



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL  
Y DERECHO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTADURIA  
PUBLICA Y AUDITORIA-CPA**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE  
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)  
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

**TEMA: ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DEL COMERCIO  
ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE  
IMPUESTOS EN EL ECUADOR.**

**Autores:**

**Sr. QUINTERO MIRANDA WILLY JOSE**

**Acompañante:**

**Mgtr. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE**

**Milagro, Octubre 2019  
ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

**RECTOR**

**Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Yo, QUINTERO MIRANDA WILLY JOSE en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE/ TURISMO SOSTENIBLE. , de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta práctica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 30 de octubre del 2019



QUINTERO MIRANDA WILLY JOSE

Autor

C.I: 0918405655

## **APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

Yo, PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por el estudiante QUINTERO MIRANDA WILLY JOSÉ cuyo tema de trabajo de Titulación es ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL ECUADOR. , que aporta a la Línea de Investigación ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN PARA EL DESARROLLO Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE/ TURISMO SOSTENIBLE. previo a la obtención del Grado INGENIERO EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 30 de octubre del 2019



PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE  
TUTOR  
C.I: 0922629423

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE

Mgtr. BENITEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO

Dr. VILLEGAS YAGUAL FELIX ENRIQUE

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO EN CONTADURIA PUBLICA Y AUDITORIA-CPA presentado por el estudiante QUINTERO MIRANDA WILLY JOSE

Con el tema de trabajo de Titulación: ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL ECUADOR.

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[ 80 ]
Defensa oral	[ 20 ]
Total	[ 100 ]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 30 de octubre del 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Apellidos y Nombres	Firma
Presidente	PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE	
Secretario (a)	BENITEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO	
Integrante	VILLEGAS YAGUAL FELIX ENRIQUE	

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado a las personas que me brindaron un apoyo incondicional durante este proceso, hoy con mucha felicidad, tras varios años de incansable esfuerzo alcanzo esta meta profesional en mi vida.

Esto va para mis padres especialmente a mi madre que ha estado siempre conmigo aconsejándome, dándome esa voz de aliento cuando sentía que ya no podía más y a mi enamorada por ser un pilar más de apoyo, me enseñaste que todo esfuerzo al final siempre tendrá su recompensa y este es el fruto.

**WILLY JOSE**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, a Dios todopoderoso, que es mi fuente de inspiración y mi fortaleza.

A mis padres, mi enamorada, familiares y amigos, cada uno de ustedes quienes formaron la persona quien soy con sus consejos y enseñanzas en cada momento de mi vida, también agradezco a mi docente de acompañamiento Mgs. Peralta Carpio Faviola Lissette que ha sido mi guía profesional para la realización de este proyecto final.

**WILLY JOSE**

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL .....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
ÍNDICE GENERAL .....	VII
ÍNDICE DE CUADROS .....	VIII
RESUMEN .....	IX
ABSTRACT .....	X
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	2
CAPITULO II.....	7
MARCO TEORICO .....	7
CAPITULO III .....	18
MARCO METODOLÓGICO .....	18
CAPÍTULO IV .....	20
DESARROLLO DEL TEMA.....	20
CAPÍTULO V .....	25
CONCLUSIONES.....	25
BIBLIOGRAFÍA .....	27

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b>	Indicadores del comercio electrónico en el Ecuador y su comparación con los otros países de Latinoamérica.....	13
<b>Cuadro 2.</b>	Porcentaje de ventas en los países de América Latina, con respecto a la modalidad “del negocio al consumidor” B2C.....	14
<b>Cuadro 3.</b>	Principios tributarios del comercio electrónico estados unidos y organización para la cooperación y el desarrollo (OCDE).....	16

# **ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL ECUADOR.**

## **RESUMEN**

El hombre siempre ha buscado nuevas y mejores maneras de hacer las cosas, y en este escenario es donde nace la tecnología, el Internet y, obviamente, sobre este medio es donde se asienta, fortalece y crece de manera robusta esta nueva forma de hacer negocios llamada: “comercio electrónico”. Es tan fascinante, global y dinámico este mercado, que la economía ecuatoriana no se escapa de este fenómeno. La problemática se centró en destacar las falencias a las que se enfrenta la economía ecuatoriana frente al comercio electrónico y la recaudación de impuestos. El objetivo principal del estudio fue determinar el avance del comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador. El marco teórico estuvo constituido por la realización de un acercamiento conceptual al comercio electrónico, se detallaron sus características principales, los retos y oportunidades, las tendencias internacionales, la falta de control por los entes gubernamentales, así como los riesgos inherentes a su actividad. La metodología presenta una investigación bibliográfica documental y la aplicación de los métodos analítico sintético, como instrumento para la contrastación de los datos y posteriores estudios de las dos variables. En el desarrollo se plasmó el análisis de la investigación donde se expone los problemas de los entes gubernamentales al no poder ejercer un control sobre el comercio electrónico y las leyes obsoletas que lo rigen. La conclusión de la investigación detalla que existe un problema en las políticas de estado que fueron creadas en el año 2002, época en donde el comercio electrónico no estaba en auge y por lo tanto sus volúmenes de ventas eran relativamente bajos, también se denotó que existe un alto grado de crecimiento de emprendimientos que se dedican al comercio electrónico afectando directamente la economía del Ecuador, mediante la evasión de impuestos.

**PALABRAS CLAVE:** Comercio Electrónico, Recaudación de impuestos, Economía ecuatoriana.

# **ANÁLISIS DEL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS EN EL ECUADOR.**

## **ABSTRACT**

Man has always looked for new and better ways of doing things, and in this scenario is where technology is born, the Internet and, obviously, on this medium is where this new way of doing business is based, strengthens and grows robustly called: "electronic commerce". This market is so fascinating, global and dynamic, that the Ecuadorian economy does not escape this phenomenon. The problem focused on highlighting the shortcomings faced by the Ecuadorian economy against the poor controls of electronic commerce and tax collection. The main objective of the study was to determine the progress of electronic commerce and its impact on tax collection in Ecuador. The theoretical framework was constituted by the realization of a conceptual approach to electronic commerce, its main characteristics, challenges and opportunities, international trends, lack of control by government entities, as well as the risks inherent in its activity were detailed. The methodology presents a documentary bibliographic investigation and the application of synthetic analytical methods, as an instrument for the comparison of data and subsequent studies of the two variables. The conclusion of the investigation details that there is a problem in the state policies that were created in 2002, when electronic commerce was not booming and therefore its sales volumes were relatively low, it is also denoted that there is a high degree of growth of enterprises that are dedicated to electronic commerce directly affecting the economy of Ecuador, through tax evasion.

**KEY WORDS:** E - Commerce, Tax collection, Economy.

## INTRODUCCIÓN

Con el transcurso de los años, la globalización ha avanzado a pasos agigantados, de la mano de esta se encuentra la tecnología, que ha ayudado a muchas empresas la utilicen como medio para realizar transacciones comerciales, a nivel mundial esto se lo conoce comúnmente como comercio electrónico.

