



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA EL TÍTULO DE
INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA

TEMA:

“COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LAS RECAUDACIONES
TRIBUTARIAS DEL ECUADOR, PERIODO 2019”.

AUTOR:

ANGELO PATRICIO AMÁN HUACA

TUTOR:

MSC. VÍCTOR HUGO VÁSCONEZ SAMANIEGO

RIOBAMBA, ECUADOR. 2022

DERECHO DE AUTOR

Yo, Angelo Patricio Amán Huaca, con cédula de ciudadanía 1723832711, autor del trabajo de investigación titulado: **“COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LAS RECAUDACIONES TRIBUTARIAS DEL ECUADOR, PERIODO 2019”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.



Angelo Patricio Amán Huaca

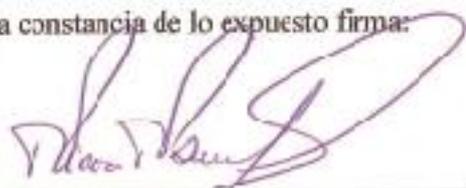
C.I: 1723832711

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de graduación del proyecto de investigación con el tema: **"COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LAS RECAUDACIONES TRIBUTARIAS DEL ECUADOR, PERIODO 2019"**, para la obtención del título de ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA presentado por el sr. Angelo Patricio Amán Huaca.

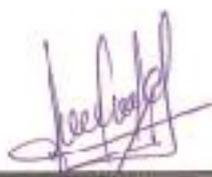
Una vez revisado el informe final del proyecto de graduación escrito en lo cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite el presente ejemplar original para uso y custodia de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firma:



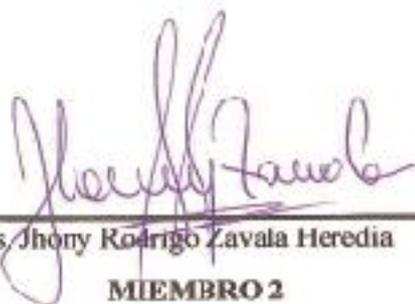
Mgs. Víctor Hugo Vásquez Samaniego

TUTOR



Mgs. Marco Antonio Moreno Castro

MIEMBRO 1



Mgs. Jhony Rodrigo Zavala Heredia

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

-Mi presente trabajo investigativo está dedicado en primer lugar al autor de la sabiduría nuestro maravilloso Dios, ya que con sus fuerzas se alcanzó el éxito en esta prestigiosa carrera.

-A mis padres de mi vida que con el sacrificio del día a día prevalecieron es su apoyo incondicional teniendo la visión que este sueño fuese alcanzado.

-A mi amada esposa; quién fue la ayuda idónea y la motivación fortificante en la continua lucha por obtener esta meta hecha realidad.

AGRADECIMIENTO

-Infinitamente agradezco a mi generoso Dios que me concede la bendición de ver hecho realidad es sueño tan anhelado.

-A mi mamita y a mi padre que gracias a la persistencia de sus oraciones he logrado alcanzar la herencia de la educación, mediante sus consejos que formaron para ser un hombre de bien.

-A mí amada esposa que siempre ha estado allí con su infinito apoyo y preeminencia de amor para ser muros inquebrantables logrando juntos el alcance de los éxitos.

-A mi prestigiosa UNACH que desde el principio supo abrirme las puertas de las oportunidades brindándome lo mejor de la educación.

-A mi emblemática carrera de contabilidad y auditoría CPA, que por sus sabios docentes me formaron en un perfil ético y profesional para ser un Ingeniero Contador Público y Autorizado.

ÍNDICE GENERAL

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Planteamiento del problema.....	13
1.1.1. El Problema	13
1.1.2. Justificación	14
1.2. Objetivos	15
1.2.1. General.....	15
1.2.2. Específicos.....	15
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Estado del arte.....	16
2.1.1. Antecedentes.....	16
2.2. Fundamentación Teórica.....	17
2.2.1. Comercio electrónico.....	17
2.2.2. Sistema tributario en Ecuador.....	23
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	29
3.1. Tipo de investigación	29
3.2. Método de investigación	29
3.3. Diseño de investigación	29
3.4. Técnicas de recolección de datos	30
3.5. Instrumentos de recolección de datos	30
3.6. Población de estudio	30
3.7. Tamaño de la Muestra.....	30
3.8. Hipótesis	31
3.9. Métodos de análisis y procesamiento de datos	31
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1. RESULTADOS.....	32
4.1.1. Recaudación tributaria en Ecuador (Recaudación del IVA)	32

4.1.2.	Ventas de Notebooks en Mercado Libre Riobamba - Ecuador	33
4.1.3.	Resultados de la encuesta	36
4.2.	DISCUSIÓN	47
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1.	CONCLUSIONES	48
5.2.	RECOMENDACIONES.....	49
	BIBLIOGRAFÍA	50
	ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2. E-commerce en Ecuador	21
Tabla 1-4: Ventas de Notebooks en Mercado Libre Riobamba - Ecuador.....	34
Tabla 2-4: IVA estimado de Notebooks vendidas en Mercado Libre Riobamba-Ecuador	35
Tabla 3-4: ¿Realiza ventas usted en la plataforma digital llamada Mercado Libre?.....	36
Tabla 4-4: ¿Usted ha vendido alguna Notebooks en el Mercado Libre Ecuador?	37
Tabla 5-4: ¿Cuál fue su forma de cobro por el artículo?	38
Tabla 6-4: ¿Usted cobró algún impuesto por la venta de Notebooks en Mercado Libre?	39
Tabla 7-4: ¿Cree usted que el cobro del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la comercialización dentro de plataformas digitales como Mercado Libre es importante para el Estado?.....	40
Tabla 8-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre Ecuador, actúa como agente de retención del impuesto al valor agregado (IVA)?	41
Tabla 9-4: ¿Durante el año 2019 usted considera un aumento de sus ventas de Notebooks?	42
Tabla 10-4: ¿Durante el año 2019 usted considera que hubo un aumento en sus compras de Notebooks?	43
Tabla 11-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus ventas de Notebooks en Mercado Libre?	44
Tabla 12-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus compras de Notebooks en Mercado Libre?.	45
Tabla 13-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre, determine en que rango estuvo su nivel de ventas de Notebooks durante el año 2019?	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Tipos de comercio electrónico según sus participantes.....	20
Figura 2-2: Panorama del e-commerce en Sudamérica (Ingreso de venta anual)	21
Figura 3-2: Componentes del Sistema Tributario ecuatoriano.....	23
Figura 1-4: Recaudación Tributaria (Enero – diciembre de cada año)	32
Figura 2-4: Una visión global de Mercado Libre Ecuador.....	33
Figura 3-4: Ventas de Notebooks en Mercado Libre Riobamba - Ecuador	34
Figura 4-4: ¿Realiza ventas usted en la plataforma digital llamada Mercado Libre? ...	36
Figura 5-4: ¿Usted ha vendido alguna Notebooks en el Mercado Libre Ecuador	37
Figura 6-4: ¿Cuál fue su forma de cobro por el artículo?	38
Figura 7-4: ¿Usted cobró algún impuesto por la venta de Notebooks en Mercado Libre?	39
Figura 8-4: ¿Cree usted que el cobro del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la comercialización dentro de plataformas digitales como Mercado Libre es importante para el Estado?.....	40
Figura 9-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre Ecuador, actúa como agente de retención del impuesto al valor agregado (IVA)?	41
Figura 10-4: ¿Durante el año 2019 usted considera un aumento de sus ventas de Notebooks?.....	42
Figura 11-4: ¿Durante el año 2019 usted considera que hubo un aumento en sus compras de Notebooks?	43
Figura 12-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus ventas de Notebooks en Mercado Libre?....	44
Figura 13-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus compras de Notebooks en Mercado Libre?.	45
Figura 14-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre, determine en que rango estuvo su nivel de ventas de Notebooks durante el año 2019?	46

RESUMEN

“COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LAS RECAUDACIONES TRIBUTARIAS DEL ECUADOR, PERIODO 2019”, es una investigación de enfoque cuantitativo, y cualitativo que partió desde la identificación del problema de estudio y la situación del país en razón económica y tributaria debido al comercio electrónico. El objetivo de la investigación fue analizar la venta de notebooks en la plataforma digital Mercado Libre Ecuador y su incidencia en la recaudación del impuesto al valor agregado durante el periodo 2019, con base en la información obtenida se definieron claramente los objetivos, por lo tanto, el estado del arte ayudo a afianzar los resultados que engloban características y conceptos relacionados con el tema de estudio e investigación. La población y la muestra fueron seleccionadas con base en la cantidad de comerciantes de la ciudad de Riobamba registrados en la plataforma “Mercado Libre” y dedicados a la venta de Notebooks; con ese contexto se buscó determinar cómo incide la evasión tributaria de esta actividad en relación con la recaudación del Impuesto al Valor Agregado. Los resultados permiten concluir que durante el 2019 los comerciantes de Riobamba vendieron 27860 Notebooks a través de Mercado Libre, lo que representó un total de 995224 USD, con una recaudación estimada total de 119426,88 USD, de los cuales sólo se recaudaron 35828,06 USD (30%) con una afectación en 83598,81 USD (70%) por evasión del Impuesto al Valor Agregado debido al proceso de compra venta en efectivo. Se recomienda fortalecer, capacitar y fomentar en los comerciantes de Riobamba que realizan sus ventas a través de plataformas digitales, la aplicación de herramientas y buenas prácticas en comercio electrónico a fin de generar una tributación efectiva y equitativa de este tipo de modelos de negocio.

Palabras claves: Comercio Electrónico, Economía Digital, Impuesto al Valor Agregado, Recaudación Tributaria, Mercado Libre, Notebooks.

ABSTRACT

"ELECTRONIC COMMERCE AND ITS IMPACT ON TRIBUTARY COLLECTIONS IN ECUADOR, PERIOD 2019", is a research of quantitative, and qualitative approach that started from the identification of the study problem and the situation of the country in economic and tax reason due to electronic commerce. The objective of the research was to analyze the sale of notebooks on the digital platform Mercado Libre Ecuador and its impact on the collection of value added tax during the period 2019, based on the information obtained, the objectives were clearly defined, therefore, the state of the art helped to strengthen the results that encompass characteristics and concepts related to the topic of study and research. The population and the sample were selected based on the number of traders in the city of Riobamba registered in the "Mercado Libre" platform and dedicated to the sale of Notebooks; with this context we sought to determine how tax evasion of this activity affects the collection of Value Added Tax. The results allow concluding that during 2019 Riobamba merchants sold 27860 Notebooks through Mercado Libre, which represented a total of 995224 USD, with a total estimated collection of 119426.88 USD, of which only 35828.06 USD (30%) were collected with an affectation in 83598.81 USD (70%) due to Value Added Tax evasion due to the cash purchase process. It is recommended to strengthen, train and encourage Riobamba merchants who make their sales through digital platforms, the application of tools and good practices in e-commerce in order to generate an effective and equitable taxation of this type of business models.

Key words: E-commerce, Digital Economy, Value Added Tax, Tax Collection, Free Market, Notebooks.



Reviewed by:
Mgs. Maritza Chávez Aguagallo
ENGLISH PROFESSOR
c.c. 0602232324

1. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La tributación en el Ecuador cumple con el objetivo fundamental de destinar los recursos necesarios para cubrir los gastos públicos a través del Presupuesto General del Estado (PGE), la necesidad de la tributación otorga al Estado un papel importante en la recaudación de los impuestos, por lo que los ciudadanos tributan para el bienestar social y la comercialización de bienes y servicios que sustentan el gasto público (PwC, 2020, p.5).

Los impuestos que existen en Ecuador gravan el consumo, la renta, las actividades económicas, la salida de divisas, la propiedad, entre otros; de los cuales los más comunes son el Impuesto a la Renta (IR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), Impuesto a la Salida de Divisas (ISD). Entre estos impuestos, el IVA se ha constituido en el principal instrumento de política tributaria del país, así como en una fuente importante de ingresos para el Estado. Desde 1993 hasta el año 2019, el impuesto al valor agregado es el tributo que más aportó a los ingresos, en el período 2018 – 2019 contribuyó con el 50% de los ingresos totales (Gutiérrez et al., 2020, p.70).

