



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Ingeniería en Tributación y Finanzas

Tesis presentada como requisito para optar por el título de
Ingeniería en Tributación y Finanzas

Tema:

“Análisis Tributario sobre el Impacto del Cobro del IVA a los Servicios Digitales”

Autores

Castillo Franco Rafaela Alexandra
Holguín Cárdenas Michelle Bárbara

Tutor:

Abg. Ing. Com., Juan Lozano Chapiro. MTF.

Palabras Clave:

Servicios Digitales, Impuestos, Plataformas Digitales, Consumidores.

Guayaquil, Ecuador
Marzo del 2021



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO: Análisis Tributario sobre el impacto del cobro del IVA a los servicios digitales		
AUTORES: Castillo Franco Rafaela Alexandra Holguín Cárdenas Michelle Bárbara	TUTOR: Abg. Ing. Com., Juan Lozano Chapiro. MTF. REVISOR: CPA. Carmen Andrade Garofalo, MTF	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Administrativas	
CARRERA: Ingeniería en Tributación y Finanzas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Nº. DE PÁGS:	72
ÁREA TEMÁTICA: Tributación		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS: Servicios digitales, impuestos, plataformas digitales, consumidores.		
RESUMEN/ABSTRACT: El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el impacto que ocasionó a los consumidores la recaudación del impuesto al valor agregado IVA de los servicios digitales importados en el Ecuador, debido a que las transacciones que se realizan son de manera on-line y estas no podían ser reguladas con la normativa legal vigente, por no encontrarse dentro del país, por consiguiente, el Estado ecuatoriano no puede reclamar el cumplimiento tributario en el territorio nacional, es fundamental conocer el efecto que causó en los consumidores puesto que no hay cifras oficiales del uso de aplicaciones virtuales pagadas en el territorio, el objetivo primordial es conocer el impacto económico en el sistema tributario. El tipo de investigación que se utilizó en este trabajo es la investigación cuantitativa que se centra en la información recibida a través de una gran cantidad de datos, este tipo de investigación proviene a través de la recolección, estudio y análisis de grandes cantidades de datos mediante técnicas y tecnología estadística capturados en forma de datos numéricos. Se manejó una investigación mixta con base a una investigación bibliográfica documental y una investigación descriptiva. El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta que se realizó a los consumidores de manera virtual. Los resultados demuestran un poco de desconocimiento de las personas sobre las leyes, normas y reglamentos del régimen tributario. La conclusión principal en la investigación es el efecto que causa a los consumidores el impuesto a los servicios digitales.		
Nº DE REGISTRO: (en base de datos)	Nº DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL: (tesis en la web)		
ADJUNTO PDF	SI (X)	NO ()
CONTACTO CON AUTOR/ES: Castillo Franco Rafaela Alexandra Holguín Cárdenas Michelle Bárbara	TELÉFONO: 099-595-1319 096-366-8002	E-MAIL: rafaela.castillof@ug.edu.ec michelle.holguinc@ug.edu.ec
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN: Secretaría Titular (E) FCA	NOMBRE: Abg. Elizabeth Coronel	
	TELÉFONO: 04-226-90388	
	E-MAIL: fca.secretariageneral@ug.edu.ec	



ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA INGENIERIA EN TRIBUTACION Y FINANZAS

Guayaquil, marzo 5 de 2021

Ingeniero Comercial

Pedro Alburquerque Proaño

DIRECTOR DE LA CARRERA INGENIERIA EN TRIBUTACION Y FINANZAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“Análisis Tributario sobre el impacto del cobro del IVA a los servicios digitales”** de las estudiantes Castillo Franco Rafaela Alexandra y Holguín Cárdenas Michelle Bárbara, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación;
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral;
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que las estudiantes están aptas para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**JUAN DE DIOS
LOZANO
CHAPIRO**

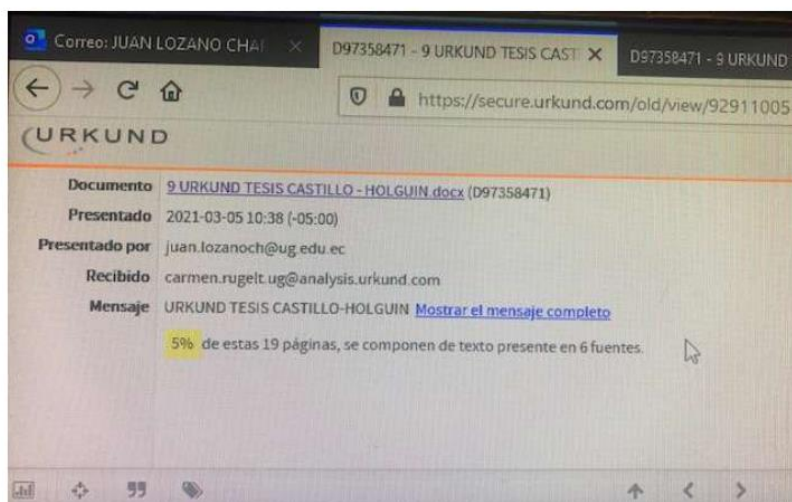
AB. ING.COM. JUAN LOZANO CHAPIRO, MTF
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I.0907865885



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado Lozano Chapiro Juan, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por las señoritas **Castillo Franco Rafaela Alexandra** con C.I. 0923016208 y **Holguín Cárdenas Michelle Bárbara** con C.I. 0943252783, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Tributación y Finanzas.

Se informa que el trabajo de titulación: **“Análisis Tributario sobre el impacto del cobro del IVA a los servicios digitales”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio URKUND, quedando el 5% de coincidencia.



<https://secure.orkund.com/old/view/92911005-721068-823182#DcUxDoAgDAXQu3RuTH8pULmKcTBEDYMsjMa7y/DyXnoGIQ0QRsqMrFNgOFglTZID4uBsM7N1Zxrt7u1q9ej1pCKLmKuKe4wZBlek7wc=>



Firmado electrónicamente por:
**JUAN DE DIOS
LOZANO
CHAPIRO**

Ab. Ing. Com. Juan Lozano Chapiro, MTF.
C.I. 0907865885
Fecha: 04 de marzo del 2021



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 19 de marzo de 2021

Sr.

Ing. Pedro Dennys Albuquerque Proaño, MTF
Director de la carrera de Ingeniería en Tributación y Finanzas
Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad de Guayaquil
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación “ANÁLISIS TRIBUTARIO SOBRE EL IMPACTO DEL COBRO DEL IVA A LOS SERVICIOS DIGITALES” de las estudiantes RAFAELA ALEXANDRA CASTILLO FRANCO Y MICHELLE BÁRBARA HOLGUÍN CÁRDENAS. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 13 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
CARMEN ARACELY
ANDRADE GARÓFALO

CPA CARMEN ANDRADE GAROFALO

C.I. 0924170178

FECHA: 19 de marzo de 2021



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN TRIBUTACIÓN Y FINANZAS
UNIDAD DE TITULACIÓN**

ANEXO XII.- DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Nosotros, **Castillo Franco Rafaela Alexandra** con C.I. **0923016208** y **Holguín Cárdenas Michelle Bárbara** con C.I. **0943252783** certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**Análisis Tributario sobre el Impacto del Cobro del IVA a los Servicios Digitales**”, son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso de este, como fuera pertinente.

Castillo Franco Rafaela Alexandra
CI. 0923016208

Holguín Cárdenas Michelle Bárbara
CI. 0943252783

***CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.-** De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi abuelita que está en el cielo, porque ella en vida me inspiró a seguir mis estudios y nunca detenerme, también dedico este trabajo a mi hijo, ya que todo lo que hago es por él, también a mi mamá por siempre apoyarme y a mi esposo por ayudarme a financiar mis estudios.