En Ecuador, hace algunos años no estaba tan posicionado como lo está ahora, se conoce como parte primordial del crecimiento en lo que corresponde a economía, se ha dinamizado al punto de que se estima que existe una población considerable de negocios o tiendas virtuales que hacen uso de este tipo de comercio. Tanto proveedores, clientes, vendedores y consumidores han convertido al comercio electrónico en una importante opción a la hora de crear un negocio, tanto por la facilidad y por el bajo costo que representa.

Sin embargo, no todo es beneficioso, el comercio electrónico tiene múltiples ventajas por encima del comercio tradicional, pero existen vacíos legales en cuanto a la recaudación de impuestos y tributación se refiere, debido a la forma de existencia los negocios virtuales, no se puede establecer ningún tipo de control tributario por las entidades correspondientes, las leyes y reglamentos que fueron creados en el año 2002, se modificaron para ese entonces, esto se debía porque no existía cantidad considerable de negocios virtuales, lo que conllevó a crear una ley no tan exigente y dio paso a vacíos que hoy en día son aprovechados por las personas y podrían estar afectando de forma directa la economía ecuatoriana.

El presente estudio se encargará de destacar las características principales del comercio electrónico, las ventajas, desventajas, y el impacto que puede llegar a tener en la economía ecuatoriana, también se hará un análisis comparativo de criterios de diferentes autores, obtenidos de las bibliografías de artículos científicos, libros y demás investigaciones previas que permitan tener una visión más amplia de lo que sucede en la actualidad sobre el comercio electrónico y la recaudación de impuestos.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En las últimas dos décadas, se ha denotado a nivel mundial cambios que han ido a la par con la globalización y entre estos avances está el tecnológico y el notable impacto de la incursión de la internet en todos los aspectos de los individuos, así como también en lo que respecta a empresas de todo tipo. En el comercio es donde más se ha tratado de implementar, creando nuevas estrategias y oportunidades de comercialización por medio de la internet, es ahí donde nace el comercio electrónico.

El comercio electrónico se origina de manera novedosa e innovadora en el momento de vender , tanto a nivel mundial como en nuestro país Ecuador, podría considerarse como una estrategia que hoy en día utilizan ciertas empresas para vender y comercializar sus productos, realizando todo tipo de transacciones que tenga que ver con el intercambio tanto de bienes como de servicios, así también de información contable digital basada en la transferencia de datos utilizando como herramienta principal la internet.

Se puede definir al comercio electrónico como la actividad comercial en donde las empresas intercambian, interactúan y se comunican con el cliente a larga distancia utilizando como recurso principal la internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El origen del comercio electrónico data desde los años 1970 con la aparición de las primeras computadoras y el surgimiento de la internet, que ayudó de cierta forma a la comunicación en general, acortando distancias, haciendo el proceso más rápido y eficiente, aportando en el desarrollo productivo y económico del ser humano. (Nieto, 2012)

Son múltiples las ventajas que ofrece el comercio electrónico para las empresas entre estas se destaca la promoción rápida de productos que optimiza las ventas y por consiguiente la rentabilidad. La tecnología aporta beneficios de manera ágil al facilitar la forma de comercializar y competir con diferentes empresas de forma digital, hace posible que tanto grandes empresas como las pequeñas y medianas puedan aprovechar nuevas estrategias de rentabilidad.

Está claro que hoy en día la tecnología está inmersa en algunos aspectos de las vivencias diarias de los individuos, un ejemplo de estos es la forma en cómo se comunican por medio del uso de recursos digitales, permite una mejor distribución de la información, en lo que corresponde a noticias, permite el acceso a datos que son utilizados por personas de todo el mundo, el intercambio de bienes y servicios entre empresas de diferentes países, ayuda individuos con actividades relacionadas con los estudios o el trabajo, se puede afirmar que la internet ha revolucionado la perspectiva comercial porque en su mayoría se pueden realizar cualquier tipo de actividad utilizando el comercio electrónico.

Debido a la importancia que hoy en día posee la internet, utilizada como recurso e instrumento muy valioso dentro de las empresas, una de sus ventajas que resaltan son el alcance mundial que posee para que múltiples empresas de todo tipo y tamaño pueda comercializar sus productos desde un lado del mundo hacia otro en solo cuestión de minutos.

En el Ecuador la innovación del comercio electrónico no ha pasado desapercibido, de acuerdo a las últimas estadísticas e informes emitidas por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) explican que el incremento del comercio electrónico cada año toma más fuerza, tal es el caso que las compras virtuales están en pleno auge, se tomó como referencia las tres ciudades principales que: son Quito, Cuenca y Guayaquil, donde el porcentaje de ventas superaba el 51%. Destacando productos como la vestimenta y calzado que son los predilectos por los ecuatorianos a la hora de comprar de forma virtual. En el informe del INEC también detalla que el 0.34% de la población se ha dejado tentar y ha comprado por lo menos un artículo en línea, es decir, que 3 de cada 10 ecuatorianos ha accedido a realizar alguna compra por medio de la utilización del comercio electrónico. (Durán, 2014)

Existen múltiples medios para realizar el intercambio de bienes y servicios de forma virtual, estos medios son los encargados de manejar el comercio electrónico, lo que permite que los productos de las empresas estén disponibles las 24 horas del día, durante los 7 días de la semana, significando que para el comercio electrónico no existe límites en cuanto a horarios ni distancias.

Debido a estas múltiples ventajas, los emprendedores ecuatorianos han situado su visión en el aprovechamiento de estos beneficios. Hoy en día se puede observar un sinnúmero de

productos y páginas web ofertando y comercializando por medio del uso de herramientas digitales, e incluso hay ciertas páginas en donde los consumidores pueden dar valoraciones y críticas de acuerdo a la compra que realizaron. (Durán, 2014)

Pero no todo es positivo en cuanto al incremento y aplicación de comercio electrónico, existen ciertos parámetros en cuanto a reglamentación y políticas gubernamentales que no están del todo bien en cuanto a la recaudación de impuestos. Si bien el comercio electrónico es uno de los más utilizados hoy en día tanto por grandes empresas como las de mediana proporción, existen falencias o vacíos que no están siendo tomados en cuenta en lo que ha materia de tributación se refiere.