Durante la última década, el avance tecnológico ha llevado a que los usuarios que realizaban sus compras en persona, empiecen a usar plataformas digitales que permiten ahorrar tiempo y recursos al momento requerir u ofrecer un bien o servicio, pero se debe mencionar que, al existir diversos mercados electrónicos; es imposible que el estado regule y controle el adecuado desarrollo de la actividad económica, dificultando la formación de una correcta cultura tributaria.

En este contexto, la presente investigación analizará los riesgos y desafíos que el comercio electrónico representa para la tributación. Para ello, en primer lugar, se desarrollará el concepto de comercio electrónico, luego se analizará el comercio electrónico debido a la venta de notebooks en la plataforma digital Mercado Libre Ecuador y su impacto sobre la recaudación del impuesto al valor agregado (IVA), año 2019, describiendo y analizando las posibles influencias económicos/sociales que causaron este impacto, la metodología que se utilizará se basa en una investigación descriptiva y diseño no experimental, analítica, explicativa.

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. El Problema

Con el desarrollo de la ciencia y la tecnología, la tecnología representada por Internet y la comunicación moderna está cambiando gradualmente a toda la sociedad. Los métodos comerciales tradicionales y la tecnología avanzada de Internet crean una nueva forma de transacción (transacción de comercio electrónico). Si bien el comercio electrónico aporta eficiencia y riqueza a la sociedad humana, su crecimiento presenta un desafío abrumador para los enfoques tradicionales de las autoridades tributarias en materia de impuestos.

El comercio electrónico y la tributación representan una disyuntiva que actualmente enfrenta el Ecuador y demás países. Por un lado, el gobierno fomenta el crecimiento del comercio, el desarrollo de las actividades económicas, la aplicación de tecnologías de la información y las comunicaciones, la internacionalización de las empresas, etc.; por otro lado, el propio gobierno debe hacerse cargo de la recaudación tributaria que generan estas actividades a través de sus autoridades fiscales, especialmente aquellas actividades que se realizan en línea y pueden ser difícilmente controladas, convirtiéndose en un problema la inexistencia de mayores controles para el cumplimiento de la obligación tributaria.

Según (Agbo, 2020, p.80) el modelo de negocio de comercio electrónico tiene implicaciones fiscales como la desintermediación, el aumento de la magnitud de las transacciones transfronterizas y la digitalización de la información, lo cual dificulta la identificación del origen y el destino de las transacciones. Además, crean dificultades en la realización de auditoría, la verificación de las partes en las transacciones comerciales y la recaudación de impuestos. A diferencia de las actividades comerciales tradicionales donde los detalles de las transacciones, como el monto involucrado, las partes de la transacción y el lugar en el que se llevó a cabo la transacción se pueden rastrear fácilmente, el comercio electrónico se lleva a cabo principalmente en el ámbito virtual y sin fronteras.

Bajo estos antecedentes la presente investigación se basará en el estudio y análisis del comercio electrónico por la venta de notebooks en la plataforma digital Mercado Libre Ecuador y su impacto sobre la recaudación del impuesto al valor agregado (IVA) durante el año 2019.

1.1.2. Justificación

Si bien el comercio electrónico ha permitido optimizar actividades que se han vuelto vitales en esta nueva realidad como reducir costos, mejorar la transformación del proceso productivo generado por la tecnología, realizar eficientemente la subcontratación, optimizar la adquisición electrónica y el comercio en línea; según (Chong, 2019, p.11) este avance en la economía digital no ha ido acorde con las legislaciones y regulaciones jurídicas, pues son evidentes los vacíos legales que afectan a la sociedad en general. Desde la creación del comercio electrónico, se ha debatido mucho sobre sus consecuencias en la tributación, especialmente, en lo que se refiere a la identificación de la ubicación de las rentas, los receptores, el valor y la naturaleza correspondiente a la actividad económica. En tal sentido, determinar el nexo entre la transacción y el tributo, continúa siendo elemento importante en la recaudación fiscal de cualquier país y, de esta manera evitar, la doble imposición y la evasión o la defraudación fiscal.

Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), las transacciones de comercio electrónico del año 2019 fueron de 24 millones, creciendo en un 42% en comparación con el año 2018. Este crecimiento significa que, en nuestro país, las transacciones de este tipo ascienden a 1.648 millones de dólares (Pazmiño, 2020, p.5). A pesar de que el comercio electrónico, se encuentren en desarrollo y en un creciente aumento en nuestro país, el estudio de la CECE evidencia que los beneficiarios de los ingresos generados por las adquisiciones a través de canales electrónicos corresponden a portales internacionales.

Mercado Libre se encuentra entre las plataformas digitales de mayor uso en Ecuador, en una plataforma electrónica dedicada a la venta de bienes y servicios, al ser una plataforma gratuita los usuarios pueden comercializar bienes de forma informal, pues

carece de un debido control tributario continuo y permanente sobre cada una de las transacciones registradas.

Con base en estas consideraciones, la presente investigación busca determinar la incidencia que causó una evasión tributaria debido a la venta de notebooks en Mercado Libre Ecuador de la ciudad de Riobamba, mediante la investigación y el uso de datos cuantitativos y cualitativos; dicha comercialización se realiza por medios electrónicos sin generar un impuesto para el estado, mismo que impacta en la recaudación de IVA. Este trabajo buscará demostrar el impacto tributario que ha marcado venta de notebooks a través de la plataforma digital Mercado Libre Ecuador de la ciudad de Riobamba.

1.2. Objetivos

1.2.1. General

Analizar el comercio electrónico y su incidencia en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado durante el periodo 2019.

1.2.2. Específicos

- Estudiar fundamentos teóricos que permitan una mejor comprensión del comercio electrónico y la recaudación tributaria en Ecuador.
- Analizar la evasión tributaria en Mercado Libre Ecuador por la venta de notebooks y su impacto en la recaudación del impuesto al valor agregado durante el año 2019.
- Evaluar el comportamiento de las variables que explican el impacto del comercio electrónico por la venta de notebooks sobre la recaudación del IVA en el Ecuador durante el año 2019.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

2.1.1. Antecedentes

Dentro de las investigaciones anteriores en relación a la temática de investigación el comercio electrónico y su impacto en las recaudaciones tributarias del Ecuador, se encontraron, las consideraciones siguientes:

Reyes (2018) en su trabajo de investigación “Impacto del comercio electrónico en las recaudaciones tributarias en el Ecuador” analizó si el incremento de las transacciones comerciales por medio del comercio electrónico mejora las recaudaciones tributarias en el Ecuador, aplicando los métodos Deductivo – Inductivo y Analítico – Sintético, una vez realizada la investigación desde fuentes confiables y artículos académicos, aplicaron encuestas y entrevistas a usuarios del comercio electrónico y las diversas transacciones que se generan; la encuesta se realizó en agencias del banco en la ciudad de Guayaquil. Para el procesamiento de los datos se utilizó el software Excel, generando tablas y figuras estadísticas.

Sus resultados evidencian que el comercio electrónico ha beneficiado a las transacciones comerciales en Ecuador, pero este incremento no necesariamente se ha visto reflejado en beneficio social por medio de la recaudación de impuestos. Esto debido a que la legislación o administración tributaria no tiene la misma intensidad de avance que el desarrollo del comercio electrónico ha logrado, por tanto, no se ha generado cambios significativos en las leyes que regulen de mejor manera las transacciones comerciales que generan rentas por este medio para la recaudación de tributos (Reyes, 2018, p.75).

Por otro lado, Quintero, (2019) en su trabajo de investigación “Análisis del crecimiento del comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador”, cuyo objetivo fue determinar el avance del comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador. La metodología consistió en una investigación bibliográfica documental y la aplicación de los métodos analítico sintético,

como instrumento para el contraste de los datos y posteriores análisis. Sus resultados informan que existe un problema en las políticas fiscales del estado que fueron creadas en el año 2002, época en donde el comercio electrónico no estaba en auge y por lo tanto sus volúmenes de ventas eran relativamente bajos, también indican que existe un alto grado de crecimiento de emprendimientos que se dedican al comercio electrónico afectando directamente la economía del Ecuador, mediante la evasión de impuestos.

Almachi, (2020) en su investigación “Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo” analiza el efecto que existe en la recaudación de los impuestos directos e indirectos por la importación de los servicios digitales a nivel mundial, en América Latina y en el Ecuador, puesto a que las plataformas digitales al no encontrarse dentro del territorio nacional, no han podido ser reguladas con la normativa legal vigente por lo tanto el gobierno ecuatoriano no puede exigir el cumplimiento tributario dentro del país.

Su propósito principal era conocer el impacto económico en el sistema tributario, para ello desarrollan un estudio cuantitativo y cualitativo; aplicando una investigación descriptiva y documental basada en bibliografía y utilizando bandos de datos proporcionados por entidades de control mundiales y una entrevista al Servicio de Rentas Internas. Los resultados demuestran un efecto negativo en la recaudación y evasión de impuestos perjudicando a los ingresos de la nación. La conclusión principal en la investigación es la necesidad de crear una ley que regule y aplique impuestos a los servicios digitales ofrecidos por las plataformas situadas en el exterior. En Ecuador el comercio electrónico tiene un efecto negativo en la recaudación del 12% de IVA y del impuesto a la renta de no residentes al no contar con una legislación que detalle sobre la recaudación de los impuestos a las plataformas tecnológicas (Almachi, 2020, p.81).

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Comercio electrónico

El comercio electrónico, también conocido como e-commerce o comercio por Internet, se refiere a la compra y venta de bienes o servicios a través de una plataforma

electrónica o el Internet y la transferencia de dinero y datos para ejecutar estas transacciones (PwC, 2020).

El comercio electrónico se usa a menudo para referirse a la venta de productos físicos en línea, pero también puede describir cualquier tipo de transacción comercial que se facilite a través de Internet. Su esencia es la forma directa o indirecta de comercio de bienes, divisas y servicios basada en redes digitales. En términos generales, el comercio electrónico se refiere a la aplicación de tecnología electrónica y de la información para actividades económicas y comerciales. Incluye no solo las transacciones de bienes o negocios a través de Internet, sino también el uso de computadoras, teléfonos, faxes y redes, que son todo tipo de actividades comerciales que se realizan a través de diversos medios electrónicos (Li, 2018, p. 2257).

2.2.1.1. Clasificación de comercio electrónico

El comercio electrónico ha experimentado diversos cambios en el proceso de desarrollo. Según diferentes criterios de clasificación, el comercio electrónico se puede dividir en diferentes categorías (Li, 2018, p. 2258).

De acuerdo con los diferentes modos de operación de las actividades comerciales:

El comercio electrónico puro: se refiere al comercio electrónico que se puede realizar en la red a través de todo el proceso comercial, como el flujo de información y el flujo de capital durante el proceso de transacción (Li, 2018, p. 2258).

El comercio electrónico parcial se refiere al comportamiento o proceso de la transacción que necesita depender de algunos factores externos para completar la transacción completa, y no puede depender únicamente de la red para completarla (Li, 2018, p. 2258).

De acuerdo con el alcance de la red de información de las transacciones electrónicas:

El comercio electrónico local: se refiere a las actividades de comercio electrónico realizadas por ambas partes en el área local y ambas partes utilizarán la red de información local. Por tanto, el alcance geográfico de la transacción es pequeño (Li, 2018, p. 2258).

El comercio electrónico nacional remoto: se refiere a las actividades de comercio electrónico en línea realizadas en el país, en lugar de en el área local. Los requisitos de hardware, software y tecnología son más exigentes y el alcance geográfico de las transacciones es relativamente grande (Li, 2018, p. 2258).

El comercio electrónico global: se refiere a las actividades de comercio electrónico realizadas a través de Internet a escala global. Su contenido empresarial es complejo (Li, 2018, p. 2258).

En términos del contenido de las actividades de comercio electrónico:

El comercio electrónico directo: se refiere a una actividad de transacción en la que un comerciante no necesita transferir bienes o servicios intangibles a través de un formulario material o un paquete específico, transmitiendo directamente los productos o servicios digitalizados a los consumidores en línea y cobrando una tarifa determinada (Li, 2018, p. 2259).

El comercio electrónico indirecto: se refiere a las transacciones de productos físicos realizadas en línea. Sin embargo, lo que interviene en transacciones en línea solo puede ser pedido, pago o servicio postventa parcial. Solo acelera la circulación de bienes o fondos a través de Internet, pero es esencialmente una forma tradicional de comercio.

