



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

El efecto del IVA en el comercio digital en Ecuador, período 2020- 2024

Trabajo de Titulación para optar al título de
Licenciada en Contabilidad y Auditoría

Autor:

Sandoval Arévalo, Estefania Nataly

Tutor:

PhD. Otto Eulogio Arellano Cepeda

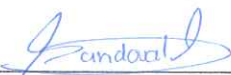
Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Estefania Nataly Sandoval Arévalo con cédula de ciudadanía 060506159-7, autora del trabajo de investigación titulado **"EL EFECTO DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR, PERIODO (2020-2024)"**, 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 (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 20 de Mayo del 2026



Estefania Nataly Sandoval Arévalo

C.I: 0605061597

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **PhD. Otto Eulogio Arellano Cepeda** catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: "**EL EFECTO DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR, PERIODO (2020-2024)**", bajo la autoría de **ESTEFANIA NATALY SANDOVAL ARÉVALO**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 20 del mes de Mayo de 2026



PhD. Otto Eulogio Arellano Cepeda

C.I:0602316325

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **"EL EFECTO DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR, PERIODO (2020-2024)"**, por Estefanía Nataly Sandoval Arévalo, con cédula de identidad número 0605061597, bajo la tutoría de PhD. Otto Eulogio Arellano Cepeda; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 20 días de Mayo del 2026.

Rosa de Lourdes Acosta Velarde, Mcs.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Marco Antonio Moreno Castro, Mcs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mariana Isabel Puente Riofrío, Dr.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **SANDOVAL AREVALO ESTEFANIA NATALY** con CC: **0605061597**, estudiante de la Carrera **CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **"EL EFECTO DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR, PERIODO (2020-2024)"** cumple con con el porcentaje del 9% desglosados de la siguiente forma 3% en similitudes, 4% en IA y 2% en idiomas no reconocido, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 20 de mayo de 2026.

PhD. Otto Eulogio Arellano Cepeda
TUTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico, ante todo, a Dios, por ser mi guía y parte esencial de mi vida; por brindarme sabiduría y fortaleza en cada paso de este camino, y por sostenerme en los momentos de cansancio y frustración.

A mis padres, Enrique Sandoval y Narcisa Arévalo, quienes han sido mi mayor fortaleza y bendición a lo largo de este exigente camino. Gracias por su amor incondicional, su infinita paciencia y su apoyo constante; por creer en mí incluso cuando yo dudé de todo lo que podía lograr.

A Jhonnathan, mi fiel compañía, por su presencia durante este largo proceso, por su amistad sincera y su fortaleza. Su fé fue un pilar fundamental para no rendirme y seguir avanzando, incluso en los momentos más difíciles.

Este logro es reflejo del acompañamiento, la lealtad y el apoyo incondicional que me brindaron a lo largo de este camino, el cual ha sido como una ruleta rusa llena de emociones, convirtiéndolos en una parte esencial de este sueño hecho realidad, de la mano de Dios, de mis padres y, sin duda, de Jhonnathan.

A cada persona que, con una palabra de aliento, una oración o un gesto sincero, contribuyó a mi formación profesional.

Este logro es testimonio de que, con fé y con Dios en la vida, los sueños se alcanzan.

Estefania Nataly Sandoval Arévalo

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme en cada paso de este camino. Gracias por iluminar mi mente, sostener mi fe en los momentos de cansancio y recordarme que todo esfuerzo tiene un propósito. Su presencia constante fue mi refugio, mi guía y mi mayor fortaleza para no rendirme ante las dificultades.

A mis padres, a quienes les debo no solo este logro académico, sino cada valor que hoy me define como persona. Gracias por su amor incondicional, por su paciencia infinita, por los sacrificios silenciosos y por cada palabra de aliento que me impulsó a seguir adelante cuando el camino parecía arduo. Su apoyo constante, sus oraciones y su confianza en mí fueron el motor que me permitió culminar esta larga carrera. Este logro también les pertenece a ustedes.

A mis abuelitos, Esterlia y Alfonso, a quienes llevo siempre en mi corazón, gracias por ser un regalo de Dios en mi vida. Su amor incondicional, sus consejos llenos de sabiduría, sus oraciones incesantes me formaron un baluarte que me amparó en los momentos más difíciles de esta etapa. Ustedes han sembrado en mí, valores, fe y fortaleza, y su ejemplo de vida ha sido una guía silenciosa que me ha acompañado durante toda esta larga trayectoria. Este logro es también el fruto de su amor y de su bendición.

De manera especial, agradezco a mi amiga Gaby, una persona que llegó a mi vida como una verdadera bendición. Gracias por tu compañía sincera, tu apoyo incondicional y por estar presente en los momentos de alegría, de duda y de dificultad. Tu amistad fue un regalo de Dios en esta larga carrera, un apoyo constante que me dio fuerza, tranquilidad y motivación para continuar.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de manera directa e indirecta, contribuyeron en este largo camino. Que Dios los bendiga a cada uno, porque ustedes son parte de este logro, que hoy no es solamente el cierre de una etapa académica, sino el inicio de nuevos sueños y desafíos.

Estefania Nataly Sandoval Arévalo

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. 18

1. INTRODUCCIÓN..... 18

1.1 ANTECEDENTES 18

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 20

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN 22

1.4 JUSTIFICACIÓN 22

1.4.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA..... 22

1.4.2 JUSTIFICACIÓN LEGAL..... 23

1.5 OBJETIVOS 23

1.5.1 GENERAL 23

1.5.2 ESPECÍFICOS 23

CAPÍTULO II..... 24

2. MARCO TEÓRICO 24

2.1 ESTADO DEL ARTE 24

2.2 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) 25

2.2.1 DEFINICIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO 25

2.2.2 NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DEL IVA 26

2.2.3 HECHO GENERADOR DEL IVA	26
2.2.4 BASE IMPONIBLE DEL IVA	26
2.2.5 SUJETOS DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	26
2.2.6 TARIFAS DEL IVA EN ECUADOR	27
2.3 EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN EL COMERCIO DIGITAL.....	27
2.3.1 IVA Y COMERCIO DIGITAL	27
2.3.2 HECHO GENERADOR DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL	28
2.3.3 TARIFA DEL IVA APLICABLE AL COMERCIO DIGITAL	28
2.3.4 IMPORTANCIA DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL	30
2.4 COMERCIO DIGITAL.....	30
2.4.1 DEFINICIÓN	30
2.4.2 CLASIFICACIÓN DEL COMERCIO DIGITAL.....	31
2.5. EL COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR.....	32
2.6. PRINCIPALES PROBLEMAS EN LA TRIBUTACIÓN DEL COMERCIO DIGITAL	34
2.7. SITUACIÓN DE LA TRIBUTACIÓN DE COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR	35
2.8. PLATAFORMAS DIGITALES	35
2.9. SERVICIOS DIGITALES.....	36
2.10. MARCO LEGAL.....	37
2.10.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	37
2.10.2. LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO	37
2.10.3. REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO	37
2.10.4. RESOLUCIONES DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS SOBRE EL IVA Y SERVICIOS DIGITALES.....	38
2.11. DECRETOS EJECUTIVOS SOBRE LA TARIFA DEL IVA.....	38
2.11.1. DECRETO EJECUTIVO N.º198: INCREMENTO DE LA TARIFA GENERAL DEL IVA AL 15% (2024).....	38

2.11.2. DECRETO EJECUTIVO N.º470 RATIFICACIÓN DE LA TARIFA DEL IVA DEL 15 % PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025	38
CAPÍTULO III.	40
3. METODOLOGÍA.....	40
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	40
3.2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.4. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.5. NIVEL	40
3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	41
3.7. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	41
3.7.1. POBLACIÓN	41
3.7.2. MUESTRA	41
3.8. HIPÓTESIS.....	41
3.9. MÉTODO DE ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS	42
CAPÍTULO IV.	43
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
4.1. EL IVA EN LOS SERVICIOS DIGITALES Y SU APOORTE A LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA: COMPORTAMIENTO RECAUDATORIO MENSUAL 2020-2024.....	43
4.2. RECAUDACIÓN EFECTIVA DEL IVA EN LA IMPORTANCIA DE SERVICIOS DIGITALES 2020-2024	45
4.3. VENTAS Y RECAUDACIÓN POTENCIAL DEL IVA SOBRE LOS SERVICIOS DIGITALES	53
4.4. IMPACTO PRESUPUESTARIO DE LA RECAUDACIÓN DEL IVA EN LOS SERVICIOS DIGITALES	58
4.5. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	60
4.6. TEST DE NORMALIDAD SHAPIRO WILK.....	78
4.7. ANÁLISIS ESTADÍSTICO- DESCRIPTIVO	79
4.7.1. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN	80

4.8. DISCUSIÓN	82
CAPÍTULO V.	84
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1. CONCLUSIONES	84
5.2. RECOMENDACIONES	85
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. E-commerce en Ecuador	33
Tabla 2. Técnicas	41
Tabla 3. Instrumentos	41
Tabla 4. Recaudación mensual efectiva del IVA en los servicios digitales.....	46
Tabla 5. Composición del IVA 2020 y su aporte a la recaudación total neta- Ecuador.....	48
Tabla 6. Composición del IVA 2021	48
Tabla 7. Composición del IVA 2022	49
Tabla 8. Composición del IVA 2023	51
Tabla 9. Composición del IVA 2024	52
Tabla 10. IVA potencial en los servicios digitales 2020-2024 en millones de dólares	56
Tabla 11. Presupuesto devengado 2020-2024 en millones de dólares.....	58
Tabla 12. Datos Informativos	60
Tabla 13. Nivel de formación	61
Tabla 14. Experiencia profesional en tributación	62
Tabla 15. ¿La aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador desde el año 2020 ha sido técnicamente adecuada?	63
Tabla 16. ¿El proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible para los contribuyentes?	64
Tabla 17. ¿El IVA aplicado al comercio digital ha contribuido de manera significativa al incremento de la recaudación tributaria nacional?	65
Tabla 18. ¿El SRI ha difundido información suficiente sobre el cálculo y la retención del IVA en plataformas?.....	67
Tabla 19. ¿Las plataformas digitales extranjeras han cumplido adecuadamente con las obligaciones del IVA en Ecuador?	68

Tabla 20. ¿La implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria? 70

Tabla 21. ¿Los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales como la obtención del RUC? 71

Tabla 22. ¿El IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos? 73

Tabla 23. ¿El marco normativo vigente 2020-2024 fue suficiente para el comercio digital? 75

Tabla 24. ¿La fiscalización del SRI sobre operaciones digitales fue eficiente? 76

Tabla 25. Sección Delphi..... 77

Tabla 26. Test de normalidad e Shapiro Wilk 78

Tabla 27. Análisis estadístico de las variables descriptivas 79

Tabla 28. Correlación de Rho Spearman..... 80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de comercio digital- electrónico según sus participantes	32
Figura 2. Panorama del Comercio digital en Ecuador.....	33
Figura 3. Componentes del Sistema Tributario ecuatoriano.....	34
Figura 4. Modelos de negocio de las plataformas digitales.....	36
Figura 5. Comportamiento mensual de la recaudación del IVA en Ecuador, período 2020-2021 (millones de dólares)	44
Figura 6. Gasto en plataformas digitales en Ecuador (en millones de dólares)	46
Figura 7. Ventas potenciales de las empresas multinacionales en Ecuador en millones de dólares 2020 – 2024.....	54
Figura 8. Recaudación potencial del IVA en los servicios digitales por sector 2020 - 2024	57
Figura 9. Datos Informativos.....	60
Figura 10. Nivel de formación.....	61
Figura 11. Experiencia profesional en tributación	62
Figura 12. ¿La aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador desde el año 2020 ha sido técnicamente adecuada?.....	63
Figura 13. ¿El proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible para los contribuyentes?	64
Figura 14. ¿El IVA aplicado al comercio digital ha contribuido de manera significativa al incremento de la recaudación tributaria nacional?	65
Figura 15. ¿El SRI ha difundido información suficiente sobre el cálculo y la retención del IVA en plataformas?.....	67
Figura 16. ¿Las plataformas digitales extranjeras han cumplido adecuadamente con las obligaciones del IVA en Ecuador?	68

Figura 17. ¿La implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria? 70

Figura 18. ¿Los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales como la obtención del RUC? 71

Figura 19. ¿El IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos? 73

Figura 20. ¿El marco normativo vigente 2020-2024 fue suficiente para el comercio digital? 75

Figura 21. ¿La fiscalización del SRI sobre operaciones digitales fue eficiente? 76

Figura 22. Sección Delphi de priorización UNA SOLA RONDA..... 77

RESUMEN

La presente investigación analiza el efecto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio digital en Ecuador durante el período 2020-2024. El estudio se desarrolla bajo un enfoque mixto, donde se combinan el análisis de la información estadística oficial del Servicio de Rentas Internas, con la aplicación de entrevistas a expertos en tributación y comercio digital. Los resultados reflejan que la aplicación del IVA al comercio digital contribuyó al crecimiento de la recaudación tributaria; no obstante, el efecto que esta aplicación causa, es bajo en el total de la recaudación tributaria. Asimismo, se evidenciaron debilidades en la fiscalización, en la claridad normativa y en la formalización de los contribuyentes digitales. Se concluye que, si bien el IVA constituye un avance en la adaptación del sistema tributario a la economía digital, su efectividad depende del fortalecimiento de los mecanismos de control, capacitación y actualización

Palabras claves: IVA, comercio digital, recaudación tributaria, informalidad, Ecuador

ABSTRACT

This research analyzes the impact of the Value Added Tax (VAT) on digital commerce in Ecuador during the 2020–2024 period. The research employed a mixed-methods approach that combined the analysis of official statistical data obtained from the Internal Revenue Service with interviews conducted with experts in taxation and digital commerce. The findings indicate that the implementation of VAT on digital transactions contributed to an increase in tax revenue; however, its effect on overall tax collection remained limited. Furthermore, the study identified several challenges related to tax enforcement, regulatory clarity, and the formalization of digital taxpayers. The results also show the need to strengthen monitoring mechanisms and improve taxpayer awareness regarding compliance within the digital economy. It is concluded that, although the application of VAT represents an important step toward adapting the tax system to the growth of digital commerce, its effectiveness largely depends on continuous regulatory updates, stronger control measures, and adequate training for both taxpayers and tax authorities.

Keywords: VAT, digital commerce, tax revenue, informality, Ecuador

Reviewed and improved by Jacqueline Armijos



CAPÍTULO I.

1. Introducción

A lo largo de la última década, el comercio electrónico ha crecido a un ritmo acelerado a nivel mundial, lo que ha ocasionado que los modelos de intercambio económico tradicionales se transformen y emerjan nuevas problemáticas para los sistemas fiscales. En Ecuador, este proceso se acentuó a partir de 2020, a raíz de la pandemia de COVID-19, la cual hizo que se cambiaran los hábitos de consumo y que se diera paso al uso de plataformas digitales, para la compra de bienes y servicios. En este contexto, el Estado ecuatoriano tuvo que ajustar su normativa tributaria, con el fin de poder gravar las actividades económicas que, hasta entonces, escapaban parcialmente al control tributario.

En este contexto, la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria marcó un hito en la política fiscal ecuatoriana al incorporar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) a los servicios digitales importados, inicialmente con una tarifa del 12%. Posteriormente, en abril de 2024, la tarifa general del IVA se incrementó al 15% ampliando su impacto tanto en el comercio tradicional como en el digital. Estas medidas buscaron fortalecer la recaudación tributaria y reducir las distorsiones competitivas entre operadores formales e informales; sin embargo, su efectividad ha sido objeto de debate, especialmente en un entorno caracterizado por elevados niveles de informalidad y evasión fiscal.

Pese a los avances en la normativa, la limitación estructural que plantea la brecha digital, la cultura tributaria escasa y la insuficiencia de los mecanismos de fiscalización siguen siendo importantes limitaciones para el comercio digital en Ecuador; lo cual ha favorecido el surgimiento de una asimetría fiscal, pues los contribuyentes formales cargan con un coste fiscal mayor que el de su contraparte, el sector informal, que se desarrolla ajeno a los controles de la administración tributaria. De este modo, el IVA se ha convertido en el medio más relevante para la tributación indirecta, dado que es el consumidor final el que soporta el coste tributario, provocando un efecto directo sobre los costes de los sujetos pasivos que desarrollan actividades en el sector formal.

En tal virtud, la presente investigación tiene como objetivo analizar el efecto del IVA en el comercio digital en Ecuador durante el periodo 2020-2024, evaluando su impacto en la recaudación tributaria, la formalización de las actividades digitales y la sostenibilidad del comercio digital formal. El estudio busca aportar evidencia empírica que permita determinar si las reformas tributarias implementadas han contribuido a fortalecer el sistema fiscal o, por el contrario, han profundizado las brechas existentes en el ecosistema digital ecuatoriano.

1.1 Antecedentes

El período de estudio comprendido entre 2020 y 2024 se inicia en un contexto de importantes transformaciones en la política tributaria ecuatoriana, marcado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria en septiembre 2020.

La normativa que se promulga fue consecuencia directa de las elevadas dificultades del estado para conseguir gravar la economía digital, el cual había sido un sector que hasta entonces lograba evadir parcialmente el sistema de control fiscal clásico. La acción más

relevante fue la inclusión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12% a los servicios digitales importados, para poder sortear las limitaciones del principio de territorialidad que acotaban la recaudación.

Según Andersen (2020), dicha reforma, aunque representaba una nueva fuente de ingreso para el fisco, su efectividad estaba estrechamente vinculada al mecanismo de retención a través de intermediarios financieros. No obstante, desde sus inicios este esquema fue objeto de cuestionamientos respecto a su capacidad para captar la totalidad de las transacciones digitales transfronterizas, especialmente considerando la rápida expansión de los métodos de pagos alternativos.

Pese a su implementación, el problema estructural de la informalidad no desapareció, sino que se acentuó, convirtiéndose en uno de los núcleos de las investigaciones que comenzaron a desarrollarse a partir de 2020. De acuerdo con un informe de la Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana (CITEC, 2022), el 50% de las transacciones que se llevan a cabo dentro del ecosistema digital ecuatoriano, viajan a través de mecanismos no regulados, lo que disminuye la capacidad de control y recaudación del Estado. Esta situación ha generado una marcada asimetría fiscal, en la que cerca del 97% del tejido empresarial formal, asume la totalidad de la carga tributaria, incluido el pago del Impuesto al Valor Agregado (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEI], 2023).

La existencia de esta evasión generalizada en el sector informal, da paso a un escenario de competencia desleal, el cual atenta contra la rentabilidad de las empresas legalmente constituidas y compromete su sostenibilidad en el medio y largo plazo.

Las causas de informalidad y evasión tributaria, no se limitan a la decisión de los contribuyentes, ya que se encuentran muy asociadas a barreras estructurales extensamente descritas durante el período abordado. En este sentido, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2023) especialmente en las zonas rurales, existe una brecha significativa de uso digital, lo que implica que los emprendedores de las micro empresas, no puedan acceder a herramientas básicas, como la facturación electrónica. A lo anterior, se asocia una deficiente cultura tributaria, en donde, de acuerdo a Rojas y Pilacúan (2025), una parte importante de la población no tiene plena conciencia o no sabe exactamente cuáles son sus deberes tributarios, lo que lleva a la disminución del cumplimiento tributario y del cumplimiento tributario informado.

Por su parte, la estrategia de fiscalización implementada por el Servicio de Rentas Internas (SRI, 2020), basada en la actualización trimestral del catastro de contribuyente y en mecanismos de retención a través de tarjetas, ha mostrado ser insuficiente frente a un entorno digital dinámico, en el que predominan las transferencias directas y el uso emergente de criptomonedas, generando un desfase constante entre la normativa fiscal y la realidad del mercado.

La fase de análisis se materializará mediante la ampliación de la tarifa general del IVA, en un 15%, a partir de abril de 2024, una medida que directamente repercutió sobre los costes de explotación de las empresas, y la capacidad de compra del destinatario final. Si bien la expectativa en torno al crecimiento del comercio electrónico es favorable, se encuentra en el contexto de una controversia sobre la política fiscal, en relación a sus potenciales efectos contractivos (Redacción Primicias, 2024). En un contexto con elevado

nivel de evasión, el incremento de la tarifa representa un problema para el sector formal, ya que un costo de cumplimiento más elevado puede aumentar la brecha competitiva con las empresas informales que no trasladan el impuesto al precio final. Desde un punto de vista teórico, esto podría fortalecer la informalidad a expensas de los negocios que cumplen la normativa tributaria.

La revisión de la información en la evidencia prima el diagnóstico de la asimetría fiscal y en la revisión de la efectividad del IVA del 12% aplicado a los servicios digitales. Sin embargo, el análisis del efecto del incremento de la tarifa 15% se encuentra aún en etapas incipientes. En este sentido, se detecta una específica brecha de conocimiento, relativa a la evaluación del aumento del IVA, como un factor que afecta la viabilidad y sostenibilidad a largo plazo del comercio digital formal en Ecuador. La presente investigación se justifica al analizar empíricamente como la elevación del IVA al 15%, en un entorno marcado por la evasión estructural, ha influido en los niveles de formalización y sostenibilidad del sector. De este modo, el estudio busca determinar si la medida fiscal, lejos de promover mayor equidad tributaria, terminó afectando de manera desproporcionada a los operadores formales al incrementar los costos de cumplimiento

1.2 Planteamiento del Problema

A nivel latinoamericano, la expansión de la economía digital, ha puesto en tensión los principios tradicionales de los sistemas fiscales, históricamente sustentados en la territorialidad y en la presencia física del contribuyente. Ante esta realidad, organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2022) han promovido una reconfiguración de la fiscalidad internacional, orientada a gravar el valor generado por empresas multinacionales que operan sin un establecimiento permanente en las jurisdicciones donde obtienen ingresos. En respuesta a esta situación, varios países de la región decidieron adoptar, por ejemplo, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) para gravar los servicios digitales transfronterizos o que se relacionan con un lugar de consumo, mientras se busca dar una mayor equidad tributaria. En este sentido, el uso del IVA para gravar los bienes y servicios digitales transfronterizos como un impuesto para tales operaciones, trae consigo una tendencia generalizada de adaptación de los sistemas tributarios a modelos de negocio que rebasan las fronteras físicas.

En el caso de Ecuador, el comercio digital ha crecido de manera sostenida y acelerada durante el período 2020-2024, fundamentado en los cambios estructurales en las formas de consumo provocados por la pandemia del COVID-19. Este dinamismo se evidencia en las proyecciones de ingresos del sector, que alcanzaron aproximadamente los USD \$5.251 millones en 2024, consolidando al comercio digital como un componente relevante de la económica nacional (Redacción Primicias, 2024). Este proceso de expansión motivó una respuesta fiscal por parte del Estado, orientada a adaptar los esquemas tributarios tradicionales a los nuevos modelos de negocios digitales y transfronterizos. La regulación de un mercado en pleno crecimiento, abrió un espacio de análisis sobre la efectividad y los efectos de dicha intervención.

En este contexto, el Estado ecuatoriano implementó una política fiscal específica mediante la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, vigente desde 2020, que estableció inicialmente una tarifa del 12% de IVA sobre los servicios digitales importados.