De acuerdo a una publicación del Diario El Universo en el año 2019, explica que existen deficiencias en cuanto a la tributación o recaudación de impuestos de negocios en línea o virtuales en el país, debido a que las transacciones comerciales se realizan de forma remota, a distancia no existe un control absoluto de lo que se compra o vende mediante la declaración de impuestos. Es común observar hoy en día la necesidad de buscar nuevas estrategias de venta de algunas microempresas, han optado por la creación de negocios que en muchas ocasiones son manejados desde su domicilio, realizan la compra y venta de productos y estos son comercializados de forma virtual, en un trato a distancia con el cliente sin que se aplique ningún tipo de control en cuanto a la recaudación de impuestos de este tipo de compra o venta generada. (Diario El Universo, 2019)

Como consecuencia de este tipo de transacción virtual, se ve afectada directamente la economía ecuatoriana, debido a estas nuevas formas de utilización de la tecnología, existen deficiencias en lo que respecta a la parte legal, desde que se creó el reglamento del comercio electrónico en el año 2002 no se ha reformado ni se ha sugerido cambios que permitan un mayor control con el auge del incremento de negocios virtuales. (Hernandez & Rodriguez, 2014)

El estado tiene muchas potestades en cuanto a la forma de recaudación de impuestos y tributos, pero se ha denotado que en cuanto al comercio electrónico existen trabas y vacíos en el cumplimiento de las normativas, no puede exigirse el total cumplimiento porque el incremento de negocios virtuales no está regulado en el país. Por lo que la aplicación del comercio electrónico podría darse incluso de manera ilegal y fraudulenta en algunos casos, al utilizar un medio digital con tecnología e internet, las transacciones se realizan de forma

directa, no teniendo intermediarios, realizando el flujo de efectivo de forma directa dando paso a la evasión de impuestos y a la defraudación fiscal (Yunga, 2014)

En la presente investigación se analizará el crecimiento del comercio electrónico y el impacto con respecto a la recaudación de impuestos, también se analizará las falencias de las normas ecuatorianas en cuanto al control de las transacciones virtuales y como estas afectan la economía del país.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Determinar el avance del comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fundamentar los aspectos teóricos relacionados con el comercio electrónico y las microempresas.
- Verificar el crecimiento del comercio electrónico en las microempresas y su impacto en la economía ecuatoriana.
- Valorar políticas públicas que se adecuan al desarrollo del comercio electrónico de las microempresas en la economía ecuatoriana.

## **JUSTIFICACIÓN**

El avance de la tecnología de la mano de la globalización ha permitido que el comercio electrónico abarque todos los rincones del planeta, convirtiéndose en uno de los pilares fundamentales de algunas empresas, sin importar su tamaño y el tipo de productos que ofrezca, utilizando como recurso principal la internet. Es por ello que se destaca la importancia del presente proyecto ya que se debe resaltar las ventajas, desventajas, beneficios y obligaciones en las que están inmersas el comercio electrónico en lo que respecta a materia de recaudación de impuestos que es donde se denota el mayor problema.

En el Ecuador durante algún tiempo atrás se están realizando investigaciones sobre los problemas presentados en lo que respecta a tributación y recaudación de impuestos con respecto a los negocios virtuales, ya que se estarían dando de forma ilegal a no poder ejercer un control sobre los productos ofertados y vendidos que estarían siendo comercializados sin la grabación de los respectivos impuestos.

El proyecto es novedoso ya que se analizará la forma en como la administración tributaria ecuatoriana presenta falencias a la hora de detectar los problemas de la recaudación de impuestos en lo que respecta a los contribuyentes que manejan negocios virtuales, la dificultad que poseen al observar transacciones virtuales en donde no pueden identificar el origen, lugar y forma de consumo dando paso a la evasión de impuestos.

Es necesario resaltar que el estado es el ente encargado de cumplir las leyes a cabalidad para poder mantener los niveles de recaudación de impuestos controlados pero en lo respecta a comercio electrónico las consultas bibliográficas denotan que no se han realizado ningún tipo de modificaciones y reformas desde el año que fue creado, talvez porque en la época que se reformó no existían este tipo de problemas, en cambio ahora las transacciones electrónicas ha dado un giro y cada día se incrementan más. El problema radica desde los propietarios de dichos negocios, puede que algunos desconozcan el sistema o talvez otros lo hagan de forma premeditada. Esto es lo que se va a determinar por medio de la investigación del presente proyecto, se analizara el estado de la recaudación de impuestos en lo que respecta a comercio electrónico.

La presente investigación tiene como finalidad reforzar los conocimientos en los aspectos tributarios y en lo que respecta a comercio electrónico en el país, tomando como referencia investigaciones tanto nacionales como internacionales dejando como precedencia para futuras consultas bibliográficas, analizando las medidas de control que han ejecutado otros países y palpando la realidad de la economía ecuatoriana en cuanto al comercio electrónico.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LOS TRIBUTOS**

##### **El Comercio Electrónico**

Actualmente hemos avanzado enormemente con respecto a el área de tecnología y esto ha ayudado al engrandecimiento de la humanidad especialmente en el entorno social, cultural dándole un giro económico y especialmente en los siglos recientes XX y parte del XXI. Este florecimiento tecnológico ha permitido que existan nuevas formas de negocios entre las empresas y el mundo entero cada país ha avanzado económicamente y se ha convertido en una forma urgente de comunicación para todos los individuos. (Bassi & Caruso, 2014)

Recordemos que años atrás nos conformábamos con la computadora en cada hogar y cada individuo la utilizaba de acuerdo a su necesidad, pero poco a poco se ha ido incrementando su uso desde que se adjuntó el servicio de internet entonces se ha convertido en una herramienta muy necesaria para todos los seres humanos especialmente en el área comercial ya que algunas empresas pueden ofrecer sus productos a nivel mundial y las personas pueden adquirir dichos productos a su elección sin necesidad de moverse de su hogar, resultando una forma realmente cómoda especialmente para personas que disponen de poco tiempo por razones de sus diferentes ocupaciones como puede ser trabajo, negocios o algunas actividades en las que está sometido actualmente el ser humano, además el servicio de internet nos sirve para conocer otros países e intercambiar ideas sin necesidad de viajar, de esta manera también se han estrechado lazos de amistad entre los individuos sin necesidad de conocerse personalmente y mantienen excelentes relaciones afectivas por medio de este vínculo.

(Nieto, 2012) manifiesta que la tecnología se ha convertido en algo primordial en la vida diaria de las personas, ya que por medio de ella podemos darnos cuenta del avance en el ámbito digital y sus influencias en el mercado mundial que ha avanzado a pasos agigantados.

Expone que el nacimiento de servicios y elementos, en el mercado internacional y la repartición a los consumidores se ha convertido en las bases fundamentales en el Mercado Electrónico. (Asociación española de comercio electrónico, 2015)

El Desarrollo Económico y La Organización para la Cooperación determina que el Mercado electrónico favorece en gran parte a los negocios que se pueden realizar entre dos o más personas aunque para ello debe seguir ciertas normas el dueño del producto exhibe en las vías tecnológicas y es más seguro que lleguen a concreta la transacción mediante el uso del internet. (Carranza, 2014)

Es decir que el mercado electrónico se ha convertido en una herramienta muy servicial para quienes la utilizan en esta sociedad globalizada, y de hecho ha facilitado el engrandecimiento y el intercambio de producto entre las entidades comerciales, además cualquier individuo puede utilizar este servicio y contratar el servicio que desee desde su casa.

### **Principales atributos y conceptos básicos**

Mediante el uso del comercio electrónico a dado origen a la forma de realizar negocios y distribución entre algunos países manteniendo la seriedad al ofrecer sus productos, la persona que ofrece debe mantener la veracidad del producto, aunque no es como estar palpando de cerca la mercadería para comprobar su calidad, aunque suelen demorar la entrega de dichos productos y si algo no está en buenas condiciones será devuelto y proceder a la devolución de su dinero. Existen algunas actividades financieras que no están amparadas legalmente por la ley.