Dependiendo de quién esté involucrado en la transacción, las actividades de comercio electrónico incluyen entre empresas (B2B), de empresa a consumidor (B2C), de empresa a gobierno (B2G), de consumidor a consumidor (C2C), entre otros (Zambrano et al., 2021, p.14), como describe en la siguiente figura.



Figura 1-2: Tipos de comercio electrónico según sus participantes

Fuente: Adaptado de Zambrano et al., (2021, p.14).

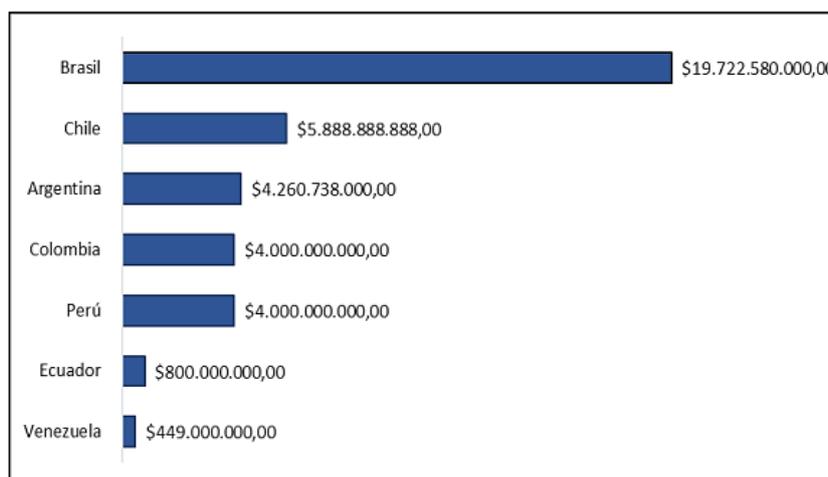
2.2.1.2. El comercio electrónico en Ecuador

Fomentar el uso de las TIC en el comercio, a nivel doméstico y en el ámbito de los negocios internacionales en Ecuador es considerado como un desafío. Algunas instituciones como la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en conjunto con el E-commerce Institute, han efectuado eventos como el denominado ecommerce Day Ecuador, el cual se realiza también en otros países, con el objetivo de divulgar la importancia y beneficios que brinda la economía digital a nivel de empresas, creando de esta manera cierto nivel de reflexión en relación al poder e impacto que representan la internet y las nuevas tecnologías en el mercado actual (Ecommerce Day, 2018; citado en Rodríguez et al., 2020, p. 106).

Ecuador ocupa el quinto puesto a nivel de Sur América entre los países con mayor uso de Internet. Las estadísticas de la Superintendencia de Bancos (2019) reflejan los registros positivos que Ecuador ha mostrado en los últimos periodos con actividades vinculadas al comercio electrónico, en el mejor de los escenarios están las categorías C2C o B2C que por lo general se tratan de operaciones comerciales entre consumidores o entre empresa y consumidor final. A continuación, en la figura 2-2, se presentan las cifras respecto al panorama del e-commerce en Sudamérica (Ingreso de venta anual) y en la

tabla 1-2 se detalla la actividad que ha tenido Ecuador en el comercio electrónico, tanto en portales nacionales como internacionales (Rodríguez et al., 2020, p. 107).

Figura 2-2: Panorama del e-commerce en Sudamérica (Ingreso de venta anual)



Fuente: Adaptado de Linio (2019); citado en Rodríguez et al., (2020, p. 107).

Tabla 1-2: E-commerce en Ecuador

Año	Compra – venta en portales nacionales (%)	Compra en portales internacionales (%)
2016	16	83
2017	13	87
2018	13	88
2019	11	89

Fuente: Adaptado de observatorio de e-commerce de la Universidad Espíritu Santo (2019); citado en Rodríguez et al., (2020, p. 106).

Partiendo de la información presentada en la tabla 1-2, se evidencia que el e-commerce de Ecuador gira entorno a compras en portales internacionales. Las tipologías de comercio electrónico que más usa Ecuador ayudan al fortalecimiento de un sistema comercial basado en las TICs, es muy poco probable que generen beneficios directos a nivel de país, ya que en dichas categorías generalmente intervienen mercancías importadas, desaprovechando la oportunidad de manejar el e-commerce como herramienta orientada a la exportación de productos nacionales (Pesántez et al., 2020, p. 82).

2.2.1.3. Características del comercio electrónico

Comparado con la forma tradicional de transacción, el comercio electrónico tiene sus propias características, y son estas características las que hacen que el comercio electrónico se desarrolle rápidamente a escala global (Li, 2018, p. 2260).

- ***Virtualización de transacciones***

La naturaleza virtual de las transacciones se refleja en todos los aspectos de la transacción, como la virtualización de entidades, la virtualización de sitios de transacciones y bienes transaccionales, la virtualización de servicios. En particular, el comercio electrónico puro, desde la búsqueda de información, la consulta, la negociación, el pago hasta la entrega de bienes y el servicio postventa, se llevan a cabo en un entorno de red virtual. La virtualización de bienes y servicios se refleja en la digitalización de productos y la forma electrónica de liquidación (Li, 2018, p. 2260).

- ***Bajo costo de transacción***

Desde el punto de vista del vendedor, la transacción se basa en el entorno virtual. No requiere un lugar fijo de exhibición de productos como las actividades comerciales tradicionales, tampoco necesita usar comprobantes de venta en papel. Por lo tanto, los costos de transacción se pueden reducir de manera efectiva. Para el comprador, obtener información de compra y completar transacciones a través de Internet puede ahorrarle tiempo y costos de capital de manera efectiva (Li, 2018, p. 2261).

- ***Eficiente y conveniente***

El comercio electrónico permite a los productores y usuarios comunicarse y comerciar a través de la red en la mayor medida posible, lo que puede minimizar los vínculos intermedios de las actividades comerciales y mejorar la eficiencia de las transacciones (Li, 2018, p. 2261).

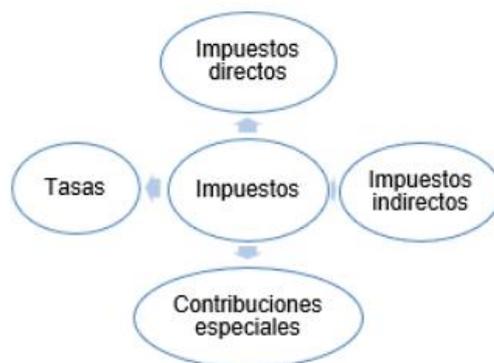
- **Escala global de la transacción**

La globalización de Internet conduce a una mayor escala del mercado de comercio electrónico. Los compradores pueden encontrar los bienes o servicios que necesitan en todo el mundo. Los vendedores también pueden llevar bienes y servicios a todas partes del mundo a través de Internet (Li, 2018, p. 2262).

2.2.2. Sistema tributario en Ecuador

En el Ecuador, de acuerdo con la Constitución de la República que rige desde el año 2008, en su artículo 300 se menciona que: El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria (Gutiérrez et al., 2020, p.69). Por consiguiente, la normativa prioriza los impuestos directos y progresivos que se muestran en la figura 3-2.

Figura 3-2: Componentes del Sistema Tributario ecuatoriano



Fuente: Adaptado de SRI, 2019; citado en Brito et al., (2020,p. 123)

Pero es conveniente mencionar que, dentro del ordenamiento jurídico del Ecuador, no existe ningún tipo impositivo relacionado con el comercio electrónico, ni tampoco se han realizado estudios para aplicar exoneraciones especiales a los contribuyentes que desarrollan este tipo de actividad y que se relacionan con los tipos impositivos vigentes en el régimen tributario. Los impuestos que existen dentro del Ecuador gravan el consumo, la renta, las actividades económicas, la salida de divisas, la propiedad, entre otros; de los cuales los más comunes son los siguientes: Impuesto a la Renta (IR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) (Gutiérrez et al., 2020, p.70).

Los impuestos en función de sus características y finalidades se clasifican en diferentes tipos, aplicados a nivel nacional o municipal, entre los más significativos están los impuestos directos e indirectos y su correspondiente sub clasificación (Brito et al., 2020,p.123).

a) Impuestos directos

Los impuestos directos son tributos designados por el reglamento jurídico, sin la posibilidad de transferirlos a una tercera persona; son impuestos que las personas deben pagar por ingresos que perciben o por determinadas situaciones (Pallo, 2015; citado en Brito et al., 2020,p. 123).

Se denominan impuestos directos porque gravan de forma directa la renta de los contribuyentes, varían dependiendo de la condición económica y de los ingresos de las entidades que realizan actividades en el país (Brito et al., 2020,p. 123).

De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (SRI) en el Ecuador se estableció los siguientes impuestos directos:

- Impuesto a la renta (IR)
- Impuestos a vehículos motorizados y transporte de carga
- Impuesto a la salida de divisas Impuestos a los activos en el exterior
- Impuestos a las tierras rurales

El Impuesto a la renta (IR) es un tributo relacionado con los ingresos globales que perciben las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales y extranjeras. Este se calcula sobre la renta generada por actividades económicas en general, e inclusive por ingresos gratuitos percibidos durante un año, luego de la deducción de costos y gastos incurridos para generar estas rentas (Andrade, et al, 2014; citados en Brito et al., 2020,p. 125).

De este modo, la declaración del impuesto es una obligación ineludible, para todas las personas que ejecuten una actividad comercial, sin embargo, quedan exentas las personas que manejan un presupuesto o perciben ingresos menores a los que indique el

SRI. En este grupo, se encuentran los profesionales, comisionistas, artesanos, quienes están obligados a llevar un registro de ingresos y egresos para calcular la renta imponible (Brito et al., 2020,p. 125).

Mediante la vigencia de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria (2019) se generaron cambios en cuanto al impuesto a la renta, como la eliminación del anticipo a partir del año 2020, ahora bien, los sujetos que deseen podrán hacer el pago de forma voluntaria y constituirá crédito tributario para el pago del impuesto (Brito et al., 2020,p. 127).

b) Impuestos indirectos

Además, están los impuestos indirectos que recaen sobre los consumidores de los productos o servicios gravados y también por los productores o comerciantes que utilicen en el desarrollo de las actividades bienes gravados (Garzón et al, 2018: citados en Brito et al., 2020,p. 128). Según el SRI entre los impuestos indirectos están:

- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Impuesto redimible a las botellas plásticas no retornables
- Impuesto a los consumos especiales (ICE)

El impuesto al valor agregado (IVA), es aquel que grava sobre el valor de transferencia de dominio local o las importaciones de bienes muebles en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados. Las personas y sociedades que hagan trasferencias deben pagar este impuesto, las tarifas vigentes en el país son el 0% y 12 %, utilizados para bienes y servicios (SRI, 2020; citado en Brito et al., 2020,p. 128).

Los sujetos pasivos del IVA están en la obligación de declarar el impuesto de las actividades mensuales o semestrales, cuando se ejecuten operaciones con tarifa cero o que no graven este impuesto. La declaración y pago deberá ejecutarse según la fecha y el noveno dígito del RUC. Con respecto al impuesto a los consumos especiales ICE, grava a los bienes nacionales o importados, es cancelado por las personas naturales, importadores o sociedades fabricantes del bien gravado con el impuesto (SRI, 2020; citado en Brito et al., 2020,p. 128).

2.2.2.1. Principales problemas en la tributación del comercio electrónico

En el año 2013, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) adoptó la iniciativa para evitar la erosión de bases imponibles y el traslado de beneficios, la primera acción del plan corresponde al análisis y medidas para contrarrestar los retos tributarios que se presentan por efectos de la transformación digital de los negocios. En este sentido, se han identificado varios retos relacionados a la aplicabilidad de los principios tradicionales de tributación internacional, la erosión de bases imponibles y el traslado de beneficios por efectos de un negocio digital, así como respecto a la aplicación de impuestos directos e indirectos dentro de una economía de estas características (Pazmiño, 2020, p.10).

En lo principal, el comercio electrónico trae retos respecto de la erosión de bases imponibles y el traslado de beneficios, entendiéndose por esto, a los efectos impositivos que tienen las estructuras societarias complejas que buscan utilizar algunas normativas o sistemas tributarios de ciertas jurisdicciones para tener una carga impositiva menor o inexistente. Así, las empresas con operaciones digitales a nivel transnacional de forma regular se domicilian en este tipo de jurisdicciones, sin presencia física alguna o nexo que las vincule a las jurisdicciones donde realizan sus operaciones u obtienen sus ingresos por medio de canales digitales (Pazmiño, 2020, p.13).