Michelle Holguín Cárdenas

Dedico este trabajo principalmente a Dios por permitirme llegar a este momento importante en mi vida, por los triunfos y los tiempos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más. A mis hijos por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más. A mi madre y a mis hermanos quienes siempre han estado junto a mí alentándome a seguir adelante para cumplir con mis ideales. A toda mi familia y a todas esas personas que directa e indirectamente contribuyeron incondicionalmente motivándome y ayudándome a culminar mi carrera universitaria.

Rafaela Castillo Franco

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por siempre guiarme y darme sabiduría por todo lo que hago, y también agradezco a mi tutor el Abg. Ing. Com., Juan Lozano Chapiro. MTF por guiarnos para culminar la tesis y por haber sido un buen docente dentro de la carrera.

Michelle Holguín Cárdenas

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar una de mis metas, por darme la oportunidad de conocer a personas que desinteresadamente me han brindado sus conocimientos y sus sabios consejos, por darnos la fortaleza en los momentos más difíciles y por su guía incondicional.

A mi madre, a su esposo y a mis hermanos que siempre han estado conmigo en todo momento brindándome su apoyo a pesar de las circunstancias.

A mi familia, amigos y a esa persona, por estar pendiente en cada paso que doy y acompañarme en cada etapa, siempre aportando en algo positivo a mi vida con sus consejos, experiencias, amor y cariño que han sido de gran ayuda.

Gracias infinitas a cada uno de los docentes que nos brindaron sus conocimientos para poder cumplir nuestro objetivo.

Rafaela Castillo Franco

Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	xiv
Abstract	xv
Introducción	xvi
Capítulo I	18
Planteamiento del Problema	18
Antecedentes del Problema	18
Planteamiento del Problema	19
Preguntas de Investigación	20
Sistematización del problema	20
Variables	20
Objetivos	21
Objetivo general	21
Objetivos específicos	21
Delimitación del Problema de Investigación	21
Espacial	21
Temporal	21
Poblacional	21
Temática	21
Justificación	22
Justificación Teórica	22

Justificación Práctica	23
Justificación Metodológica	24
Capítulo II	25
Marco Teórico.....	25
Antecedentes Teóricos	25
Bases teóricas.....	29
Marco Conceptual.....	34
Marco Legal	37
Capítulo III.....	51
Metodología Aplicada.....	51
Metodología aplicada.....	51
CAPÍTULO IV.....	63
Conclusiones y Recomendaciones	63
Conclusiones	63
Recomendaciones	64
Bibliografía	65
Anexos	66

Índice de Tablas

Tabla 1: <i>Clasificación de Servicios Digitales</i>	23
Tabla 2: <i>Fecha de aprobación de la solicitud</i>	47
Tabla 3: <i>Fecha de comunicación de la suspensión o cancelación del RUC</i>	48
Tabla 4: <i>Periodo de declaración</i>	48
Tabla 5: <i>Detalle de la muestra</i>	52
Tabla 6: <i>Datos para cálculo de la muestra</i>	52
Tabla 7: <i>Análisis de datos por edad y género</i>	53
Tabla 8: <i>Tipo de servicios utilizados con más frecuencia</i>	55
Tabla 9: <i>Detalle de servicios digitales utilizados</i>	56
Tabla 10: <i>Información sobre el cobro del IVA a los servicios digitales</i>	57
Tabla 11: <i>Acuerdo o desacuerdo por el cobro del IVA</i>	58
Tabla 12: <i>Dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA</i>	59
Tabla 13: <i>Porque sí dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA</i>	60
Tabla 14: <i>Porque no dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA</i>	61

Índice de Gráficos

<i>Gráfico 1: Rango de edad.....</i>	54
<i>Gráfico 2: Tipo de servicios utilizados con más frecuencia.....</i>	56
<i>Gráfico 3: Detalle de los servicios digitales utilizados en la actualidad.....</i>	57
<i>Gráfico 4: Qué tan informado se encuentra sobre el cobro de IVA a los servicios digitales prestados en el Ecuador.....</i>	58
<i>Gráfico 5: Acuerdo o desacuerdo por el cobro del IVA.....</i>	59
<i>Gráfico 6: Dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA.....</i>	60
<i>Gráfico 7: Respuesta del ¿Por qué? SI.....</i>	61
<i>Gráfico 8: Respuesta del ¿Por qué? NO.....</i>	62

Índice de Anexos

Anexo 1
..... 66

Anexo 2 67

Anexo 3 68

Anexo 4 69

Anexo 5 70

Anexo 6 71

Anexo 7 72

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el impacto que ocasionó a los consumidores la recaudación del impuesto al valor agregado IVA de los servicios digitales importados en el Ecuador, debido a que las transacciones que se realizan son de manera on-line y estas no podían ser reguladas con la normativa legal vigente por no encontrarse dentro del país, por consiguiente, el Estado ecuatoriano no puede reclamar el cumplimiento tributario en el territorio nacional, es fundamental conocer el efecto que causó en los consumidores puesto que no hay cifras oficiales del uso de aplicaciones virtuales pagadas en el territorio, el objetivo primordial es conocer el impacto económico en el sistema tributario. El tipo de investigación que se utilizó en este trabajo es la investigación cuantitativa que se centra en la información recibida a través de una gran cantidad de datos, este tipo de investigación proviene a través de la recolección, estudio y análisis de grandes cantidades de datos mediante técnicas y tecnología estadística capturados en forma de datos numéricos. Se manejó una investigación mixta con base a una investigación bibliográfica documental y una investigación descriptiva. El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta que se realizó a los consumidores de manera virtual. Los resultados demuestran un poco de desconocimiento de las personas sobre las leyes, normas y reglamentos del régimen tributario. La conclusión principal en la investigación es el efecto que causa a los consumidores el impuesto a los servicios digitales.

Palabras claves: Servicios digitales, impuestos, plataformas digitales, consumidores.

Abstract

The purpose of this research work is to analyze the impact on consumers of collecting the VAT value added tax from digital services imported into Ecuador, because the transactions that are carried out are online and these could not be regulated with the legal regulations in force because they are not within the country, therefore, the Ecuadorian State cannot claim tax compliance in the national territory, it is essential to know the effect it caused on consumers since there are no official figures for the use of paid virtual applications in the territory, the primary objective is to know the economic impact on the tax system. The type of research used in this work is quantitative research that focuses on information received through observation and experiences. Mixed research was conducted based on documentary bibliographic research and descriptive research. The tool used for data collection was the survey conducted on consumers virtually. The results show a little disrecognition of people about the laws, rules and regulations of the tax regime. The main conclusion in the investigation is the effect that the tax on digital services has on consumers.

Keywords: Digital services, taxes, digital platforms, consumers.

Introducción

Los tributos en el Ecuador conforman un asunto de suma trascendencia, primordialmente los administrados por el Servicio de Rentas Internas SRI, no obstante, existían ciertos vacíos legales que no le permitían tener al Estado una idónea recaudación, como era la situación de la carencia de la regulación en el campo del negocio electrónico, puesto que las organizaciones multinacionales de servicios digitales de entretenimiento no residentes no tributaban en el territorio por no estar implantada una normativa para las transacciones digitales, las reglas tributarias no regulaban la verdad del negocio electrónico, inquietud de la efectividad de las reglas reguladoras al negocio digital.

La decisión tributaria a los servicios digitales de entrenamiento no estaba de manera correcta reglamentada en la legislación ecuatoriana, lo cual llevaba a un déficit en la recaudación de sus tributos y de igual manera un monumental efecto en los clientes de los servicios digitales por lo que procedió a hacer una indagación fuerte sobre este asunto. Sin embargo, por la escasa normativa que existía debido a vacíos en la ley tributaria, no estaba definido explícitamente quién debía tributar o quién debía recaudar, no existía separación entre las transacciones ordinarias, con las digitales y únicamente se examina que se configure el producto del hecho generador de cada tributo.

Frente a lo expuesto, se prueba que la normativa ecuatoriana no regulaba el cobro de impuestos para el campo digital, tal es el caso de la Ley de Sistema Tributario Interno y la de Negocio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos que no contemplaban a ninguna regla en relación con la recaudación de tributos en este campo, provocando un perjuicio económico al Estado.