Esta medida tuvo como objetivo reducir las distorsiones competitivas entre proveedores locales y plataformas internacionales (Andersen , 2020). Desde el 1 de abril de 2024, la tarifa general del IVA se eleva al 15%, expandiendo el alcance de la política fiscal. Esta decisión potencia la recaudación fiscal, pero también conlleva un aumento directo de la carga impositiva asignada al consumidor final y de los costes de las empresas formales.

Sin embargo, la eficiencia de la política fiscal presenta un fuerte reto estructural: el alto grado de informalidad que acompaña al comercio digital. Diferentes estudios cuantifican que casi la mitad de las transacciones del ecosistema digital se efectúan a través de dispositivos no regulados, como las redes sociales y los sistemas de pagos directos, lo que no favorece el control del Estado. Como resultado de esta evasión, se reduce el potencial recaudatorio, pero también se da lugar a una fuerte asimetría competitiva. Bajo esta perspectiva, una retención de IVA, basada en un sistema convencional de retención a través de pagos en tarjeta o débito, no es suficiente para detectar toda la actividad económica que se desarrolla en este campo.

La asimetría fiscal, es una asimetría competitiva que amenaza la viabilidad del sector formal. Este sector se compone de aproximadamente el 97% del tejido empresarial, conformado por empresas debidamente constituidas, que asumen el total de la carga tributaria y atienden todas las obligaciones normativas, como por ejemplo el IVA del 15%. Todos ellos compiten en una situación de desventaja frente a un amplio sector informal que, gracias a la evasión de impuestos, puede vender a precios sumamente bajos. Con esta distorsión de precios, disminuye la posibilidad de que las empresas formales puedan obtener algún tipo de rentabilidad, incentivando las condiciones perversas que alientan la evasión como mecanismo de supervivencia económica (Pérez et al., 2025).

Desde la óptica microeconómica, esta situación se incrementa debido a las barreras estructurales, que determinan la posibilidad de realizar una formalización. Destacando la brecha digital existente, reflejada en un acceso a internet del 73,6% en los hogares urbanos y del 48,1% en los hogares rurales. Asimismo, se observa un bajo nivel de cultura tributaria, ya que apenas el 25% de los contribuyentes posee un conocimiento adecuado de sus obligaciones fiscales. En este contexto, la presente investigación se centra en analizar como la política de incremento del IVA, en un entorno digital formal en Ecuador durante el período 2020-2024, evaluando si dicha medida, lejos de fomentar el crecimiento equitativo, termina afectando de manera desproporcionada a los operadores formales.

Desde una perspectiva estructural, una de las principales causas del problema radica en el vacío normativo y la desactualización de la regulación fiscal frente a la economía digital. Aunque la legislación menos detallada en comparación con los estándares internacionales, lo que genera interpretaciones dispares y reduce la seguridad jurídica (Zamora et al., 2025).

Adicionalmente, el sistema tributario mantiene conceptos que no han sido plenamente adaptados para incorporar la presencia digital significativa. Esta limitación restringe la capacidad del Estado para gravar la renta generada por multinacionales, sin base física en el país, concentrando la carga impositiva principalmente en el consumidor final a través del IVA (Pincay, 2022).

Una de las causas más importantes se encuentra en la problemática de la recaudación y del control tributario que presenta el entorno digital. Para el Servicio de Rentas Internas,

la estrategia de fiscalización se encuentra altamente vinculada a la retención del IVA, a través de intermediarios financieros, un tipo de fiscalización reactiva que, pierde gran parte de su efectividad cuando existe la posibilidad de realizar pagos mediante transferencias o criptomonedas. La fiscalización reactiva del Servicio que guarda relación con un catastro de plataformas, que se actualiza periódicamente, provoca un desfase evidente y sostenido con la rapidez de las transformaciones del comercio digital. Esta debilidad se encuentra dentro de un contexto nacional de elevada evasión del IVA (superior al 32,6%), lo cual demuestra que las falencias que presenta el sistema tradicional, se ven acentuadas por las características del comercio digital (Roldán et al., 2025).

Por último, las limitaciones de capacidad y de conocimiento de los contribuyentes y de la Administración tributaria, ocasionan que la brecha digital impida que muchos emprendedores puedan adoptar herramientas clave, como la facturación electrónica o el acceso a los servicios en línea SRI y permanezcan en la informalidad, porque no disponen de la infraestructura para salir de ella. El contexto de una deficiente cultura tributaria se ve compuesto por otra serie de factores, entre los cuales destaca el hecho de que una gran parte de la población no sepa que tiene obligaciones fiscales y que entienda el sistema tributario como un sistema sancionador, en vez de como una contribución para el desarrollo, circunstancia que hace que se perpetúe el ciclo de la evasión y de la desconfianza (Villavicencio y Zambrano, 2023).

De esta forma, se plantea la pregunta de investigación:

1.3 Pregunta de Investigación

¿Cuál es el efecto del IVA en el comercio digital y su aporte al presupuesto del Estado durante el periodo 2020-2024?

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación Teórica

La expansión de la economía digital ha transformado de manera sustancial los modelos tradicionales de generación de valor, poniendo en tensión los principios clásicos de la tributación sustentados en la territorialidad y la presencia física del contribuyente. Diversos autores como Becerra et al. (2023), coinciden en que el comercio digital ha profundizado las brechas entre la realidad económica y los marcos normativos fiscales vigentes, especialmente en países en desarrollo, donde las capacidades institucionales para el control tributario resultan limitadas. Esta situación provoca dificultades para identificar el hecho generador, la base imponible y el sujeto pasivo del impuesto, incremento los niveles de evasión fiscal y competencia desleal.

Destaca la tributación a partir de la teoría de la capacidad contributiva, que se basa en gravar a los agentes económicos de acuerdo con su real generación de ingresos (Ortiz y Guillín, 2023). Sin embargo, la capacidad contributiva no se convierte en recaudación en el marco del comercio digital informal, lo que ocasiona una recaída en el sistema tributario y un desacierto en la equidad horizontal, en la relación que se establece entre los sujetos que son contribuyentes formales e informales. En este sentido, el estudio del e-commerce menciona que, lo que ocurre en las plataformas digitales, se fundamenta en que genera mucho valor económico y no existe tributación consiguiente.

En el contexto ecuatoriano, investigaciones recientes indican que cerca del 50% de las transacciones digitales quedan fuera del ámbito de control del Servicio de Rentas Internas, especialmente a través de las redes sociales y de la intermediación electrónica, hecho que limita la capacidad del IVA de ser el principal ingreso fiscal indirecto, repercutiendo sobre la sostenibilidad de las finanzas públicas y la correcta redistribución del gasto público (Servicio de Rentas Internas., 2024).

1.4.2 Justificación Legal

Desde el punto de vista legal, la investigación se sustenta en el marco constitucional y tributario vigente en Ecuador, que establece el deber de contribuir al financiamiento del Estado. “El régimen tributario y aduanero se fundamenta en los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatorio” (Asamblea Nacional del Ecuador [AN], 2021, art. 300). Dichos principios se ven vulnerados cuando actividades económicas digitales operan sin control fiscal efectivo.

La ley del Régimen Tributario Interno establece que el Impuesto al Valor Añadido grava la transferencia de bienes o la prestación de servicios, sin ninguna consideración del canal por el que puedan realizarse las operaciones comerciales (Comisión de Legislación y Codificación , 2004). En este sentido, las operaciones efectivas respecto a plataformas digitales son a su vez hechos imposables del IVA. En virtud de la reforma tributaria de 2024, la tarifa general del IVA pasó del 12% al 15%, en consecuencia, es imperante y necesario reforzar los medios de control sobre el comercio digital y evitar pérdidas significativas de liquidación fiscal.

A nivel internacional, la investigación se apoya en las recomendaciones que el OCDE, a través del Marco Inclusivo sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios (BEPS) ha emitido, considerando, en particular, los pilares Uno y Dos, pues son los que pretenden, incluso en actividades digitales, garantizar que es en los lugares donde se genera el valor económico, en el que se paga el impuesto (OCDE, 2022). Dichas recomendaciones constituyen un referente trascendental para actualizar y reforzar la normativa tributaria ecuatoriana y hacer frente a las exigencias de la economía digital.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Evaluar el efecto del IVA en el crecimiento del comercio digital en Ecuador durante 2020-2024.

1.5.2 Específicos

- Analizar las reformas tributarias en el caso del Impuesto al Valor Agregado.
- Conocer cómo el incremento del IVA afectó al comercio digital.
- Comparar el aporte del IVA 12% vs el 15% en el Presupuesto del Estado.

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO

En base a la Revisión Sistemática de Literatura realizada para esta investigación científica, se ha rescatado varios estudios de interés que destacan la evolución del marco fiscal aplicado al sector, así como los desafíos en la recaudación y el impacto económico del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el ámbito del comercio digital ecuatoriano durante el periodo 2020-2024. Estos análisis se enfocan en la implementación del gravamen a servicios digitales importados y el efecto de los cambios tarifarios recientes en la dinámica de precios y la formalidad tributaria; así tenemos:

2.1 Estado del Arte

Según León et al. (2023) en su investigación titulada “*The challenges of taxation in the digital economy: Analysis of the Ecuadorian tax system*”, analiza que los principales desafíos que enfrentan el sistema tributario ecuatoriano frente al crecimiento acelerado del comercio digital. El objetivo de estudio de la investigación fue evaluar la capacidad del marco fiscal vigente para captar ingresos derivados de la economía digital. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva y documental, sustentada en el análisis de la normativa tributaria, de los informes oficiales del Servicio de Rentas Internas y de la literatura académica específica. Los resultados concluyeron que el Impuesto al Valor Agregado configuran la principal fuente de las recaudaciones obtenidas sobre el comercio digital, teniendo en cuenta que representa aproximadamente el 80% de la recaudación tributaria digital estimada. No obstante, los autores reflexionan indicando la existencia de vacíos de regulación normativa y deficiencias en los sistemas de control, que inciden en el escaso rendimiento recaudatorio y que fomentan la informalidad digital.

Por otro lado, García y Zambrano (2024) en su estudio “*Análisis comparativo de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile*” tuvieron como objetivo comparar la efectividad de la recaudación del IVA aplicado a los servicios digitales en ambos países. La investigación se desarrolló bajo un enfoque descriptivo comparativo, utilizando información estadística oficial y normativa tributaria vigente, los resultados mostraron que la aplicación del IVA digital generó un incremento positivo en la recaudación fiscal tanto en Ecuador como en Chile; no obstante, se identificaron dificultades en la determinación del hecho generador y en la fiscalización de empresas extranjeras sin presencia física. Los autores concluyen que, si bien el IVA digital contribuye al fortalecimiento fiscal, su efectividad depende de la mejora continua de los mecanismos de control y de la adaptación normativa a la dinámica del comercio digital.

Durán et al. (2021) en el estudio “*Aplicación de la ley del impuesto al valor agregado en las operaciones de comercio electrónico*”, examinaron la aplicabilidad del IVA en las transacciones de comercio electrónico, aun cuando estas no cuenten con presencia física tradicional. La metodología empleada fue documental y descriptiva, debido a que se fundamenta en el análisis jurídico de la normativa tributaria vigente para las operaciones relacionadas con las digitalizaciones. Los resultados obtenidos mostraron que las actividades de comercio electrónico son capaces de producir hechos imponible paralelos a los hechos

imponibles que son producidos por las transacciones y actividades relacionadas con el comercio tradicional, ya que también las actividades de comercio tradicional producen hechos imponibles y, por tanto, deben ser gravadas, fundamentalmente con IVA. La investigación concluye que la falta de un marco normativo relativo a la tributación en el ámbito de las operaciones digitales, puede generar una gran inseguridad jurídica y permitir el uso de conductas destinadas a la elusión del impuesto, recomendando la actualización legal para garantizar la efectividad de la tributación en entornos digitales.

De igual forma, Altamirano (2021), en su estudio *“El IVA y los servicios digitales: la experiencia chilena”*, analizó la aplicación del Impuesto al Valor Agregado a los servicios digitales en Chile, tomando como referencia los lineamientos internacionales del proyecto BEPS de la OCDE. La investigación se llevó a cabo bajo la modalidad de una revisión bibliográfica con soporte práctico de la normativa chilena. En cuanto a los resultados, se concluyó que la correcta aplicación del correspondiente principio de tributación en destino, condujo a una recaudación positiva del IVA digital; evidenciando, que la experiencia chilena demuestra que la simplicidad normativa, la seguridad jurídica y la designación en el plano de la norma de plataformas digitales como agentes de retención, son elementos relevantes que posibilitan la aplicación efectiva del IVA en el comercio digital, los cuales podrían servir de referente en el caso ecuatoriano.

Becerra et al. (2023) en su estudio *“Desafíos tributarios de la digitalización de la economía: una reflexión en torno al Proyecto BEPS”*, analizó los restos fiscales que enfrentan la economía digital a nivel global, destacando como los nuevos modelos de negocio basados en tecnologías digitales generan tensión sobre la aplicación de los sistemas tributarios tradicionales. Mediante una revisión documental, los autores exploran el fenómeno del comercio electrónico y la economía digital, resaltando que la ausencia de presencia física de los contribuyentes digitales y la creciente interoperabilidad tecnológica dificultan la asignación efectiva de potestades tributarias y la recaudación adecuada de impuestos como el IVA.

2.2 Impuesto al Valor Agregado (IVA)

2.2.1 Definición del Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un tributo indirecto que grava el consumo de bienes y servicios, cuya carga económica recae sobre el consumidor final, aunque su recaudación sea asumida por los agentes económicos que interviene en las distintas etapas de comercialización. En Ecuador, el IVA se encuentra regulado por la Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI), la cual menciona que *“es el impuesto que grava el valor de las transferencias dentro del país o el valor de la importación de bienes muebles, en cualquiera de las etapas de su comercialización, a derechos de autor, propiedad industrial o derechos conexos, así como al valor de los servicios prestados”* (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, art. 52)

Desde una perspectiva jurídica, el IVA es un elemento esencial para la recaudación fiscal, conforme a los principios de generalidad equidad y suficiencia de la recaudación establecidos en la constitución, con lo que el Estado puede ir obteniendo ingresos de una manera continua, con la finalidad de cubrir los gastos públicos. La administración y control

del impuesto corresponde al Servicio de Rentas Internas, entidad encargada de velar por el cumplimiento de las obligaciones tributarias (Servicio de Rentas Internas (SRI), 2024)

2.2.2 Naturaleza y características del IVA

El IVA se caracteriza por ser un impuesto general, debido a que grava una amplia variedad de bienes y servicios; no acumulativo, ya que permite la deducción del crédito tributario generado en etapas previas de la cadena productiva; y proporcional, al aplicarse una tarifa uniforme sobre la base imponible. Estos rasgos impiden que se produzca la doble imposición y aseguran que el impuesto sea neutral respecto de las decisiones económicas de los contribuyentes. También es un impuesto de gran eficiencia recaudatoria, porque se percibe fraccionadamente en cada etapa del circuito comercial, lo que además facilita su control por parte de la Administración Tributaria y asegura un continuo flujo de ingresos tributarios (SRI, 2024).

2.2.3 Hecho Generador del IVA

El hecho generador del IVA se configura cuando se producen los actos económicos expresamente definidos en la normativa tributaria. Es causado por la transferencia de dominio de bienes muebles corporales, la importación de bienes y la prestación de servicios, incluso cuando estos sean prestados desde el exterior, siempre que su consumo se realice en el Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021).

El momento de causación del impuesto ocurre cuando se produce la entrega del bien, la emisión del comprobante de venta o el pago total o parcial del precio, lo que suceda primero. Este criterio busca asegurar la correcta y oportuna recaudación del tributo acorde con la realidad económica de la operación (SRI, 2021).

2.2.4 Base Imponible del IVA

La base imponible del IVA está constituida por el valor total de la operación gravada, incluyendo todos los costos, gastos, comisiones, intereses y recargos que formen parte del precio del bien o servicio, con exclusión del propio impuesto. En el caso de las importaciones, la base imponible está constituida por el valor CIF, derechos arancelarios y demás tributos aplicables. La correcta determinación de la base imponible resulta fundamental para garantizar el debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, dado que errores de cálculo pueden dar origen a subdeclaraciones, sanciones, administrativas y afectaciones a la recaudación fiscal (SRI, 2021).

2.2.5 Sujetos del Impuesto al Valor Agregado

El sujeto activo del IVA es el Estado ecuatoriano, el que ejerce su potestad tributaria a través del Servicio de Rentas Internas, y serán sujetos pasivos quienes realicen transferencia de bienes, quienes presten los servicios gravados, y quienes realicen importaciones, tanto los nacionales como los extranjeros, así como también las personas jurídicas.

Los sujetos pasivos están obligados a cumplir con deberes formales, como lo son la inscripción en el registro respectivo, la emisión de comprobantes de venta, la declaración

periódica del impuesto y el pago dentro de los plazos fijados por la normativa tributaria vigente (SRI, 2021)

2.2.6 Tarifas del IVA en Ecuador

La legislación ecuatoriana contempla distintas tarifas del IVA. La tarifa general vigente es del 15%, establecida mediante el Decreto Ejecutivo N.º198, con vigencia desde el 1 de abril del 2024, y ratificada para el ejercicio fiscal 2025 a través del Decreto Ejecutivo N.º470. Adicionalmente, la Ley de Régimen Tributario Interno establece la tarifa de 0% aplicable a determinados bienes y servicios considerados de primera necesidad, así como a las exportaciones, con el objetivo de promover la equidad social y proteger el consumo básico (Presidencia de la República del Ecuador, 2024).

La Ley de Régimen Tributario Interno establece una tarifa de IVA 0% que aplica a determinados bienes y prestaciones de servicios, para promover el consumo de los productos básicos y proteger el acceso de la población a bienes de primera necesidad. Esta tarifa también aplica a las exportaciones, y tiene la finalidad de promover la competitividad internacional en el país (Comisión de Legislación y Codificación, 2004). La tarifa del IVA 0% es exclusiva para aquellas categorías de productos alimenticios, medicamentos básicos y demás bienes que, por su naturaleza se consideran básicos, y hacen que los sectores vulnerables de la población no sean afectados por la carga impositiva; buscando promover la equidad social y mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Además de los bienes y servicios que no están sujetos a IVA, dentro de la normativa ecuatoriana se contempla un colectivo particular de bienes y servicios no clasificados como objeto del impuesto en cuestión, con lo cual, no se puede aducir que pertenezcan a la materia del IVA, aunque sí se puede aseverar que pueden estar vinculados a actividades de la propia materia. Un ejemplo práctico es el que presentan las exportaciones de bienes y servicios, que son objeto de no sujeción al IVA, en virtud de las políticas fiscales establecidas en función de fomentar el comercio exterior y atraer inversiones. Al excluir estos bienes y servicios, el Gobierno busca impulsar la competitividad de los productos ecuatorianos en mercados internacionales. Al tiempo que mantiene la neutralidad fiscal en el comercio exterior.

2.3 El Impuesto al Valor Agregado en el Comercio Digital

2.3.1 IVA y Comercio Digital

El desarrollo acelerado del comercio digital ha transformado significativamente las formas tradicionales de intercambio económico, generando nuevos retos para los sistemas tributarios. La digitalización ha creado un mercado global que ha conectado las transacciones de las economías mediante plataformas electrónicas y a través de medios digitales, eliminando las distancias físicas. La digitalización, que ha proporcionado de un modo más sencillo el acceso a productos y servicios de todo el mundo, ha traído, además, nuevos desafíos para los sistemas tributarios que se han adaptado a las nuevas modalidades comerciales, o han incorporado nuevas soluciones destinadas a captar parte del nuevo flujo de consumo que la digitalización puede suponer. En este contexto, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) se erige como un instrumento esencial para gravar el consumo, como consecuencia de las transacciones exigibles, a través de los canales electrónicos y permite

que el Estado pueda obtener recursos públicos de actividades económicas que hubiesen podido evadir el control del fiscal en otras circunstancias.

La normativa fiscal en Ecuador se ha adaptado a las especificidades del comercio digital. Bajo la ley vigente, los servicios digitales quedan sujetos a IVA, siempre que la utilización de estos servicios por los consumidores se desarrolle en el territorio nacional, sin tener en cuenta la ubicación del proveedor. Las empresas no residentes que prestan servicios digitales a consumidores ecuatorianos, deben incluir IVA en sus operaciones, cualquiera que sea su naturaleza (streams, servicios informáticos en la nube, comercio digital) aunque no tengan ninguna presencia física en el país. El objetivo de esta determinación normativa es permitir que las plataformas digitales cumplan con sus obligaciones tributarias en el país, de acuerdo con las normas fiscales de Ecuador, adaptando al mismo tiempo la tributación al progreso tecnológico y a la globalización del comercio; buscando evitar una distorsión de la competencia entre proveedores nacionales y no nacionales y permitiendo que todos los agentes tengan las mismas reglas de juego fiscales (SRI, 2024).

2.3.2 Hecho Generador del IVA en el Comercio Digital

En el comercio digital, el hecho generador del IVA se configura cuando existe la prestación de un servicio digital o comercialización de bienes a través de plataformas electrónicas, siempre que el usuario se fundamenta en el principio de destino, según el cual el impuesto se causa en el país donde se produce el consumo efectivo del bien o servicio (SRI, 2024).

2.3.3 Tarifa del IVA Aplicable al Comercio Digital

Las operaciones de comercio digital están gravadas con la tarifa general del IVA del 15%, salvo que la ley disponga expresamente la aplicación de la tarifa 0%. La aplicación de esta tarifa busca garantizar la neutralidad tributaria entre el comercio digital y el comercio tradicional, evitando distorsiones en el mercado.

2.3.3.1. Tarifa del 15% (Tarifa General del IVA).

La tarifa del 15% es la tarifa general del IVA y se aplica a la mayoría de los servicios digitales prestados dentro del territorio ecuatoriano, independientemente de si el proveedor es nacional o extranjero. Tiene como objetivo la obtención de la recaudación fiscal correspondiente para el Estado y se aplica a las siguientes actividades de transmisión de servicios digitales:

- **Plataformas de streaming:** Como Netflix, Amazon Prime, Disney+, Spotify, y otras que facilitan el contenido online, mediante películas, series de televisión y música.
- **Servicios de publicidad digital:** Plataformas como Google Ads, Facebook Ads e Instagram Ads, que permiten a las empresas realizar publicidad en internet.
- **Software en la nube:** Servicios como Google Drive, Dropbox, Microsoft 365 y otros servicios que permiten almacenamiento y software en la nube.

- **Plataformas de comercio electrónico:** Páginas web de ventas online como Amazon, eBay, Mercado Libre, que permiten la compra y la venta de bienes y servicios.
- **Servicios de videoconferencias y plataformas colaborativas:** Videoconferencias y herramientas de trabajo colaborativo online: Programas como Zoom, Microsoft Teams o Slack, empleados para videoconferencias y para trabajo colaborativo online.

2.3.3.2.Tarifa del 12%.