Este tipo de estrategias, a la luz de los principios de la tributación internacional, permiten que estos modelos de negocio no tengan una tributación efectiva sobre las transacciones comerciales que realizan, situación que deriva en retos y riesgos para las Administraciones Tributarias en la imposición y recaudación tanto de impuestos directos como indirectos (Pazmiño, 2020, p.13).

Dentro del análisis de impuestos directos, el reporte final de la OCDE estableció que el principal riesgo en este tipo de impuestos es la dificultad de tributación en el país en el que ocurre la transacción por la falta de presencia física de la empresa, inexistencia de imposición por medio de retenciones en la fuente, imposición nula o muy baja en el domicilio de la empresa y en el de los beneficiarios finales (OCDE, 2015; citado en (Pazmiño, 2020, p.15).

Adicionalmente, otro reto fundamental de la tributación del comercio electrónico es la forma en cómo los estados pueden exigir el cobro de los tributos sobre los sujetos de este tipo de modelos de negocio, pues al no tener presencia física la exigibilidad de los tributos se vuelve difícil de implementar (Pazmiño, 2020, p.16).

Por otro lado, también se han identificado riesgos en la aplicación de impuestos indirectos, así, por ejemplo, en la aplicación del impuesto al valor agregado en las transacciones comerciales por adquisición de bienes, servicios o intangibles; situación que cobran menor dificultad por la naturaleza de dicho impuesto y que han sido abordados por la legislación ecuatoriana (Pazmiño, 2020, p.17).

2.2.2.2. Situación de la tributación del comercio electrónico en Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador ha establecido que el régimen tributario se regirá por varios principios, entre ellos, el de equidad. A criterio de la OCDE, este principio es fundamental al momento del desarrollo de la política y normativa tributaria como a efectos de contrarrestar aquellos riesgos que genera la economía digital en los regímenes fiscales (Pazmiño, 2020, p.20).

Así, la OCDE (2015) ha establecido que la equidad dentro de su análisis sobre economía digital tiene una trascendental incidencia pues se debe entender que aquellos contribuyentes que se encuentren en circunstancias similares deberán tener carga tributaria similar. En este sentido, aquellos agentes económicos que realizan actividades a través de medios tecnológicos deberían tributar en igual forma que aquellos que lo realizan a través de otro tipo de medios con presencia física (Pazmiño, 2020, p.20).

La normativa tributaria ecuatoriana no ha presentado mayor desarrollo frente a la tributación de la economía digital, en particular, en cuanto a impuestos directos como el impuesto a la renta. Sin perjuicio de esto, a finales de 2019 por medio de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria se reformó la Ley de Régimen Tributario interno incluyendo como parte del hecho generador del Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales (Pazmiño, 2020, p.20).

Ahora bien, cabe analizar si las soluciones de la OCDE serían aplicables bajo el marco normativo ecuatoriano; si la legislación ecuatoriana, respecto de impuesto a la

renta de sociedades, tiene algún mecanismo normativo a efectos de absolver aquellos retos de la tributación de los modelos de negocio digitales; y, por último, qué otras opciones tendrían el Ecuador para ejercer un mayor control (Pazmiño, 2020, p. 25).

Es preciso recordar que el riesgo principal que trae la economía digital es la erosión de bases imponibles y el traslado de beneficios pues dichos modelos de negocio, por las características antes expuestas, suelen generar una tributación nula o a tasas mínimas; situación que deviene en retos adicionales respecto a cómo determinar la jurisdicción que tiene el derecho para someter a imposición la renta y bajo qué mecanismos por la falta de presencia física de los agentes económicos. La OCDE planifica tener una solución consensuada a finales del 2020, la cual establecerá nuevas reglas que permitirán determinar la jurisdicción que tiene el derecho para ejercer su potestad tributaria, así como nuevas reglas para establecer el nexo entre el agente económico y la jurisdicción. Éstas modificarán las reglas tradicionales, en lo principal, eliminando la presencia física en la jurisdicción como elemento necesario. Sin perjuicio de esto, se debe considerar que, si bien la normativa de la OCDE tiene efectos vinculantes a nivel internacional, Ecuador no es miembro de dicha organización y por tanto las directrices emitidas de manera general no son vinculantes para nuestro país, sino solo referenciales (Pazmiño, 2020, p. 27).

A pesar de esto, es claro que las directrices que la OCDE emita respecto a la tributación de la economía digital serán aplicables para los países miembros⁸ y conllevarán modificaciones al Modelo de Convenio Tributario sobre la Renta y sobre el Patrimonio, lo cual generará un efecto dominó pues los países miembros se verán de igual forma en la necesidad de modificar o incluir las provisiones correspondientes en los convenios para evitar la doble tributación suscritos bilateralmente (Pazmiño, 2020, p. 30).

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Mixto: la investigación se enfocó en un análisis cuantitativo y cualitativo, misma que inició con el estudio mediante encuesta de los comerciantes dedicados a la venta de notebooks en Mercado Libre Ecuador del cantón Riobamba y datos obtenidos mediante la plataforma nubimetrics respecto a las ventas de notebooks realizadas en la plataforma digital para el año 2019.

Documental: se utilizaron documentos, revistas, leyes, códigos y demás normativas vigentes para poder comprender con mayor precisión las políticas tributarias establecidas en relación al comercio electrónico, también se definieron los términos básicos de la investigación.

Descriptiva: se realizó una descripción de las situaciones y eventos que surgieron durante el periodo de estudio, en esta etapa, se realizó una descripción y análisis de cada una de las variables de la investigación.

3.2. Método de investigación

El método aplicado en la presente investigación fue el inductivo, método que utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos, datos válidos, para llegar a conclusiones, de carácter general, para describir las características acerca de la aplicación del comercio electrónico por la venta de notebooks en Mercado Libre Ecuador y examinar su incidencia en la recaudación del IVA, período 2019.

3.3. Diseño de investigación

Por las características de la investigación su diseño fue no experimental, puesto que el proceso investigativo no manipuló ninguna de las variables; es decir, el problema fue investigado, tal como se presenta en su contexto.

3.4. Técnicas de recolección de datos

Técnica de observación: Se utilizó esta técnica ya que se observaron datos bibliográficos del problema planteado, es decir la realidad de la relación de las variables.

Encuesta: es una técnica e instrumento de recolección de datos la cual permite recaudar datos de acuerdo a pensamientos y opiniones de diversos individuos. Por lo tanto, se aplicó a toda la muestra enfocada al comercio de Notebooks en la plataforma Mercado Libre en la ciudad de Riobamba, Ecuador, para de esa forma obtener los datos que sustentaron la investigación y los resultados.

3.5. Instrumentos de recolección de datos

Base de datos: se recopiló de forma detallada los ingresos generados por las ventas de notebooks realizadas en la plataforma Mercado Libre en Riobamba, Ecuador en el período 2019. Los mismos datos se obtuvieron de fuentes como Nubimetrics.

Cuestionario: es una técnica e instrumento de recolección de datos que está compuesta por varias preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información directamente de los involucrados en el comercio de notebooks en la plataforma Mercado Libre Ecuador de Riobamba.

3.6. Población de estudio

La población se determinó a partir de los vendedores registrados en Mercado Libre Ecuador y dedicados a la comercialización de notebooks a través de la plataforma, misma que contó para el periodo de estudio con un total de 345 vendedores de la ciudad de Riobamba.

3.7. Tamaño de la Muestra

Partiendo de una población investigativa muy representativa es necesario determinar el tamaño de la muestra de forma estratificada, para la presente investigación el tamaño de la muestra se calculó y determinó trabajar con un número de 100 vendedores residentes en la ciudad de Riobamba.

Fórmula de cálculo:

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

Tabla 1-3: Tamaño de la muestra

Tamaño de población	N	345
Nivel de confianza (95%)	Z	1,96
Probabilidad de éxito	p	100%
Probabilidad de error	q	5%
Tamaño de muestra	n	100

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

3.8. Hipótesis

El comercio electrónico en la plataforma digital Mercado Libre incidió en la recaudación tributaria del impuesto al valor agregado del Ecuador, periodo 2019.

3.9. Métodos de análisis y procesamiento de datos

El análisis de los datos es el procedimiento que realiza el investigador para la interpretación de los datos obtenidos con el objetivo de determinar un análisis de dicha información. Para la presente investigación las técnicas y procedimientos fundamentales fueron:

Análisis Cuantitativo: hace relación a la cantidad y es necesaria en la investigación ya que se trabajó con valores cualitativos por los niveles cuantitativos en evasión tributaria y se determinó estadísticas descriptiva y diferencial por el uso de cuadros, gráficos y tablas.

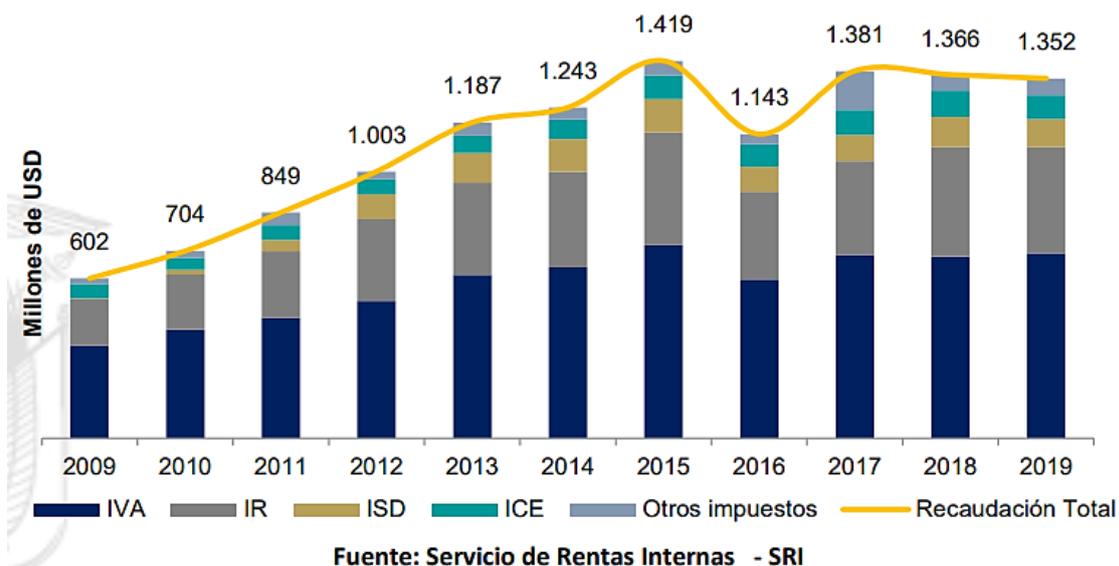
Análisis Cualitativo: hace relación a lo cualitativo y es necesaria en la presente investigación ya que se trabajó con las respuestas que proporcionaron los comerciantes de Riobamba dedicados a la venta de notebooks en la plataforma digital Mercado Libre y se lo describe en forma de texto.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Recaudación tributaria en Ecuador (Recaudación del IVA)

Figura 1-4: Recaudación Tributaria (Enero – diciembre de cada año)



Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019, p.9).