Por esta razón se establece que el problema de esta investigación es parte de lo predeterminado por el Estado en lo que respecta al mecanismo conveniente y eficaz para la recaudación tributaria a los servicios digitales en el Ecuador. Esta indagación es de enorme trascendencia, puesto que muestra el efecto en Ecuador sobre el cobro del Impuesto al Valor Agregado y la necesidad de generar la normativa idónea para lograr recaudar los impuestos de estas transacciones que se otorgan de manera digital; para que esto sea viable se ha establecido una normativa legal sobre la decisión tributaria de gravar impositivamente a las transacciones digitales y de esta forma el Estado tenga una mayor recaudación y así se evitaría la no tributación involuntaria.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

Antecedentes del Problema

A lo largo de un tiempo el internet ha desafiado al negocio clásico y se convirtió en uno de los medios para fomentar la economía de forma digital, denominándose servicios digitales, debido a que las transacciones que se hacen son de forma on-line o sea por medio de internet, para fomentar y facilitar la compra, la comercialización y el trueque de bienes, servicios e información, ofrecidos en cada una de piezas de todo el mundo, mismas que solo tienen la posibilidad de desarrollarse por medio de la utilización de dispositivos digitales como celulares, Tablet entre otros.

Los impuestos a los servicios digitales fueron cambiando internacionalmente y cada vez más territorios permanecen aprobando novedosas leyes, actualmente diversos territorios cobran un impuesto sobre los Servicios Digitales, implementando el mismo procedimiento que al negocio clásico, por medio del cobro del Impuesto al Valor Agregado (IVA), el primer territorio de todo el mundo en aprobar una ley de impuesto al consumo sobre los productos y servicios digitales ha sido Noruega en el año 2011.

Actualmente ya son diversos territorios que poseen leyes semejantes para el cobro de los servicios digitales, Ecuador optó por recaudar este impuesto para mejorar la economía, en otros territorios el cobro del Impuesto al Valor Agregado es normalizado a partir de unos años atrás y en cierta parte el Estado si se favorece con la recaudación de este impuesto, en si el valor es que en realidad se utilice el cobro de este impuesto para un óptimo funcionamiento de la economía, debido a que ciertos clientes no permanecen según abonar el costo más el Impuesto al Valor Agregado, sin embargo como dé sitio por ley todo ese que desee obtener un servicio digital así

sea educativo, entretenimiento o gremial, deberá costear este impuesto indirecto a dichos servicios digitales.

Planteamiento del Problema

Durante mucho tiempo el obtener servicios se los realizaba por medios como la radio, televisión, medios cotidianos, entre otros el cual se demoraba más tiempo el ofertarlos.

Actualmente la tecnología es un instrumento poderoso para el desarrollo de conocimientos y creatividad con el objetivo de hacer más simple la vida de los individuos; como parte de esta nueva implementación el servicio digital ha ido aumentando a diario gracias a la puesta en marcha de las novedosas tecnologías como son las aplicaciones virtuales, aplicaciones de páginas web, etcétera.

Los negocios digitales se proponen en diferentes territorios en todo el mundo y se consumen diariamente en territorios como Francia, España, Italia, India, Chile, México, Argentina y Colombia, mismos que han integrado un impuesto a las ganancias brutas como el impuesto al costo añadido, no obstante la Comisión Europea y la OCDE, analizan las múltiples propuestas fiscales de cómo debería ser el reparto de la recaudación positiva de este impuesto, si el impuesto debe ser exclusivo para todas las naciones o, si cada jurisdicción, según sus propias políticas fiscales, debe diseñar un impuesto propio.

El Servicio de Rentas Internas en el Ecuador formalizó desde el 16 de septiembre de 2020 el pago del 12% al IVA a los servicios digitales importados, como lo instituye la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria publicada en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 111 el 31 de diciembre 2019, y la de Sistema Tributario Interno, de los cuales 178 servicios digitales van a ser gravados con este tributo, mismos que son ofertados por organizaciones de distinta índole como: compras online, hospedaje, enseñanza, videojuegos,

televisión por streaming, melodías, antivirus y hasta aplicaciones de citas, acontecimiento por el que varios clientes permanecen en desacuerdo que se les debite más dinero de sus cuentas y han dejado de contratar dichos servicios.

Para partir con la siguiente investigación, es indispensable saber que el Estado ecuatoriano realizó estos cambios para nivelar la economía del país y pagar deudas externas, lo cual involucra directamente a los ciudadanos, por lo consiguiente, este proyecto de investigación se enfocará en el impacto que causa a los ciudadanos con este cambio surgido a partir de la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000053 dictada y firmada el 22 de agosto del 2020, y la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055 dictada y firmada el 4 de septiembre del 2020 aplicadas a partir del 16 de septiembre del 2020.

Preguntas de Investigación

¿Qué efecto tiene el cobro del IVA a los servicios digitales en los consumidores?

¿Cómo consideran los consumidores el cobro del IVA a los servicios digitales?

¿Qué servicios dejó de contratar la comunidad debido al cobro del IVA en los servicios digitales?

¿Cuáles fueron las consecuencias al consumidor de implementar este impuesto indirecto a los servicios digitales?

Sistematización del problema

Variables

Variable Dependiente: Impacto del cobro del IVA

Variable Independiente: Servicios digitales

Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto de los servicios digitales en el sistema tributario por el cobro del impuesto al valor agregado IVA a los consumidores.

Objetivos específicos

- Especificar las operaciones de los servicios digitales prestados en los diferentes tipos de plataformas.
- Determinar el efecto del impuesto indirecto en los servicios digitales.
- Analizar la regulación sobre la recaudación de impuestos a los servicios digitales.

Delimitación del Problema de Investigación

Espacial

Se concluyó realizar el siguiente análisis en la ciudad de Guayaquil.

Temporal

La investigación se va a desarrollar en el periodo 2020-2021

Poblacional

Destinado para los consumidores de los servicios digitales de Guayaquil.

Temática

Como temática tenemos al sector de plataformas digitales, para poder determinar y tener claro el impuesto indirecto que se cancela por concepto de estos servicios.

Justificación

Justificación Teórica

Según Ferrer (2018), .Las plataformas digitales se han convertido en una de las vías de ingreso a bienes y servicios frecuentes para las personas y en especial para los niños y jóvenes, estos son uno de los recursos que ayudan a buscar cómo mantenerse informado, de qué forma se puede viajar, como desplazarse en la ciudad o en cualquier lugar que visites, participar en debates públicos, conocer gente, ver cintas, escuchar canción, hacer compras y ventas entre otras maneras

Las plataformas son las que permiten entrar a diversos campos debido a la variedad que se encuentran, lucrándose así mediante actividades o intercambios intangibles propiciando cada vez más un enorme consumo de bienes y servicios ya sean estos por financiación para proyectos empresariales o para préstamos particulares, servicios de alojamientos o de experiencias turísticas en países o localidades, restauraciones, ingreso a espacios para trabajar, actividades de movilidad diversa desde compartir desplazamientos con otras personas, alquiler de vehículos.