La tarifa del 12% se aplica a ciertos servicios y productos que no están cubiertos por la tarifa general del 15%, pero que siguen siendo gravados dentro del marco tributario ecuatoriano. Aunque esta tarifa es menos común en el comercio digital, se aplica a los siguientes casos específicos:

- **Servicios de telecomunicaciones:** El IVA del 12% se aplica a servicios de telecomunicaciones, como la telefonía móvil y acceso a internet, ya que son esenciales para la infraestructura que habilita el comercio digital.
- **Venta de dispositivos electrónicos:** La venta de dispositivos como computadoras, teléfonos móviles, tabletas, y consolas de videojuegos, que son productos necesarios para acceder a servicios digitales, está sujeta a esta tarifa.
- **Servicios de energía:** Aunque no es un servicio digital directo, los servicios de electricidad relacionados con el funcionamiento de centros de datos y telecomunicaciones pueden estar sujetos a esta tarifa.

2.3.3.3.Tarifa del 0%.

La tarifa del 0% de IVA se aplica a ciertos servicios digitales con el fin de promover el comercio exterior, la equidad social y el acceso a servicios esenciales. Esta tarifa busca beneficiar a los sectores más vulnerables y fomentar la competitividad internacional de las empresas ecuatorianas. Los servicios digitales que están sujetos a la tarifa del 0% incluyen:

- **Exportaciones:** Los bienes y servicios exportados desde Ecuador están exentos del IVA, lo que fomenta la competitividad de las empresas ecuatorianas en los mercados internacionales. Esto incluye los servicios digitales prestados a consumidores fuera de Ecuador, como software, servicios de streaming, y comercio electrónico internacional.
- **Servicios educativos digitales:** En determinadas circunstancias, los servicios de formación recibidos a través de plataformas digitales se consideran como exentos de IVA, con el fin de garantizar un acceso a la formación asequible para los colectivos de la población.
- **Servicios de salud digital:** Algunos servicios de telemedicina y salud digital pueden considerarse también exentos del IVA, con el fin de permitir el acceso a los servicios de salud, en particular en aquellas zonas rurales o, en general, de difícil acceso.
- **Plataformas gubernamentales:** Los servicios digitales prestados por el Estado a través de plataformas gubernamentales, como la gestión de trámites administrativos o servicios públicos en línea, también pueden estar exentos del IVA, lo que asegura que los ciudadanos no enfrenten barreras fiscales al acceder a servicios públicos esenciales.

2.3.4 Importancia del IVA en el Comercio Digital

La aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio digital reviste una importancia estratégica dentro del sistema tributario ecuatoriano, debido al crecimiento sostenido de las transacciones electrónicas y a la transformación de los modelos tradicionales de consumo. El comercio digital ha ampliado significativamente las formas de intercambio económico, lo que obliga al estado a adaptar su normativa tributaria con el fin de evitar brechas fiscales y garantizar una recaudación equitativa sobre nuevas modalidades de consumo.

Desde el punto de vista tributario, el IVA en el comercio digital aporta a la ampliación de la base tributaria, al incluir operaciones que no estaban suficientemente reguladas o controladas de forma básica, como aquellas vinculadas a la prestación de servicios digitales suministrados por prestadores no residentes, lo que permite la ampliación de la base tributaria, que resulta importante para la sostenibilidad de las finanzas públicas del Ecuador, dado que, el IVA es una de las principales fuentes de ingresos permanentes del Estado ecuatoriano (SRI, 2020).

Adicionalmente, la instauración del IVA en el comercio digital asegura la vigencia del principio de equidad fiscal, dado que permitirá que aquellos consumidores que compran bienes o servicios a través de una plataforma digital contribuyan al financiamiento de la actividad pública en las mismas condiciones que aquellos que compran en el comercio más tradicional. A la vez, propicia que el comercio digital no goce de condiciones fiscales injustificadas frente a los comercios físicos, permitiendo el establecimiento de una competencia más justa entre los diversos tipos de comercio.

Desde la óptica normativa, la inclusión de reglas específicas para el IVA en los servicios digitales, es un buen ejemplo de la adecuación del sistema tributario ecuatoriano a la economía digital, ya que da una aplicación correcta al principio de destino que establece que el IVA debe recaer en el lugar y en el momento de la creación del consumo efectivo del bien o servicio. Esto a la vez, contribuye a mejorar el control tributario y limita las posibilidades de riesgo de evasión fiscal que se conectarían con la deslocalización de los prestadores digitales (SRI, 2020).

2.4 Comercio Digital

2.4.1 Definición

El comercio digital también conocido como comercio electrónico comprende transacciones comerciales de bienes o servicios, digitales o no, realizadas en parte o en su totalidad mediante sistemas de información o medios electrónicos. En Ecuador, para la prestación de servicios electrónicos, las solemnidades y validez de mensajes de datos, la contratación electrónica y telemática, los derechos de los usuarios y consumidores y para la prueba, se aplicará lo dispuesto en la Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos y otras normas conexas. Esta articulación normativa otorga seguridad jurídica a las transacciones digitales y delimita el marco para su fiscalización (Código de Comercio, 2019).

2.4.2 *Clasificación Del Comercio Digital*

El comercio digital ha experimentado una evolución significativa en los últimos años, impulsada por el avance de las tecnologías digitales, la masificación del acceso a Internet y los cambios en los hábitos de consumo. Este proceso de transformación ha dado lugar a nuevas formas de interacción comercial, lo que ha motivado a diversos autores a proponer clasificaciones. del comercio digital desde distintos criterios analíticos (Heredia y Villareal, 2022).

2.4.2.1. **Clasificación Según el Modo de Operación de las Actividades Comerciales.**

De acuerdo con el grado de digitalización del proceso de transacción, el comercio digital puede clasificarse en el comercio digital puro y comercio digital parcial.

El comercio digital puro se refiere aquel en el que todas las etapas del proceso comercial se desarrollan en entornos digitales, incluyendo la difusión de información, la negociación, el pago y la entrega del producto o servicio, el cual suele ser de naturaleza intangible, como software, plataformas digitales, servicios de streaming o contenidos en línea.

Por su parte, **el comercio digital parcial** corresponde a las transacciones en las que solo algunas fases del proceso se realizan mediante medios digitales, mientras que otras requieren la intervención de elementos físicos o logísticos externos, como el almacenamiento, transporte y entrega de bienes tangibles.

2.4.2.2. **Clasificación Según el Alcance Geográfico de las Transacciones Electrónicas.**

Desde el criterio del alcance territorial de las operaciones, el comercio digital puede dividirse en local, nacional remoto y global.

El **comercio digital local** trata aquellas transacciones que se producen entre actores ubicados en una misma área geográfica, normalmente, una ciudad o región, usando redes de información locales, es decir, con un alcance territorial a pequeña escala y normalmente asociado a las pequeñas o medianas empresas que cubren mercados próximos.

El comercio digital nacional remoto implica las transacciones electrónicas en el interior de un país, pero con personas que se hallan en regiones diferentes. Este consumo digital presenta grandes demandas en cuanto a los sistemas técnicos, la logística y la gestión, y da lugar a un aumento del público objetivo, que se puede abarcar a nivel nacional.

El comercio digital global hace referencia a la actividad comercial desarrollada a través de Internet entre personas localizadas en diferentes países, lo cual implica un grado elevado del ámbito internacional, dada la existencia de marcos jurídicos, sistemas tributarios y regulaciones aduaneras diferentes.

2.4.2.3. **Clasificación Según el Contenido de las Actividades de Comercio Digital.**

Atendiendo a la naturaleza de los bienes o servicios intercambios, el comercio digital puede clasificarse en directo e indirecto.

El **comercio digital directo** hace referencia a la comercialización de bienes o servicios digitales, cuya ejecución se lleva a cabo de forma inmediata a través de medios electrónicos, no necesitándose soporte físico para ello, entre los ejemplos más destacados se encuentran servicios digitales, licencias de software, plataformas de suscripción, contenidos multimedia y servicios online (en la nube).

Por el contrario, **el comercio digital indirecto** hace referencia a la comercialización de bienes físicos mediante plataformas digitales, en los cuales el proceso de pedido y el pago se realiza online, pero la entrega del bien se realiza a través de canales logísticos tradicionales. Este comercio se sitúa entre el comercio digital y el comercio convencional (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020).

2.4.2.4. Clasificación Según los Actores que Interviene en la Transacción.

Según los participantes involucrados en las operaciones, el comercio digital puede adoptar diversas modalidades. Entre las más relevantes se encuentran:

Empresa a empresa (B2B), que involucra transacciones electrónicas entre organizaciones.

Empresa a consumidor (B2C), relacionado con procesos de contratación pública y provisión de servicios al Estado.

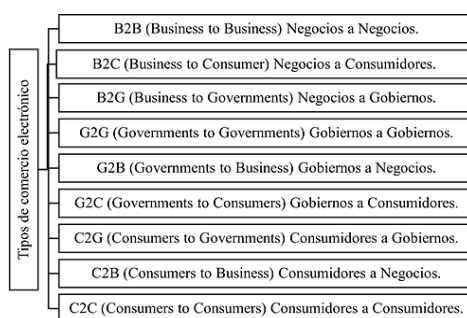
Empresa a gobierno (B2G), relacionado con procesos de contratación pública y provisión de servicios al estado.

Consumidor a consumidor (C2C), que comprende transacciones realizadas entre personas naturales mediante plataformas digitales.

Estas modalidades reflejan la diversidad de relaciones económicas que se desarrollan en el entorno digital y evidencian la amplitud del comercio digital como fenómeno económico y social (Heredia y Villareal, 2022).

Figura 1

Tipos de comercio digital- electrónico según sus participantes



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

2.5. El Comercio Digital en Ecuador

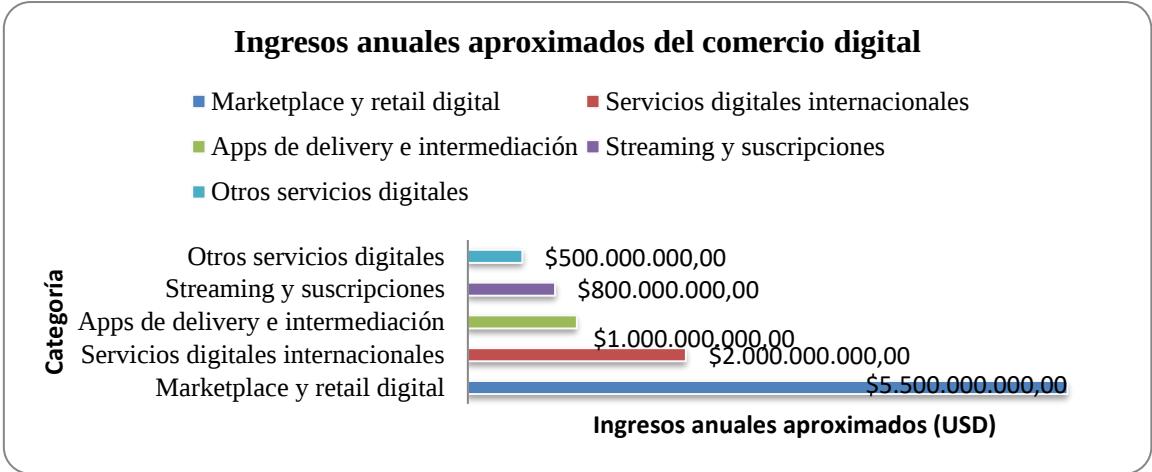
La evidencia académica reciente reporta expansión del comercio digital en Ecuador y, al mismo tiempo, heterogeneidad en la adopción por parte de pymes. Estudios aplicados al caso Guayaquil muestran que muchas pymes inician su digitalización con canales de bajo costo (redes sociales y mensajería) y enfrentan barreras como baja capacitación, recursos limitados, confianza del consumidor y logística. Este patrón es relevante para la tributación porque la venta por redes sociales puede operar sin facturación regular, con dificultades para

identificar al obligado y con alta rotación de cuentas o perfiles, lo que eleva riesgos de informalidad y subdeclaraciones (Monserrate et al., 2024)

Ecuador ha mostrado un crecimiento sostenido en el uso de internet y en la adopción de actividades vinculadas al comercio digital, lo que ha favorecido el desarrollo del comercio digital en los últimos años. De acuerdo con los informes del Servicio Internas y del Banco Central del Ecuador, el país ha fortalecido su participación en transacciones digitales, destacándose principalmente los modelos **B2C y C2C**, corresponden a operación entre empresas y consumidores finales cifras relacionadas con el panorama del comercio digital en Ecuador, donde se evidencian los ingreso anuales aproximados por tipo de servicio, mientras que en la Figura 2-2 se detalla la evolución de la actividad del comercio digital ecuatoriano, diferenciando la participación de portales nacionales e internacionales, lo cual permite comprender la dinámica del mercado digital y su impacto económico en el país (SRI, 2023)

Figura 2

Panorama del Comercio digital en Ecuador



Nota. Adaptado de SRI (2023) y Banco Central del Ecuador (BCE, 2023), como se citó en Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2024).

Tabla 1

E-commerce en Ecuador

Año	Compra – venta en portales nacionales (%)	Compra en portales internacionales (%)
2019	11	89
2020	18	82
2021	23	77
2022	28	72
2023	34	66

Nota. Adaptado de (UEES, 2023; como se citó en Rodríguez et al. 2020, p. 106); CECE y UEES (2024).

Partiendo de la información presentada en la Tabla 1-2, se evidencia que el comercio digital en Ecuador ha estado históricamente dominado por las compras realizadas en portales internacionales, aunque se observa una tendencia progresiva de crecimiento en la participación de los portales nacionales. Entre 2019 y 2023, la compra y venta en plataformas nacionales paso del 11% al 34%, mientras que las compras en portales internacionales, aunque predominantes, disminuyeron del 89% sin embargo, el predominio de plataformas extranjeras sugiere que gran parte de las transacciones electrónicas continúan vinculadas a bienes y servicios importados. En este contexto, si bien las tipologías de comercio digital más utilizadas, como B2C y C2C, contribuyen al desarrollo de un sistema comercial basado en las TIC, su impacto directo en la economía nacional sigue siendo limitado. Al desaprovecharse el potencial del e-commerce como una herramienta orientada a la promoción y exportación de productos nacionales (Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico [CECE] y Universidad Espíritu Santo [UEES], 2024).

2.6. Principales Problemas en la Tributación del Comercio Digital

Los problemas tributarios más comunes en el comercio digital están relacionados, en primer lugar, con la informalidad, evidenciada por la realización de ventas sin Registro Único de Contribuyentes (RUC), la no gestión de la facturación y la escasa gestión de los registros de contabilidad. En segundo lugar, se presenta un obstáculo para delimitar las obligaciones tributarias de los diferentes intervinientes en las transacciones electrónicas, a través de las plataformas, los vendedores y los procesadores de pago (Ortiz y Guillín, 2023).

De igual forma, existen asimetrías informativas y dificultades de acceso a datos por parte de la Administración Tributaria, debido al uso de plataformas digitales; así como brechas en la cultura tributaria y en la capacidad tecnológica de los contribuyentes. La literatura sobre economía digital en Ecuador coincide en que, en ausencia de mecanismos solidos de trazabilidad y cooperación efectiva con intermediarios de pago y plataformas digitales, se mantienen riesgos significativos de evasión fiscal, erosión de la base imponible y competencia desleal frente a los negocios que operan dentro del marco formal (Gutiérrez et al., 2020).

Figura 3

Componentes del Sistema Tributario ecuatoriano



Nota. Adaptado de (SRI, 2024, como se citó en Brito et al. 2020, p. 123)

2.7. Situación de la Tributación de Comercio Digital en Ecuador

Ecuador ha desarrollado un marco operativo relativamente claro para el IVA en importación de servicios digitales (registro de no residentes y retención por intermediarios del pago), lo que permite capturar parte del consumo digital transfronterizo. Sin embargo, en el ámbito de la tributación del comercio digital, a nivel doméstico se encuentran los desafíos de la fiscalización a las ventas, a través de redes sociales y C2C, en la que por la fragmentación de vendedores, el uso de cuentas de usuario personales para realizar cobros, la muy baja emisión de comprobantes, la rotación de cuentas, entre otros, la trazabilidad tecnológica de las transacciones no siempre es la formalidad, generándose en la práctica una brecha entre la realidad económica digital y la base que las auditorías tradicionales pueden controlar.

Desde la perspectiva de política tributaria aplicada, la literatura y los análisis técnicos recomiendan fortalecer una estrategia integral basada en tres ejes:

Facturación electrónica como columna vertebral, ampliando su adopción efectiva en microcomercios digitales

Control inteligente de medios de pago, mediante cruces de información agregada y segmentación de riesgo (sin depender únicamente de operativos presenciales)

Educación tributaria y asistencia digital para reducir la informalidad por desconocimiento y facilitar el cumplimiento (inscripción, emisión, declaración).

En conjunto, estos componentes permitirían mejorar el cumplimiento del IVA, disminuir la competencia desleal y consolidar un ecosistema digital más transparente y sostenible (Demera y Zambrano, 2023).

2.8. Plataformas Digitales

Una plataforma digital es un modelo de negocio basado en tecnología que crea valor al facilitar interacciones e intercambios entre dos o más grupos de usuarios interdependientes, tales como consumidores, proveedores de bienes y servicios, empresas, anunciantes e instituciones. Estas plataformas funcionan como mercados multilaterales, en donde la participación de un grupo, aumenta el valor para los demás y generan efectos de red, que explican su rápido crecimiento y concentración económica, lo que, a su vez, explica la estructura de esta plataforma como una arquitectura tecnológica integrada, combinando hardware, software y datos para coordinar transacciones, disminuir el costo de la intermediación y escalar operaciones alrededor del mundo (Gawer, 2022).

Desde la perspectiva económica, las plataformas digitales funcionan como agentes coordinadores, que conectan, regulan y monetizan todas las interacciones que tienen lugar entre distintos grupos (Tolga et al., 2022). Esta categoría de modelos sería la que surge cuando existen agentes económicos que, aun necesitando interactuar entre sí, son incapaces de hacerlo de forma eficaz sin un mecanismo digital determinado. Con este objetivo, la plataforma no solo conecta la oferta y la demanda, sino que establece reglas, precios, gestiona las transacciones y controla el acceso al mercado, convirtiéndose así, en un actor determinante en la economía digital actual.

Durante el periodo 2020-2024, los modelos de negocio de las plataformas digitales se consolidaron y diversificaron significativamente, impulsada por los cambios estructurales

en los hábitos de consumo derivados de la pandemia de COVID-19. Entre los principales modelos se identifican las plataformas de intermediación comercial (Marketplace), las de servicios bajo demanda, las de suscripción digital, las de publicidad en línea y las vinculadas a la economía colaborativa. Estos modelos han demostrado una elevada capacidad de generación de ingresos y una creciente incidencia en el comercio digital transfronterizo, incrementando su relevancia económica y tributaria (Stoian y Tohanean, 2021)

En el ámbito fiscal, la expansión de las plataformas digitales plantea desafíos relevantes para los sistemas tributarios tradicionales, particularmente aquellos basados en la presencia física del contribuyente (Han et al., 2024).

Figura 4
Modelos de negocio de las plataformas digitales



Nota. Sandoval (2025). Adaptado de García (2020).

2.9. Servicios Digitales

La legislación ecuatoriana, a partir de la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria y su articulación con la Ley de Régimen Tributario Interno y su Reglamento, establece una definición formal de los servicios digitales con fines tributarios. En este sentido, el artículo 41 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, vigente durante el período 2020-2024, dispone que los servicios digitales son aquellos prestados y/o contratados a través de internet o de cualquier red digital equivalente, que por su naturaleza se caracterizan por estar esencialmente automatizados y requerir una intervención humana mínima, independientemente del dispositivo utilizando para su descarga, visualización o utilización. Este concepto constituye el presupuesto normativo para la aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) de los servicios digitales, los cuales también incluyen los que prestan los proveedores no residentes en España.

Los servicios digitales, desde un punto de vista conceptual, son parte de la venta de economía digital, apoyada en un uso intensivo de la tecnología de la información y de la comunicación; se prestan exclusivamente a través de plataformas digitales y son consumidos

únicamente a través de dispositivos digitales, tales como teléfonos móviles, equipos informáticos o tabletas. En Ecuador, en especial entre 2020 y 2024, los servicios digitales más característicos fueron los de publicidad, los servicios de intermediación digital, aquellos que facilitan la interacción entre compradores y vendedores mediante la utilización de plataformas de comercio digital, y la prestación de servicios relacionados con la recolección, el tratamiento y la comercialización de datos (que provengan de la información proporcionada, por usuarios durante su utilización de interfaces digitales. Estas categorías han adquirido relevancia económica y tributaria, siendo consideradas expresamente por la administración tributaria para efectos de control y recaudación fiscal.

Finalmente, con el propósito de facilitar la comprensión de las distintas tipologías que conforman los servicios digitales y su relación con la economía digital y el sistema tributario ecuatoriano, en el Gráfico se presenta la definición y clasificación de cada uno de los sectores que integran los servicios digitales en el Ecuador.

2.10. Marco Legal

2.10.1. Constitución de la República del Ecuador

El marco jurídico del sistema tributario ecuatoriano tiene su base en la Constitución de la República del Ecuador, la cual establece los principios que regirán por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria, priorizando los impuestos directos y progresivos. Estos principios constituyen el sustento legal para la aplicación del IVA como un impuesto al consumo de carácter general.

Asimismo, es deber de los ciudadanos contribuir al financiamiento del Estado mediante el pago de tributos, lo cual legitima la exigibilidad del IVA en las actividades económicas, incluyendo aquellas desarrolladas en entornos digitales (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021, art. 83, núm. 15).

2.10.2. Ley de Régimen Tributario Interno

La Ley de Régimen Tributario Interno constituye la norma principal que regula el Impuesto al Valor Agregado en Ecuador. Define al IVA, como el impuesto que grava la transferencia local e importación de bienes, así como la prestación de servicios, incluidos aquellos provenientes del exterior cuando su consumo se realice en el territorio nacional (Comisión de Legislación y Codificación, 2004, art. 52).

Adicionalmente, los artículos 53 al 56 regulan aspectos fundamentales del impuesto tales como el hecho generador, la base imponible, los sujetos pasivos y las tarifas aplicables, estableciendo el marco legal que permite su correcta determinación, declaración y recaudación (SRI, 2024).

2.10.3. Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno

El reglamento para la aplicación de la LRTI desarrolla las disposiciones contenidas en la ley, precisando los procedimientos para la liquidación, declaración y pago del IVA. Este reglamento es especialmente relevante para la aplicación del impuesto en la importación de servicios, ya que define el momento de causación del IVA y las responsabilidades de los contribuyentes y agentes de retención (SRI, 2024).

2.10.4. Resoluciones del Servicio de Rentas Internas Sobre el IVA y Servicios Digitales

El Servicio de Rentas Internas, como entidad administradora del sistema tributario, ha emitido resoluciones específicas para regular la aplicación del IVA en el entorno digital. Entre las más relevantes se encuentran:

La Resolución NAC-DGERCGC20-0000005 - NAC-DGERCGC20-00000053, establece las normas para la retención, declaración y pago del IVA generado en la importación de servicios digitales cuando el prestador no residente no actúe como agente de percepción. Estas resoluciones permiten operacionalizar la recaudación del IVA sobre servicios digitales consumidos en Ecuador, fortaleciendo el control tributario frente a la economía digital (SRI, 2020).

2.11. Decretos Ejecutivos Sobre la Tarifa del IVA

2.11.1. Decreto Ejecutivo N.º198: Incremento de la tarifa general del IVA al 15% (2024)

El Decreto Ejecutivo N.º198, emitido por la Presidencia de la República del Ecuador en marzo 2024, dispuso el incremento de la tarifa general del Impuesto al Valor Agregado (IVA) DEL 13% AL 15%, con vigencia a partir del 1 de abril de 2024. Esta medida se adoptó en el marco de la política fiscal del Estado, con el objetivo de fortalecer la sostenibilidad de las finanzas públicas y garantizar recursos para atender necesidades urgentes del país, especialmente en materia de seguridad y gasto social.

Desde el punto de vista jurídico-tributario, la debida concordancia del decreto se encuentra en la habilidad que tiene el Ejecutivo de poder modificar la tarifa del IVA con sujeción a la Ley de Régimen Tributario Interno, la cual autoriza la tarifa general en función de las circunstancias fiscales y económicas del país. El incremento en la tarifa del IVA constituye un instrumento de recaudación inmediata, dado que este impuesto tiene que ver con el consumo, siendo su base imponible altamente amplia, lo que permitirá disponer de ingresos de forma rápida y sostenida.

En cuanto al comercio digital, el Decreto Ejecutivo N.º198 tiene implicaciones directas pues se aplica de manera uniforme al incremento de la tarifa al comercio tradicional, como a las transacciones realizadas por medios electrónicos en la venta de bienes y prestación de servicios digitales. Como consecuencia, el consumo digital queda también afectado por el aumento del IVA, lo que puede tener efectos en el comportamiento de la demanda, en los precios finales y en el volumen de las transacciones electrónicas, elementos relevantes a la hora de analizar el efecto del IVA en el comercio electrónico (Presidencia de la República del Ecuador, 2024).

2.11.2. Decreto Ejecutivo N.º470 Ratificación de la Tarifa Del IVA Del 15 % Para el Ejercicio Fiscal 2025

El Decreto Ejecutivo N.º470, emitido en diciembre de 2024, ratifica la vigencia de la tarifa general del IVA del 15% para el ejercicio fiscal 2025, consolidado así el cambio introducido por el Decreto Ejecutivo N.º198. Esta disposición otorga estabilidad normativa al régimen del IVA, permitiendo que los agentes económicos, incluidos los operadores del comercio digital, puedan planificar sus actividades considerando una tarifa consolidada y no transitoria.

Desde un punto de vista legal, la ratificación de la tarifa reitera el papel del IVA como una de las principales herramientas de política fiscal del estado ecuatoriano. El Ejecutivo, al ratificar la tarifa del 15% proyecta contar con una adecuación recaudatoria estable, para aquello, se reduce la incertidumbre proveniente del señalamiento de cambios frecuentes de la norma tributaria y también se refiere a la mejor previsibilidad del sistema tributario.

El mantenimiento de la tarifa del 15% en el comercio digital, da lugar a que las plataformas digitales, los prestadores de servicios de tecnologías de la información, y los vendedores en Internet, deban seguir incluyendo indefinidamente la tarifa en el proceso de facturación declaración y pago del impuesto. La confirmación de la tarifa también respalda el principio de la neutralidad del sistema tributario, ya que este principio evita que el comercio digital tenga un régimen tributario distinto del tradicional y que el comercio digital y el tradicional tengan condiciones de competencia no idénticas. El Decreto Ejecutivo N.º 198, ratificado en el Decreto Ejecutivo N.º 470, expresa una estrategia fiscal muy concreta (Presidencia de la República del Ecuador, 2024).

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGÍA.

3.1. Tipo de Investigación

En esta investigación de campo se desarrolló la recolección de datos mediante la entrevista para determinar el efecto del IVA en el comercio digital en Ecuador dentro de la normativa.

3.2. Método de la Investigación

Se empleó el método deductivo, partiendo de la revisión de teorías y normativas tributaria vigentes y antecedentes generales sobre comercio digital, para posteriormente aplicar estos fundamentos al contexto específico ecuatoriano. Este método permitirá contrastar los postulados teóricos con la realidad empírica observada en el período de estudio.

3.3. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, dado que no se manipulará deliberadamente las variables de estudio, sino que estas serán observadas y analizadas tal como se presentan en su contexto real. El estudio se adopta un enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo longitudinal, ya que se analiza la percepción y experiencia de los informantes clave respecto a la aplicación del IVA en los servicios digitales a lo largo del período 2020-2024. La información se obtuvo mediante entrevistas semiestructuradas, lo que permitió recopilar datos relevantes sin intervenir en los fenómenos estudiados.

3.4. Enfoque de la Investigación

La presente investigación adoptó un enfoque mixto, al combinar elementos cualitativos y cuantitativos, con el propósito de analizar de manera integral la relación entre el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el comercio digital en Ecuador. El enfoque cualitativo permite recopilar percepciones y criterios técnicos de expertos en tributación mediante entrevistas estructuradas, mientras que el enfoque cuantitativo posibilitará el análisis de variables mediables, como la recaudación del IVA con el fin de identificar las variaciones producidas durante el período 2020-2024.

3.5. Nivel

El nivel es correlacional se analizó mediante la relación entre el IVA y el comercio digital, sin implicar una relación causal directa que permita determinar las características del comercio digital y del IVA; de esta manera, examinará la asociación entre la implementación y variaciones del IVA 12% Y 15% con el volumen de transacciones digitales de acuerdo con las mediciones del efecto del IVA.

Este nivel permitió identificar asociaciones relevantes que evidencien el efecto del IVA en el comercio digital.

3.6. Técnicas de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección de datos que se utilizó en la investigación son la siguiente de forma continua en la tabla se detalla la técnica con su respectiva descripción:

Tabla 2

Técnicas

Técnicas	Descripción
Entrevista	Es una técnica de recolección de información va, dirigida a expertos en tributación y fiscalización del comercio digital, con el fin de recopilar información cualitativa sobre la aplicación del IVA, dificultades de control y efectos percibidos en el comercio digital

Nota. Esta tabla muestra la definición de la técnica “entrevista”.

En relación con el instrumento de investigación, para la aplicación de la entrevista se utilizó un cuestionario estructurado, el cual se presenta detalladamente en la tabla 3 correspondiente, donde se especifican las características del instrumento y su respectiva descripción.

Tabla 3

Instrumentos

Instrumento	Descripción
Cuestionario estructurado	Se pretende recolectar información relevante de las dos variables de estudio por medio del análisis de informes del SRI, normativa tributaria, estadísticas oficiales y estudios académicos relacionados con el comercio digital y recaudación del IVA.

Nota. Esta tabla muestra la definición de un “cuestionario estructurado”.

3.7. Población de Estudio y Tamaño de la Muestra

3.7.1. Población

La población de estudio se conformado por 10 expertos vinculados con la tributación en Ecuador, incluyendo profesionales del ámbito académico, funcionarios relacionados con la fiscalización tributaria y especialistas en comercio digital y plataforma electrónicas.

3.7.2. Muestra

Debido al tamaño reducido y accesible de la población, se aplicó un muestreo censal, es decir, se considerará a la totalidad de los expertos como muestra de estudios, garantizando así una mayor representatividad y profundidad en el análisis

3.8. Hipótesis

Existe una relación significativa entre las variaciones en la tarifa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el comportamiento del comercio digital en ecuador durante el período 2020-2024.

3.9. Método de Análisis y Procesamiento de Datos

Para el análisis de los datos se aplicó métodos de estadística descriptiva, mediante el uso de tablas y gráficos que permitió que la información cuantitativa relacionada con la recaudación del IVA, se realizó un análisis correlacional con el propósito que se identificó la relación entre existente entre las variaciones del IVA y el comportamiento del comercio digital complementado con un análisis cualitativo basado en la interpretación de las respuesta obtenidas a través de las entrevistas aplicadas a expertos. El procesamiento de la información se llevó a cabo utilizando herramientas informáticas como Microsoft Excel para el análisis correlacional, garantizando la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la presente investigación, orientada a determinar el aporte tributario generado por la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en los servicios digitales en el Ecuador, se analiza de manera sistemática la información correspondiente a la recaudación efectiva del IVA aplicada al comercio digital durante el período 2020-2024. Para ello, los resultados se presentan mediante matrices de análisis y gráficos de barras, apoyados en los cálculos estadísticos que permiten evidenciar el aporte del IVA proveniente de los servicios digitales al IVA total, a la recaudación neta y al Presupuesto General del Estado (PGE). Asimismo, a través de gráficos de tendencia, se examina el comportamiento temporal de la recaudación del IVA, lo que posibilita la proyección de los valores recaudatorios y el análisis específico del desempeño correspondiente al segundo y tercer trimestre del año 2022 (SRI, 2022).

Se examina la información relativa a los ingresos obtenidos por las principales empresas multinacionales proveedoras de servicios digitales. En este análisis se consideran exclusivamente las ventas asociadas a servicios digitales, las cuales permite estimar tanto las ventas potenciales como el IVA potencial generado por las plataformas digitales más representativas gravadas con este impuesto. La información sobre dichas ventas se obtiene de las notas a los estados financieros publicados en la comisión bolsa y Valores de los Estados Unidos (SEC), en las cuales se identifican los segmentos geográficos de mercado. Posteriormente, estos datos son re-escalados con el fin de estimar los ingresos correspondientes al mercado ecuatoriano y a los países incluidos en cada segmento. Adicionalmente, las empresas analizadas se agrupan en cuatro sectores, lo que permite identificar con mayor claridad los tipos de servicios digitales que generan un mayor aporte tributario en el país (Jiménez y Podestá, 2021).

4.1. El IVA en los Servicios Digitales y su Aporte a la Recaudación Tributaria: Comportamiento Recaudatorio Mensual 2020-2024

El Ecuador, al verse incrementadas sus necesidades económicas para el cumplimiento de las exigencias fiscales y del servicio de la deuda pública, desarrolló un conjunto de reformas impositivas orientadas al fortalecimiento de la recaudación. En tal virtud, la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, que se encuentra vigente desde enero de 2020, marcó un hito en la configuración del sistema de impuestos (impositivo), promulgado por el Estado ecuatoriano, al incluir nuevas fuentes de recaudación del gasto (impositivo) y ampliar la base imponible del Impuesto el Valor Agregado (IVA) para los servicios digitales.

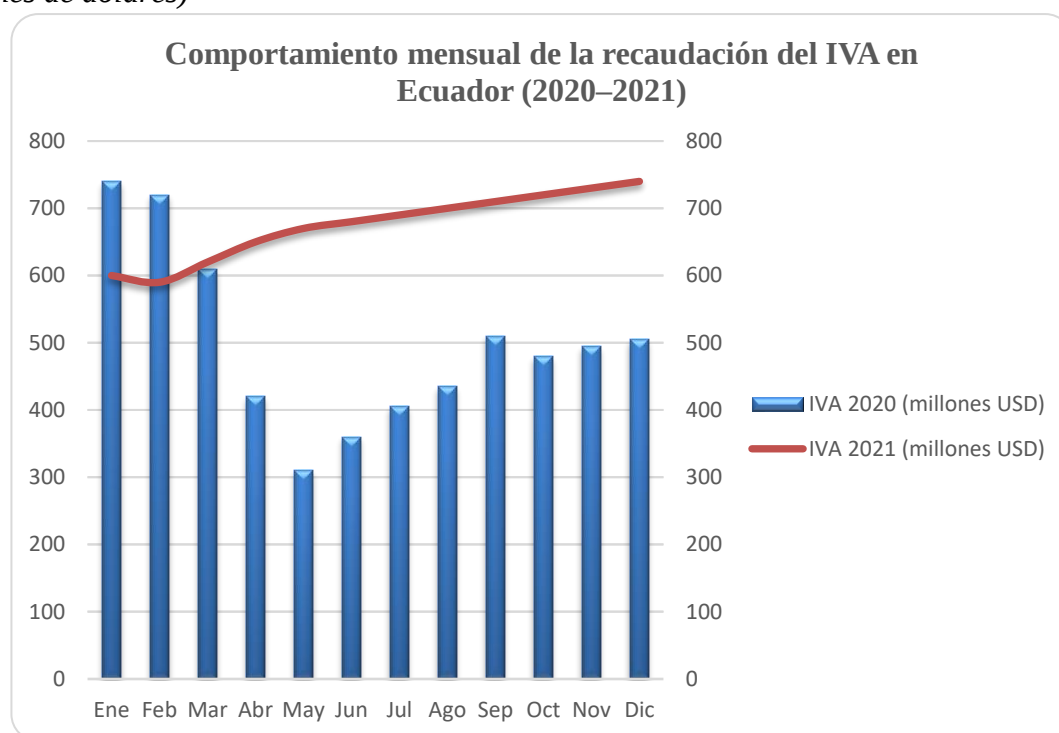
Como resultado inmediato de la entrada en vigor de esta reforma, la recaudación total del IVA registro un incremento significativo en enero de 2020 con una variación del 40.04%, equivalente a USD 211,32 millones adicionales, en comparación con el periodo anterior. Este aumento reflejo tanto los ajustes normativos como el efecto anticipado de medidas orientadas a mejorar el cumplimiento tributario.

No obstante, en los meses posteriores se evidenció una contracción abrupta de la recaudación del IVA, producto de la paralización de las actividades económicas a partir de marzo de 2020, ocasionada por la emergencia sanitaria derivada de la pandemia de COVID-19. En este escenario, la recaudación mensual del IVA alcanzó su nivel más bajo en mayo de 2020. Con apenas USD 310,50 millones, tal como se observa en el Gráfico. Este valor contrasta significativamente con el promedio mensual previo de USD 543,95 millones, registrado desde enero de 2019, lo que evidencia el impacto directo de la crisis sanitaria sobre el consumo y la actividad económica.

Este comportamiento coincide con los resultados obtenidos por FARO (2022), quienes identifican una reducción anual 18% en la recaudación del IVA durante 2020. De manera complementaria, Bustamante (2022) señala que, si bien la recaudación del IVA en 2018 y 2019 mostraba una tendencia positiva, en 2020 se produjo una disminución aproximada del 0,10% en los fondos recaudados, atribuible principalmente a la reducción de ingresos de los hogares, el aislamiento social y la contracción del empleo formal.

Figura 5

Comportamiento mensual de la recaudación del IVA en Ecuador, período 2020-2021 (millones de dólares)



Nota. El gráfico representa el comportamiento mensual correspondiente a la recaudación de IVA en Ecuador, durante el periodo comprendido entre 2020 y 2021.

En el contexto de la ley de Simplificación y Progresividad tributaria, se introdujo el IVA a los servicios digitales, aunque su cobro real se inició el 20 de septiembre del 2020. Durante el periodo de aplicación del IVA mensual, estaba en torno a los USD 433,66 millones, pero a partir de septiembre se observó un aumento del 21,25% en relación al mes de agosto, alcanzando así, una recaudación de USD 511,06 millones, lo que da cuenta del

efecto positivo inicial de la integración de servicios digitales dentro del hecho imponible del impuesto.

Por lo tanto, el promedio mensual de la recaudación del IVA se ve aumentado en un 17,43% desde septiembre, cerrando en 2020 con una media recaudatoria de USD 458,55 millones. Este comportamiento confirma que incluso en un contexto de crisis económica, la tributación de los servicios digitales hubiese ayudado a mitigar la caída de la recaudación tributaria.

El promedio mensual de la recaudación del IVA hasta septiembre de 2022, alcanzó USD 668,28 millones, lo que supuso una recuperación de la recaudación relativa en un 19,22%, con respecto a la recaudación promedio del año 2021. Esta tendencia positiva se mantuvo durante los años 2023-2024, periodo en el cual la recaudación del IVA alcanzó niveles históricamente elevados, influencia por el crecimiento del comercio digital, el fortalecimiento del control tributario y, a partir de abril de 2024, por el incremento de la tarifa del IVA 12% al 15% lo cual reforzó de manera significativa los ingresos fiscales del Estado (SRI, 2020)

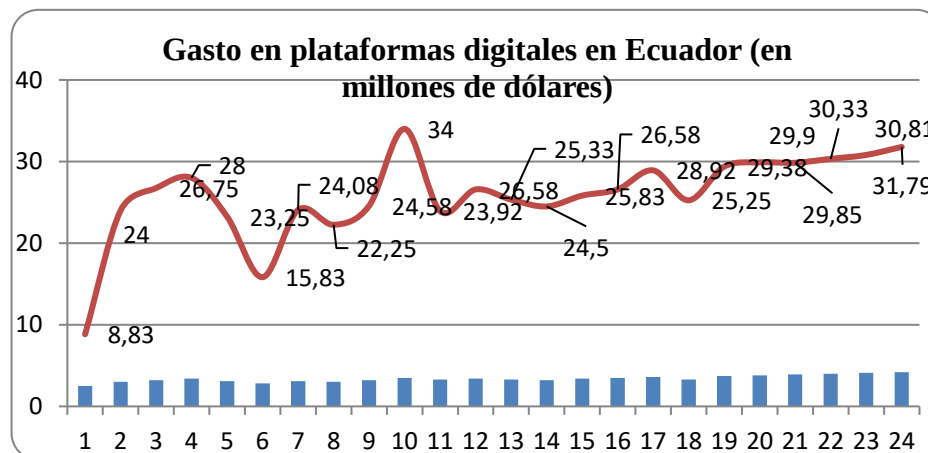
4.2. Recaudación Efectiva Del IVA en la Importancia de Servicios Digitales 2020-2024

La instauración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) de la importación de servicios digitales en el país, a partir del 20 de septiembre del año 2020, significó un hito tributario en el contexto de la economía digital. Durante el periodo del impuesto, el cual abarcó desde el 20 de septiembre del año 2020 hasta el año 2024, el consumo de las plataformas digitales mejoró continuamente, mostrando una tendencia ascendente, lo que hace evidente que existe un gran cambio estructural en la conducta de consumo de las familias y empresas del país; a la vez, muestra la consolidación de los servicios digitales como un hecho relevante de la actividad económica.

De acuerdo con la información oficial del Servicio de Rentas Internas (SRI), el gasto acumulado en las plataformas digitales durante la aplicación de la normativa del impuesto correspondiente a la intervención del periodo 2020–2024 excede los valores de los primeros años de su aplicación. Las compañías multinacionales, proveedoras de servicios digitales, facturan decenas de millones de dólares mensuales en el país, en donde se manejan elevados niveles de consumo, tal como lo refleja la figura 6, mostrando una tendencia al alza a partir de 2021, con mayores niveles de estabilidad hacia los años 2023 y 2024.

Figura 6

Gasto en plataformas digitales en Ecuador (en millones de dólares)



Nota. El gráfico representa el gasto realizado en las plataformas digitales de Ecuador.

Desde el inicio de la recaudación del Impuesto al Valor Agregada (IVA) aplicando a los servicios digitales importados, en septiembre de 2020, se evidencia una participación inicialmente baja, pero relevante, que alcanzó el 0,21% de total de la recaudación del IVA en dicho mes.

En términos acumulados durante el año 2020 la recaudación del IVA proveniente de los servicios digitales ascendió a 10.510.000,00 millones de dólares, lo que representó el 0,19 % del total del IVA recaudado en ese período. Para el año 2021 se percibe un aumento elevado en el nivel de recaudación con 35.610.000,00 millones de dólares, lo que equivale al 0,53% del IVA total, lo cual implica la consolidación del consumo de plataformas digitales y a su vez una mejoría en los controles tributarios. De manera análoga, para el año 2022, en el periodo de enero a septiembre la recaudación fue de 32.060.000 millones de dólares, conservando la misma participación del 0,53% en relación al IVA total. Cabe aclarar que la recaudación en el periodo de abril a septiembre de 2022 es de carácter estimativo; tal como se detalla en el Anexo 1. A lo que se añade que, durante los dos primeros años de aplicación del IVA a los servicios digitales, la recaudación acumulativa alcanzó una cifra aproximada de 78.180.000 millones de dólares, con un promedio mensual de 3.130.000 millones de dólares, lo que evidenció la creciente importancia de este segmento como una fuente adicional de rentas fiscales. A continuación, en Tabla 4 se identifican los valores mensuales de la recaudación del IVA de los servicios digitales.

Tabla 4

Recaudación mensual efectiva del IVA en los servicios digitales

Años	Meses	IVA Total	IVA por servicios digitales	% Participación
2020	Septiembre	511,06	1,06	0,21%
	Octubre	468,55	2,88	0,61%
	Noviembre	507,17	3,21	0,63%

Años	Meses	IVA Total	IVA por servicios digitales	% Participación
	Diciembre	550,13	3,36	0,61%
	Promedio	509,23	2,63	0,52%
	Total	2.036,90	10,51	0,52%
2021	Enero	632,41	2,79	0,44%
	Febrero	471,77	1,9	0,40%
	Marzo	461,43	2,89	0,63%
	Abril	482,95	2,67	0,55%
	Mayo	514,91	2,95	0,57%
	Junio	506,50	4,08	0,81%
	Julio	535,51	2,87	0,54%
	Agosto	546,69	3,19	0,58%
	Septiembre	646,56	3,04	0,47%
	Octubre	616,85	2,94	0,48%
	Noviembre	638,07	3,10	0,49%
	Diciembre	672,67	3,19	0,47%
	Promedio	560,53	2,97	0,53%
	Total	6.726,32	35,61	0,53%
2022	Enero	827,44	3,47	0,42%
	Febrero	544,54	3,03	0,56%
	Marzo	589,04	3,54	0,60%
	Abril*	658,60	3,53	0,54%
	Mayo*	662,98	3,58	0,54%
	Junio*	654,09	3,64	0,56%
	Julio*	647,56	3,70	0,57%
	Agosto*	701,12	3,76	0,54%
	Septiembre*	729,12	3,82	0,52%
	Promedio	668,28	3,56	0,53%
	Total	6.014,49	32,06	0,53%
	Promedio 2020-2022	591,11	3,13	0,76%
	Total 2020-2022	14.777,72	78,18	0,53%

Nota. *Recaudación proyectada

Bajo este contexto, se analizó la composición del Impuesto al Valor Agregado (IVA) considerando la incorporación del IVA aplicado a la importación de servicios digitales, evaluando su comportamiento de manera anual y su aporte a la recaudación neta total. Para ello, se procedió a desagregar el IVA correspondiente a las importaciones, lo que permitió identificar de forma específica la participación de los servicios digitales dentro de la estructura global de la recaudación tributaria.

En este sentido, durante el año 2020 el IVA representó el 47,77% de la recaudación total neta, alcanzando un monto de 5.506,16 millones de dólares, de los cuales el 0,09%

correspondió al IVA generado por la importación de servicios digitales. No obstante, es importante señalar que la recaudación total del año 2020 registro una disminución del 17,64% en comparación con el año 2019, a pesar de la incorporación del IVA a los servicios digitales. Esta reducción se explica principalmente por los efectos económicos derivados de la pandemia de COVID-19, que impactaron de manera significativa en la actividad económica, el consumo y consecuencia, en la capacidad recaudatoria del Estado.