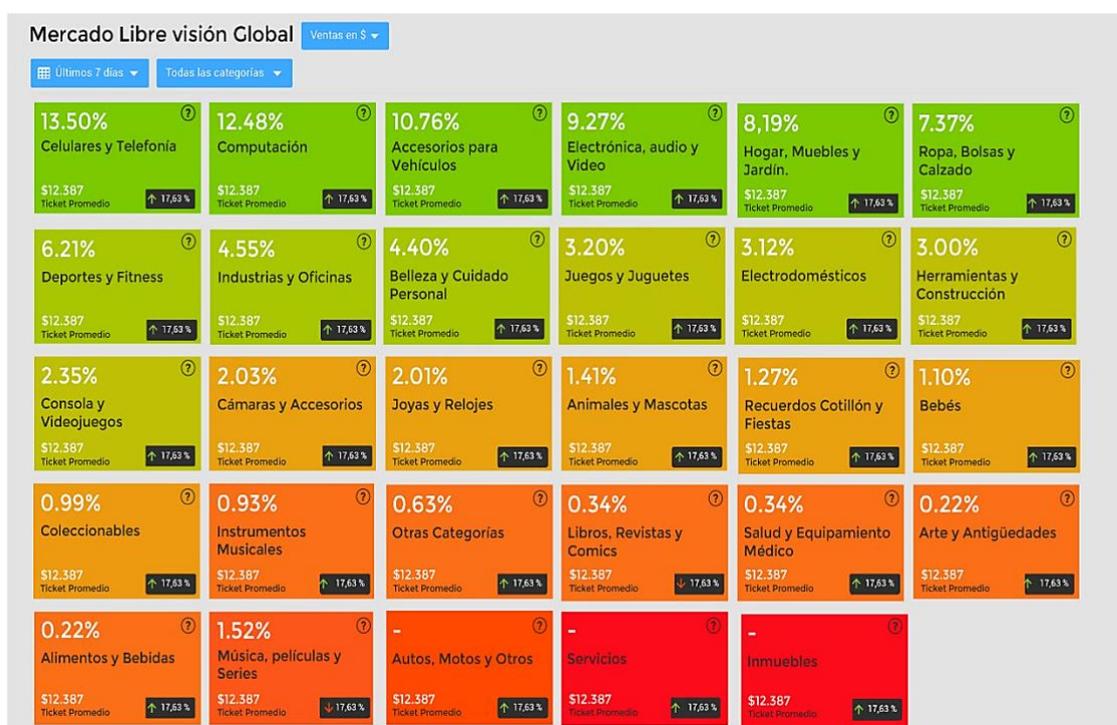
La recaudación tributaria en el año 2019 presentó un decrecimiento interanual desde 1.366 a 1352 millones de USD, según el Servicio de Rentas Internas corresponde a una disminución del 6%. Sin embargo, el SRI aclara que esta reducción contempla valores ocasionales tales como: i) la remisión tributaria por USD 1.103 millones; y, ii) laudos arbitrales por USD 151,9 millones realizados en el 2018. Cuando se excluye del

análisis las recaudaciones ocasionales se observa que la recaudación tributaria en el 2019 incrementó en 2,9% frente al 2018.

Adicionalmente el Ministerio de Economía y Finanzas en su informe de rendición de cuentas para el año 2019 revela que los impuestos indirectos tienen una participación de 53% mientras que los impuestos indirectos el 47% dentro de los impuestos totales. En los impuestos indirectos, se destaca los incrementos del IVA de operaciones internas con USD 190 millones adicionales a la recaudación registrada en el mismo periodo del 2018.

4.1.2. Ventas de Notebooks en Mercado Libre Riobamba - Ecuador

Figura 2-4: Una visión global de Mercado Libre Ecuador



Fuente: (Nubimetrics, 2019).

En la figura 2-4 se representan las ventas de todas las categorías de ventas en Mercado Libre Ecuador y evidencia cual fue el crecimiento mensual de cada categoría para el año 2019. Según la plataforma Nubimetrics, una herramienta que analiza la información sobre Mercado Libre, para el caso de venta de Notebooks (categoría de computación), con un 12,48% ocupa la segunda categoría de los productos más vendidos luego de Celulares y Telefonía que ocupa el primer lugar con un 13,50%.

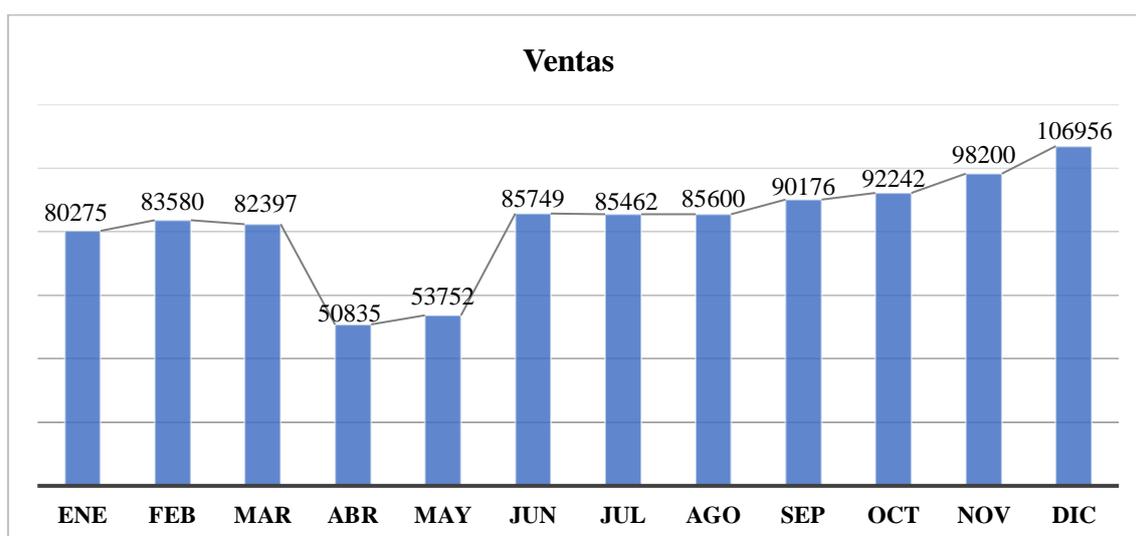
Tabla 1-4: Ventas de Notebooks en Mercado Libre Riobamba - Ecuador

Mes	Ventas	Notebooks Vendidos	Precio Promedio	Publicaciones	Participación Mercado
Enero	80275	2157	563,75	1256	8,59
Febrero	83580	2445	685,00	1569	9,12
Marzo	82397	2291	699,37	1326	8,97
Abril	50835	992	544,79	968	7,13
Mayo	53752	1008	503,52	986	7,26
Junio	85749	2370	543,32	1596	9,23
Julio	85462	2366	607,72	2569	9,21
Agosto	85600	2469	560,00	1486	9,25
Septiembre	90176	2544	640,99	1568	10,29
Octubre	92242	2559	670,24	1693	11,94
Noviembre	98200	2938	760,00	2538	12,01
Diciembre	106956	3721	836,56	3500	12,45
Total	995224	27860	634,61	21055	9,62

Fuente: Nubimetrics.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 3-4: Ventas de Notebooks en Mercado Libre Riobamba - Ecuador



Fuente: Nubimetrics.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

El Mercado Libre Ecuador es un mercado electrónico dedicada a la venta de bienes y servicios, entre los bienes comercializados se encuentra la subcategoría de Notebooks, ya que es una herramienta gratuita los usuarios comercializan dichos bienes de forma informal sin un debido control tributario, de acuerdo a datos obtenidos mediante la plataforma Nubimetrics durante el año 2019 en la plataforma Mercado Libre Ecuador de la ciudad de Riobamba se vendieron 27860 Notebooks.

4.1.2.1. Cálculo del Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Tabla 2-4: IVA estimado de Notebooks vendidas en Mercado Libre Riobamba-Ecuador

Mes	Ventas	Notebooks Vendidos	Precio Promedio	IVA promedio	IVA Total
Enero	80275	2157	563,75	67,65	9633,00
Febrero	83580	2445	685,00	82,20	10029,60
Marzo	82397	2291	699,37	83,92	9887,64
Abril	50835	992	544,79	65,37	6100,20
Mayo	53752	1008	503,52	60,42	6450,24
Junio	85749	2370	543,32	65,19	10289,88
Julio	85462	2366	607,72	72,92	10255,44
Agosto	85600	2469	560,00	67,20	10272,00
Septiembre	90176	2544	640,99	76,92	10821,12
Octubre	92242	2559	670,24	80,43	11069,04
Noviembre	98200	2938	760,00	91,20	11784,00
Diciembre	106956	3721	836,56	100,38	12834,72
Total	995224	27860	634,61	76,15	119426,88

Fuente: Nubimetrics.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Durante el año 2019 la comercialización de Notebooks en Mercado Libre Ecuador en la alcanzó las 27860 unidades, de las cuales solo el 35,25% cobraron impuesto y el 64,75% se vendieron de forma directa sin pagar un impuesto. La venta total para el año 2019 fue de 995224 USD y solo 298567,20 USD (30%) pagó un impuesto y 696656,80 (70%) no pagó un impuesto. En relación al IVA por la venta total de 995224 USD se estima una recaudación de 119426,88 USD, de los cuales sólo se recaudaron 35828,06 USD (30%) con una evasión de 83598,81 USD (70%).

4.1.3. Resultados de la encuesta

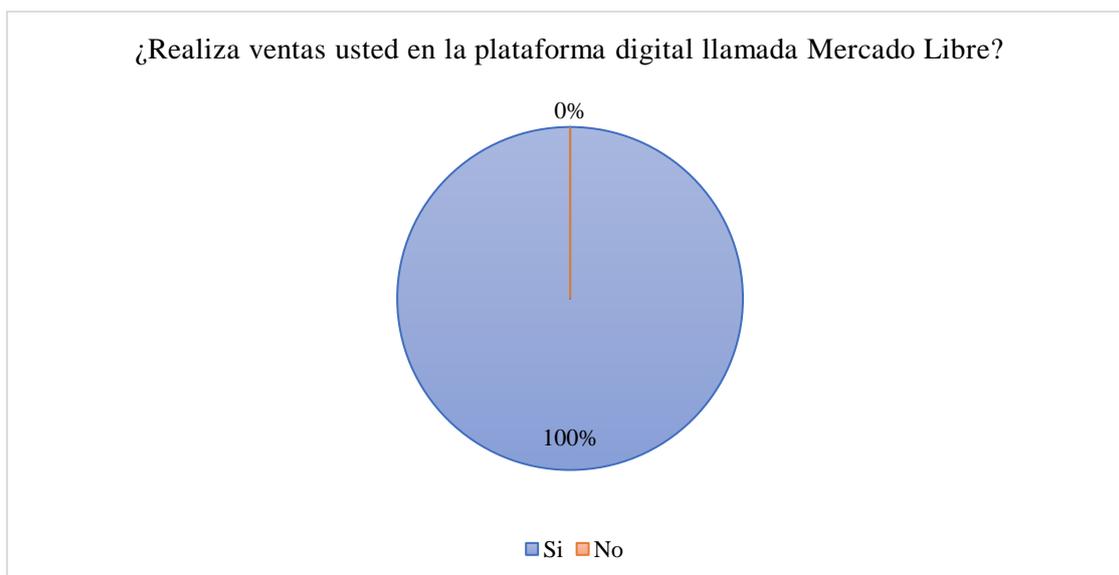
Tabla 3-4: ¿Realiza ventas usted en la plataforma digital llamada Mercado Libre?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	100%
No	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 4-4: ¿Realiza ventas usted en la plataforma digital llamada Mercado Libre?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Con los datos obtenidos en la Tabla 3-4 y Figura 4-4 podemos demostrar que el 100% de los vendedores de Notebooks en el Mercado Libre Ecuador de la ciudad de Riobamba han realizado ventas de en la plataforma digital.

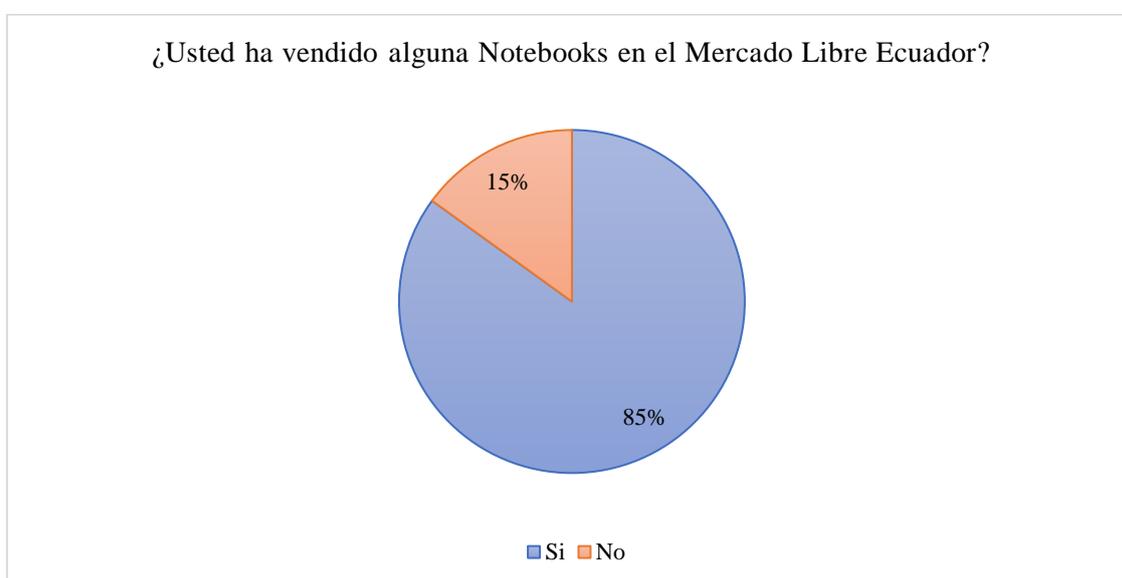
Tabla 4-4: ¿Usted ha vendido alguna Notebooks en el Mercado Libre Ecuador?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	85%
No	15	15%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 5-4: ¿Usted ha vendido alguna Notebooks en el Mercado Libre Ecuador?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Del total de 100 encuestado que representan el 100% podemos observar en la Tabla 4-4 y Figura 5-4, que 85 de los comerciantes dedicados a la venta de Notebooks en el Mercado Libre Ecuador de la ciudad de Riobamba han realizado ventas de en la plataforma los mismos que representan el 85%, mientras que los 15 comerciantes restantes los mismo que representan el 15% no concluyeron con la venta.