La tecnología ha interactuado con los individuos mediante plataformas y aplicaciones digitales, que ofrecen diversos tipos de servicios que facilitan el diario vivir de los usuarios internacionalmente. A continuación, se señala ciertos servicios digitales:

Tabla 1:*Clasificación de Servicios Digitales*

Redes sociales	Facebook
	Twitter
	Instagram
	Snapchat
	Skype
Intermediación digital	Amazon
	Ebay
	Glovo
	Pedidos ya
Servicio de transporte	Uber
	Cabify
	Indriver
Servicio de alojamiento	Trivago
	Booking.com
	Despegar.com
Servicio de música digital	Spotify music
	YouTube
	iTunes
Servicio de tv online	Netflix
	Amazon Primer Video
	Google Play Películas
	Apple Tv
	Disney Plus
Servicios de lectura	Apple books
	Scribd
	Google Play Books
Juegos online	Xbox
	PlayStation
	Minecraf
Servicio de almacenamiento de datos	Dropbox
	iCloud
	Google Drive

Fuente: Almachi, 2020

Justificación Práctica

Esta investigación se hace para conocer sobre el caso de los servicios digitales prestados por las grandes organizaciones como, por ejemplo: Netflix, Spotify, Uber, Apple, Amazon entre otras, la existencia de estas organizaciones en el Ecuador, que no se hallan sujetas a ningún tipo

de imposición, el impacto que poseen en el sistema tributario interno, intentando encontrar de esta forma la eficiencia y equidad sobre la recaudación de los impuestos por la importación de los servicios digitales.

Justificación Metodológica

La ampliación del trabajo de investigación se realizará con base a una averiguación bibliográfica documental seguida de una indagación descriptiva, por lo cual, se manejará una investigación cuantitativa y los datos serán recolectados principalmente de encuestas que se realizarán de fuentes secundarias de bases de datos cuantitativos.

Capítulo II

Marco Teórico

Antecedentes Teóricos

Antes de analizar el impacto de los servicios digitales en el sistema tributario por el cobro del impuesto al valor agregado IVA, se debe conocer que son los impuestos digitales por lo que se recabó información de trabajos anteriores para tener una guía con el tema.

Paguay (2019) La determinación tributaria a los servicios digitales de entretenimiento que prestan las empresas multinacionales en el Ecuador. El trabajo contiene un análisis sobre la determinación tributaria en servicios digitales de entretenimiento, que prestan las empresas multinacionales en el Ecuador; por cuanto, se evidencia como problema la falta de normativa interna que regule las transacciones digitales, para poder establecer la determinación tributaria a los servicios virtuales de entretenimiento que ofrecen empresas multinacionales, que al no estar domiciliadas en el país, no tributan por los vacíos legales; se ocasiona una afectación económica en la recaudación para el Estado. Se aplicó para el presente trabajo investigativo un diseño metodológico cualitativo, con la utilización como método teórico general el deductivo se propone un mecanismo adecuado para el control tributario; como método práctico se utilizó el comparativo pues se contrastó la legislación ecuatoriana con la de otros países tales como: Argentina, Uruguay y Colombia, para poder analizar las normas que se implementaron, con el fin de determinar la vía más factible para establecer los cambios pertinentes en la legislación ecuatoriana. Como resultado del trabajo se estableció la necesidad de reforma del hecho generador del Impuesto al Valor Agregado (IVA) con propósito de gravar a los servicios digitales prestan las multinacionales en el Ecuador y de ser factible se aplicaría un porcentaje de

retención en la fuente de impuesto a la renta, de acuerdo a una estimación de la recaudación potencial de IVA e impuesto sobre los servicios digitales realizada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de L. Hernández y P. Albagli, “Economía digital: oportunidades y desafíos” (2009), la potencial recaudación para el Ecuador es del 11,4 millones de dólares anuales.

Ramírez (2020) Determinación del Impuesto al Valor Agregado sobre la prestación de servicios de plataformas digitales para el efectivo control y recaudación del Servicio de Rentas Internas bajo el principio de eficiencia. Con el transcurso de los años la sociedad ha evolucionado, y con ella los distintos modelos de negocio nuestro país no ha sido la excepción. En la actualidad las plataformas digitales se han prestado para agilizar e impulsar la economía. El 31 de diciembre del pasado 2019 se publicó la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria amplió el abanico de los tipos de prestación de servicios gravados bajo tarifa 12% del Impuesto al Valor Agregado. Hoy el Servicio de Rentas Internas posee un sistema que deberá ser actualizado para la recaudación y control de este nuevo impuesto, sin embargo, demostraré en ese trabajo la realidad de la misma situación. Objetivo: Revelar la capacidad que posee la Autoridad Tributaria para el control y recaudación de impuestos en aplicación al principio de eficiencia y a la extra, fiscalidad de los tributos. Conclusiones: En vista de lo expuesto, podemos analizar que el Servicio de Rentas Internas no ha mantenido una recaudación eficiente, puesto que al menos debieron cumplir la meta señalada para el año 2019. Al establecer Impuesto al Valor Agregado sobre plataformas digitales se ven en la obligación de actualizar o crear un nuevo sistema para recaudar porque se ven involucrados otros agentes de percepción y retención, para lo que seguramente tardarán en implementarlo en debida forma. Además, se deberá aclarar

mediante a través del Reglamento y por medio de circulares del SRI los sujetos que pasivos y sus obligaciones. Si el Servicio de Rentas Internas no ha logrado un control sobre los contribuyentes respecto al Impuesto al Valor Agregado hasta antes de la publicación de la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria, no lo podrá cumplir ahora teniendo como la imposición las plataformas digitales al ser una gama muy extensa para controlar, pues generará mal estar a la sociedad y por ende no se llegará al fin fiscal perseguido. Es por todo esto que considero que la determinación del impuesto, recaudación y control resultará ineficiente en el Ecuador hasta por lo menos que se cree un sistema inequívoco que permita la determinación de los sujetos pasivos siendo estos no residentes del Ecuador.

Almachi (2020) Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo.

Resumen: El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el efecto que existe en la recaudación de los impuestos directos e indirectos por la importación de los servicios digitales a nivel mundial, en América Latina y en el Ecuador, puesto a que las plataformas digitales al no encontrarse dentro del territorio nacional, no han podido ser reguladas con la normativa legal vigente por lo tanto el gobierno ecuatoriano no puede exigir el cumplimiento tributario dentro del país, en tal sentido es importante levantar una línea de base de las estimaciones sobre la recaudación de los impuestos en el país, el propósito principal es conocer el impacto económico en el sistema tributario. Se trata de un estudio cuantitativo y cualitativo; se aplicó una investigación descriptiva y documental basada bibliográficamente. Se utilizó datos proporcionados por entidades de control mundiales, que mediante matrices se analizó de forma anual, además se practicó una entrevista al Servicio de Rentas Internas mediante preguntas estandarizadas con relación al tema. Los resultados demuestran un efecto negativo en la

recaudación y evasión de impuestos perjudicando a los ingresos de la nación. La conclusión principal en la investigación es la necesidad de crear una ley que regule y aplique impuestos a los servicios digitales ofrecidos por las plataformas situadas en el exterior.

Rico (2019) la tributación de las actividades digitales. Especial referencia a la tasa Google. Este trabajo tiene por objeto mostrar cómo la nueva era digital ha incidido en la sociedad, especialmente en la economía y en el Derecho tributario, provocando un cambio en los modelos de negocio, en los que los activos intangibles y la no presencia física son el estandarte de los principales problemas entorno a la no tributación de las actividades digitales llevadas a cabo por empresas multinacionales. Para hacer frente a estas dificultades, la OCDE/G20 y la UE comenzaron a diseñar estrategias de adaptación de la normativa tributaria. Sin embargo, ante la falta de consenso entre países e instituciones, algunos Estados empezaron a establecer un impuesto digital nacional. Un claro ejemplo es España, con la llamada “tasa Google”.