Se refiere que el Mercado global contribuye directamente al Mercado electrónico, pues este tipo de comercio no tiene límites traspasa todos los límites y por cierto que este tipo de iniciar negocios contribuye a que los pequeños comerciantes les ofrece la oportunidad de aumentar su diminuto comercio en todo el mundo.

La persona que desee adquirir productos por esta vía electrónica tiene que tener especial cuidado cuando le entregan el producto, revisar si no tiene algún desperfecto, es decir que ofrezcan las garantías precisas en caso alguna anomalía se puede recurrir a la empresa y de esta forma mejorar los servicios que ofrecen. (Moreno & Sáez, 2012)

Cuando los individuos necesitan esta clase de servicios electrónicos es beneficioso porque no tiene que preocuparse de llevar sus productos a todo lado al menos cuando ha salido a realizar alguna diligencia. En este tipo de negocio electrónico las dos personas permanecen en el anonimato porque no se conocen personalmente y de esta forma deben anotar sus datos correctos para su envío

De este tipo de negocio se desprende otra cualidad importante, el soporte pre y post venta, pueden introducir sus productos presentándolos en un directorio, para ser ofrecidos y de esta manera conseguir clientes interesados gracias a la comercialización de sus catálogos.

Exponiendo unos links de ciertas hojas que pueden ser visitadas por los clientes y escoger el producto que requieran se debería tener especial cuidado cuando se realiza este tipo de negocio puesto que al realizar el depósito efectivo deben asegurarse su dinero fue recibido por la empresa, y si presentan los requisitos que el cliente solicito al realizar el pedido. (Durán,2014)

El comercio electrónico tiene una cualidad muy grande como es la de evitar tramites largos en el momento de realizar un negocio, este lineamiento acorta la vía comercial procurando que los productos se distribuyan en corto tiempo y sobre todo que el cliente se comunica directamente con el proveedor evitando de esta manera intermediarios, este tipo de diligencia acorta el trámite haciendo solamente un clic sobre el servicio que el cliente desea contratar y procura solventar los requerimientos de cada interesado.

Otra ventaja en este tipo de negocio es la remuneración electrónica, anteriormente parecía imposible realizar esta clase de pagos pues se utilizaba solamente la moneda y los billetes en físico, pero actualmente con la facilidad del internet las entidades bancarias han creado cuantas virtuales, y se puede realizar los pagos por cualquier mercadería adquiridas a través de este medio es decir cheques electrónicos, tarjetas de crédito, etc. De todas maneras, el cliente debe asegurarse sobre las transacciones que ha realizado pidiendo información en su entidad bancaria.

En el mundo del comercio electrónico encierra un grupo de vías de comunicación entre ellas tenemos fax, correo, teléfono. Estos instrumentos ayudan unidos o por separado a través de las redes electrónicas del internet. Tenemos conocimiento que en las redes electrónicas debemos estar atentos a los cambios que existen cada momento nos encontramos con novedades y renacen nuevas oportunidades de las cuales puede hacer uso

cada individuo de acuerdo a sus requerimientos y necesidades.

Además, el mundo electrónico es un poco complejo de comprender ya que nos encontramos con un conjunto de términos que solo se utilizan en la materia tecnológica que llaman la atención y confunden al mismo tiempo.

### **Breve desarrollo del Comercio Electrónico en el Mundo**

El internet se ha convertido ahora en una herramienta muy interesante y necesaria todo se desarrolla alrededor de este mundo innovador, todo lo que necesitamos lo podemos encontrar en el internet en un instante hallamos respuesta a lo que necesitamos y de esta forma nos permite adquirir los productos o servicios de toda índole que estemos necesitando. El mundo electrónico lo identificamos con un distintivo novedoso e-commerce y se incrementa rápidamente de una forma sorprendente. El mundo está estrechamente vinculado a la economía, tecnología y política y ayudan a engrandecer nuestra sociedad.

(Moreno & Sáez, 2012) Asegura que comercio es el movimiento mediante el cual se suscita el ofrecimiento de productos de forma totalmente legal y motiva a la compra de papeles valores y de títulos los cuales pueden estar aptos para generar créditos.

También se define al comercio como un compromiso que mantienen dos o más usuarios, estos son los que ofrecen los productos o los que tienen la mercadería y los que la adquieren o necesitan el producto, con propiedad especial que esta clase de negocios se los hace por medio del internet o aquellas vías tecnológicas. (Torres D.,2011)

En este mundo contagiado por la tecnología, los seres humanos necesitan relacionarse entre si y están utilizando las redes tecnológicas, ya nuestra sociedad ha sido conquistada por el internet y se está desarrollando libremente el Mercado electrónico, entonces de esta manera no surgen fronteras geográficas entre ellas. (Carranza, 2014)

Por medio de un breve sucinto histórico nos ayudara a comprender el origen de las fuentes de comercio de los negocios y la manera en que realizaban los pagos, y a continuación vamos a detallar brevemente los cambios que se han dado en el comercio electrónico.

### **Análisis del desarrollo del Comercio Electrónico en el Ecuador**

En el mundo entero existe un engrandecimiento total del mercado electrónico, y nuestro

país Ecuador, no sé qué a un lado también es miembro active de este mundo tecnológico, y ya ha marcado diferencia ante los demás países al darle apertura al movimiento electrónico comercial mundial.

Gracias a que nuestro país Ecuador se ha unido al Mercado electrónico está ofreciendo un conjunto de servicios en línea así tenemos:

Recargas de saldo para celular, servicios bancarios, uso de hotel, compra de pasajes aéreos. Y va avanzando poco a poco al que requiere comprar algo sacando de en medio a los intermediarios del campo electrónico (Hernandez & Rodriguez, 2014)

Como lo describe (Bassi & Caruso, 2014) nuestro país Ecuador está dando origen a un material que es muy conocido en comercio electrónico

- Servicios y material tangible. Productos
- Servicios y material intangible. Productos

El mercado para ofrecer sus productos utiliza la red online solo de esta manera puede vender más rápido y con eficacia, y así de esta manera el producto llega al consumidos de una forma tangible, mercaderías, comida, ropa, celulares, computadoras. Todo lo mencionado en muchos casos requiere el cliente, para complacer sus necesidades personales. La mayoría de las compañías ecuatorianas brindan esta vía de comercialización

También comercializan sus materiales utilizando la plataforma electrónica y son de característica electrónica como, por ejemplo: mercadería de entretenimiento, juegos virtuales, computadores, Los productos que se ha mencionado anteriormente se pueden utilizar en forma virtual únicamente, y no se los puede apreciar en forma física.

Sorprendentemente el mundo electrónico va apareciendo e introduciéndose cada vez en el mercado de la comunidad ecuatoriana por esta razón es necesario realizar algunos cambios legislativos referente a la problemática de la actualidad global en nuestro país.

Últimamente nuestro país va avanzando de forma rápida en lo que respecta al área tecnológica y de preferencia en la apertura de comercios en la red, y es de primordial importancia que existan redes comerciales y las comunicaciones adquieran naturaleza tecnológica y a la vez también en la forma jurídica.