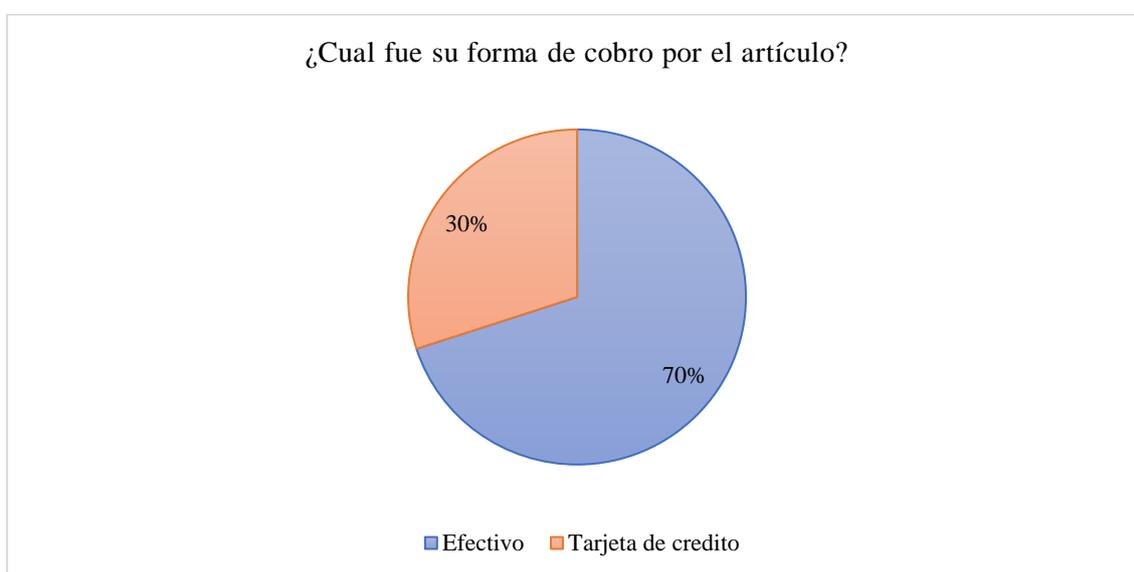
Tabla 5-4: ¿Cuál fue su forma de cobro por el artículo?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	70%
No	30	30%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 6-4: ¿Cuál fue su forma de cobro por el artículo?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

De acuerdo a la información obtenida en la Tabla 5-4 y Figura 6-4 de los comerciantes dedicados a la venta de Notebooks en la plataforma Mercado Libre en Riobamba, se puede indicar que el 70% de las ventas fueron pagadas en efectivo y el 30% se canceló mediante una tarjeta de crédito.

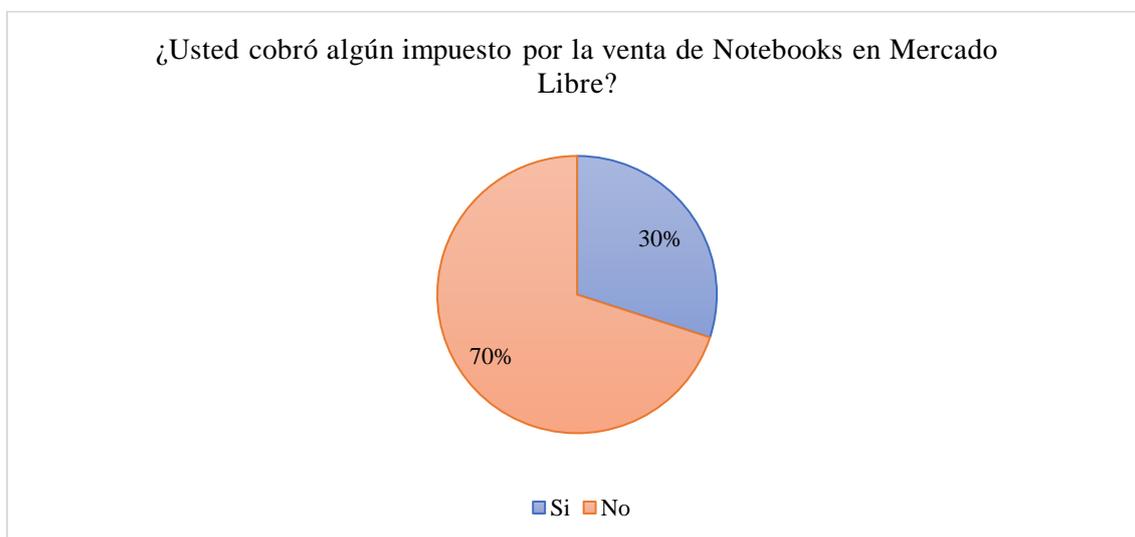
Tabla 6-4: ¿Usted cobró algún impuesto por la venta de Notebooks en Mercado Libre?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	30%
No	70	70%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 7-4: ¿Usted cobró algún impuesto por la venta de Notebooks en Mercado Libre?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

De la información obtenida en la Tabla 7-4 y Figura 6-4 a través de la encuesta realizada, 30 encuestados que representan el 30% cobraron un impuesto por la venta de Notebooks en Mercado Libre Ecuador en Riobamba, mientras que 70 encuestados mencionan no a ver cobrado un impuesto por la venta de Notebooks ya que realizaron la compra con el pago en efectivo.

Tabla 7-4: ¿Cree usted que el cobro del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la comercialización dentro de plataformas digitales como Mercado Libre es importante para el Estado?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	77%
No	23	23%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 8-4: ¿Cree usted que el cobro del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la comercialización dentro de plataformas digitales como Mercado Libre es importante para el Estado?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

De los 100 comerciantes dedicados a la comercialización de Notebooks, según la información obtenida y descrita en la Tabla 7-4 y Figura 8-4, el 77% menciono que el cobro del IVA y RENTA en la comercialización es importante para el Estado, mientras que el 23% manifiesta que no es importante para el Estado.

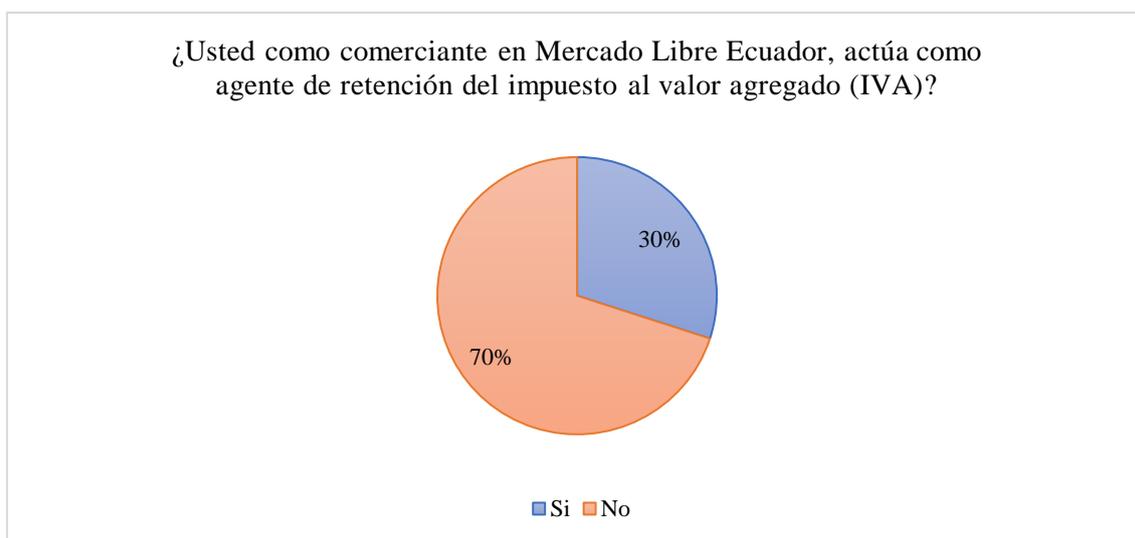
Tabla 8-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre Ecuador, actúa como agente de retención del impuesto al valor agregado (IVA)?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	30%
No	70	70%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 9-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre Ecuador, actúa como agente de retención del impuesto al valor agregado (IVA)?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

De los 100 comerciantes dedicados a la comercialización de Notebooks, según la información obtenida y descrita en la Tabla 8-4 y Figura 9-4, 30 comerciantes mencionan que actúan como agentes de percepción el IVA los mismos que representan el 30% mientras que 70 de ellos menciona que no actúan como agentes de percepción con el 70%.

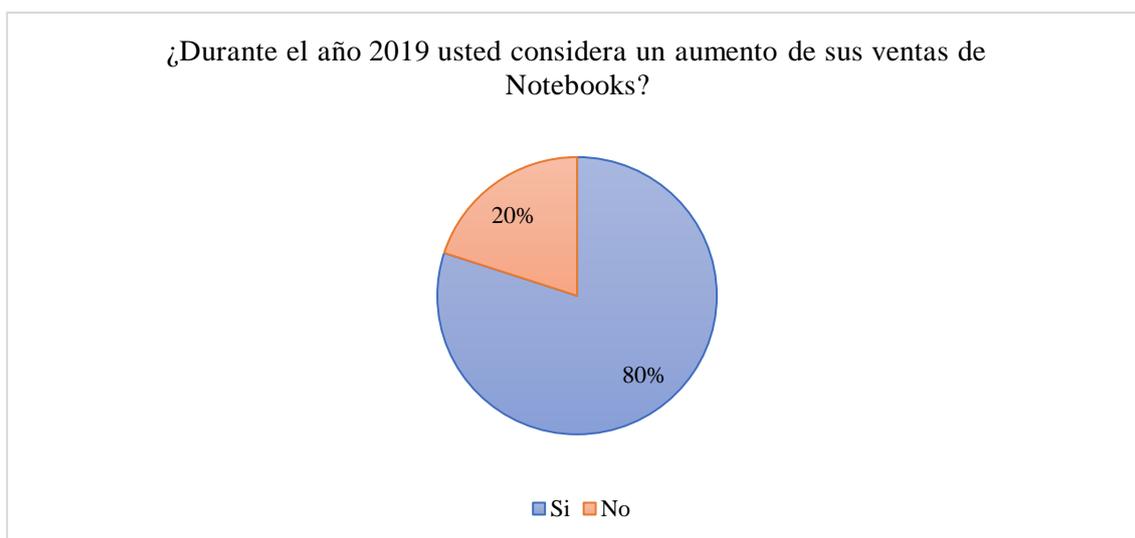
Tabla 9-4: ¿Durante el año 2019 usted considera un aumento de sus ventas de Notebooks?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	80%
No	20	20%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 10-4: ¿Durante el año 2019 usted considera un aumento de sus ventas de Notebooks?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

A través de la encuesta realizada, según los datos descritos en la Tabla 9-4 y Figura 10-4, 80 encuestados que representan el 80% de los comerciantes aumentaron sus ventas de Notebooks en Mercado Libre Ecuador de la ciudad de Riobamba, mientras que el 20% de ellos indica no haber tenido un aumento en sus ventas.

Tabla 10-4: ¿Durante el año 2019 usted considera que hubo un aumento en sus compras de Notebooks?