Baz (2020) Análisis jurídico-tributario del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales en España: Valoración crítica y comparativa con otros países. Con este Trabajo de Fin de Grado se pretende una aproximación al novedoso panorama digital surgido durante los últimos años y la incidencia de este en el ámbito tributario. El desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación ha supuesto un cambio en el paradigma económico y empresarial, consecuencia de la pérdida de presencia. Cada vez son más instituciones las que son conscientes del problema que supone la falta de adecuación de los sistemas fiscales al nuevo modelo de negocio digital, y han tratado de ponerle fin. El punto de partida se encuentra en el Proyecto BEPS, desarrollado por la OCDE, en el que se enunciaba el problema por primera vez y

se dejaba constancia de la necesidad de una solución al respecto. Posteriormente, se han ido sumando más instituciones, especialmente en el marco de la Unión Europea, a las denuncias y propuestas de la OCDE. No obstante, conforme han ido surgiendo los apoyos, se han ido pronunciando, de forma igualmente proporcional, distintas personalidades, jurídicas e institucionales, contrarias a la adopción de tales medidas. Es por ello por lo que, casi una década después, no se ha llegado a ningún acuerdo internacional y varios países han comenzado a tomar medidas con carácter unilateral. En esta investigación se analizarán las principales propuestas, a nivel europeo y a nivel estatal; prestando especial atención al Proyecto de Ley español del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales; el cual, habiendo caducado la primera vez, vuelve a someterse en 2020 a un segundo trámite para su aceptación. Todo ello nos permitirá converger en un último análisis de actualidad, para comprender mejor la situación vigente y las desavenencias que están surgiendo ha dado el carácter conflictivo de la medida.

Bases teóricas

Como surge el servicio digital en el mundo

La evolución de los servicios de suscripción en la segunda mitad del siglo XX, surgen multitud de servicios nuevos que se cobran en modo de suscripción y que tienen un impacto importante en nuestra Sociedad. Un impacto suficiente como para abrirnos la mente y prepararnos a lo que estamos viviendo hoy en día.

Entre finales de los 40 y principios de los 50, se origina el negocio de la televisión por cable en Estados Unidos de forma simultánea en los estados de Arkansas, Oregón y Pennsylvania, debido a la mala recepción de la señal aérea.

Por 1952 ya existían 70 sistemas de cable, sirviendo 140.000 suscriptores en todos los Estados Unidos, y a finales de los 50 los operadores de cable empezaron a integrar señales más distantes para ofrecer una mejor programación. El número de suscriptores al cable llegó a rozar los 70 millones sobre los 2000 y a partir de ahí ha visto un declive debido a Internet.

Netflix: finales de los 90

Mucha gente conoce Netflix por lo que es ahora, pero cuando una empresa es realmente innovadora como es el caso, puede tener varias etapas de gran innovación. Los orígenes de Netflix son muy offline pero totalmente metidos en el mundo de los servicios y la suscripción.

Netflix nace en 1997 y surge como un servicio de venta y alquiler de DVD por correspondencia. A Reed Hastings (uno de sus fundadores) le encantaba el modelo de negocio de Amazon y Netflix era su intento de replicar ese modelo de negocio en una industria enorme como era la del alquiler de películas (16.000 millones de dólares).

En septiembre de 1999 Netflix lanza la tarifa plana mensual abandonando el modelo de alquileres puntuales a principios del 2000. A partir de ese momento se conoció a Netflix como una tarifa plana de alquiler de películas sin los problemas típicos que tenían las empresas de alquiler de películas en ese momento: cobro por retrasos en devolución de películas, tiempo para poder ver la película, costes de envío, costes distintos en función de la película, etc.

Por aquel entonces (2000) Netflix ya tenía 300.000 suscriptores, pero los costes de envío hacían que la compañía no fuera rentable, por eso ofrecieron a Blockbuster que los compraran por 50 millones de dólares. La oferta fue rechazada y pocos años después Blockbuster se iría al traste.

A pesar de tener distintas etapas complejas en su crecimiento debidas a factores externos (explosión de la burbuja de los puntos en los 2000, los atentados de las torres gemelas, etc.)

Netflix siguió creciendo a buen ritmo y acabó saliendo a bolsa el 29 de mayo de 2002, consiguiendo 82,5 millones de dólares.

Spotify y el streaming de música: mediados de los 2000

Mientras Netflix estaba pensándose dar el paso al mundo online, y Salesforce demostraba cómo el modelo de suscripción de software (SaaS) reventaba el modelo tradicional de distribución del software, en la otra parte del mundo, en Estocolmo, Daniel Ek y Martin Lorentzon estaban pensando en revolucionar el mundo de la música. Era 2006 y el éxito de YouTube y con la influencia del modelo de negocio de suscripción que ya estaba empezando a despuntar, Daniel y Martin se planteaban crear un servicio que permitiera acceder a música en formato streaming y de una forma económicamente muy accesible.

Spotify sale al mercado el 7 de octubre de 2008 y durante un buen tiempo solo se podía acceder al servicio bajo invitación y era gratuito (aunque en breve introdujeron modelos de pago). En 2009 ya se permitió el registro gratuito y Spotify salió en la Apple App Store gracias a la cual consiguió muy buen crecimiento por ofrecer una alternativa a la descarga de música (tanto legal como ilegal).

Amazon prime y la servilización

Amazon ha tenido un gran impacto en muchos de los servicios que hemos comentado hasta este momento en este artículo, y más allá de eso, también ha conseguido que seamos capaces de pensar en que se pueda crear un servicio de cualquier cosa desde que lanzaron Prime al mercado.

En 2005 Amazon anunció la creación de Amazon Prime, una suscripción que ofrecía envíos gratuitos en 2 días por una tarifa plana anual de 79\$, así como descuentos en los envíos en 1 día y otras ventajas. Este servicio se expandió rápidamente a otros países, llegando en 2007 a

Reino Unido, Alemania y Japón, en 2008 a Francia, a Italia en 2011, a Canadá en 2013, a la India en 2016 y a México en 2017.

Lo que comenzó siendo una especie de club de compradores de Amazon con ventajas en los envíos ha ido evolucionando a lo largo de los años hasta convertirse en un conjunto de servicio con identidad propia (y suscripciones individuales) a los que se pueden acceder desde un HUB único que es la suscripción a Prime. Estos servicios son: Prime Music, Prime Video y Prime Reading (que se incluyen si eres miembro Prime en los países donde están disponible) más otros servicios adicionales como son Prime Now, Prime Pantry y el futuro Prime Air.

Y no es el único movimiento de Prime al respecto, de hecho, más recientemente ha sacado los dash buttons físicos y virtuales (incluyendo acceso a third parties para que desarrollen los suyos propios), que no dejan de ser un acercamiento a la suscripción desde otro punto de vista, o si lo queremos ver de otra forma, una forma de facilitar los pedidos recurrentes sin necesidad de estar suscrito. Para mí los botones dash, cuando te acostumbras a ellos, son el concepto de «suscripción dinámica», ya que sabes que pedirás el producto al mismo proveedor, pero la cadencia entre pedidos varía en función de tus necesidades. Un excelente generador de hábitos de suscripción. (Cortizo, 2018)

¿Qué es la Economía Digital?

En la Economía Digital se producen, distribuyen, comercializan y consumen bienes, servicios e información, al igual que la economía tradicional, pero se caracteriza por su instantaneidad, simpleza, inmediatez y virtualidad. Esta rama de la economía se basa en el uso de tecnología digital para su desarrollo, ya que las transacciones son efectuadas a través de Internet. Para poder concretar estas transacciones mediante redes de comunicación, necesitamos contar con la infraestructura de telecomunicaciones adecuada, una banda ancha que responda a la

demanda y aplicaciones desarrolladas para los fines buscados. Esta nueva economía es impulsada por el conocimiento, la información y la innovación como motor para la continua renovación de productos, servicios, sistemas y procesos, y ha modificado patrones de marketing, consumo, producción y distribución de bienes y servicios.