Tabla 5

Composición del IVA 2020 y su aporte a la recaudación total neta- Ecuador.

Concepto	2020	
	Millones \$	% Recaudación total Neta
Recaudación total neta	11.526,94	100%
Recaudación total del IVA	5.506,16	47,77%
IVA Por importación de servicios digitales	10,51	0,09%
Variación de la recaudación total respecto a 2019	-	-17,64%

Nota. Esta tabla muestra la composición del IVA en 2020 y el aporte de la misma a la recaudación total-neta.

El año 2021, el IVA participó en el 52,57% de la recaudación total neta, lo que indica una notable recuperación del desempeño tributario, en comparación al año anterior. El IVA creció hasta el 22,16%, lo que representa 1.220,17 millones más que en el año 2020, mostrando así, una lenta reactivación de la actividad económica y del consumo interno desde el impacto inicial de la pandemia.

En este mismo contexto, la recaudación de IVA aplicable a los servicios digitales llegó a los 35.610,000 millones de dólares lo que significó el 0,28% de la recaudación total neta en 2021. Los resultados muestran la gradual consolidación del IVA en la importación de servicios digitales como una fuente de ingresos fiscales complementarias, así como también, una mayor eficacia en la instrumentación de controles y recaudación tributaria desarrolladas por la administración fiscal. Al respecto, el detalle de esta composición se presenta en la Tabla 6.

Tabla 6

Composición del IVA 2021

Concepto	2021	
	Millones \$	% Recaudación total Neta
IVA total	6.726,32	52,57%
IVA por operaciones internas	4.765,11	37,24%

IVA por importaciones	1.925,60	15,05%
IVA en servicios digitales	35.610,000	0,28%
Otros impuestos	6.068,32	47,43%
Recaudación total neta	12.794,64	100%

Nota. Esta tabla muestra la composición del IVA para el año 2021.

Hasta septiembre de 2022, la recaudación total acumulada del Impuesto al Valor Agregado (IVA) fue de USD 6.014,49 millones, lo cual supuso más de la mitad de la recaudación del total neto, incluyendo un IVA del 0,29% derivado de los servicios digitales. Sintetizando la recaudación en agregados, la recaudación del IVA aplicada sobre los servicios digitales para el periodo 2020 hasta septiembre de 2022, se acercó al 0,22% de la recaudación total neta, con un aporte bajo, pero creciente dentro de la estructura tributaria nacional.

Sin embargo, si se amplía el análisis hacia los años 2020 a 2024, se puede observar cómo el IVA se consolida progresivamente en la importación de servicios digitales, a medida que pasa a tener una función adicional de recaudación fiscal. En el ámbito fiscal, la recaudación denota cifras positivas en 2023 y 2024, sustentadas por la continuidad del crecimiento del comercio digital, consecuencia de la formalización que se van dando de los mecanismos de control del Servicio de Rentas Internas. Por otro lado, el incremento de la tarifa general de IVA del 12% al 15% a partir de abril de 2024, propicia el fortalecimiento de la recaudación nominal, aumentando la contribución del IVA digital tanto al total del IVA, como a la recaudación neta.

Como resultado de la inclusión del IVA a los servicios digitales, se evidencia un aporte favorable y sostenido, dado que muestra un ingreso promedio anual efectivo superior a USD 26 millones, cifra que supera en gran medida las estimaciones planteadas antes de la inclusión del impuesto. En esta línea, hay que señalar la investigación desarrollada por Ñacato (2020), basada en proyecciones efectuadas cuando aún no existía una recaudación efectiva por servicios digitales, en donde, se estimó un ingreso potencial de USD 13.100,000 millones considerando únicamente cinco tipos de servicios digitales. La contraposición de las proyecciones con los valores recaudados en los años posteriores al ajuste de la normativa, certifica que la toma de decisiones del IVA en los servicios digitales superó las expectativas, incluso con los costes administrativos del proceso de implementación del IVA.

Por tanto, los resultados demuestran cómo la toma de decisiones del IVA a la importación de los servicios digitales ha sido positiva porque ha incrementado la recaudación tributaria de Ecuador, al extender la base imponible y la redistribución del consumo, equilibrando así, la equidad fiscal.

Tabla 7

Composición del IVA 2022

Concepto	Monto Recaudado USD Millones	Participación	Detalle Metodológico
----------	------------------------------------	---------------	-------------------------

Recaudación Total neta	11.190,30	100%	Valor estimado a partir de la participación del IVA (53,74 %)
Recaudación Total del IVA	6.014,49	53,74%	Dato reportado oficialmente
IVA tradicional (bienes y servicios no digitales)	5.982.04	53,45%	Diferencia entre IVA total o IVA digital
IVA servicios digitales 2022 Sept.	32.045,00	0,29%	Calculado sobre la recaudación total neta
IVA servicios digitales promedio 2020- 2022 sept.	24.062,00	0,22%	Participación promedio agregada del período
Otros Impuestos	5.175,81	46,26%	Recaudación neta excluyendo IVA

Nota. Esta tabla muestra la composición del IVA para el año 2022.

En cuanto a la recaudación tributaria, el ejercicio fiscal 2023 en Ecuador se caracterizó por registrar un comportamiento positivo, consolidando, así, la relevancia del Impuesto al Valor Agregado (IVA) como uno de los principales recursos fiscales del país. De acuerdo con los datos oficiales proporcionados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), la recaudación total neta alcanzó aproximadamente la suma de USD 17.420.000 millones, de la cual la recaudación originada por medio del IVA asciende a cerca de USD 8.444.000 millones, lo que implica que esta última representó cerca del 48,45% respecto del total recaudado. A pesar de que la relevancia representativa del IVA dentro de la Estrategia Fiscal se caracteriza por haber registrado una ligera reducción porcentual en comparación con años anteriores, en términos nominales se mantuvo en niveles elevados, tal como lo demuestra la permanencia del consumo interno y la recuperación progresiva del ejercicio económico, posterior a la pandemia. Este comportamiento evidenciaba el papel estructural que representa el IVA en lo que se refiere al pilar principal de la recaudación fiscal del país.

En este contexto, el IVA aplicado a la importación de servicios digitales continuó mostrando una tendencia creciente durante 2023, aun cuando su participación relativa dentro de la recaudación total sigue siendo reducida. Con base en estimaciones derivadas de reportes oficiales y análisis periodísticos especializados se calcula que la recaudación por IVA en servicios digitales superó los USD 47.000,000 millones en 2023, lo que equivale aproximadamente al 0,27% de la recaudación total neta. Este incremento se explica principalmente por la expansión sostenida del comercio digital, el mayor uso de plataformas tecnológicas por partes de los consumidores y el fortalecimiento de los mecanismos de control y retención implementados por la administración tributaria. En comparación con el promedio del período 2020-2022, el IVA digital evidencia una evolución favorable y consistente.

De igual forma, los resultados obtenidos en 2023 corroboran que la inclusión del IVA sobre los servicios digitales ha causado un efecto positivo sobre la recaudación tributaria ecuatoriana, por encima de las proyecciones que se habían realizado sobre su desempeño antes de su implementación. El aumento en este componente del IVA ayuda a expandir la base tributaria e incluir a los conceptos de justicia fiscal, al gravar los consumos de carácter digital que se materializan dentro del ámbito nacional. Si bien su peso específico, todavía es marginal con respecto al IVA tradicional, la tendencia creciente del IVA digital lo convierten en una fuente suplementaria de ingresos fiscales con alto potencial de crecimiento en el mediano y largo plazo, en un entorno que cada día está más potenciado por las lógicas de digitalización de la economía.

Tabla 8
Composición del IVA 2023

Concepto	Monto Recaudado USD Millones	Participación	Detalle Metodológico
Recaudación Total neta	17.420,00	100%	Dato reportado oficialmente por el SRI
Recaudación Tol del IVA	8.444,00	48,45%	Valor oficial de recaudación del IVA año 2023
IVA tradicional (bienes y servicios no digitales)	8.397,00	48,18%	Diferencia entre IVA total e IVA de servicios digitales 2023
IVA servicios digitales 2023.	47.000,00	0,27%	Estimación basada en recaudación acumulada del IVA digital desde 2020
IVA servicios digitales promedio 2020- 2023	30.060,00	0,22%	Promedio anual agregado del período
Otros Impuestos	8.976,00	51,55%	Recaudación neta excluyendo IVA

Nota. Esta tabla muestra la composición del IVA para el año 2023.

La tabla de composición del IVA correspondiente al año 2024 evidencia un fortalecimiento significativo de este impuesto dentro de la estructura tributaria ecuatoriana. La recaudación total neta alcanzó aproximadamente USD 19.850,00 millones, de los cuales el IVA aportó cerca de USD 9.980 millones, representando alrededor del 50,30% del total. Este resultado confirma que el IVA se consolidó como la principal fuente como el impacto directo de las decisiones de la política tributaria adoptadas durante el período analizado. En particular, el incremento de la tarifa general del IVA del 12% al 15% desde abril 2024 tuvo

un efecto inmediato en la recaudación nominal, incrementando su peso relativo dentro de total de ingresos fiscales administrados por el Servicio de Rentas Internas.

En lo que respecta al IVA vinculado a la importación de servicios digitales, el gráfico muestra un comportamiento ascendente y sostenido en el tiempo. Para el ejercicio de 2024, la recaudación asciende a USD 70.000.000, lo que representa aproximadamente el 0,35% de la recaudación total neta, alcanzando el mayor porcentaje registrado hasta el momento desde la entrada en vigor de la ley legislativa que introdujo el impuesto en el año 2020. La mejora de la tarifa del impuesto se corresponde no solamente con las mejoras en el comportamiento del consumo final, sino también con el incremento de las mejoras de los mecanismos de control y retención tributaria. Aunque, su aportación porcentual aún es escasa frente al IVA tradicional.

Finalmente, el promedio del IVA de servicios digitales para el período 2020-2024, estimado en USD 38.090 ,000 millones anuales y una participación del 0,26% ratifica este componen te del IVA se ha consolidado como una fuente complementaria relevante de ingresos fiscales. Los resultados obtenidos en 2024 superan ampliamente las proyecciones iniciales planteadas antes de la aplicación del impuesto, lo que demuestra la efectividad de su implementación y su contribución al fortalecimiento de la equidad fiscal.

Tabla 9
Composición del IVA 2024

Concepto	Monto Recaudado USD Millones	Participación	Detalle Metodológico
Recaudación Total neta	19.850,00	100%	Recaudación tributaria total neta estimada para el año 2024
Recaudación Total del IVA	9.980,00	48,45%	Incluye efecto del incremento de la tarifa del IVA del 12% al 15% desde abril 2024
IVA tradicional (bienes y servicios no digitales)	9.910,00	49,95%	Diferencia entre la recaudación total del IVA total e IVA de servicios digitales 2024
IVA servicios digitales 2023.	70.000,00	0,35%	Estimación basada en recaudación por

Concepto	Monto Recaudado USD Millones	Participación	Detalle Metodológico
IVA servicios digitales promedio 2020- 2024	38.090,00	0,26%	importación de servicios digitales Promedio anual agregado del período 2020-2024
Otros Impuestos	9.870,00	49,70%	Recaudación neta excluyendo IVA

Nota. Esta tabla muestra la composición del IVA para el año 2023.

4.3. Ventas y Recaudación Potencial Del IVA Sobre Los Servicios Digitales

Mediante la aplicación de las fórmulas planteadas por (Jiménez y Podestá, 2021) se estimaron los ingresos y, en consecuencia, la recaudación potencial del Impuesto al Valor Agregado (IVA) generada por los servicios digitales en el Ecuador. El análisis parte de la información oficial de recaudación publicada por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y se complementa con estudios sectoriales que permiten contextualizar el comportamiento del mercado digital del mercado digital durante el periodo comprendido entre septiembre de 2020 y 2024.

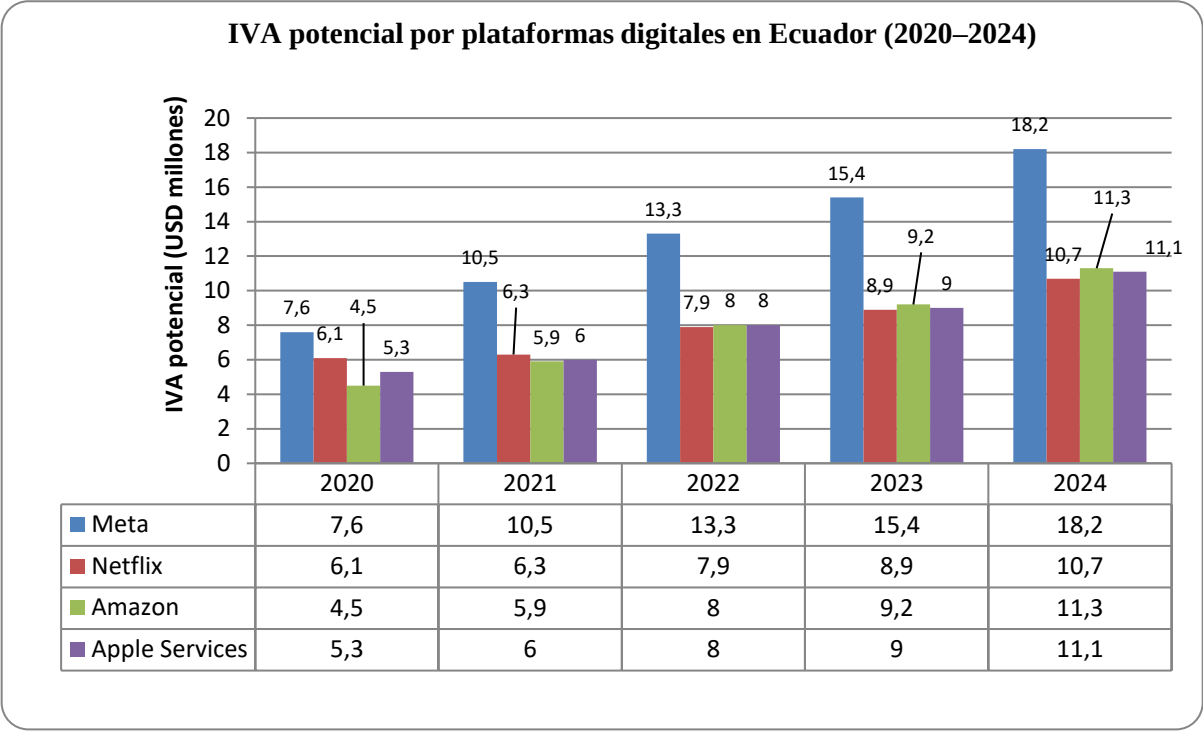
Desde que entró en vigor el IVA a los servicios digitales en septiembre de 2020, el resultado de la recaudación efectiva por este concepto ha ido incrementándose. En el año 2020 únicamente entre septiembre y diciembre, la recaudación fue de USD 10.051 millones y en el año 2021, la recaudación anual fue de USD 35.061 millones de USD, observándose una mayor aceptación por los servicios digitales y un lento avance de los procedimientos de control tributario. En 2022, la recaudación continuó en ascenso, alcanzando aproximadamente USD 32.006,000 millones hasta septiembre, consolidando al IVA digital como una fuente complementaria de ingresos fiscales.

Durante 2023, el IVA aplicado a los servicios digitales registró su nivel más alto desde su implementación, con una recaudación que superó los USD 47 millones, impulsada por el crecimiento sostenido del comercio digital, el aumento del consumo de plataformas de streaming, publicidad digital y servicios bajo demanda, así como por el fortalecimiento del catastro de prestadores digitales y la formalización de los agentes de percepción de manera acumulada, entre septiembre de 2020 y marzo de 2024, la recaudación total del IVA por servicios digitales superó los USD 146.000,000 millones con un promedio anual cercano a los USD 33.000,000 millones.

Aunque el SRI no publica información desagregada de ventas por empresa, diversos estudios determinan que plataformas como Meta y Netflix concentran gran parte del mercado digital ecuatoriano. Además, en estudios anteriores se aprecia que entre 2020-2022 el gasto de los ecuatorianos en plataformas digitales sobrepasó los USD 450 millones, lo que podría confirmar la relevancia económica que tiene este segmento y comprobar los

niveles de recaudación. En este contexto, las estimaciones realizadas en estudios académicos previos, que señalaban a Meta y Netflix como las empresas con mayores ingresos digitales en el país, resultan consistentes con la evidencia empírica disponible.

Figura 7
Ventas potenciales de las empresas multinacionales en Ecuador en millones de dólares 2020 – 2024



Nota. El gráfico representa las ventas potenciales de las empresas multinacionales existentes en Ecuador, durante el periodo 2020-2024.

En total, se estimó que las empresas multinacionales digitales obtuvieron ventas potenciales de USD 259.027,000 millones en 2020, USD 316.087,000 millones en 2021 y USD 398.63,000 millones en 2022, lo que evidencia un crecimiento sostenido del consumo de servicios digitales en el Ecuador. A partir de estas estimaciones y aplicando la tarifa vigente del IVA del 12% para los servicios digitales durante dicho periodo se determinó una recaudación potencial acumulada del IVA de USD 116.097,000 millones entre 2020 y 2022. Estos resultados confirman que, desde los primeros años de implementación del impuesto, el IVA aplicado a los servicios digitales se consolidó como una fuente complementaria de ingresos fiscales, aunque con una participación aún reducida dentro de la estructura tributaria nacional.

Al extender el análisis a los años 2023 y 2024, se detecta una mayor consolidación de mercado digital y un notable incremento tanto de la venta como de la recaudación potencial del impuesto; para el 2023, las ventas potenciales a los que recurren las empresas multinacionales digitales fueron estimadas en USD 437.050 millones, que habrían generado una recaudación potencial del IVA de unos USD 52.050 millones; para el 2024, atendiendo

al crecimiento del comercio digital y al incremento de la tarifa general del IVA del 12% al 15%, a partir del mes de abril, las ventas potenciales fueron estimadas en unos USD 458.070 millones, generando una recaudación potencial del IVA de unos USD 68.080 millones. En conjunto, estos resultados evidencian que el IVA en los servicios digitales ha fortalecido progresivamente la recaudación tributaria del Ecuador durante el período 2020-2024.

Tabla 10*IVA potencial en los servicios digitales 2020-2024 en millones de dólares*

Sector	Empresa Multinacional	<u>2020</u>		<u>2021</u>		<u>2022</u>		<u>2023</u>		<u>2024</u>		<u>Total</u>
		\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	
E-commerce	MercadoLibre	1,32	4,24%	2,56	6,73%	2,30	4,82%	2,75	5,24%	3,24	5,01%	14,38
	Netflix	6,10	19,61%	6,23	16,38%	7,90	16,51%	8,90	16,95%	20,80	15,70%	39,93
	Adobe	1,72	5,52%	1,94	5,10%	2,40	5,02%	2,85	5,43%	3,20	4,65%	12,1
Medios digitales	Uber	2,56	8,22%	2,38	6,26%	3,70	7,74%	4,20	8,00%	5,10	7,41%	17,9
	Zoom	0,39	1,25%	0,59	1,55%	0,72	1,50%	0,85	1,62%	0,95	1,38%	3,50
	Activision	1,00	3,21%	1,11	2,93%	0,95	1,99%	1,05	2,00%	1,20	1,74%	5,30
	Amazon	4,49	14,43%	6,17	16,23%	7,94	16,60%	9,10	17,33%	11,20	16,28%	38,90
E-services	Udemy	0,07	0,23%	0,07	0,19%	0,09	0,18%	0,10	0,19%	0,12	0,17%	0,45
	Apple Servicios	5,50	17,68%	6,03	15,86%	7,98	16,68%	9,00	17,14%	11,10	16,13%	39,6
Publicidad	Meta	7,65	24,60%	10,52	27,68%	13,33	27,86%	15,50	29,52%	18,20	26,45%	65,20
	LinkedIn	0,31	1,01%	0,42	1,09%	0,53	1,10%	0,55	1,05%	0,68	0,99%	2,45
Total		31,11	100%	38,02	100%	47,84	100%	52,50	100%	68,80	100%	238,27

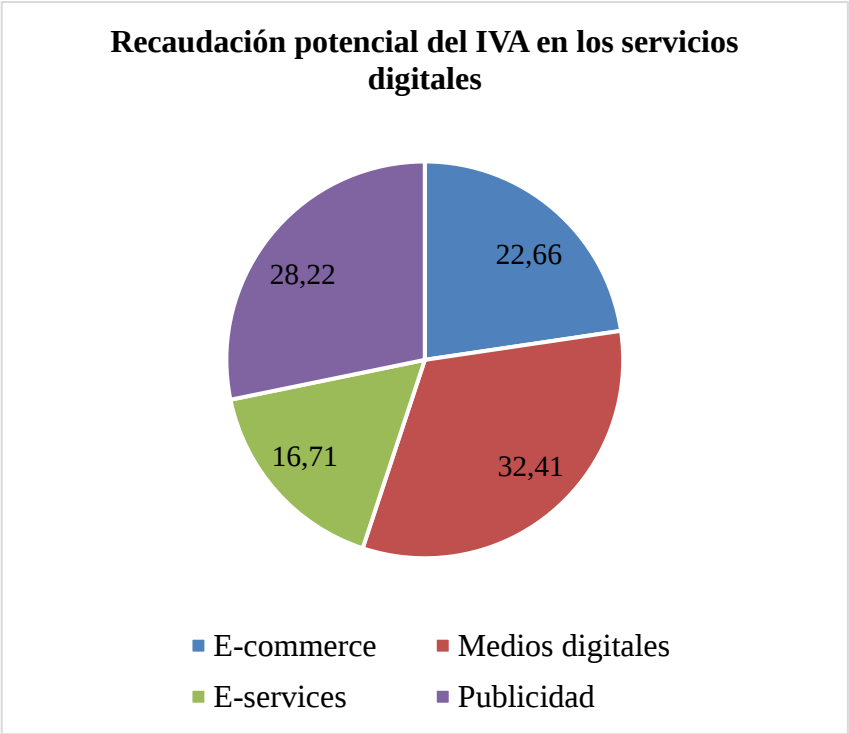
Nota. Esta tabla muestra el IVA potencial en los servicios digitales durante el periodo de 2020 a 2024.

Asimismo, en la tabla 10, se evidencia que, al ampliar la estimación del IVA potencial a los servicios digitales para el período 2020-2024, las empresas del sector de medios digitales continúan siendo las que registran el mayor aporte a la recaudación potencial del impuesto. Durante el período 2020-2022, este sector concentró aproximadamente el 49,83% del IVA potencial, equivalente a USD 58.029,000 millones reflejando la alta participación de plataformas asociadas a contenidos digitales, movilidad y comercio digital indirecto. Al incorporar los años 2023 y 2024, el aporte del sector se incrementa de forma significativa, impulsado por el crecimiento sostenido del consumo digital y por ampliación de la base imponible consolidando su liderazgo dentro de la estructura del IVA digital.

Por su parte, el sector de e-commerce, que representó alrededor del 5,29% del IVA potencial acumulado entre 2020y 2022 (USD 6.018,000 millones), mantiene una participación relativamente reducida dentro del total recaudado. No obstante, al considerar el período 2023-2024, se observa un aumento moderado de su contribución, asociado al crecimiento de las ventas digitales y a una mayor formalización de las plataformas de intermediación comercial.

Figura 8

Recaudación potencial del IVA en los servicios digitales por sector 2020 -2024



Nota. El gráfico representa la recaudación potencial de IVA en los servicios digitales, en cuatro sectores específicos, durante el periodo 2020-2024.

4.4. Impacto Presupuestario de la Recaudación Del IVA en los Servicios Digitales

Como se observa en la tabla 11, el Presupuesto General del Estado (PGE) devengado durante los 2020, 2021 y 2022 mantuvo una estructura de ingreso dominada por los ingresos permanentes, los cuales representaron aproximadamente el 97,01%, 92,12% y 86,29% del total, respectivamente. Por el contrario, los ingresos no permanentes tuvieron una proporción del 2,99% para 2020, 7,88% para 2021 y 13,71% para 2022, evidenciando así, una disminución considerable de este tipo de ingresos en la presentación del presupuesto. Los ingresos permanentes tuvieron su mayor contribución en los impuestos, los cuales alcanzaron el 68,24% del total de ingresos para 2020, el 60,27% en 2021 y el 60,61% para 2022, donde la recaudación fiscal se consolidó como la principal fuente de financiamiento del gasto público.

En este sentido, el Impuesto al Valor Agregado (IVA), administrado por el Servicio de Rentas Internas, que incluye el IVA de los servicios digitales, pasó del 28,26% en el año 2020, al 24,65% en 2021 y 21,61% en 2022, lo cual indica una reducción relativa de dicha participación, aunque mantiene un crecimiento sostenido en términos nominales. En los años 2023 y 2024, se evidencia que el impacto presupuestario del IVA se refuerza, gracias a la consolidación del comercio digital, de la ampliación de la base sobre la cual se aplica el IVA y del aumento de la tarifa general del IVA del 12% al 15% de abril de 2024.

Tabla 11

Presupuesto devengado 2020-2024 en millones de dólares

Grupo ingresos – PGE	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos permanentes	18.111,82	22.259,94	12.768,71	24.380,50	26.940.
Impuestos	12.359,36	13.416,04	7.682,24	15.120,80	17.480
al valor agregado recaudado por el SRI	5.276,41	5.957,00	3.198,50	6.850	8.120
Tasas y contribuciones	1.435,48	2.342,40	923,90	2.180	2.450
Venta de bienes y servicios	32,77	32,63	20,06	35,40	38,20
Rentas de inversiones y multas	464,68	421,11	248,07	460	510
Transferencias y donaciones corrientes	3.719,36	5.943,35	3.863,57	5620	6.180
Otros Ingresos	100,17	104,40	30,88	114,30	125,80
Ingresos no permanentes	559,11	1.904,13	2.029,40	2.980,60	3.420
Ventas de activos no financieros	10,21	22,06	4,78	18,50	21
Transferencias y donaciones	548,90	1.882,07	1.611,32	2.962,10	3.399
Ingresos totales	<u>18.670,93</u>	<u>24.164,08</u>	<u>14.798,11</u>	<u>27.361,10</u>	<u>30.360</u>

Nota. Esta tabla muestra el presupuesto devengado para el periodo 2020-2024.

A partir de lo expuesto, en la tabla se presentan los valores de recaudación del IVA aplicado a los servicios digitales y su relación porcentual respecto a los ingresos totales del Presupuesto General del ESTADO (PGE) devengado. En 2020, el PGE alcanzó en total de USD

18.670,93 millones, de los cuales la recaudación efectiva del IVA por servicios digitales represento aproximadamente el 0,06% del total. No obstante, al considerar la recaudación potencial estimada bajo el presupuesto de una aplicación del impuesto durante todo el año, dicha participación habría ascendido al 0,17% evidenciando el impacto limitado del primer año de implementación del tributo. La recaudación efectiva del IVA correspondiente a los servicios digitales en el año 2021, fue del 0,15% de los ingresos totales del PGE, mientras que la recaudación potencial del IVA correspondiente a los servicios digitales fue del 0,16%. Esta brecha de recaudación, que se deriva de los mecanismos de control y liquidación, indica que se han mejorado los métodos de liquidación tributaria.

En 2022, la recaudación efectiva del IVA correspondiente a los servicios digitales hasta el mes de junio, alcanzó un 0,22% de los ingresos totales del PGE, mientras que, la brecha de recaudación potencial fue de un 0,32% en torno a este valor, corroborando así, la distancia entre la recaudación potencial y los valores recaudados. Al ampliar el análisis a los años 2023 y 2024, se observa un incremento progresivo del aporte al IVA digital al PGE, impulsado por la consolidación del comercio digital, la ampliación de la base imponible y, en 2024, por el incremento de la tarifa general del IVA del 12% al 15% a partir de abril.

4.5. Resultados de la Entrevista

Tabla 12

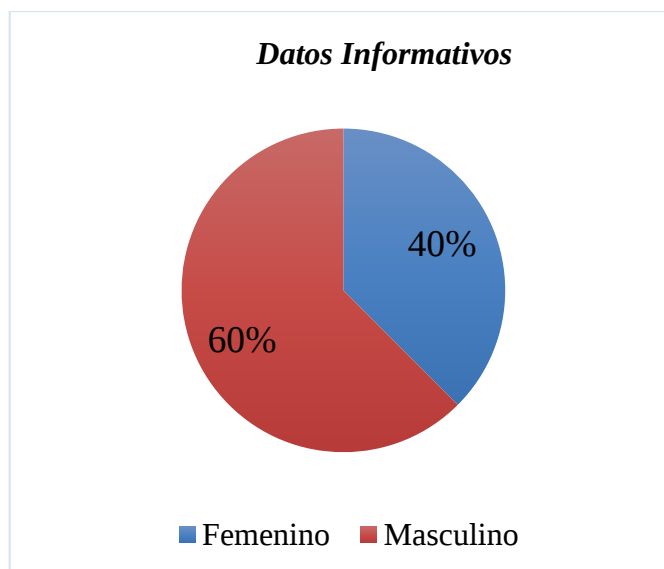
Datos Informativos

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	4	38%
Masculino	6	62%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra los resultados de la entrevista aplicada a expertos en tributación y comercio digital.

Figura 9

Datos Informativos



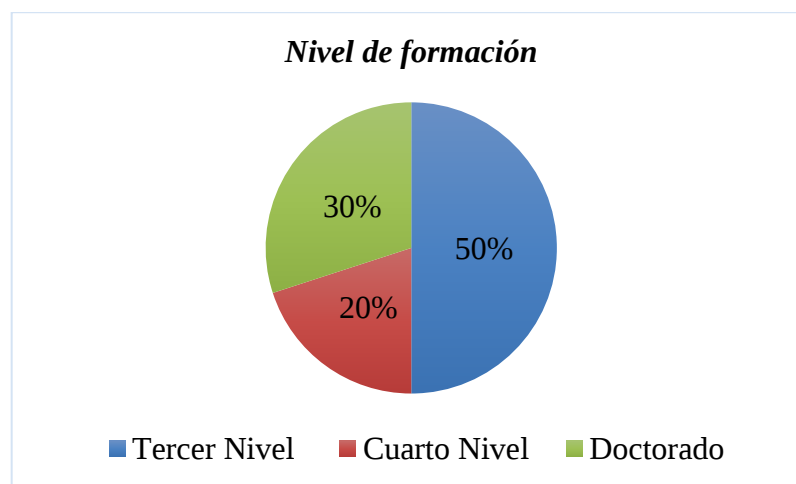
Nota. El gráfico representa los resultados la entrevista aplicada a expertos en tributación y comercio digital

Con base en los datos presentados en la Tabla 12 y la Figura 9, se evidencia que el 60% de los expertos entrevistados corresponde al género masculino, mientras que el 40% pertenece al género femenino. Estos resultados permiten demostrar que la muestra analizada presenta una mayor participación de expertos masculinos en el ámbito de la tributación y el comercio digital.

Tabla 13*Nivel de formación*

Nivel de formación	Frecuencia	Porcentaje
Tercer Nivel	5	50%
Cuarto Nivel	2	20%
Doctorado	3	30%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra el nivel de información de las personas entrevistadas.

Figura 10*Nivel de formación*

Nota. El gráfico representa el nivel de información de las personas entrevistadas.

Del total de 10 expertos entrevistados, que representan el 100% de la muestra, se observa en la tabla 13 y figura 10, que 5 expertos cuentan con formación de tercer nivel, lo que equivale al 50%, 3 expertos poseen estudios de doctorado representando al 30%. El 20 % corresponde a los expertos de cuarto nivel. Estos resultados evidencian que la mayoría de los participantes dispones de un nivel de instrucción académico acorde y pertinente para el análisis de la tributación y comercio digital.

Tabla 14*Experiencia profesional en tributación*

Años de experiencia	Frecuencia	Porcentaje
1-5 años	5	50%
6-10 años	2	20%
11-15 años	0	0%
Más de 15 años	3	30%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la experiencia profesional en tributación de las personas entrevistadas.

Figura 11*Experiencia profesional en tributación*

Nota. El gráfico representa la experiencia profesional en tributación de las personas entrevistadas.

Con base a los resultados establecido en la tabla 14 y en la figura 11, se evidencia que el 50% de los expertos entrevistados cuenta con una experiencia profesional de entre 1 y 5 años, mientras que el 30% posee más de 15 años de experiencia y el 20% se ubica entre 6 y 10 años. Estos resultados reflejan una muestra equilibrada que combina criterios técnicos recientes con experiencia consolidada en el ámbito tributario, lo que fortalece la validez de los aportes realizados en el análisis del IVA aplicado al comercio digital.

Tabla 15

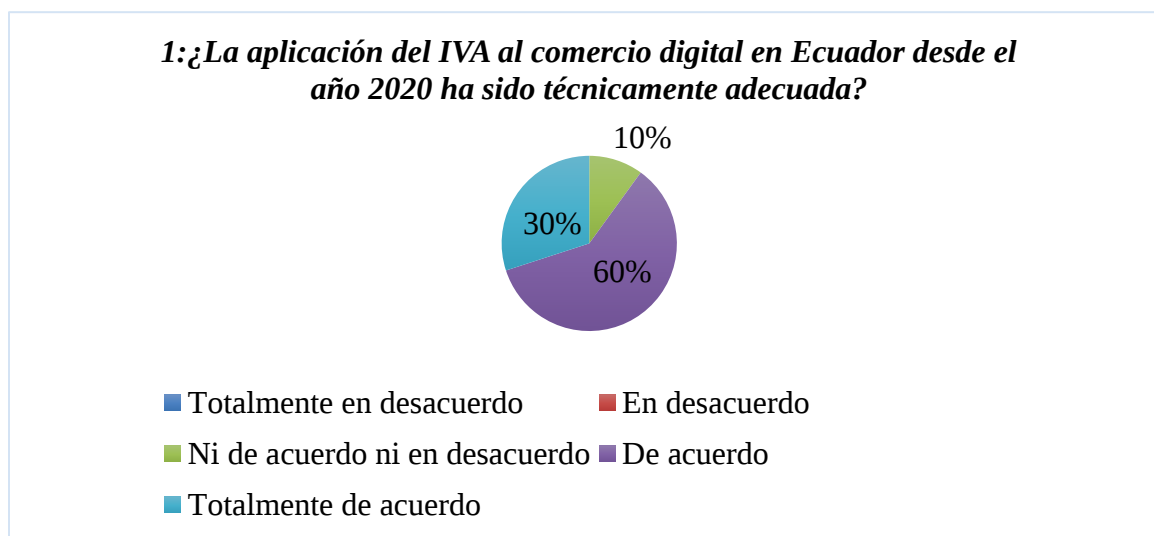
¿La aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador desde el año 2020 ha sido técnicamente adecuada?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
De acuerdo	6	60%
Totalmente de acuerdo	3	30%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a la aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador.

Figura 12

¿La aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador desde el año 2020 ha sido técnicamente adecuada?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a la aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador.

Con base en los resultados presentados en la tabla 15 y Figura 12, se evidencia que el 90% de los expertos entrevistados manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo en que aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador desde el año 2020 ha sido técnicamente adecuada, mientras que el 10% mantiene una postura neutral. Estos resultados una valoración mayoritariamente positiva sobre la implementación técnica de este impuesto en el ámbito del comercio digital.

Tabla 16

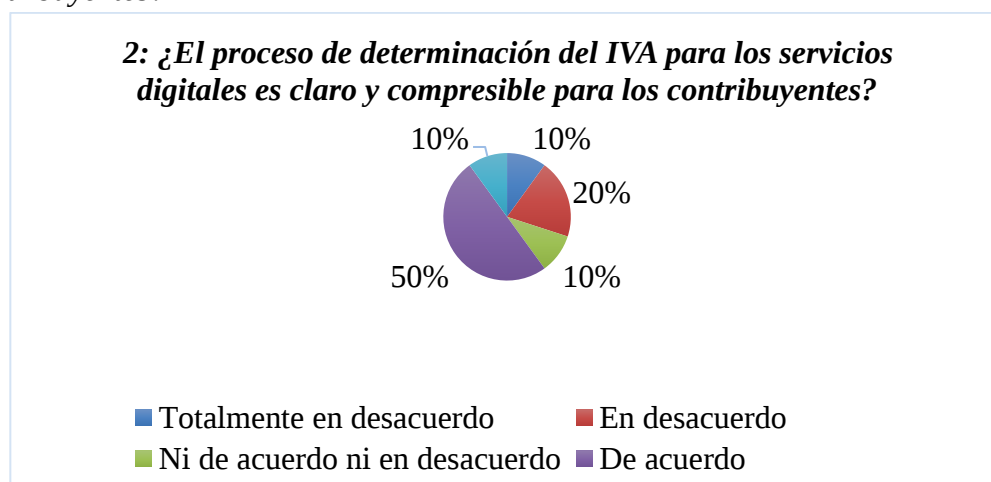
¿El proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible para los contribuyentes?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	10%
En desacuerdo	2	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
De acuerdo	5	50%
Totalmente de acuerdo	1	10%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si el proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible.

Figura 13

¿El proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible para los contribuyentes?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si el proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible.

De acuerdo a la información obtenida en la tabla 16 y figura 13, se evidencia que el 60% de los expertos entrevistados se encuentra de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible para los contribuyentes. No obstante, un 30% manifiesta desacuerdo o total desacuerdo, mientras que un 10% mantiene una postura neutral, lo que sugiere la existencia de oportunidades de mejora en la claridad normativa y en los mecanismos de comunicación tributaria dirigidos a los contribuyentes.

Tabla 17

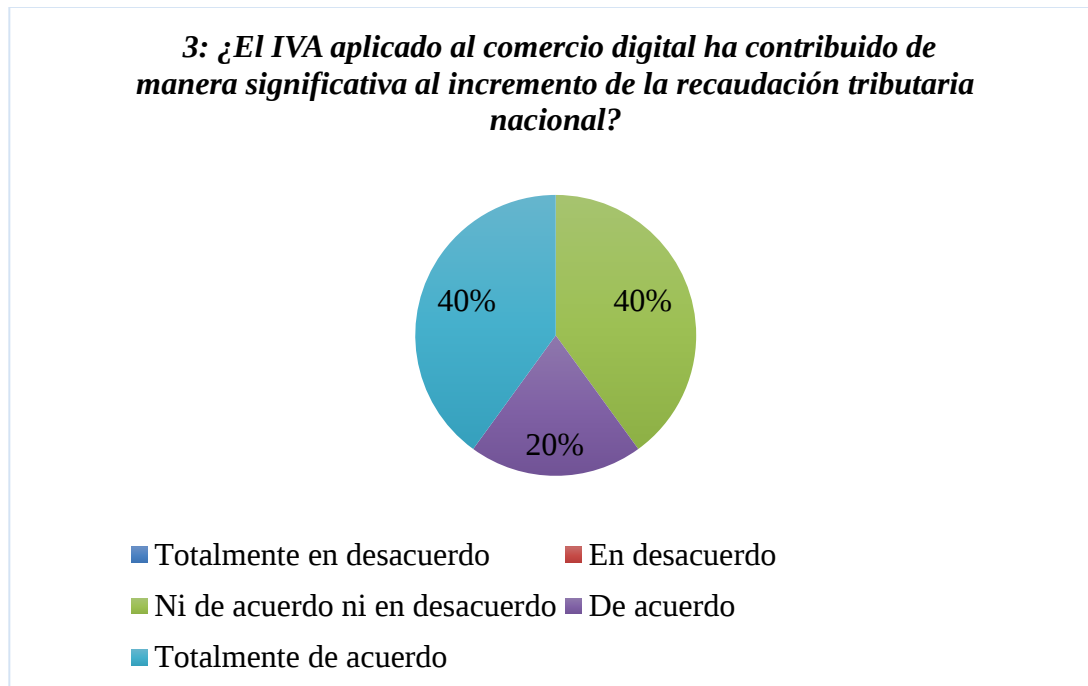
¿El IVA aplicado al comercio digital ha contribuido de manera significativa al incremento de la recaudación tributaria nacional?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	40%
De acuerdo	2	20%
Totalmente de acuerdo	4	40%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si el IVA aplicado al comercio digital ha aportado al incremento de la recaudación tributaria nacional.

Figura 14

¿El IVA aplicado al comercio digital ha contribuido de manera significativa al incremento de la recaudación tributaria nacional?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si el IVA aplicado al comercio digital ha aportado al incremento de la recaudación tributaria nacional.

De la información obtenido en la tabla 17 y figura 14 a través de la entrevista realizada, el 40% de los expertos entrevistados se encuentra totalmente de acuerdo en que el IVA aplicado al comercio digital ha contribuido de manera significativa al incremento de la recaudación tributaria nacional, mientras que un 20% manifiesta estar de acuerdo. Por otro lado, el 40 % mantiene una postura neutral, lo que refleja que, aunque existe una percepción mayoritariamente positiva sobre el aporte del IVA digital a la recaudación, aún persisten criterios de cautela respecto a su impacto real dentro del total de ingresos fiscales.

Tabla 18

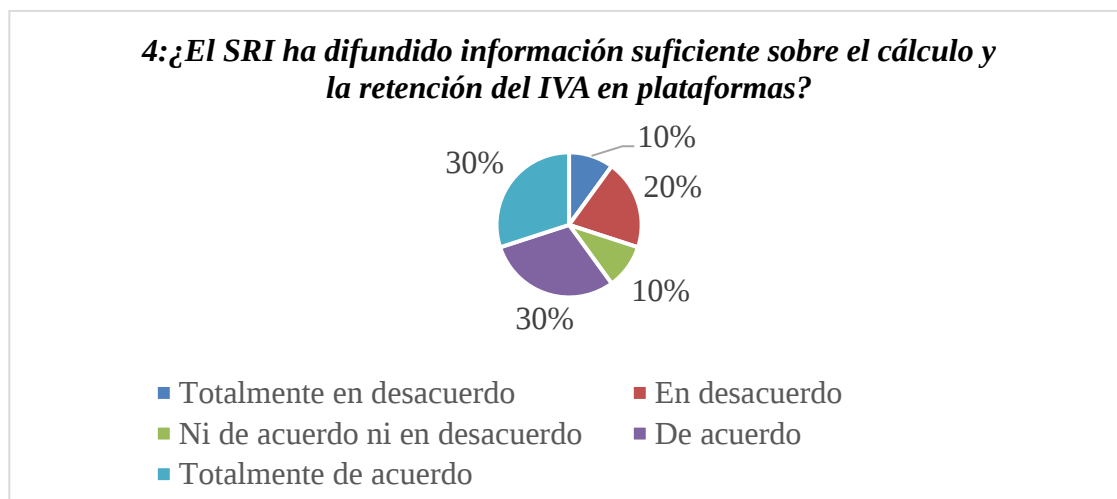
¿El SRI ha difundido información suficiente sobre el cálculo y la retención del IVA en plataformas?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	10%
En desacuerdo	2	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
De acuerdo	3	30%
Totalmente de acuerdo	3	30%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si el SRI ha difundido información relevante para el cálculo y retención del IVA en las plataformas.

Figura 15

¿El SRI ha difundido información suficiente sobre el cálculo y la retención del IVA en plataformas?



Nota. La figura representa la percepción de los entrevistados con respecto a si el SRI ha difundido información relevante para el cálculo y retención del IVA en las plataformas.

De los 10 expertos en tributación y en el comercio digital según la tabla 18 y la figura 15, se evidencia que el 60 % de los expertos entrevistados se encuentra de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el Servicio de Rentas Internas ha difundido información suficiente sobre el cálculo y la retención del IVA en plataformas digitales. No obstante, un 30% manifiesta desacuerdo o total desacuerdo, mientras que un 10%manitien una postura neutral, lo que sugiere la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación y capacitación dirigidas a los contribuyentes y actores del comercio digital.

Tabla 19

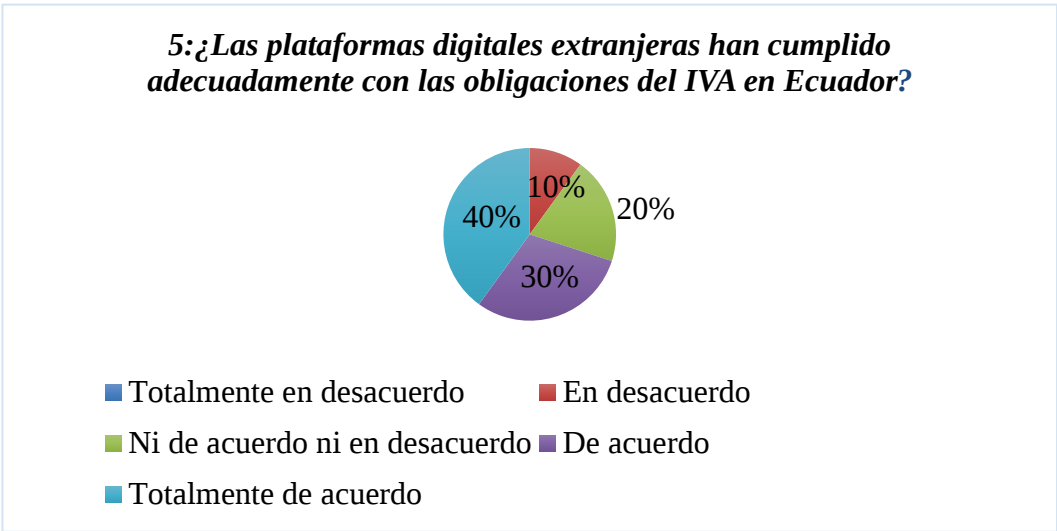
¿Las plataformas digitales extranjeras han cumplido adecuadamente con las obligaciones del IVA en Ecuador?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
De acuerdo	3	30%
Totalmente de acuerdo	4	40%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si las plataformas digitales extranjeras han cumplido de forma adecuada con las obligaciones del IVA en Ecuador.

Figura 16

¿Las plataformas digitales extranjeras han cumplido adecuadamente con las obligaciones del IVA en Ecuador?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si las plataformas digitales extranjeras han cumplido de forma adecuada con las obligaciones del IVA en Ecuador.

De los 10 expertos que se dedican a la tributación y al comercio digital presenta en la tabla 19 y la figura 16, se evidencia que el 70% de los expertos entrevistados se encuentra de

acuerdo o totalmente de acuerdo en las plataformas digitales extranjeras han cumplido adecuadamente con las obligaciones del IVA en Ecuador. Sin embargo, un 20% mantiene una postura neutral y un 10% manifiesta desacuerdo, lo que sugiere que, aunque existe una percepción mayoritariamente positiva sobre el cumplimiento tributario, aún persisten criterios de cautela respecto a la consistencia y alcance de dicho cumplimiento.

Tabla 20

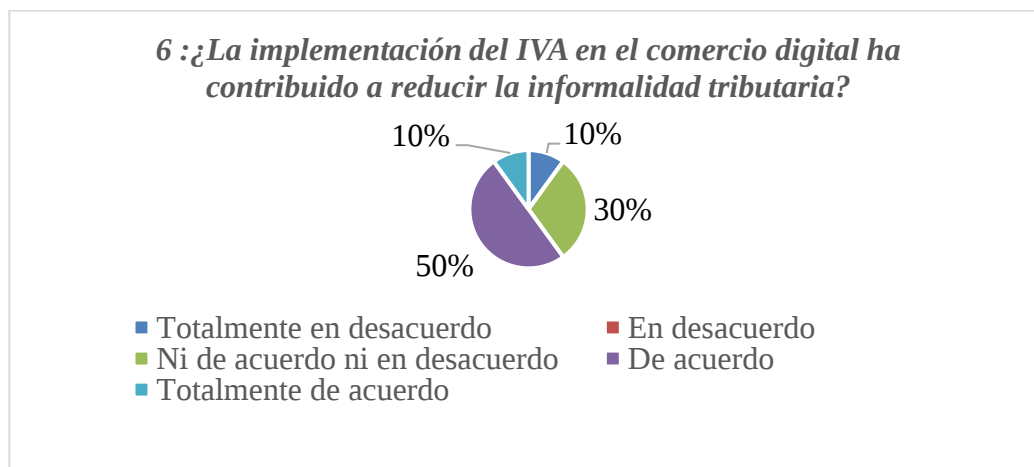
¿La implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	10%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	30%
De acuerdo	5	50%
Totalmente de acuerdo	1	10%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si la implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria.

Figura 17

¿La implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si la implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria.

A través de la entrevista realiza según los datos de los 10 expertos presentados en la tabla 20 y figura 17, se evidencia que el 60 de los expertos entrevistados se encuentra de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria. Sin embargo, un 30% mantiene una postura neutral y un 10% manifiesta total desacuerdo, lo que indica que, aunque se reconoce un efecto positivo, aún existe percepciones de cautela respecto al alcance real de esta medida en la reducción de la informalidad.

Tabla 21

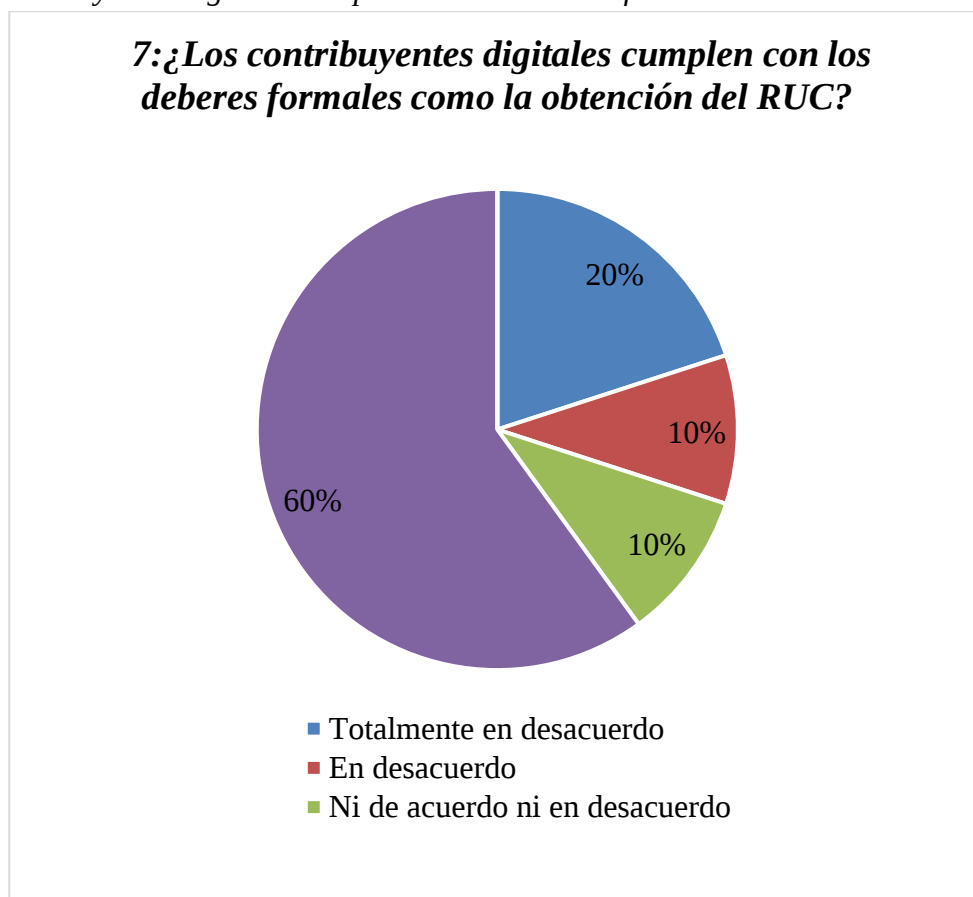
¿Los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales como la obtención del RUC?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	20%
En desacuerdo	1	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	10%
De acuerdo	6	60%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales.

Figura 18

¿Los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales como la obtención del RUC?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales.

En relación con la información obtenida y descrita en la tabla 21 y la figura 18, se evidencio que el 60 % de los expertos entrevistados se encuentra de acuerdo en que los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales, como la obtención del Registro Único del Contribuyente (RUC). No obstante, un 30% manifiesta desacuerdo o total desacuerdo, mientras que un 10% mantiene una postura neutral, lo que indica que, aunque existe una percepción mayoritariamente positiva sobre el cumplimiento formal, aún persisten brechas que deben ser atendidas mediante un fortalecimiento de los mecanismos de control y formalización tributaria.

Tabla 22

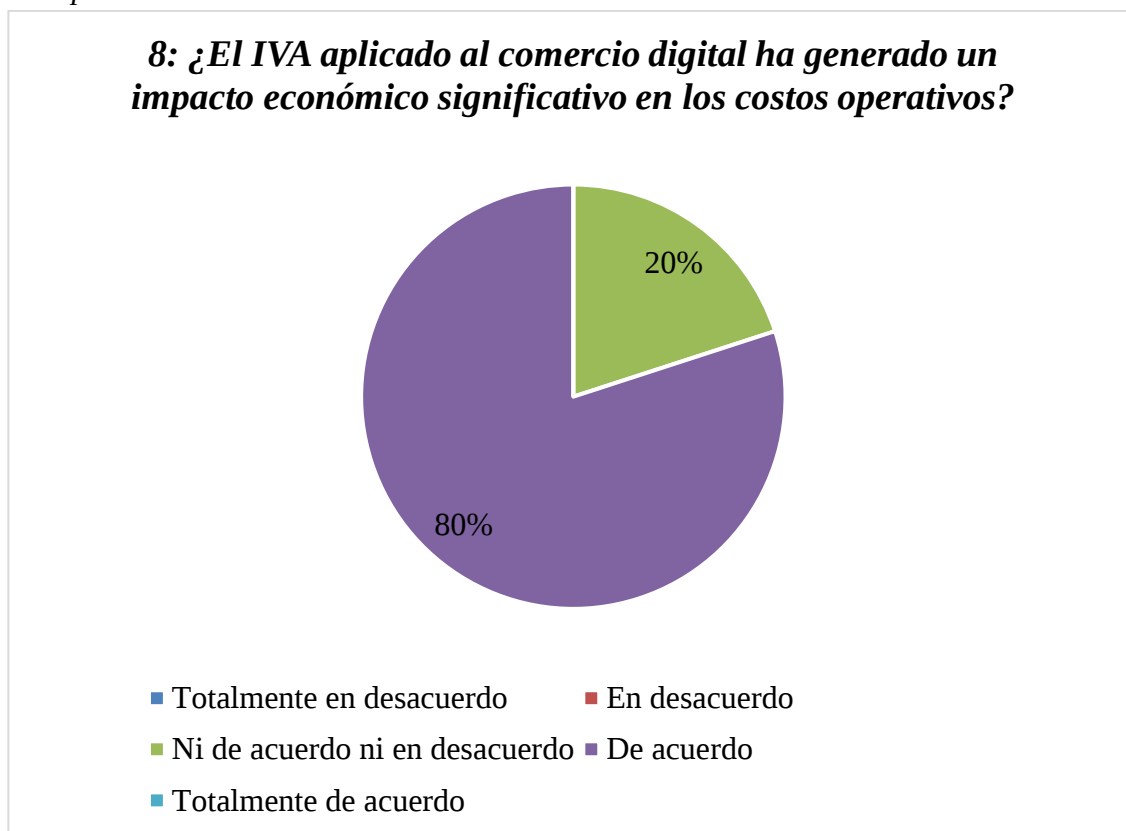
¿El IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
De acuerdo	8	80%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si el IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico en los costos operativos.

Figura 19

¿El IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si el IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico en los costos operativos.

Los resultados de la entrevista planteada, se evidencia la aplicación del IVA en la tabla 22 y figura 19, al comercio digital si ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos, según la percepción de los expertos entrevistados. En efecto, el 80% de los expertos manifestó estar de acuerdo con esta afirmación, lo que refleja un consenso mayoritario respecto a que la aplicación del impuesto incrementa los costos asociados a la operatividad del comercio digital. Por otro lado, el 20% se mantuvo en una posición neutral, indicando que, si bien reconoce la existencia del IVA, no perciben de forma directa un impacto relevante en sus costos operativos

Tabla 23

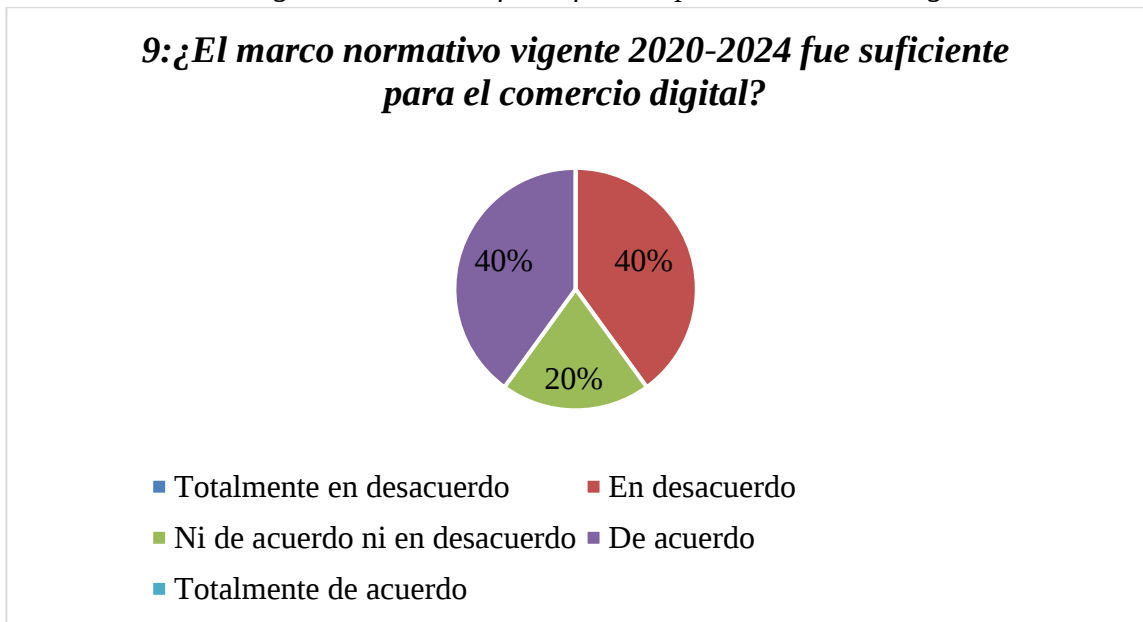
¿El marco normativo vigente 2020-2024 fue suficiente para el comercio digital?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	4	40%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
De acuerdo	4	40%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si el marco normativo vigente es suficiente para el comercio digital.

Figura 20

¿El marco normativo vigente 2020-2024 fue suficiente para el comercio digital?



Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si el marco normativo vigente es suficiente para el comercio digital.

En relación con la información obtenida y descrita en la tabla 23 y figura 20, se evidencia que las opiniones de los expertos se encuentran divididas, ya que el 40 % considera que el marco normativo vigente fue suficiente para regular el comercio digital durante el período 2020-2024, mientras que otro 40% manifiesta desacuerdo. Adicionalmente un 20% mantiene una postura neutral, lo que refleja la ausencia de consenso y sugiere la necesidad de ajuste normativos que permitan una regulación más clara y efectiva del comercio digital en el país.

Tabla 24

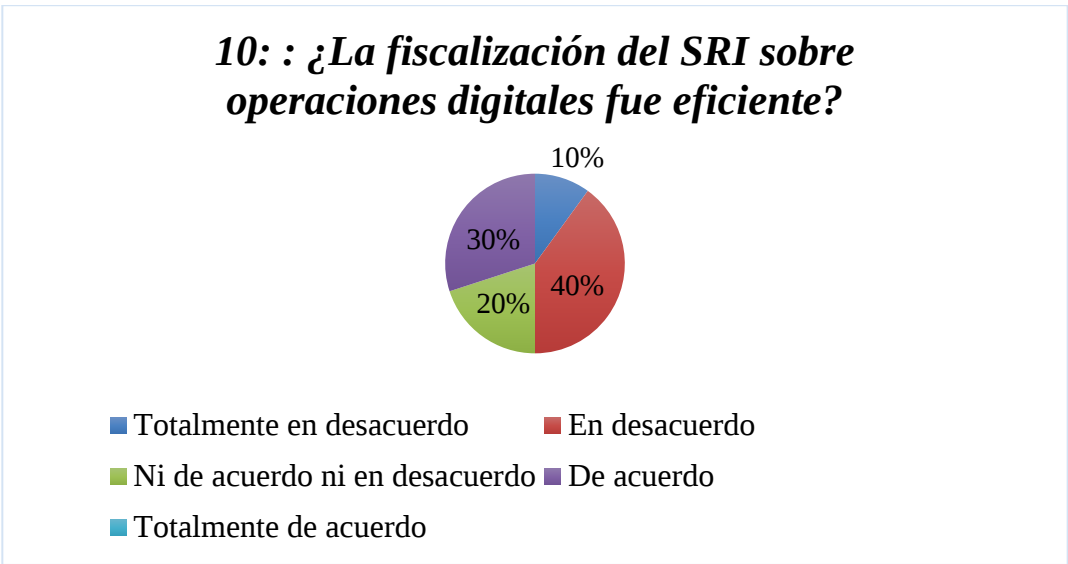
¿La fiscalización del SRI sobre operaciones digitales fue eficiente?

Nivel de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	10%
En desacuerdo	4	40%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	20%
De acuerdo	3	30%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	10	100%

Nota. Esta tabla muestra la percepción de los entrevistados con respecto a si la fiscalización del SRI sobre las operaciones digitales fue eficiente.

Figura 21

¿La fiscalización del SRI sobre operaciones digitales fue eficiente?



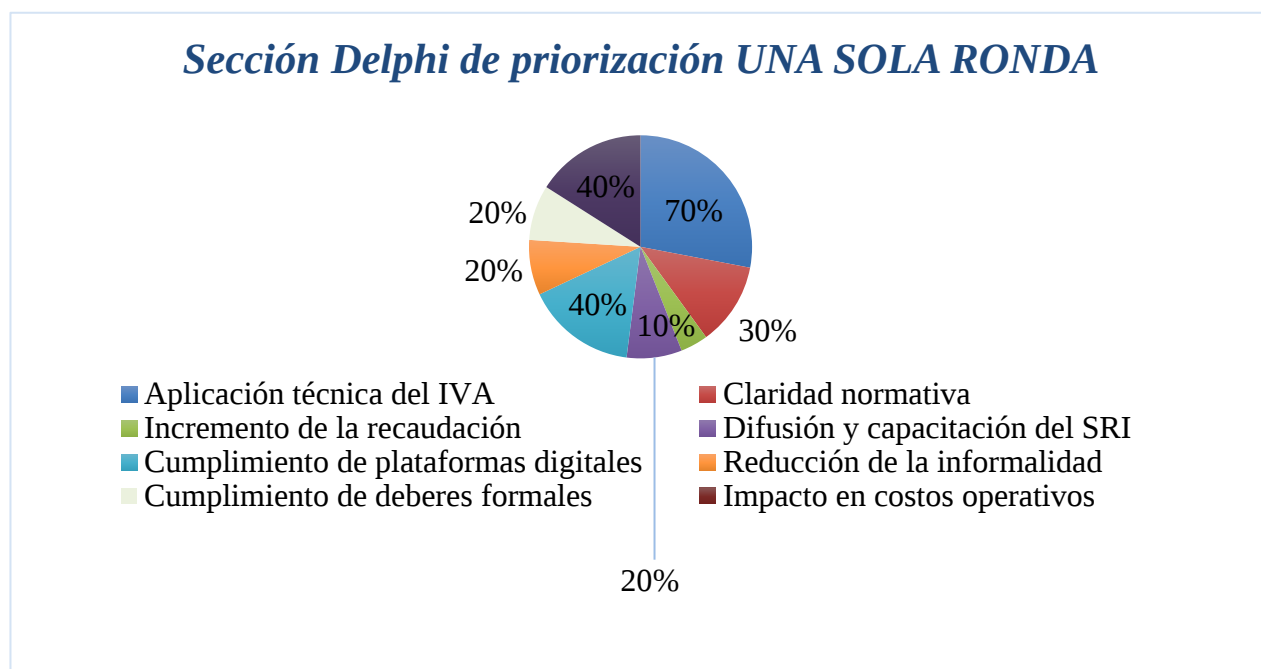
Nota. El gráfico representa la percepción de los entrevistados con respecto a si la fiscalización del SRI sobre las operaciones digitales fue eficiente.

De los resultados presentados en la tabla 24 y figura 21, se evidencia que el 50% de los expertos manifiesta desacuerdo o total desacuerdo respecto a la eficiencia de la fiscalización del SRI sobre las operaciones digitales. Por otro lado, un 30% considera que la fiscalización ha sido eficiente, mientras que un 20% mantiene una postura neutral. Estos resultados reflejan una percepción mayoritariamente crítica sobre la eficacia de los mecanismos de control, lo que sugiere la necesidad de fortalecer las estrategias de fiscalización en el ámbito del comercio digital.

Tabla 25*Sección Delphi*

Aspecto evaluado	Frecuencia	Porcentaje
Aplicación técnica del IVA	7	70%
Claridad normativa	3	30%
Incremento de la recaudación	1	10%
Difusión y capacitación del SRI	2	20%
Cumplimiento de plataformas digitales	4	40%
Reducción de la informalidad	2	20%
Cumplimiento de deberes formales	2	20%
Impacto en costos operativos	0	0%
Suficiencia del marco normativo	0	0%
Eficiencia de la fiscalización	4	40%

Nota. Esta tabla muestra la sección Delphi.

Figura 22*Sección Delphi de priorización UNA SOLA RONDA*

Nota. El gráfico representa la sección Delphi.

Con base en los resultados presentados en la tabla 25 y la figura 22, se evidencia que el aspecto considerado más relevante por los expertos para evaluar el efecto del IVA en el comercio digital en Ecuador es la aplicación técnica del IVA, con un 70 % de menciones. Asimismo, el cumplimiento de las plataformas digitales y la eficiencia de la fiscalización registran un 40%, lo que refleja la importancia del control y la supervisión tributaria. En menor proporción, se identifican la claridad normativa, la difusión y capacitación, la reducción de la informalidad y el cumplimiento de deberes formales, mientras que el impacto en los costos operativos y suficiencia del marco normativo no fueron considerados prioritarios por los expertos entrevistados.

4.6. Test de Normalidad Shapiro Wilk

Tabla 26

Test de normalidad e Shapiro Wilk

		Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Totalmente en desacuerdo	en	,305	10	,009	,781	10	,008
De acuerdo		,192	10	,200*	,941	10	,567
Totalmente de acuerdo		,237	10	,118	,809	10	,019
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	ni en	,260	10	,054	,829	10	,033
En desacuerdo		,213	10	,200*	,820	10	,025

Nota. *Esto es un límite inferior de la significación verdadera. ^aCorrección de significación de Lilliefors.

De acuerdo con los resultados de las pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk, se observa que en la mayoría de las categorías el valor de significancia (Sig.) es menor a 0,05, especialmente en la prueba de Shapiro- Wilk, la cual es más adecuada para muestras pequeñas (n=10). Esto indica que los datos no siguen una distribución normal.

En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula de normalidad y se concluye que los datos analizados presentan una distribución no normal, por lo que resulta metodológicamente pertinente el uso de pruebas estadísticas no paramétricas para el análisis de los resultados.

Si bien en algunos casos el estadístico de Kolmogorov-Smirnov presenta valores de significancia superiores a 0,05, la prueba de Shapiro-Wilk confirma la normalidad de los datos, razón por la cual se rechaza la hipótesis nula de la normalidad. Esta situación indica que el comportamiento de las variables analizadas, responde a patrones de opinión discreta y no a los de la variable continua.

Por último, desde una perspectiva metodológica, no es correcto aplicar pruebas estadísticas paramétricas, ya que estas implican el cumplimiento del supuesto de normalidad de

los datos obtenidos, y por lo tanto se justifica plenamente el uso de pruebas no paramétricas: prueba Chi-cuadrado, Spearman o Kruskal Wallis, entre otras, adecuadas para analizar relaciones y diferencias, sin asumir normalidad en los datos.

4.7. Análisis Estadístico- Descriptivo

Tabla 27

Análisis estadístico de las variables descriptivas

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De en acuerdo	Totalmente de acuerdo
N Válido	10	10	10	10	10
N Perdidos	1	1	1	1	1
Media	,0600	,1400	,1900	,4500	,1600
Mediana	,0500	,1000	,2000	,4500	,1000
Moda	,00	,00	,10 ^a	,30	,00
Asimetría	,780	,866	1,085	,534	,451
Error estándar de asimetría	,687	,687	,687	,687	,687
Curtosis	-,146	-,567	,914	-,261	-1,790
Error estándar de curtosis	1,334	1,334	1,334	1,334	1,334
Rango	,20	,40	,30	,60	,40
Mínimo	,00	,00	,10	,20	,00
Máximo	,20	,40	,40	,80	,40
Percentil 25	,0000	,0000	,1000	,3000	,0000
Percentil 50	,0500	,1000	,2000	,4500	,1000
Percentil 75	,1000	,2500	,2250	,6000	,3250

Nota. ^aExisten múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Los estadísticos descriptivos muestran que, para todas las categorías de respuesta, el número de casos válidos corresponden a N=10, lo que confirma la consistencia de la información analizada. Las medias y medianas reflejan una mayor concentración de respuestas en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo, especialmente en la categoría *De acuerdo*, que presenta la media las más alta (0,45) y una mediana coincidente, evidenciando una tendencia positiva en la percepción de los entrevistados.

La asimetría es positiva para todas las categorías, en tal virtud, presenta una asimetría hacia la derecha, es decir, mayor concentración de respuestas en los valores más bajos y una cola hacia valores más altos. Este comportamiento responde a pautas esperadas para datos de escalas tipo Likert, en donde los valores no son distribuidos de forma simétrica. Los valores de curtosis, a su vez, son negativos y positivos, ya que describen distribuciones más planas o

distribuciones más optimizadas que una distribución normal, mostrando también la no normalidad de los datos.

El rango, junto con los valores mínimos y máximos, demuestra una variabilidad moderada en las respuestas, siendo mayor en la categoría, lo que sugiere diversidad de criterios dentro de una valoración mayoritariamente positiva. Los percentiles (25,50 y 75) confirman esta tendencia, ya que la mediana se mantiene en niveles intermedios y altos, especialmente en las categorías de acuerdo.

4.7.1. Análisis de correlación de Spearman

Tabla 28

Correlación de Rho Spearman

Rho de Spearman	Variable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Totalmente en desacuerdo	Coeficiente de correlación	1,000	,314	-,397	,102	-,356
	Sig. (bilateral)	.	,377	,256	,778	,313
	N	10	10	10	10	10
En desacuerdo	Coeficiente de correlación	,314	1,000	-,296	-,347	-,382
	Sig. (bilateral)	,377	.	,406	,325	,277
	N	10	10	10	10	10

Rho de Spearman	Variable	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni de desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Coeficiente de correlación	-,397	-,296	1,000	-,412	,135
	Sig. (bilateral)	,256	,406	.	,237	,711
	N	10	10	10	10	10
De acuerdo	Coeficiente de correlación	,102	-,347	-,412	1,000	-,521
	Sig. (bilateral)	,778	,325	,237	.	,123
	N	10	10	10	10	10
Totalmente de acuerdo	Coeficiente de correlación	-,356	-,382	,135	-,521	1,000
	Sig. (bilateral)	,313	,277	,711	,123	.
	N	10	10	10	10	10

Nota. Esta tabla muestra la correlación de Rho Spearman.

Los resultados obtenidos de la correlación Rho de Spearman evidencia la relación existente entre las categorías de repuesta de la escala Likert utiliza en la investigación. Considerando que los datos no cumplen con el supuesto de normalidad y corresponden a una escala original, el uso de esta prueba resulta metodológicamente adecuado.

En términos generales, los coeficientes de correlación obtenidos muestran relaciones débiles y moderadas, tanto positivas con negativas, entre las distintas categorías. Un hallazgo que se destaca de manera importante es aquel que refleja una correlación negativa moderada entre las categorías "*De acuerdo*" y "*Totalmente de acuerdo*" alcanzándose una $p = 0,521$, lo que significa que, cuando aumenta la cantidad de respuestas, en una de esas categorías, disminuye la de la otra, circunstancia que se encuentra en el comportamiento de escalas ordinales que presentan opciones excluyentes.

También se destacan correlaciones negativas moderadas entre "*Ni de acuerdo ni desacuerdo*" y "*De acuerdo*" alcanzando una $p = -0.412$, así como entre "*En desacuerdo*" y "*Totalmente de acuerdo*" alcanzando una $p = -0.382$, lo que representa la lógica de oposición entre posturas neutras o negativas, frente a valoraciones positivas.

Sin embargo, los valores de significación bilateral ($\text{Sig.} > 0,05$) indican que no hay correlaciones estadísticamente significativas, lo que se debe principalmente al tamaño de la muestra reducido ($n=10$). En consecuencia, a pesar de que puede comprobarse que hay tendencias de asociación entre las categorías, estas no son lo suficientemente fuertes como para que se pueda establecer una clara relación desde el punto de vista estadístico.

En consecuencia, los resultados alcanzados sugieren que hay relaciones coherentes entre las categorías de respuesta, o propias de una escala Likert, sin evidencia estadística. Por lo tanto, el análisis confirma patrones de comportamiento esperados en la percepción de los expertos, sin demostrar dependencias fuertes entre las variables analizadas.

4.8. Discusión

Los resultados de la entrevista aplicada a expertos en tributación y comercio digital evidencian que la implementación del IVA en el comercio digital en Ecuador constituye un avance relevante desde el punto de vista técnico y normativo. La mayoría de los expertos coincide en que la aplicación del impuesto ha sido técnicamente adecuada y reconoce su contribución al incremento de la recaudación tributaria; sin embargo, este aporte aún es percibido como moderado dentro del total ingreso fiscales, lo que explica la presencia de posturas neutrales en este aspecto.

Además, se perciben mejoras en el cumplimiento de las cargas tributarias de las plataformas digitales extranjeras y en la formalización de los contribuyentes digitales, aunque existen lagunas en la precisión normativa, la divulgación de la información por parte del SRI y el cumplimiento uniforme de las obligaciones formales que interfieren, a su vez, en el juicio sobre la eficiencia del sistema tributario digital.

Desde la óptica estadística, los hallazgos evidencian que las muestras no presentan una distribución normal en consonancia con la escala tipo Likert y el reducido tamaño de la muestra.

El estudio descriptivo muestra una tendencia a las categorías de acuerdo, pero la correlación de Spearman refleja, sin embargo, relaciones acordes entre las categorías de respuesta, sin significación estadística y vinculadas al bajo número de expertos consultados.

Finalmente, la priorización realizada mediante la sección Delphi resalta que la aplicación técnica del IVA, el cumplimiento de las plataformas digitales y la eficiencia de la fiscalización constituyen los aspectos más relevantes para evaluar el efecto del IVA en el comercio digital. En conjunto, los resultados sugieren que, si bien el IVA digital ha fortalecido el control tributario en este sector.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se analizaron los fundamentos conceptuales del comercio digital y su relación con el Impuesto al Valor Agregado (IVA), entendido como un tributo que grava la transferencia de bienes y la prestación de servicios, incluidos aquellos ofertados a través de plataformas digitales. A partir de la normativa tributaria vigente en el Ecuador, se evidenció que la aplicación del IVA al comercio digital constituye un mecanismo orientado a fortalecer la equidad fiscal y ampliar la base de recaudación, especialmente en actividades económicas que han experimentado un crecimiento acelerado en los últimos años.

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la entrevista aplicada a expertos en tributación y fiscalización del comercio digital, se determinó que el IVA ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos de este sector. El 80% de los entrevistados manifestaron estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 20% mantuvo una posición neutral, lo que refleja una percepción mayoritaria sobre el incremento de gastos asociados a la operatividad digital, tales como comisiones, costos administrativos y obligaciones tributarias.

Para la evaluación del comportamiento de las variables relacionadas con la aplicación del IVA y los costos operativos del comercio digital, es posible concluir que existe una relación positiva entre la carga tributaria y la estructura de costos de los negocios digitales, ya que la aplicación del IVA favorece la sostenibilidad del sistema de recaudación, pero también afecta la rentabilidad y competitividad de los operadores digitales, lo cual pone de manifiesto que es necesario lograr una correcta relación entre los objetivos de fortalecer la recaudación, haciendo posible el desarrollo de la sostenibilidad del comercio digital.

5.2. Recomendaciones

Aunque la normativa que regula la aplicación del IVA al comercio digital está vigente, se observa la necesidad de reforzar el conocimiento tributario de los actores implicados, razón por la cual se sugiere la implementación de iniciativas de capacitación destinadas a los comerciantes y a los emprendedores digitales, que se centren en obligaciones, derechos y beneficios del tributario, con el objeto de fomentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, así como reducir riesgos de evasión tributaria.

De acuerdo con los resultados que se describen respecto a la influencia del IVA en los costes de organización, se aconseja a los comerciantes digitales practicar las técnicas de gestión financiera y tributaria, con el fin de optimizar sus recursos y poder planear los costes, de tal manera que su actividad económica pueda hacerle frente a la normativa aplicable.

Por último, se recomienda al Servicio de Rentas Internas y para el resto de Entidades responsables de la política tributaria que se fortalezcan los mecanismos de control y fiscalización para el comercio digital, en atención a las particularidades de este sector, de forma que se logre garantizar una recaudación adecuada del IVA, sin afectar ni el dinamismo del comercio digital, ni el desarrollo económico de los contribuyentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Altamirano, J. (2021). El IVA y los servicios digitales: la experiencia chilena. *Revista de Derecho Tributario*, 9, 17-45. https://revistaderechotributario.udec.cl/sites/default/files/RdDt-Vol9-4-Altamirano-Digitales_0.pdf
- Andersen . (2020). *Normas para la retención del IVA generado en la importación de servicios digitales*. <https://ec.andersen.com/normas-para-la-retencion-del-iva-generado-en-la-importacion-de-servicios-digitales/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Becerra, D., Rosales, A., & Gutiérrez, P. (2023). Desafíos tributarios de la digitalización de la economía: una reflexión en torno al Proyecto BEPS. *The Anáhuac journal*, 23(1), 15-45. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2023v23n1.01>
- Becerra, E., Becerra, C., Flores, M., & Astudillo, P. (2023). La informalidad del comercio electrónico y su impacto en la fiscalidad en el Ecuador. *Alfa Publicaciones*, 5(4), 110-129. <https://doi.org/doi.org/10.33262/ap.v5i4.437>
- Bustamante, R. (2022). Análisis del mpacto económico originado por el COVID 19 en la recaudación del RISE, IVA, ISD, e ICE, en la zona 6 del Ecuador, periodo 2018-2019 y 2020. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21829/5/UPS-CT009554.pdf>
- Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana [CITEC]. (2022). *Situación del e-commerce en Ecuador*. Cámara de Innovación y Tecnología Ecuatoriana. <https://citec.com.ec/wp-content/uploads/2023/10/Informe-de-Situacion-del-E-Commerce-en-Ecuador-Compressed-1-1-1.pdf>
- Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico [CECE] y Universidad Espítitu Santo [UEES]. (2024). *Estudio de Transacciones no Presenciales en Ecuador*. <https://online.uees.edu.ec/upload/Estudio%20Ecommerce%20%202024%20-%20VII%20Medici%C3%B3n.pdf>
- Código de Comercio. (2019). *Registro Oficial Suplemento 497*. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Código Tributario. (2023). *Servicio de Rentas Internas*. <https://share.google/NghbLXbBvtgSIBcdL>
- Comisión de Legislación y Codificación . (2004). *Ley de Régimen Tributario Interno*. <https://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/ley-de-regimen-tributario-interno/>
- Demera, P., & Zambrano, M. (2023). El comercio electrónico y su incidencia en la recaudación del impuesto al valor agregado en el cantón sucre, periodo 2020 – 2021. *Revista Multidisciplinaria Arbitrada de Investigación Científica*, 7(3), 3989–4005. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.3.2023.3989-4005>

- Durán, Y., Briceño, C., & Montilla, A. (2021). Aplicación de la ley del impuesto al valor agregado en las operaciones de comercio electrónico. *Forum Empresarial*, 26(1), 13-22. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63169773001>
- FARO. (2022). *Recaudación tributaria en Ecuador durante la pandemia del COVID-19*. Quito. <https://publicacion.grupofaro.org/analisis/recaudacion-tributaria-en-ecuador-durante-la-pandemia-del-covid-19/>
- García, N., & Zambrano, E. (2024). Análisis comparativo de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, año 2021. *Revista ECA Sinergia*, 15(1), 21-41. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i1.6114>
- Gawer, A. (2022). Plataformas y ecosistemas digitales: Observaciones sobre la lógica dominante y futuras líneas de investigación. *Journal of Digital Innovation*, 14(3), 215–232. <https://doi.org/10.1080/14479338.2021.1965888>
- Gutiérrez, N., Barrueto, M., & Orellana, M. (2020). La fiscalidad del Comercio Electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Quipukamayoc*, 28(57), 64-74. <https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18062>
- Han, B., Li, M. D., & Han, D. (2024). Assessing the effect of digital platforms on innovation quality: mechanism identification and threshold characteristics. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(951), 1-12. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03465-9>
- Heredia, D., & Villareal, F. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *ComHumanitas*, 13(1), 1-33. <https://doi.org/10.31207/rch.v13i1.333>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2023). *Tecnologías de la información y comunicación*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2023/202307_Tecnologia_de_la_Informacion_y_Comunicacion-TICs.pdf
- Jiménez, J., & Podestá, A. (2021). *Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina*. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. <https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosdeTrabajo/2021/DT-02-2021-Jimenez-Podesta.pdf>
- León, L., Ron-Amores, E., & Vergara, A. (2023). The challenges of taxation in the digital economy: Analysis of the Ecuadorian tax system. *Amazonia Investiga*, 12(61), 262-275. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.27>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEI]. (2023). *Boletín de cifras del sector productivo: Diciembre 2023*. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/Boletin-Cifras-Productivas-DIC-2023.pdf>
- Monserate, I., Viteri, G., & Valdez, R. (2024). Factores que inciden en la adopción del e-commerce en pymes del sector comercial en Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 16(1), 96-103. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v16n1/2218-3620-rus-16-01-96.pdf>
- Ñacato, N. (2020). Análisis comparativo de la actualización tributaria del impuesto a la renta en el Ecuador en los sectores: comercializadoras e importadoras en la provincia de

- Pichincha periodo 2020-2023 (Trabajo de titulación, Universidad Politécnica Salesiana). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/29843/1/TTQ2030.pdf>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *E-commerce in the time of COVID-19*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2020/10/e-commerce-in-the-time-of-covid-19_bb699f3a/3a2b78e8-en.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2022). *Enfoque de dos pilares para abordar los desafíos fiscales derivados de la digitalización de la economía*. <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/topics/policy-issues/cross-border-and-international-tax/puntos-destacados-enfoque-de-dos-pilares-para-abordar-los-desafios-fiscales-derivados-de-la-digitalizacion-de-la-economia-octubre-2021.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2022). *Impacto macroeconómico del COVID-19 en Ecuador*. https://www.oecd.org/en/publications/impacto-macroeconomico-del-covid-19-en-ecuador_b4575bff-en.html
- Ortiz, C., & Guillín, X. (2023). Impuestos y economía digital en Ecuador: Desafíos y perspectivas del comercio electrónico: Un análisis bibliográfico. *Journal of Science and Research*, 8, 18-33. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2979>
- Pérez, M. B., Cardoso, S., & Ugalde, C. (2025). Compromiso del cliente en las plataformas comerciales digitales: Un análisis de factores clave. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 9(1), 24-36. <https://doi.org/10.18779/csye.v9i1.752>
- Pincay, B. (2022). *Economía digital, sus efectos tributarios*. PwC Ecuador: <https://www.pwc.ec/es/entrevistas-de-temas-de-interes/Economia-digital-sus-efectos-tributarios.html>
- Presidencia de la República del Ecuador. (2024). *Decreto Ejecutivo N.º 198. Incremento de la tarifa general del IVA al 15 %; Decreto Ejecutivo N.º 470. Tarifa general del IVA aplicable para el ejercicio fiscal 2025*. Lexis Ecuador: https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2024/12/Decreto-Ejecutivo-No.470-Tarifa-general-del-IVA-ano-2025.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Redacción Primicias. (2024). *Ecuador: El IVA al 15 % está vigente desde este lunes 1 de abril*. Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/iva15-ecuador-alza-1abril-productos-suben>
- Rojas, V. D., & Pilacúan, J. (2025). Evasión tributaria en el comercio informal ecuatoriano: análisis desde la contabilidad. *Polo del Conocimiento*, 10(8), 2236-2247. <https://doi.org/10.23857/pc.v10i8.10294>
- Roldán, K., Ganchozo, K., López, E., Salas, A., & Llerena, R. (2025). Impacto de la evasión del Impuesto al Valor Agregado en Ecuador: Una amenaza persistente al desarrollo Nacional. *LATAM: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(5), 438-453. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i5.4612>

- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2020). *Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. https://www.sri.gob.ec/web/intersri/impuesto-al-valor-agregado-iva?p_l_back_url=%2Fbuscador%3Fq%3Dimpuesto%2520al%2520valor%2520agregado%2520sobre-qu%2520C3%A9
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2020). *Plan de control y lucha contra el fraude fiscal*. <https://www.sri.gob.ec/programa-cooperativo-de-cumplimiento-fiscal>
- Servicio de Rentas Internas (SRI). (2024). *Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. <https://www.sri.gob.ec/impuesto-al-valor-agregado-iva>
- Servicio de Rentas Internas. (2020). *Boletín N.º 039: Se formaliza el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la importación de servicios digitales*. Servicio de Rentas Internas del Ecuador. [file:///C:/Users/WinUser/Downloads/BOLET%20N%20039%20-%20SE%20FORMALIZA%20EL%20PAGO%20DEL%20IMPUESTO%20AL%20VALOR%20AGREGADO%20\(IVA\)%20EN%20LA%20IMPORTACI%20N%20DE%20SERVICIOS%20DIGITALES.pdf](file:///C:/Users/WinUser/Downloads/BOLET%20N%20039%20-%20SE%20FORMALIZA%20EL%20PAGO%20DEL%20IMPUESTO%20AL%20VALOR%20AGREGADO%20(IVA)%20EN%20LA%20IMPORTACI%20N%20DE%20SERVICIOS%20DIGITALES.pdf)
- Servicio de Rentas Internas. (2020). *Resolución NAC-DGERCGC20-00000053. Retención del IVA en importación de servicios digitales*. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/7e151390-681a-424c-9490-2c3c54a3c26c/NAC-DGERCGC20-00000053.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2020). *Resolución NAC-DGERCGC20-00000055. Registro, declaración y pago del IVA por prestadores digitales no residentes*. Servicio de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/25b165b9-d764-4f58-bf49-ece31f805171/NAC-DGERCGC20-00000055.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (2021). *Registro, declaración y pago del IVA por parte de los prestadores de servicios digitales no residentes en el Ecuador*. <https://www.sri.gob.ec/registro-declaracion-y-pago-del-iva-prestadores-de-servicios-digitales-no-residentes>
- Servicio de Rentas Internas. (Diciembre de 2022). *Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria. Suplemento del Registro Oficial N.º 111*. Servicio de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/ley-organica-de-simplificacion-y-progresividad-tributaria>
- Servicio de Rentas Internas. (2023). *Estadísticas de recaudación y economía digital*. file:///C:/Users/WinUser/Downloads/Bolet%20N%20T%20C3%A9cnico%20Anual_2024.pdf
- Servicio de Rentas Internas. (2024). *Impuesto al valor agregado (IVA)*. Servicio de Rentas Internas.: <https://www.sri.gob.ec/impuesto-al-valor-agregado-iva>
- Stoian, C., & Tohanean, D. (2021). Platform Business Models – A Case Study of the Technology Industry. *Journal of Economics and Management Sciences*, 4(1), 18-24. <https://doi.org/10.30560/jems.v4n1p18>

- Tolga, S., Matilla, O., Ozlem, K., & Gokcen, O. (2022). A journey towards a digital platform business model: A case study in a global tech-company. *Forecasting and Social Change*, 175. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121372>
- Villavicencio, K., & Zambrano, N. (2023). Evasión fiscal y recaudación tributaria . *Polo del Conocimiento*, 8(9). <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/6049>
- Zamora, D., Chávez, R., Coello, M., & Ortega, J. (2025). Impacto de la evasión fiscal en la recaudación tributaria en Ecuador en el 2023. *Revista Veritas de Difusão Científica*, 6(1), 544-566. <https://doi.org/10.61616/rvdc.v6i1.421>

ANEXOS

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

Nombre: Estefania Nataly Sandoval Arévalo

Tutor: Otto Eulogio Arellano Cepeda

Tema: EL EFECTO DEL IVA EN EL COMERCIO DIGITAL EN ECUADOR,
PERIODO (2020-2024)

Objetivo: Evaluar el efecto del IVA en el crecimiento del comercio digital en Ecuador durante 2020-2024.

METODOLOGÍA – MÉTODO DELPHI (UNA SOLA RONDA)

La presente encuesta aplica el método Delphi en una sola ronda, dirigido a expertos en tributación, con el objetivo de obtener criterios especializados y alcanzar consenso técnico sobre el efecto del IVA en el comercio digital.

INSTRUCCIONES

- Responda con total sinceridad cada una de las preguntas.
- Lea cuidadosamente antes de contestar.
- La información será utilizada únicamente con fines académicos y se mantendrá la confidencialidad de los datos.
- **Marque con una X la respuesta que considere pertinente.**

Escala de valoración

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

DATOS INFORMATIVOS

Género:

- ☐ Femenino ☐ Masculino

Nivel de instrucción:

- ☐ Tercer nivel
- ☐ Cuarto nivel
- ☐ Doctorado
- ☐ Otro: _____

Experiencia profesional en tributación:

- ☐ 1-5 años ☐ 6-10 años ☐ 11-15 años ☐ Más de 15 años

CUESTIONARIO

1.¿La aplicación del IVA al comercio digital en Ecuador desde el año 2020 ha sido técnicamente adecuada.?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

2. ¿El proceso de determinación del IVA para los servicios digitales es claro y comprensible para los contribuyentes.?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

3. ¿El IVA aplicado al comercio digital ha contribuido de manera significativa al incremento de la recaudación tributaria nacional?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

4.¿ El SRI ha difundido información suficiente sobre el cálculo y la retención del IVA en plataformas digitales.?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

5. ¿Las plataformas digitales extranjeras han cumplido adecuadamente con las obligaciones del IVA en Ecuador?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

6. ¿La implementación del IVA en el comercio digital ha contribuido a reducir la informalidad tributaria?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

7. ¿Los contribuyentes digitales cumplen con los deberes formales como la obtención del RUC?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

8. ¿El IVA aplicado al comercio digital ha generado un impacto económico significativo en los costos operativos?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

9. ¿El marco normativo vigente 2020–2024 fue suficiente para regular el comercio digital?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

10. ¿La fiscalización del SRI sobre operaciones digitales fue eficiente.?

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

SECCIÓN DELPHI DE PRIORIZACIÓN (CLAVE – UNA SOLA RONDA)

Instrucción:

De acuerdo con su criterio experto, seleccione **LOS TRES ASPECTOS MÁS RELEVANTES** para evaluar el efecto del IVA en el comercio digital en Ecuador.

- ☐ Aplicación técnica del IVA
- ☐ Claridad normativa
- ☐ Incremento de la recaudación
- ☐ Difusión y capacitación del SRI
- ☐ Cumplimiento de plataformas digitales
- ☐ Reducción de informalidad
- ☐ Cumplimiento de deberes formales
- ☐ Impacto en costos operativos
- ☐ Suficiencia del marco normativo
- ☐ Eficiencia de la fiscalización