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	83%
No	17	17%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 11-4: ¿Durante el año 2019 usted considera que hubo un aumento en sus compras de Notebooks?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

De un total de 100 comerciantes encuestados, de acuerdo con los resultados descritos en la Tabla 10-4 y Figura 11-4, 83 comerciantes de Riobamba que representan el 83% considera que aumentaron sus compras de Notebooks en Mercado Libre Ecuador mientras que el 17% de los comerciantes mencionan no haber evidenciado un aumento en sus compras.

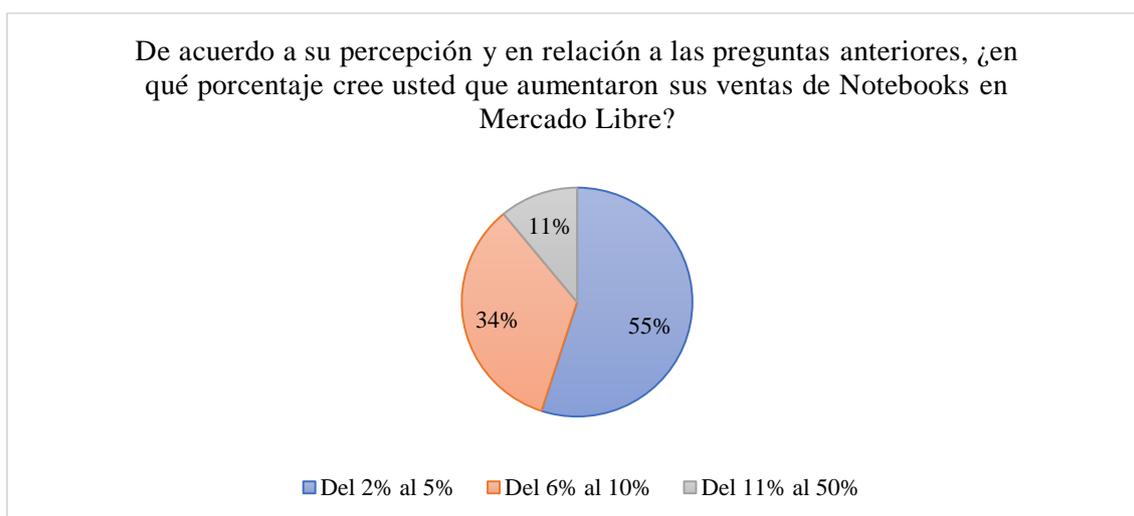
Tabla 11-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus ventas de Notebooks en Mercado Libre?

Datos de Ventas	Frecuencia	Porcentaje
Del 2% al 5%	55	55%
Del 6% al 10%	34	34%
Del 11% al 50%	11	11%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 12-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus ventas de Notebooks en Mercado Libre?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

En relación con la información obtenida y descrita en la Tabla 11-4 y Figura 12-4, de un total de 100 comerciantes encuestados, 55 de ellos que representan el 55% mencionan que existió un aumento del 2 al 5%, 34 encuestados que representa el 34% mencionan que fue del 6 al 10 % y el 11% restante mencionan que fue del 11 al 50% en relación de aumento en sus ventas.

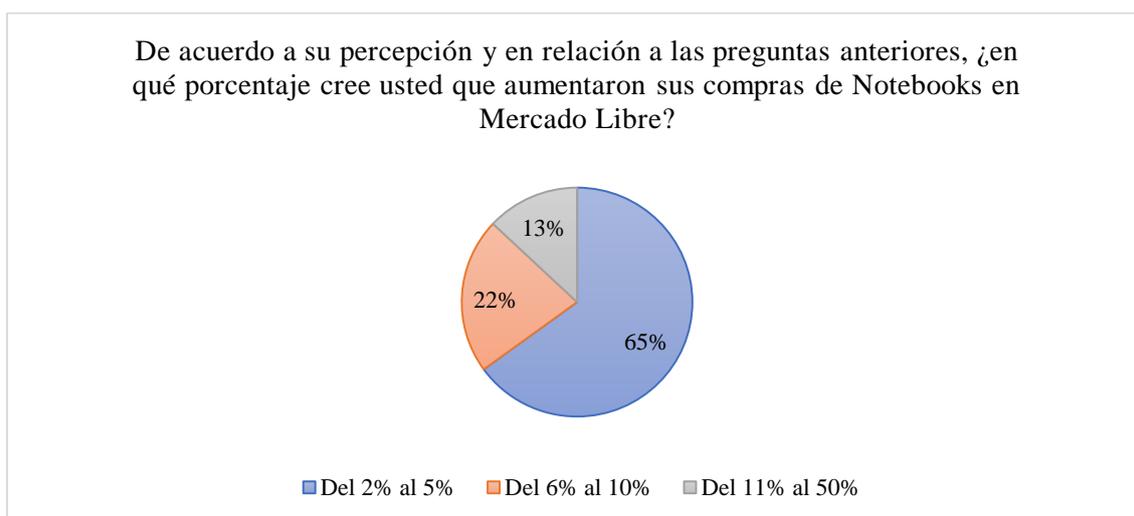
Tabla 12-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus compras de Notebooks en Mercado Libre?

Datos de Ventas	Frecuencia	Porcentaje
Del 2% al 5%	65	65%
Del 6% al 10%	22	22%
Del 11% al 50%	13	13%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 13-4: De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus compras de Notebooks en Mercado Libre?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

En relación con la información obtenida y descrita en la Tabla 12-4 y Figura 13-4, de un total de 100 comerciantes encuestados, 65 de ellos que representan el 65% mencionan que existió un aumento del 2 al 5%, 22 encuestados que representa el 22% mencionan que fue del 6 al 10 % y el 13% restante mencionan que fue del 11 al 50% en relación de aumento en sus compras.

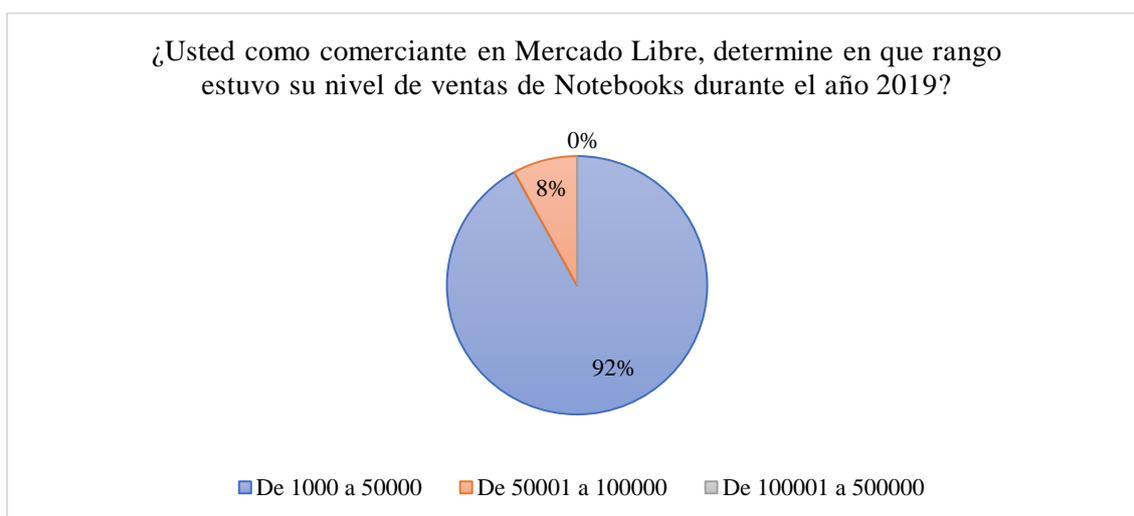
Tabla 13-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre, determine en que rango estuvo su nivel de ventas de Notebooks durante el año 2019?

Datos de Ventas	Frecuencia	Porcentaje
De 1000 a 50000	92	92%
De 50001 a 100000	8	8%
De 100001 a 500000	0	0%
Total	100	100%

Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

Figura 14-4: ¿Usted como comerciante en Mercado Libre, determine en que rango estuvo su nivel de ventas de Notebooks durante el año 2019?



Fuente: Encuesta a los comerciantes de Mercado Libre Ecuador en Riobamba.

Elaborado por: Amán, Angelo, 2019.

De los resultados presentados en la Tabla 12-4 y Figura 13-4 se describe un 92% de los comerciantes de Riobamba dedicados a la venta de Notebooks en Mercado Libre Ecuador respondieron que sus ingresos durante el año 2019 fueron de 1000 a 50000, mientras que el 8% restante respondió que fue de 50001 a 100000.

4.2. DISCUSIÓN

De acuerdo con los datos obtenidos mediante la recopilación de información en la presente investigación a través de la encuesta de los comerciantes de la ciudad de Riobamba dedicados a la venta de Notebooks en Mercado Libre Ecuador durante el año 2019, se logró determinar que el 100% de los comerciantes utilizan la plataforma virtual para comercializar sus bienes y solo un 85% de los comerciantes ha podido concluir la transacción mientras que el 15% restante no ha podido vender todas sus publicaciones, debido a necesidad o expectativas diferentes a las ofrecidas por el comerciante de la misma manera se pudo determinar que el 70% de las ventas publicadas y vendidas fueron canceladas con dinero en efectivo y el 30% restante fueron canceladas mediante tarjeta de crédito, las cuales pagaron un impuesto.

Durante el año 2019 los comerciantes de Riobamba vendieron 27860 Notebooks, lo que representó un total de 995224 USD en ventas mediante Mercado Libre, de estas ventas solo al 30%, es decir a 298567,20 USD se aplicaron impuestos por su comercialización debido a su compra mediante tarjeta de crédito, mientras que un 70% (696656,80 USD) no pagó ningún impuesto por la transacción debido a su pago en efectivo, afectando en el presupuesto general del estado, debido que en razón de ingreso por concepto de Impuesto al Valor Agregado, por la venta total de 995224 USD se estima una recaudación de 119426,88 USD, de los cuales sólo se estima que se recaudaron 35828,06 USD (30%) con una afectación en 83598,81 USD (70%) por evasión del IVA debido a compra venta en efectivo.

De un total de 345 comerciantes de la ciudad de Riobamba registrados en la plataforma Mercado Libre Ecuador y de acuerdo a un total de 100 encuestados solo un 70% menciona actuar como agente de percepción en la venta de Notebooks al momento de la comercialización, pero no significa que ese porcentaje se lo haya tributado, también podemos mencionar que durante el periodo de estudio, una media de 82% de los encuestados consideraran un aumento en sus compras y ventas entre 1000 a 50000 USD que representan un incremento del 2% al 5%.

5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se estudiaron conceptos fundamentales como el comercio electrónico, que refiere la aplicación de tecnologías electrónicas y de la información para actividades económicas y comerciales. Entre los impuestos que gravan las actividades económicas en Ecuador, uno de los más comunes es el Impuesto al Valor Agregado (IVA), impuesto que grava sobre el valor de transferencia de dominio local o las importaciones de bienes muebles en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados. Desde la publicación de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, a efectos de implementar la tributación del IVA para servicios digitales, se ha establecido la retención en la fuente a cargo de los sujetos pasivos que realicen el pago o a través de su intermediario.
- Durante el año 2019, entre 100 comerciantes encuestados de la ciudad Riobamba vendieron 27860 Notebooks (995224 USD en ventas mediante Mercado Libre), de estas ventas solo al 30% (298567,20 USD) se aplicaron impuestos por su comercialización debido a su compra mediante tarjeta de crédito, mientras que un 70% (696656,80 USD) no pago ningún impuesto por la transacción debido a su pago en efectivo; afectando en el presupuesto general del estado, debido que en razón de ingreso por concepto de Impuesto al Valor Agregado, por la venta total de 995224 USD se estima una recaudación de 119426,88 USD, de los cuales sólo se estima que se recaudaron 35828,06 USD (30%) con una afectación en 83598,81 USD (70%) por evasión del IVA debido a compra venta en efectivo.
- Al evaluar el comportamiento de las variables que explican el impacto del comercio electrónico por la venta de notebooks sobre la recaudación del IVA en el Ecuador durante el periodo 2019, se concluye que las variables ventas y recaudación tributaria guardan una relación inversa y proporcional; si bien, por un lado, el cobro del IVA conllevaría un incremento en la recaudación del estado, por otro, las ventas que en su mayoría se realizan de forma física con un pago en efectivo provocan una evasión tributaria debido que los comerciantes no actúan como agentes de retención.