Dentro de la Economía Digital se prestan los denominados Servicios Digitales, aquellos suministrados de manera on-line a través de internet y que solo pueden ser tomados mediante el uso de dispositivos digitales como celulares, computadoras y tablets, entre otros. Los servicios digitales más generalizados son: la prestación de servicios de publicidad en línea; los servicios de intermediación en línea (buscadores, comparadores, intermediarios entre vendedores y compradores); y, la venta de datos generados a partir de información suministrada por los usuarios en interfaces digitales. Los Servicios Digitales son, a su vez, facilitados mediante el Comercio Electrónico: se trata del proceso que utiliza las redes virtuales para promover y facilitar la compra, la venta y el intercambio de bienes, servicios e información, ofrecidos en todas partes del mundo. (Moreno, 2019)

Tipos de servicios digitales

- Abono por el streaming de películas (Ej.: Netflix)
- Abono por el streaming de música (Ej.: Spotify)
- Localización de taxis (Ej.: Easytaxi)
- Membresías para obtener contenido premium de revistas digitales
- Comisión por el uso de medios de pagos electrónicos (Ej.: PayPal) (Pendino, 2020)

Servicios digitales más usados en la actualidad

- E-commerce. Es el más usado y básico: comercio electrónico. Venta de productos y servicios a través de la web.
- Tutoriales. Paso a paso en video, que usan las marcas como recurso digital para resolver prácticamente cualquier cosa.
- E- books. Llamado también libro electrónico o ciber libro, es la versión en digital de un libro.
- Podcast. Es una pieza de audio digital con una periodicidad definida que se puede ser descargada o reproducida en directo.
- Apps. Es una aplicación diseñada para ejecutarse en dispositivos móviles, que ayudan al usuario a una labor específica.
- Catálogos. Son herramientas que permiten la presentación detallada de productos o servicios de una marca.
- Fotografías. Los bancos de fotos en la web para descargar imágenes son cada vez más usados.
- Chats. Herramienta de comunicación digital, cuyo servicio de mensajería instantánea permite comunicarse a dos o más personas en tiempo real.
- Streaming. Transmisión o retransmisión en directo de video o audio sin necesidad de descargarlo. (Netbangers, 2019)

Marco Conceptual

IVA.- Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.

Según Rodríguez (2019) indica que las plataformas digitales son todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa. Las plataformas digitales son ejecutadas por programas o aplicaciones cuyo contenido es ejecutable en determinados sistemas operativos, ya sean contenidos visuales, de texto, audios, videos, simulaciones, etc.

Existen diferentes plataformas digitales de las cuales cada una cumple una función específica.

Plataformas digitales educativas.- son aquellas que proporcionan información útil de investigación y herramientas de estudio y análisis. Y son utilizadas a nivel escolar o universitario a fin de proporcionar educación a distancia. Ejemplos: e-College, Blackboard, Moodle, etc.

Plataformas sociales.- son conocidas como redes sociales, y estas facilitan la comunicación entre las personas, sin importar la distancia. Entre ellos tenemos a Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, entre otros.

Plataformas audiovisuales.- Su contenido se centra en videos y audios de diferentes categorías. Ejemplos: YouTube, Vimeo.

Plataformas de comercio electrónico: Mejor conocidas como e-commerce, con tiendas virtuales para compra y venta de artículos. Ejemplos: Mercado Libre, Amazon, eBay.

Plataformas bursátiles: Los llamados brókeres, que son intermediarios entre los inversionistas y la bolsa de valores, son plataformas utilizadas para negociar en los mercados bursátiles del mundo. Ejemplos: XTB, Plus500, ICMarkets, e Toro, XM.

.Plataformas de imágenes: En estas plataformas el contenido se basa en colecciones de imágenes, con y sin copyright. Ejemplos: Pinterest, Pixabay, Pexels.

Plataformas bancarias: Todos los bancos cuentan con plataformas que contienen información de sus productos y servicios, canales de atención e ingreso a cuentas personales de sus clientes. Ejemplos, Bancolombia, BBVA Colombia, Banco de Bogotá, Banco Popular.

Plataformas especializadas: Son plataformas que satisfacen una necesidad particular de un sector de la población, por ejemplo, las que sirven para administrar contenido web, páginas de edición de videos o imágenes, plataformas de marketing digital, traducción de idiomas, etc.

Ejemplos: Hostgator, Panda Creativos, Go Daddy, Traductor Google.

Plataformas de pago: Funcionan como administradores económicos a través de los cuales se puede enviar y recibir dinero. Ejemplo: Payoneer, Payza, PayPal, Skill, Neteller.

Plataformas de noticias: Son páginas especializadas en ofrecer noticias de actualidad, como los diarios impresos. Ejemplo: El Especulador, El Tiempo, El Herald, La República.

Plataformas de juegos: Son plataformas para jugadores online que pueden jugar en solitario o en multiplataforma con otros jugadores. Ejemplos: RuneScape, World of Warcraft, Star Trek Online, EVE Online.

Plataformas de localización: Son plataformas que te ayudan a obtener direcciones de cualquier parte del mundo. Ejemplos: Google Earth, Google Maps.

De acuerdo con la Ley del Consumidor en art. 2 encontramos algunas definiciones de las cuales indica que: El Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por los que se

cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio.

Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al territorio nacional.

Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores. (H. Congreso Nacional, 2000, p. 3)

Marco Legal

La normativa que hace referencia a este tema es el siguiente:

Ley De Régimen Tributario Interno

Artículo 52.- Objeto del impuesto.- Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.

Artículo 53.- Concepto de transferencia.- Para efectos de este impuesto, se considera transferencia:

1. Todo acto o contrato realizado por personas naturales o sociedades que tenga por objeto transferir el dominio de bienes muebles de naturaleza corporal, así como los derechos de

autor, de propiedad industrial y derechos conexos, aun cuando la transferencia se efectúe a título gratuito, independientemente de la designación que se dé a los contratos o negociaciones que originen dicha transferencia y de las condiciones que pacten las partes.

2. La venta de bienes muebles de naturaleza corporal que hayan sido recibidos en consignación y el arrendamiento de éstos con opción de compraventa, incluido el arrendamiento mercantil, bajo todas sus modalidades; y,

3. El uso o consumo personal, por parte del sujeto pasivo del impuesto, de los bienes muebles de naturaleza corporal que sean objeto de su producción o venta.

Art. 56.- Impuesto al valor agregado sobre los servicios El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación. También se encuentran gravados con este impuesto los servicios digitales conforme se definan en el reglamento a esta ley.

Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Interno.

Artículo 140.- Alcance del impuesto.- Sin perjuicio del alcance general establecido en la ley, en cuanto al hecho generador del Impuesto al Valor Agregado se deberá considerar:

1. El Impuesto al Valor Agregado grava las transferencias de dominio de bienes muebles corporales, en todas sus etapas de comercialización, sean éstas a título oneroso o a título gratuito, realizadas en el Ecuador por parte de personas naturales y sociedades. Así misma grava la importación de bienes muebles corporales.

2. Se considerarán también como transferencias los retiros de bienes corporales muebles efectuados por un vendedor o por el dueño, socios, accionistas, directores, funcionarios o empleados de la sociedad, para uso o consumo personal, ya sean de su propia producción o comprados para la reventa o para la prestación de servicios, cualquiera que sea la naturaleza jurídica de la sociedad. Para estos efectos, se considerarán retirados para su uso o consumo propio todos los bienes que faltaren en los inventarios del vendedor o prestador del servicio y cuya salida no pudieren justificarse con documentación fehaciente, salvo en los casos de pérdida o destrucción, debidamente comprobados.

También se entenderá como autoconsumo, el uso de bienes del inventario propio, para destinarlos como activos fijos. La base imponible será el precio de comercialización. Igualmente serán considerados como transferencias los retiros de bienes corporales muebles destinados a rifas y sorteos, aun a título gratuito, sean o no de su giro, efectuados con fines promocionales o de propaganda por los contribuyentes de este impuesto. Lo establecido en el inciso anterior será aplicable, del mismo modo, a toda entrega o distribución gratuita de bienes corporales muebles que los vendedores efectúen con iguales fines.

2. El impuesto grava, así mismo, cualquier forma de cesión de derechos o licencia de uso, a título oneroso o gratuito, realizada en el país, por parte de personas naturales y sociedades, de derechos de propiedad intelectual, mismos que comprenden: a) Los derechos de autor y derechos conexos; b) La propiedad industrial, que a su vez abarca las invenciones; dibujos y modelos industriales; esquemas de trazados de circuitos integrados; información no divulgada y secretos comerciales e industriales; marcas de fabricación, de comercio, de servicios y lemas comerciales; apariencias distintivas de negocios y establecimientos de comercio; nombres comerciales; indicaciones geográficas; y, cualquier otra creación

intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial; c) Las obtenciones vegetales.