## **Comercio Electrónico en cifras en Ecuador**

“Ecuador tiene 5,4 millones de usuarios de Internet o un 38% de su población total; 4,7 millones de usuarios de Facebook; y otros, 3 millones de Twitter y ocupa el octavo lugar del ranking de comercio electrónico en Latinoamérica. Ello dentro de un mercado que en 2011 movió \$47 mil millones.” (Diario Hoy, 2012)

En nuestro país no sabemos con exactitud cuál es el número real de las transferencias comerciales que se realizan vía online. Se cree que en Ecuador la apertura al internet ha crecido el triple últimamente en los recientes cuatro años, y así prácticamente va cambiando y aumentando año a año.

En nuestro país el negocio interno local y además las páginas web están destinadas a todo tipo de comercialización, y están orientadas a cierta mercadería como son los equipos electrónicos (computadoras, celulares, etc) Sobre estos equipos se ofrecen en el país, pero muy poco.

La demanda o la compra depende en gran parte si el usuario dispone de una tarjeta de crédito internacional, si utiliza dicha tarjeta tendrá acceso a obtener equipos en tiendas de renombre. Además, esos equipos se los puede adquirir a través de casilleros que están en algunos lugares del mundo, para llegar hasta su destino que es donde las solicitaron. (Carranza, 2014)

En nuestro país no existe cifras confiables de las compras electrónicas pero se cree que USD\$ 4000 millones en transacciones que se realizaron por medios electrónicos en el año 2011. De acuerdo a la afirmación de (Hernandez & Rodriguez, 2014)

Una de las principales causas por las que el comercio electrónico no abarque todos los rincones del país, depende de un internet deficiente y apenas cubre el 44,9% de nuestra población.

Por lo que hemos expuesto anteriormente en definitiva en el Ecuador, los habitantes ya participan directa o indirectamente en el mundo de la tecnología, pero realmente se ha convertido en un problema determinar la forma de pago y la manera de enviar los equipos adquiridos a algunos lugares donde los han solicitado.

El Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico, es una institución que se ha creado

sin el interés de enriquecerse según los estudios que se ha realizado han logrado obtener un cuadro comparativo del aumento en el comercio electrónico y todos los negocios que usan el internet en toda América Latina, analizando los movimientos electrónicos y tratando de obtener información relevante.

**CUADRO 1.** Indicadores del comercio electrónico en el Ecuador y su comparación con los otros países de Latinoamérica.

<b>PAÍS</b>	<b>TARJ. CRÉDITO</b>	<b>TARJ. DÉBITO</b>	<b>CAJ. AUTOMA.</b>	<b>ÍNDICE SIST. BANCO CARIÓ</b>	<b>BANDA ANCHA MOVIL</b>	<b>E-COMPRADORES</b>	<b>COMPORAS POR INTERNET</b>	<b>PAGADOS DE IMPUESTOS ONLINE.</b>
ECUADOR	14.20%	19.00%	1340	0.13	0.60%	2.50%	71.000	0.00%
ARGENTINA	40.00%	40.70%	15	0.34	3.32%	3.48%	875.000	0
BOLIVIA	2.20%	12.70%	988	0.04	0.32%	1.50%	44.000	0.00%
BRASIL	71.20%	123.00%	174255	0.97	4.27%	9.73%	13230.	0.00%
CHILE	53.20%	48.00%	7562	0.7	3.41%	7.02%	10.280	131.97%
COLOMBIA	16.60%	33.00%	9274	0.2	1.85%	4.02%	4.350	0.00%
REP. DOMINICAN	16.70%	30.80%	2000	0.17	1.38%	4.17%	2.890	0.00%

A								
---	--	--	--	--	--	--	--	--

Tomado del “Observatorio y Centro de Estudios de la Economía Digital del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico” (2012).

En Ecuador nos falta aún estar a la altura de otros países desarrollados en cuanto a la tecnología, pero la verdad que estamos caminando a un ritmo rápido es por eso que es necesario un estudio sobre la influencia y ostentación del negocio electrónico en la vida de los seres humanos.

De esta manera analizamos detenidamente el estudio de Economía en América mostrado por la Cámara de Comercio de Guayaquil (2012) y enunciado por Ronquillo (2012) en el cual se muestra a continuación:

En las cifras que se indica a continuación se puede observar claramente la forma en que crecen día a día los países de Latinoamérica, lo que el avance tecnológico está obteniendo en estos países, es decir los incrementos totales por venta de aparatos electrónicos a clientes (B2B) alcanzan la cifra espectacular de USD\$ \$21.775 millones en América Latina, consiguiendo así el doble en el año 2011 con una cifra de USD\$43.231 millones de dólares, esto representa un crecimiento del 98,53% en tan solo dos años Con estas expectativas se espera que para el año 2013 se llegue a los USD\$ 70000 millones de dólares.

Por lo tanto los análisis realizados en el crecimiento dimensional que ha obtenido el B2C (del negocio al consumidor) en los países de América latina, Por la totalidad de las compras que han hecho los usuarios se puede deducir que está desapareciendo el mercado electrónico, los dichos intermediarios como se enseña a continuación.

**CUADRO 2.** Porcentaje de ventas en los países de América Latina, con respecto a la modalidad “del negocio al consumidor” B2C

<b>DEL TOTAL DE INGRESO B2C</b>	
Business-to-Costumer (del negocio al consumidor)	
Brasil	59,10%
México	14,20%

Argentina	6,20%
Chile	3,50%
Venezuela	3,30%
Colombia	2,30%
Perú	1,40%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, 2017

Según los resultados que aparecen anteriormente se ha logrado detectar la inquietud que existe en los individuos por el uso de la tecnología, y cada vez aumenta más y más especialmente en los países de Latinoamérica como lo son los países aledaños Perú y Colombia y la verdad que nuestro país no aparece en esa información, pero no cabe duda que en un futuro muy lejano nuestro país ya formara parte de una cifra representativa con respecto a la utilización de estos productos electrónicos.

### **Problemas en la recaudación de impuestos del comercio electrónico que enfrenta el Ecuador**

Por el exagerado aumento en el desarrollo electrónico y sus efectos con respecto a los elementos de comercialización y servicios, nos encontramos con expectativas frente a esta nueva era de comercio electrónico reaccionando ante la posibilidad de que si vamos a obtener ganancias o daños frente a la gestión estatal en la organización tributaria. (Diario Hoy, 2012)

Se ha comprobado que en los negocios electrónicos recibe logros en lo referente a diferentes elementos o servicios que se venden o se hacen propaganda por la internet, entonces debemos cuestionarnos en realidad ayuda o perjudica para la humanidad en general por medio de pago de tributos.

Si se menciona al comercio tradicional, al referirnos a la actividad comercial se llega a la conclusión que si aumenta el movimiento comercial entonces también aumentara la recaudación tributaria. Pero si nos referimos al comercio electrónico esa hipótesis no se está llevando a cabo totalmente, ya que existen espacios vacíos legales que dejan fuera de lugar las recaudaciones y se desata el escape fiscal.

En nuestro país en los últimos tiempos la recaudación tributaria a crecido circunstancialmente debido a la intervención de la primera autoridad tributaria y todo esto

se ha logrado gracias al ataque mental que se hecho a los ciudadanos para cada uno cumpla con su deber de tributar, ya que ese presupuesto recolectado se convierte en obras publicas necesarias en nuestro país, esto ha sido una lucha constante de algunos años desde que se creó el cambio y surgimiento organizacional del Servicio de Rentas Internas (Pachano, 2013)

La recaudación tributaria no ha logrado tener la influencia en los ciudadanos como en realidad se quisiera ya que se deja ver como la creación de un “comercio fantasma” así interrumpe la gestión de los impuestos así como se ha creado en el panorama internacional, exclusivamente Estados Unidos y Europa la intención del cobro de nuevos tipos de impuestos para que tenga éxito en el comercio electrónico.

Para comprender mejor las imposiciones fiscales del país en referencia al comercio electrónico, es muy importante saber lo que se ha sugerido en otras dimensiones, y sobre todo en donde el negocio electrónico tiene una influencia sobrenatural, por esta razón en el siguiente cuadro demostramos lo que sugiere o aconseja a los países miembros de estas organizaciones. Estados Unidos y la Organización para la Cooperación y Desarrollo (OCDE) (Diario Hoy, 2012)

**CUADRO 3.** Principios tributarios del comercio electrónico estados unidos y organización para la cooperación y el desarrollo (OCDE).

<b>LUGAR</b>	<b>PRINCIPIO TRIBUTARIO</b>	<b>DEFINICION</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	NEUTRALIDAD	COMERCIO TRADICIONAL = COMERCIO ELECTRONICO
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	FLEXIBILIDAD	APLICAR PRINCIPIOS TRIBUTARIOS A LAS NUEVAS MODALIDADES DE COMERCIO ELECTRONICO
<b>OCDE</b>	NEUTRALIDAD	HOMOGENIDAD E IGULDAD ENTRE DIVERSAS FORMAS DE COMERCIO
<b>OCDE</b>	EFICACIA	NUEVAS TECNOLOGIAS DEBEN SERVIR PARA MEJORAR MECANISMOS DE CONTROL TRIBUTARIO
<b>OCDE</b>	FLEXIBILIDAD	SISTEMAS FISCALES DEBEN ADAPTARSE NUEVAS

<b>OCDE</b>	<b>IGUALDAD</b>	<b>FORMAS DE COMERCION LAS MEDIDAS PARA PREVENIR EL FRAUDE DEBEN SER PROPORCIONADAS</b>
<b>OCDE</b>	<b>SEGURIDAD</b>	<b>NORMAS FISCALES APLICADAS AL COMERCIO ELECTRONICO DEBEN SER COMPENSIBLES</b>

Tomado de *Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions, OCDE*

En comparación con Estados Unidos, que se compone de estados y cada uno de estos son autónomos, es decir que, todo se maneja por separado, tanto en la parte legal, como en la parte política y en lo que corresponde a lo tributario, los impuestos de IVA y renta son procesados de una forma distinta y hay entes para cada tipo de establecimientos.

En Usa por ejemplo no existe una diferencia en lo que corresponde a comercio electrónico y comercio tradicional, se aplican las mismas leyes en los dos. La postura en cuanto a la tributación de los países que cuentan con más recursos siempre se ha caracterizado por mantener los ingresos de compras y ventas estandarizadas, es decir que ha tratado de buscar los mayores beneficios del comercio electrónico en lugar de pérdidas.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

Para alcanzar los objetivos del presente estudio se utilizó la Investigación Bibliográfica – Documental, según Sampieri (2016) este tipo de investigación es un proceso sistemático de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de información y contenidos de materiales o estudios empíricos impreso, gráfico, físico y/o virtual que sirve de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada. Este tipo de investigación indaga, interpreta, presenta hechos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis y teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen conformar la línea base teórica para el desarrollo de una investigación científica.

Se escogió este diseño de investigación porque se consulta diversos medios digitales como las revistas científicas, tesis de grados, artículos de periódicos, y demás utilitarios en internet de investigaciones previas al tema en estudio, con el fin de realizar comparaciones y obtener información confiable y comprobada que le dará la base científica necesaria para apoyar la investigación.

Dentro de los métodos utilizados se encuentra el método *analítico – Sintético*. – Se refiere al análisis de las cosas o de los fenómenos; la palabra análisis, del griego *análisis...descomposición*, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Por tanto el método analítico comienza con el todo de un fenómeno y lo revista parte por parte (descomposición o separación del todo), comprendiendo su funcionamiento y su relación intrínseca, complementándose con la parte sintética, por lo tanto, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revisadas, ahora son integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos,

hechos o elementos que intervienen en un fenómeno), definiendo qué relación tienen entre sí y de qué manera afectan la realización del fenómeno en cuestión, así, hasta completar nuevamente el todo. (Sampieri, 2014)

También se utiliza el método analítico - sintético ya que se refiere al análisis de las cosas o de los fenómenos; la palabra análisis, del griego análisis...descomposición, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Por tanto el método analítico comienza con el todo de un fenómeno y lo revisa parte por parte (descomposición o separación del todo), comprendiendo su funcionamiento y su relación intrínseca, complementándose con la parte sintética, por lo tanto, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revesadas, ahora son integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos, hechos o elementos que intervienen en un fenómeno), definiendo qué relación tienen entre sí y de qué manera afectan la realización del fenómeno en cuestión, así, hasta completar nuevamente el todo. (Sampieri, 2014)

## CAPÍTULO IV

### DESARROLLO DEL TEMA

#### **Crecimiento del comercio electrónico en el Ecuador.**

De acuerdo a los informes del Banco Central del Ecuador, 2018, explica que el comercio electrónico ha crecido a pasos agigantados convirtiéndolo en el que mayor transiciones comerciales se realizan, desde el año 2005, donde se puso en auge lo que corresponde al acceso a internet, se detalla que el porcentaje de crecimiento se ubicaba en un 3%, pero después de pasar varios años se puede apreciar que esto se incrementó a un 65% en el año 2013, y finalmente en un análisis realizado en el año 2017, el incremento había subido a un total de 80%, lo que se conoce como el desplazamiento del comercio normal o tradicional por el auge del comercio realizado de forma virtual o electrónicamente. En el mismo informe se consideró las ciudades de mayor crecimiento de comercio electrónico, como lo son Quito, Guayaquil y Cuenca, tomando como referencia que son las tres ciudades con mayor número de negocios de forma virtual.

El autor (Durán, 2014), explica que en Ecuador en materia de legalidad, o reglamentos está atrasado, debido a que cuando se creó la Ley de comercio electrónico, se realizó en el 2002 como una ley que regule las transacciones vía internet, con lo que nunca se conto fue que los pocos negocios que se dedicaban a este tipo de comercio en esa época eran pocos, comparado con la situación actual se debe de establecer nuevos parámetros. Esto coincide con el autor (Hernandez & Rodriguez, 2014) que explica que, debido a deficiencias en leyes obsoletas sobre el comercio electrónico, hace que los comerciantes que se dedican a este tipo de negocios, opten por desconocimiento o de forma intencional a evadir impuestos.

## **Crecimiento del comercio electrónico en las microempresas y su impacto en la economía ecuatoriana.**

El autor (Yunga, 2014) en su investigación explica que, los negocios de microempresas que se dedican a este tipo de transacciones han evolucionando de forma impresionante, antes era solo un privilegio la posesión del internet, pero gracias a la globalización ha conllevado que la población de celulares sobrepase los límites de la población humana, el internet ha traspasado fronteras eso se ha demostrado en todo este tiempo, ahora la internet es parte primordial de la vida cotidiana de cada ser humano.

Esto coincide con (Torres D. , Comercio electronico, 2018), explica que el comercio electrónico brinda múltiples ventajas, entre las que mas se destacan son el mejoramiento de la comunicación y el trato personalizado que se les da a los clientes, hoy en día para comprar cualquier articulo o servicio, lo primero que realizan la población es ir a los buscadores de internet en línea y observar desde la marca, característica y precio.

## **El impacto del comercio electrónico en el Ecuador y las deficiencias en las políticas, leyes públicas del país.**

El autor (Durán, 2014) explico en su investigación que las transacciones comerciales no se han limitado en cuanto al avance de la tecnología, al contrario, más bien lo han visto como una oportunidad para el crecimiento y expansión de negocios que quieren traspasar fronteras y aprovechar las ventajas competitivas que tiene el comercio electrónico, sin embargo, no todo es ventajoso para todas las partes, en lo que corresponde al uso y el abuso de la internet, el comercio electrónico en el Ecuador da paso para que se evadan impuestos a diestra y siniestra debido a las deficiencias en normativas y políticas públicas que no han sido tomadas en cuenta para ser modificadas. Mientras que el autor (Moreno & Sáez, 2012) explica que para que las leyes sean ejecutables, las transacciones deben ser comprobables, pero lamentablemente esto no puede ser posible ya que en lo que corresponde a comercio electrónico en el país, no existe normativa ni reglamento que obligue a los dueños de este tipo de negocios a mantener responsabilidades tributarias.

De acuerdo a lo que exponen estos autores, la probabilidad de controlar la tributación del comercio electrónico es nula, debido a que en su mayoría la presencia física de los dueños de negocios virtuales en ocasiones están fueran del país o porque la visión siempre fue encaminadas a trabajar bajo el anonimato, algo que también afecta al comercio electrónico

son la compra de artículos de forma virtual, no existe local físico lugar donde se podría ejecutar alguna visita y entablar multas, lamentablemente en el país no existe ni normativa ni tampoco se lo considera delito

Sobre este tema del negocio virtual, el autor (Torres & Guerra, 2012) explico que s complicado que se pueda ejercer un control sin antes modificar los reglamentos, es difícil debido a que en su mayoría los negocios en línea o virtuales que hacen uso del comercio electrónico no pueden ser inidentificadas, utilizan un seudónimo, no ponen datos personales, tanto el vendedor como el consumidor ninguno puede ser identificado. Entonces al no existir presión por parte del ente regulador, no existe colaboración por parte de los propietarios.

Según el criterio de los autores destacan que la tecnología ha avanzado a pasos agigantados y ha ayudado en múltiples aspectos, sin embargo, existe un problema en cuanto al avance sin control de las negocios virtuales y se debe de crear de forma urgente una ley o política pública que permita que los dueños de este tipo de negocios inscribirlos en algún portal o crear algún tipo de ente que regule y supervise y ejecute las sanciones respectivas en caso de no cumplir con la recaudación de impuestos.

Según (Torres & Guerra, 2012) en el Ecuador las leyes o políticas públicas que fueron creadas desde el Código de Comercio en el año 1960, solo hay que ponerse a pensar en esa época el comercio electrónico no se había instaurado en el Ecuador, luego de esto recién en el año 2012 envían un proyecto de reforma que incluye a las microempresas como tal, pero hasta la actualidad solo han quedado en palabras porque este proyecto aún no ha sido aprobado, lo que preocupa más es que en esta reforma no se ha tomado en cuenta el comercio electrónico, solo es una reforma a lo que corresponde a la recaudación de tributos y entonces se siguen teniendo estos vacíos legales que dan pie a que se siga evadiendo impuestos.

De la misma forma (Bassi & Caruso, 2014) explica que aunque se desee reformar el comercio electrónico, existen limitantes ya que en la parte tributaria es complicado cuando las personas que realizan transacciones de forma virtual no se conoce con exactitud sitios físicos, tampoco nombres de propietarios y mucho menos los volúmenes de venta que poseen cada uno de estos, la interrogante se encuentran en ¿Cómo verificar que este tipo de lugares donde no se conoce con exactitud sitios físicos y volúmenes de venta, es posible

ejercer algún tipo de control?. Coincide con (Pachano, Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del internet, 2018) explica que en el Ecuador hay muchos problemas que van a limitar los controles tributarios a este tipo de negocios, que a pesar de los ingresos buenos que estos les deja a los propietarios, también se da paso a la informalidad, en realidad más a este aspecto y lo que tiene que ver con las estafas, debido a que no existe ningún tipo de control sobre lo que se vende de forma virtual, se arriesgan las personas que optan por este tipo de compras a que se les venda mercadería de dudosa procedencia y contrabando.

Una publicación del (Diario Hoy, 2018) sobre el auge del comercio electrónico en el Ecuador, detalló que a pesar de que el ente regulador sobre control tributario, el Servicio de Rentas Internas(SRI) explica que existen vacíos legales en cuanto al control que se podría ejercer en lo que corresponde a recaudación de impuestos en negocios virtuales, reconoce que es complicado ya que como se ha expuesto anteriormente, no existe normativa que permita el cobro a estas entidades. En el mismo artículo se detalla que hasta la actualidad no se conoce que el SRI haya podido comprobar si este tipo de negocios realiza facturación de los productos que se ofertan. Lamentablemente las autoridades que manejan este tipo de situaciones en el país, no están considerando que el comercio electrónico tenga algún efecto en la economía ecuatoriana, sin embargo, las cifras de los negocios virtuales, es incierta y basta con entrar a cualquier sitio de internet o redes sociales con encontrarse un sinnúmero de negocios u ofertas que dejan entredicho que no es tan fácil como lo creen las autoridades, la mayoría de empresas esta optando por crear este tipo de negocios por las ventajas de bajo costo que le representa y estas ventajas también hacen referencia a la evasión de impuestos.

(Carranza, 2014) coincide con la publicación del anterior artículo expuesto, se denota que el avance y predilección de las personas de crear este tipo de negocios, con un clic se puede ingresar a las páginas web de los sitios donde ofertan productos o mercaderías como por ejemplo OLX, Mercado Libre o Facebook, sin tener una cuenta personal se puede realizar compras, solo se comunica con el autor de las publicaciones de forma anónima, le proporciona el número de celular y la transacción se realiza de forma personal. Desde ahí se ve la afectación de este tipo de transacción a lo que corresponde a recaudación de impuestos, quien controla si realmente se otorgó factura o si el dueño del negocio está tributando, porque esta misma persona no vende un solo producto, vende varios productos

a diferentes personas, eso en el tema de la transacción y la mercadería como verificar si esta no es producto de contrabando o si realmente es la que está ofertando de forma virtual, aquí se incluyen incluso otros tipos de problemas relacionados con el derecho al consumidor y la legalidad de las mercaderías ofertadas.

### **Puntos clave que afectan a la economía ecuatoriana debido al Comercio electrónico.**

Después de analizar los criterios de varios autores, se llega a la determinación que el comercio electrónico sí afecta a la economía ecuatoriana, debido a los vacíos de los siguientes puntos:

**Identificación mecanismos de transaccionalidad.** - Existen vacíos en este aspecto debido a que no se puede establecer un control real de volumen de todas las ventas realizadas por medio de una transacción virtual. Se pone como ejemplo, cuando un individuo desea realizar una compra, el primer caso será que el comprador visita la tienda física, escoge el producto, cancela y se le otorga una factura por parte del vendedor. Se estaría cumpliendo con el ciclo normal de la transacción tradicional. Pero en el segundo caso que es cuando el comprador decide buscar por medio de sitios web, escoge, se contacta con el vendedor y hasta ahí llega el uso del sitio web, porque de ahí pasa a realizarse la compra de forma virtual por medio de correos o contacto directo por medio de número telefónico, realiza la compra, escoge la forma de pago que casi siempre es de forma bancaria y se terminó la transacción, en este caso no existió factura, perdiendo entonces la legalidad y evadiendo impuestos de forma directa.

**Tecnología en la recaudación tributaria.** - Se ha verificado que la autoridad tributaria, presenta deficiencias en cuanto a tecnología y personal de talento humano, para poder ejercer algún tipo de control en lo que corresponde al comercio electrónico, se debe de blindar en estos dos aspectos, debido a que la internet es un campo muy amplio y debido a la magnitud del problema de los negocios virtuales que no poseen sitios físicos, es difícil pero no imposible.

**Simplicidad tributaria.** - Se debe realizar una investigación a fondo sobre los negocios virales y la posible situación de mejora ante la recaudación de impuesto, una opción podría deberse a la de utilización del RISE como una posible vía de solución.

**Legislación clara y precisa.-** La legislación que fue creada en el año 2002, a la actualidad podría parecer que ya se encuentra obsoleta y que amerita un cambio de forma urgente, no se puede comparar la situación de aquellos años a la de hoy en día, el auge de la internet aún no había sido tomado en cuenta así también como la cantidad de negocios que en ese entonces existían, todo esto necesita una mirada profunda de las autoridades de forma urgente.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

- El avance del comercio electrónico ha tenido impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador, debido a la normativa en aspectos tributarios que fue creada para una época en la que el comercio tradicional era la principal fuente de tributos, pero las relaciones comerciales han cambiado y continuarán cambiando en base al desarrollo tecnológico. No se puede normar con herramientas jurídicas del siglo XX para operaciones comerciales del siglo XXI.
- Los aspectos teóricos relacionados con el comercio electrónico y las microempresas, al igual que la normativa, los principios de la recaudación de impuestos están en algunos casos muy deficientes, pues fueron creados, estudiados y analizados en una época muy diferente y ante los nuevos cambios tecnológicos que se presentan en el presente siglo, estas quedan obsoletas. La sociedad ecuatoriana no está acostumbrada a acatar las leyes tributarias canales tradicionales, peor es el caso en el comercio electrónico, pues hasta el momento la administración tributaria no estipula ningún tipo de control adecuado en lo que respecta a las microempresas, lo cual es aprovechado para la violación de la norma.

- El crecimiento del comercio electrónico en las microempresas y el impacto en la economía ecuatoriana, no se puede determinar a simple vista, se ha verificado que no se ha realizado estudios exactos ni cifras estadísticas reales de pequeñas y medianas empresas que están activas de forma virtual, lo que se deja de percibir por falta de control tributarios, en los negocios electrónicos, pues es importante saber si las cifras son importantes como para mover el aparato legislativo e incluso judicial en caso de normativa tributaria.
- Las políticas públicas en cuanto al desarrollo del comercio electrónico de las microempresas en el Ecuador presentan deficiencias, se han realizado pocos estudios sobre el tema y pocos autores hablan de estos dos Derechos: el Derecho Tributario y el Derecho Informático, en el peor de los escenarios ni siquiera los mezclan pues consideran que son dos derechos diferentes. La falta de control del internet y las páginas que visitamos es un agravante a la problemática, pues es bien cierto que la privacidad es fuente fundamental del respeto, también es necesario conocer que en casos de transacciones comerciales se debe buscar el bien común y no el individual, pues al no poseer control en las páginas comerciales se evade impuestos que podrían fomentar y ayudar a la sociedad a través de la imposición.

## **BIBLIOGRAFÍA**

América Economía. (2012). El estudio de comercio electrónico en América Latina 2012. *América Economía*.

Asociación española de comercio electrónico. (2015). *Libro Blanco del Comercio Electrónico*. España.

Banco Central del Ecuador . (2018). *Informe sectorial Comercio Electrónico*. Quito.

Bassi, R., & Caruso, V. (2014). *Internet y comercio electrónico*. Madrid.

Carranza, V. (2014). 10 millones de usuarios de internet habrá en Ecuador para el 2014. *El Comercio*.

Diario El Universo. (19. de Febrero de 2019). Según estudio, se gasta más en compras hechas a través de portales virtuales locales . *El Universo*.

Diario Hoy. (Agosto de 2012). Ecuador es octavo en e-commerce en América Latina. *Diario Hoy*.

- Diario Hoy. (Agosto de 2018). Ecuador es octavo en e-commerce en América Latina. *Diario Hoy*.
- Durán, M. (5 de Agosto de 2014). El comercio electrónico se concentra en Quito, Guayaquil y Cuenca. *El Comercio*.
- Hernandez, C., & Rodriguez, A. (2014). “Comercio electrónico como estrategia competitiva en la comercialización de productos y servicios ofrecidos por la mediana empresa”. Colombia.
- Ministerio de Justicia. (2002). *Ley de comercio Electrónico*. Quito.
- Moreno, M., & Sáez, F. (2012). *Análisis preliminar del comercio electrónico*. Costa Rica.
- Nieto, P. (2012). *Nociones Generales sobre el Comercio Electrónico*. Colombia.
- Pachano, J. (2013). *Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del internet*. Quito.
- Pachano, J. (2018). *Comercio electrónico en el Ecuador: análisis de ventajas y desventajas de la compra y venta de productos a través del internet*. Quito.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. España.
- Torres, D. (2011). *Comercio electrónico*. Cuba.
- Torres, D. (2018). *Comercio electrónico*. Ecuador.
- Torres, D. (2018). Comercio electrónico. *Revista Ekos*.
- Torres, D., & Guerra, J. (2012). *Comercio Electrónico*. España.
- Yunga, A. (2014). *Comercio online en el Ecuador y propuesta de un plan de marketing digital para empresas especializadas en papelería de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.

## ANEXOS

### ANEXO 1.- EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS.

**FOTO 1.-** Tutorías.