5.2. RECOMENDACIONES

- Aunque, respecto a la recaudación del IVA, a finales de 2019 por medio de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria se reformó la Ley de Régimen Tributario interno incluyendo como parte del hecho generador del Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales; es evidente el poco conocimiento que tienen los comerciantes sobre la normativa tributaria ecuatoriana referente al comercio electrónico, por ello se recomienda implementar programas de capacitación para los contribuyentes dedicados a la comercialización en Mercado Libre Ecuador en temáticas relacionadas con la responsabilidad, obligación y beneficios de la tributación, a fin de generar una tributación efectiva y equitativa de este tipo de modelos de negocio en la ciudad de Riobamba.
- Del análisis de la evasión tributaria en mercado libre Ecuador por concepto de la venta de notebooks, se recomienda fortalecer y fomentar en los comerciantes de Riobamba que realizan sus ventas a través de plataformas digitales, la aplicación de herramientas y buenas prácticas en comercio electrónico.
- Al identificar que las variables ventas y recaudación tributaria en el comercio de Notebooks a través de Mercado Libre de la ciudad de Riobamba guardaron una relación inversamente proporcional durante el periodo de estudio, se recomienda al Servicio de Rentas Internas, en calidad de ente regulador y encargada de gestionar la política tributaria tome acciones sobre las actividades económicas desarrolladas mediante plataformas digitales siempre enmarcados en beneficio del desarrollo económico de la ciudadanía y el Estado.

BIBLIOGRAFÍA

- Agbo, E. (2020). E-commerce and Tax Revenue. *Noble International Journal of Economics and Financial Research*, 05(08), 80–91. <http://napublisher.org/?ic=journals&id=2>
- Almachi, D. (2020). *Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo* [Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31001/1/T4756e.pdf>
- Brito, A., Narváez, C., Erazo, J., & Torres, M. (2020). Impacto de los impuestos directos e indirectos en las Pyme de la ciudad de Cuenca período 2016-2018. *593 Digital Publisher CEIT*, 4–1(5), 119–136. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.4-1.301>
- Chong, T. (2019). The Impact of E-Commerce on Micro-Economy. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(14), 9–15. <https://doi.org/10.34257/gjmbravol19is14pg9>
- Gutiérrez, N., Barrueto, M., & Orellana, M. (2020). La fiscalidad del Comercio Electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Quipukamayoc*, 28(57), 67–74. <https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18062>
- Li, A. (2018). Research on Tax Collection and Management System of E-Commerce. *American Journal of Industrial and Business Management*, 08(11), 2256–2266. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.811150>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). *Informe de Rendición de Cuentas*. <https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/Informe-narrativo-consolidado-Rendicion-de-Cuentas-2019-vf-2.pdf>
- Nubimetrics. (2019). *¿Qué se vende? en Mercadolibre Ecuador*. <https://www.nubimetrics.com/producto/mercado>
- Pazmiño, J. (2020). Impuesto a la renta en la economía digital. ¿Cuál es la situación del Ecuador? *Iuris Dictio*, 04(02), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/0000-0002-1181-5243>

- Pesántez, A., Romero, J., & González, M. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 86–107. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1166>
- PwC. (2020). *E-Commerce en Ecuador*. PriceWaterhouseCoopers. <https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/e-commerce-ecuador.pdf>
- Quintero, W. (2019). *Análisis del crecimiento del Comercio Electrónico y su impacto en la Recaudación de Impuestos en el Ecuador* [Univerddidad Estatal de Milagro]. <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/5075>
- Reyes, C. (2018). *Impacto del comercio electrónico en las recaudaciones tributarias en el Ecuador* [Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47152>
- Rodríguez, K., Ortiz, O., Quiroz, A., & Parrales, M. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100–118. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>
- Zambrano, B., Castellanos, E., & Miranda, M. (2021). El E-Commerce en las empresas ecuatorianas. *Revista Publicando*, 8(29), 13–20. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2176>

ANEXOS

Anexo A: Guía de encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
EXCLUSIVO PARA LOS COMERCIANTES DEDICADOS A LA VENTA DE BIENES O SERVICIOS EN MERCADO LIBRE ECUADOR.

OBJETIVO: Recabar datos necesarios y suficientes acerca de la venta de Notebooks en la plataforma digital Mercado Libre Ecuador y su impacto en la recaudación tributaria durante el año 2019.

INSTRUCTIVO: La información contenida en esta encuesta es estrictamente confidencial y será procesada en forma global y solo para fines académicos, estadísticos.

Señale con una x la respuesta que considere la más adecuada

CONTENIDO:

1. ¿Realiza ventas usted en la plataforma digital llamada Mercado Libre?

- Si
- No

2. ¿Usted ha vendido alguna Notebooks en el Mercado Libre?

- Si
- No

Si su respuesta es SI cual fue su forma de cobro por el artículo.

- Efectivo
- Tarjeta de Crédito
- Intercambio de Bienes
- Depósitos
- Transferencias bancarias
- Otras formas de pago
- Cual.....

3. ¿Usted cobró algún impuesto por la venta de Notebooks en Mercado Libre?

- Si
- No

4. ¿Cree usted que el cobro del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la comercialización dentro de plataformas digitales como Mercado Libre es importante para el Estado?

- Si
- No

5. ¿Usted como comerciante en Mercado Libre Ecuador, actúa como agente de retención del impuesto al valor agregado (IVA)?

- Si
- No

Porqué.....

6. ¿Durante el año 2019 usted considera un aumento de sus ventas de Notebooks?

- Si
- No

7. ¿Durante el año 2019 usted considera que hubo un aumento en sus compras de Notebooks?

- Si
- No

8. De acuerdo a su percepción y en relación a las preguntas anteriores, ¿en qué porcentaje cree usted que aumentaron sus ventas y compras de Notebooks en Mercado Libre, por favor seleccione su respuesta?

VENTAS

- Del 2% al 5%
- Del 6% al 10%
- Del 11% al 50%

COMPRAS

- Del 2% al 5%
- Del 6% al 10%
- Del 11% al 50%

Porqué.....

¿Usted como comerciante de Notebooks en Mercado Libre, determine en que rango estuvo su nivel de ventas durante el año 2019?

- De 1000 a 50000
- De 50001 a 100000
- De 100001 a 500000

Anexo B: Contribuyentes obligados a emitir comprobantes electrónicos en 2019 según resolución No. NAC-DGERCGC18-00000191.



Resolución No. NAC-DGERCGC18-00000191

23 ABR 2018

**EL DIRECTOR GENERAL
DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

CONSIDERANDO:

Que el artículo 300 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos;

Que el artículo 2 de la Decisión No. 671 de la Comunidad Andina define a la importación como la introducción física de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero comunitario. También se considera importación a la introducción de mercancías procedentes de zona franca al resto del territorio aduanero comunitario en los términos previstos en esta Decisión;

Que el tercer inciso del artículo 103 de la Ley de Régimen Tributario Interno, reformado por el numeral 22 del artículo 1 de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No.150 de fecha 29 de diciembre del 2017, dispone que sobre las operaciones de más de mil dólares de los Estados Unidos de América (USD \$ 1.000,00), gravadas con los impuestos a los que se refiere dicha Ley se establece la obligatoriedad de utilizar a cualquier institución del sistema financiero para realizar el pago, a través de giros, transferencias de fondos, tarjetas de crédito y débito, cheques o cualquier otro medio de pago electrónico;

Que la Disposición General Sexta del Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios prevé que el Servicio de Rentas Internas puede autorizar la emisión de documentos mediante mensajes de datos, en los términos y bajo las condiciones establecidas a través de resolución de carácter general que se expida para el efecto. Los documentos emitidos electrónicamente deberán contener y cumplir con todos los requisitos señalados en ese Reglamento;

Que la Resolución del Servicio de Rentas Internas No. NAC-DGERCGC14-00790, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 346 de fecha 02 de octubre del 2014 y sus reformas, establece las normas de emisión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, mediante comprobantes electrónicos;

Que el empleo de los servicios electrónicos y telemáticos de transmisión de información, reducen los costos de los contribuyentes, disminuye la contaminación ambiental y simplifica el control tributario, cumpliendo con el deber del Estado de proteger el medio ambiente e incentivar la utilización de los medios tecnológicos;

Que de acuerdo a lo establecido en el artículo 7 del Código Tributario, en concordancia con el artículo 8 de la Ley de Creación del Servicio de Rentas Internas, es facultad del Director General del Servicio de Rentas Internas expedir las resoluciones, circulares o disposiciones de carácter general y obligatorio necesarias para la aplicación de las normas legales y reglamentarias;

Que es deber de la Administración Tributaria, a través del Director General del Servicio de Rentas Internas expedir las normas necesarias para fortalecer el control aduanero, el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y deberes formales, de conformidad con la ley; y,

En ejercicio de sus facultades legales,

RESUELVE:

Establecer nuevos sujetos pasivos obligados a emitir comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, de manera electrónica

Artículo 1.- Objeto.- Establézcase nuevos sujetos obligados a emitir comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, de manera electrónica.

Artículo 2.- Nuevos obligados y fecha de inicio de aplicación.- Además de los sujetos pasivos obligados mediante otras resoluciones del Servicio de Rentas Internas, están obligados a emitir facturas, comprobantes de retención, guías de remisión, notas de crédito y débito, a través de mensajes de datos y firmados electrónicamente, los contribuyentes que se detallan a continuación, de acuerdo con el siguiente calendario:

Grupo	Fecha de inicio	Sujetos Pasivos
1	A partir del 01 de noviembre del 2018	<ul style="list-style-type: none">• Los importadores -personas naturales y sociedades- que realicen actividades de venta local de los productos que importan; siempre que se comercialicen en el mismo estado en el que fueron importados.
2	A partir del 01 de enero del 2019	<ul style="list-style-type: none">• Sociedades existentes con fines de lucro, independientemente de su nivel de ingresos, a excepción de las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria.• Los proveedores del Estado cuyos ingresos anuales del ejercicio fiscal anterior sean iguales o superiores a USD. 100.000,00 (cien mil dólares de los Estados Unidos de América).• Quienes realicen actividades de comercialización de vehículos nuevos de transporte terrestre, incluidos motocicletas.• Quienes realicen actividad de comercialización de maquinaria pesada y de equipo caminero nuevo o usado, cuya venta responda o no a una actividad habitual.• Las personas naturales, las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y las sociedades sin fines de lucro, que tengan ingresos anuales entre USD. 200.000,00 (doscientos mil dólares de los Estados Unidos de América) y USD. 300.000,00 (trescientos mil dólares de los Estados Unidos de América) en el ejercicio fiscal anterior.• Los personas naturales y sociedades que realicen actividades de venta de combustibles líquidos derivados de hidrocarburos y biocombustibles.
3	A partir del 01 de enero del 2020	<ul style="list-style-type: none">• Las personas naturales, las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y las sociedades sin fines de lucro, que tengan ingresos anuales entre USD. 100.000,00 (cien mil dólares de los Estados Unidos de América) y USD. 200.000,00 (doscientos mil dólares de los Estados Unidos de América) en el ejercicio fiscal anterior.• Los personas naturales y sociedades que realicen actividades de venta al por mayor y menor de gas licuado de petróleo.• Las personas naturales y sociedades, no contempladas en los grupos anteriores, en transacciones con el Estado por montos iguales o superiores a USD. 1.000,00 dólares (mil dólares de los Estados Unidos de América), emitirán por cada transacción un comprobante electrónico.
4	A partir de un (1) año contado desde la fecha de inicio de la actividad económica	<ul style="list-style-type: none">• Las sociedades nuevas con fines de lucro, no contempladas en los grupos anteriores, constituidas con posterioridad a la vigencia de la presente Resolución.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Todas las unidades del Servicio de Rentas Internas deberán considerar lo dispuesto en la presente Resolución dentro de sus respectivos procesos de control.

SEGUNDA.- El Servicio de Rentas Internas en el ejercicio de sus facultades, podrá notificar de forma individual, a través de las formas establecidas en el Código Tributario, a nuevos sujetos obligados a emitir, de manera electrónica, comprobantes de venta, retención y documentos complementarios; de acuerdo con parámetros de relevancia económica y comportamiento tributario.



DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Comuníquese y publíquese.-

Dado en Quito D.M., a 23 ABR 2018

Dictó y firmó la Resolución que antecede, el Economista Leonardo Orlando Arteaga, Director General del Servicio de Rentas Internas, en Quito D. M., a 23 ABR 2018

Lo certifico.-

Dra. Alba Molina P.
SECRETARIA GENERAL
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS