources/search-cross-border-e-commerce-trade-data>
- Vallejo, S. (2019). Conceptos Básicos de Fiscalidad Internacional. In R. Carpio & C. Montaña (Eds.), *Tratado de Fiscalidad Internacional para el Ecuador* (pp. 77-98). Universidad Andina Simón Bolívar. <https://www.uasb.edu.ec/publicacion/tratado-de-fiscalidad-internacional-para-el-ecuador-840-id840/>
- Vergara Quezada, G. (2019, agosto 01). Los sistemas de imposición a la Renta. *Revista de Estudios Tributarios*, (21), 95-151.  
<https://revistaestudiostributarios.uchile.cl/index.php/RET/article/view/54043/56842>

WTO. (1998). *Work Programme on Electronic Commerce*. Organización Mundial del Comercio (OMC). [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/ecom\\_e/wkprog\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm)

Zambrano Velasco, B., Castellanos Espinoza, E., & Miranda Guatumillo, M. (2021). El E-Commerce en las Empresas Ecuatorianas. Un análisis de los Informes de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el marco de la Pandemia Covid-19. *Revista Publicando*, 8(29), 13-20. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2176>

Zee, H. H. (2005). *Personal Income Tax Reform: Concepts, Issues, and Comparative Country Developments*. International Monetary Fund. <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/001/2005/087/article-A001-en.xml>

## Referencias Legales

Constitución de la República del Ecuador. (2008, 20 de octubre). Asamblea Constituyente. Registro Oficial 449.

Código Civil. (2005, 24 de junio). Congreso Nacional de la República del Ecuador. Codificación 10. Registro Oficial Suplemento 46.

Código de Comercio. (2019, 29 de mayo). Asamblea Nacional de la República del Ecuador. Registro Oficial Suplemento 497.

Código Tributario. (2005, 14 de junio). Congreso Nacional de la República del Ecuador. Codificación 9. Registro Oficial Suplemento 38.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2000, 10 de julio). Congreso Nacional de la República del Ecuador. Registro Oficial No 116

Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2001, 19 de marzo). Presidencia de la República del Ecuador. Decreto No 1314, Registro Oficial 287.

Ley de Régimen Tributario Interno. (2004, 17 de noviembre). Congreso Nacional. Registro Oficial  
Suplemento 463

Reglamento para Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno. (2010, 08 de junio). Presidencia de la  
República del Ecuador. Decreto Ejecutivo 374. Registro Oficial Suplemento 209

Ley Orgánica para el desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la pandemia del Covid-19 (2021,  
29 de noviembre). Asamblea Nacional. Registro Oficial Tercer Suplemento 587.

Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria. (2019, 31 de diciembre). Asamblea Nacional.  
Registro Oficial Suplemento 111

Reglamento a Ley Orgánica de Simplificación Progresividad Tributaria. (2020, 04 de agosto). Presidencia  
de la República del Ecuador. Decreto Ejecutivo 1114. Registro Oficial Suplemento 260

Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055. (2020, 04 de septiembre) Servicio de Rentas Internas.  
Registro Oficial 965

Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000053. (2020, 22 de agosto). Servicio de Rentas Internas.  
Registro Oficial 920

Resolución Nro. NAC-DGERCGC15-00000143 (2015, 28 de febrero). Servicio de Rentas Internas.  
Registro Oficial 448

Resolución Nro. NAC-DGERCGC17-00000335. (2017, 03 de julio). Servicio de Rentas Internas. Registro  
Oficial 27

RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC20-00000061. (2020, 30 de septiembre). Servicio de Rentas  
Internas. Registro Oficial 1100

Resolución NAC-DGERCGC18-00000433. (2018, 28 de diciembre). Servicio de Rentas Internas.  
Registro Oficial 396