3. De igual manera, el impuesto grava la cesión de derechos o licencia de uso de derechos de propiedad intelectual, realizadas por parte de titulares residentes o domiciliados en el exterior a favor de personas naturales residentes en el Ecuador o sociedades domiciliadas en el Ecuador.

4. El impuesto grava también a la prestación de servicios en el Ecuador por parte de personas naturales o sociedades. Para efectos de este impuesto se entiende por prestación de servicios a toda actividad, labor o trabajo prestado por el Estado, sociedades o personas naturales, sin relación laboral a favor de un tercero que se concreta en una obligación de hacer, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual a cambio de un precio, en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación, independientemente de su denominación o forma de remuneración. Se incluye dentro de esta definición, al arrendamiento, subarrendamiento, usufructo o cualquier otra forma de cesión del uso o goce temporal de bienes corporales muebles, inmuebles amoblados, inmuebles con instalaciones o maquinarias que permitan el ejercicio de alguna actividad comercial o industrial y de todo tipo de establecimientos de comercio.

Este impuesto grava también la importación de servicios conforme lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000053

Resuelve: establecer las normas para la retención del impuesto al valor agregado (IVA) generado en la importación de servicios digitales cuando los prestadores del servicio importado no actúen como agentes de percepción

Artículo 1.- Objeto. - La presente Resolución contiene las normas para la retención, declaración y pago del IVA, generado en la importación de servicios digitales que sean prestados por sujetos sin residencia fiscal en Ecuador, en favor de residentes o establecimientos permanentes de sociedades no residentes en Ecuador.

Artículo 2.- Catastro de prestadores de servicios digitales. - El catastro de prestadores de servicios digitales será publicado en el portal web del Servicio de Rentas Internas (www.sri.gob.ec) y actualizado de forma trimestral, hasta el 15 de cada mes de enero, abril, julio y octubre del respectivo ejercicio fiscal. En caso de que esta fecha coincida con un día inhábil en Ecuador, el plazo se postergará al siguiente día hábil. En tal catastro se diferenciará a los prestadores no residentes que estén registrados ante el Servicio de Rentas Internas y a los prestadores que estén domiciliados en el país, de aquellos respecto de los cuales aplica la retención en la fuente por parte de las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito, en los términos previstos en esta Resolución. Toda modificación al catastro surtirá efecto desde el primer día hábil del mes siguiente a la fecha de actualización, hasta tanto, el agente de retención deberá continuar actuando conforme al catastro anterior.

Artículo 3.- Retención en la importación de servicios digitales. - Cuando el prestador del servicio digital importado no se encuentre registrado ante el Servicio de Rentas Internas, el IVA generado será retenido por los siguientes sujetos:

1. Los intermediarios en el proceso de pago.- Son intermediarios en el proceso de pago las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito. En este caso las empresas emisoras de dichas tarjetas estarán obligadas a actuar como agentes de retención del IVA en la importación del servicio digital, en función del catastro de prestadores de servicios digitales que para el efecto

el Servicio de Rentas Internas publique en su página web, conforme lo dispuesto en el artículo precedente.

2. El importador del servicio. - Cuando el pago se realice sin un intermediario, el IVA en la importación de servicios digitales será pagado por el importador, en calidad de contribuyente, quien además deberá efectuar una retención del 100% del IVA generado en la importación, conforme lo dispuesto en el artículo 70 de la Ley de Régimen Tributario Interno. Esta retención deberá efectuarse de manera obligatoria ante la importación de cualquier tipo de servicio digital definido en la normativa tributaria, incluso en el caso en el que el prestador del servicio digital no registrado no se encuentre en el catastro publicado por el Servicio de Rentas Internas, siendo obligación del adquirente identificar la naturaleza del servicio importado.

Artículo 4.- Declaración y pago del IVA retenido. - Las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito, que actúen como agentes de retención en la importación de servicios digitales, declararán y pagarán el impuesto retenido, mensualmente, en el formulario previsto para la declaración y pago del IVA, en los plazos establecidos en el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. Cuando el importador efectúe la retención del IVA, el impuesto se liquidará y pagará en la declaración del IVA que realice el sujeto pasivo.

Artículo 5.- Crédito tributario y sustento de costos y gastos.- Para efectos de sustentar costos y gastos para el cálculo del impuesto a la renta, así como el crédito tributario del IVA por la adquisición de servicios digitales importados, los residentes fiscales en Ecuador y los establecimientos permanentes de sociedades no residentes, deberán emitir la correspondiente liquidación de compra de bienes y prestación de servicios y cumplir los demás requisitos previstos en la norma para la deducibilidad del gasto y el uso del crédito tributario del IVA. Cuando el prestador del servicio digital no se encuentre inscrito ante el Servicio de Rentas

Internas y el pago se realice mediante un intermediario, el estado de cuenta generado por la empresa emisora de la tarjeta de crédito o débito constituirá el comprobante de retención; sin embargo, si el pago se realiza sin un intermediario, el adquiriente, además de generar la respectiva liquidación de compra, emitirá el comprobante de retención por el 100% del IVA generado.

Artículo 6.- Base para la retención. - La base para la retención corresponderá al valor total pagado por el residente fiscal en Ecuador o el establecimiento permanente de un no residente, al prestador del servicio digital no residente en Ecuador. En los pagos por servicios digitales que correspondan a servicios de entrega y envío de bienes muebles de naturaleza corporal o a la prestación de servicios por los que el prestador del servicio digital cobre una comisión, el IVA se aplicará sobre la comisión pagada adicional al valor del bien o servicio adquirido. En caso de que el prestador de dicho servicio no se encuentre registrado ante el Servicio de Rentas Internas y en el recargo a la tarjeta no se diferencie el valor de los bienes muebles o servicios de aquel de la comisión, se realizará la retención sobre el valor establecido para el efecto en el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno. El Servicio de Rentas Internas identificará en el catastro de prestadores de servicios digitales aquellos casos en los que el prestador cobre una comisión bajo la modalidad dispuesta en este inciso.

Artículo 7.- Responsabilidad de los agentes de retención.- Los sujetos que estén obligados a retener el IVA generado en la importación de servicios digitales, sin perjuicio de los demás deberes y responsabilidades previstos en la normativa tributaria, deberán considerar lo siguiente:

1. Reporte de información.- Los agentes de retención del IVA deberán presentar la información sobre los pagos realizados a proveedores de servicios digitales y las retenciones efectuadas en el Anexo Transaccional Simplificado, de acuerdo con la normativa tributaria vigente y las disposiciones de la Administración Tributaria.

2. Conservación de la documentación.- Los agentes de retención del IVA, por los pagos al exterior realizados por concepto de importación de servicios digitales, deberán conservar la documentación de estos pagos en sus archivos, por el plazo previsto para el efecto en la normativa correspondiente, el cual se computará desde la fecha de la transacción.

3. Presentar información.- Los agentes de retención del IVA deberán presentar la información de los pagos realizados a proveedores de servicios digitales cuando así sea requerida por la Administración Tributaria.

4. Régimen sancionatorio.- Los sujetos pasivos que no realicen la retención del IVA, teniendo la obligación de hacerlo, serán sancionados de conformidad con la normativa tributaria vigente.

Artículo 8.- Reverso de transacción.- El IVA retenido en la importación de servicios digitales no podrá ser devuelto directamente al sujeto pasivo por parte de las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito, excepto en las operaciones que se detallan a continuación, en cuyo caso los valores que hubieren sido reconocidos por el agente de retención, serán compensados por éste en la declaración correspondiente al mes siguiente del que se efectuó la devolución, para lo cual el agente de retención deberá contar con los respectivos documentos que respalden la ocurrencia del hecho que da lugar a la devolución: 1. Pagos con tarjeta de crédito o débito que no concluyan exitosamente, siempre que los valores correspondientes hayan retornado al Ecuador, generando un reverso de la operación. 2. Consumos no reconocidos por los clientes de las

instituciones financieras cuyo origen sean actos dolosos cometidos por terceros, debidamente reconocidos por la entidad financiera correspondiente, tales como robos de tarjeta, clonación, etc.

Artículo 9.- Pago indebido o en exceso del IVA en la importación de servicios digitales.- El sujeto pasivo podrá presentar la correspondiente solicitud de devolución de pago en exceso o reclamo de pago indebido al Servicio de Rentas Internas, según corresponda, en los siguientes casos: 1. Si se le efectuó la retención sobre un servicio digital sujeto a tarifa 0% del IVA; o, 2. Si se le efectuó la retención del IVA, cuando el impuesto fue cancelado parcial o totalmente mediante cualquier otra forma.

Artículo 10.- Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) en la importación de servicios digitales. - Las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito que actúen como agentes de retención del IVA en la importación de servicios digitales, calcularán el ISD sobre el total del valor efectivamente transferido al exterior al no residente, en aquellos casos en los que el tarjetahabiente supere el monto anual exento previsto en la normativa tributaria.

Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055

Resuelve: establecer las normas para el registro, declaración y pago del impuesto al valor agregado (IVA) por parte de los sujetos pasivos no residentes que sean calificados como agentes de percepción en la importación de servicios digitales

Capítulo I Objeto y Generalidades

Artículo 1.- Objeto. – La presente Resolución establece las normas para el registro, declaración y pago del IVA por parte de los prestadores de servicios digitales no residentes calificados como agentes de percepción del IVA, generado en las importaciones de servicios digitales realizadas por residentes fiscales en Ecuador o establecimientos permanentes de no

residentes en Ecuador. Las normas previstas en la presente Resolución rigen exclusivamente para los referidos agentes de percepción no residentes; por lo tanto, los prestadores de servicios digitales residentes fiscales en Ecuador no se encuentran dentro del ámbito de esta Resolución y deberán aplicar las normas generales previstas en la normativa tributaria para el efecto.

Artículo 2.- Agentes de percepción del IVA en la importación de servicios digitales.- Son agentes de percepción del IVA generado en la importación de servicios digitales, las personas naturales o sociedades no residentes en Ecuador que: 1. Se inscriban ante el Servicio de Rentas Internas en la forma prevista en esta Resolución; y, 2. Presten un servicio digital importado por residentes fiscales ecuatorianos o por establecimientos permanentes de no residentes en Ecuador.

Artículo 3.- Obligaciones de los agentes de percepción del IVA no residentes.- Los agentes de percepción del IVA no residentes fiscales en Ecuador, cuyo servicio sea importado por residentes o establecimientos permanentes de no residentes en el Ecuador, tendrán las siguientes obligaciones: 1. Declarar y pagar el IVA de acuerdo con el procedimiento simplificado previsto en esta Resolución. 2. Entregar la información que sea solicitada por el Servicio de Rentas Internas en la forma y por los medios establecidos en esta Resolución. 3. Facilitar a los funcionarios autorizados las gestiones y verificaciones, tendientes al control y/o determinación del IVA.

Artículo 9.- Catastro de prestadores de servicios digitales.- El catastro de prestadores de servicios digitales será publicado en el portal web del Servicio de Rentas Internas (www.sri.gob.ec) y actualizado de forma trimestral, hasta el 15 de cada mes de enero, abril, julio y octubre. En caso de que esta fecha coincida con un día inhábil en Ecuador, el plazo se postergará al siguiente día hábil. En el catastro se diferenciarán a los prestadores de servicios

digitales domiciliados y no domiciliados en el país; y, en este último grupo, se indicará aquellos que hayan obtenido el registro ante el Servicio de Rentas Internas.

Artículo 10.- Actualización del catastro en relación con el registro de prestadores de servicios digitales no residentes.- La actualización en el catastro de aquellos prestadores de servicios digitales no residentes en el Ecuador, que hayan obtenido el registro previsto en la sección anterior de esta Resolución, se realizará en las siguientes fechas:

Tabla 2:

Fecha de aprobación de la solicitud

Fecha de aprobación de la solicitud	Fecha máxima para la publicación de la actualización del catastro	Fecha de inicio de la designación como agente de percepción del IVA
Entre el 01/Enero y 31/Marzo	Hasta el 15/Abril	A partir del 01/Mayo
Entre el 01/Abril y 30/Junio	Hasta el 15/Julio	A partir del 01/Agosto
Entre el 01/Julio y 30/Septiembre	Hasta el 15/Octubre	A partir del 01/Noviembre
Entre el 01/Octubre y 31/Diciembre	Hasta el 15/Enero	A partir del 01/Febrero

Artículo 11.- Actualización del catastro por suspensión o cancelación de oficio o voluntaria del registro de los prestadores de servicios digitales no residentes.- Cuando se produzca la suspensión o cancelación de oficio o voluntaria del registro de los prestadores de servicios digitales no residentes, la actualización del catastro se efectuará conforme lo indicado a continuación:

Tabla 3:*Fecha de comunicación de la suspensión o cancelación del RUC*

Fecha de comunicación de la suspensión o cancelación del RUC	Fecha máxima para la publicación de la actualización del catastro	Fecha fin de la designación como agente de percepción del IVA (inclusive)	Fecha de la última declaración de IVA
Entre el 01/Enero y 31/Marzo	Hasta el 15/Abril	30/Abril	Hasta el 15/Mayo (Por el IVA percibido hasta el 30/Abril)
Entre el 01/Abril y 30/Junio	Hasta el 15/Julio	31/Julio	Hasta el 15/Agosto (Por el IVA percibido hasta el 31/Julio)
Entre el 01/Julio y 30/Septiembre	Hasta el 15/Octubre	31/Octubre	Hasta el 15/Noviembre (Por el IVA percibido hasta el 31/Octubre)
Entre el 01/Octubre y 31/Diciembre	Hasta el 15/Enero	31/Enero	Hasta el 15/Febrero (Por el IVA percibido hasta el 31/Enero)

Sección I De la declaración del IVA

Artículo 12.- Plazo para la presentación de la declaración del IVA.- Los agentes de percepción del IVA no residentes, deberán presentar la declaración en forma mensual, hasta el 15 del mes siguiente al periodo declarado:

Tabla 4:*Periodo de declaración*

Periodo declarado	Fecha de vencimiento para la presentación de la declaración (hasta)
Enero	15 de febrero
Febrero	15 de marzo
Marzo	15 de Abril
Abril	15 de mayo
Mayo	15 de junio
Junio	15 de julio
Julio	15 de agosto
Agosto	15 de septiembre
Septiembre	15 de octubre
Octubre	15 de noviembre
Noviembre	15 de diciembre
Diciembre	15 de enero

Cuando una fecha de vencimiento coincida con días de descanso obligatorio o feriados nacionales o locales en Ecuador, aquella se trasladará al siguiente día hábil. En caso de que el

agente de percepción no residente no haya obtenido ingresos provenientes de residentes fiscales ecuatorianos o establecimientos permanentes de no residentes en Ecuador, por sus servicios digitales prestados, deberá presentar su declaración, indicando en ella la inexistencia de valores a reportar por el periodo que corresponda. La declaración se presentará en línea, a través del portal web transaccional del Servicio de Rentas Internas. Artículo 13.- Formulario para la declaración del IVA.- Los agentes de percepción del IVA no residentes, presentarán su declaración en el Formulario del Impuesto al Valor Agregado, disponible en el portal web transaccional. Este formulario será de uso exclusivo para los prestadores de servicios digitales no residentes calificados como agentes de percepción del IVA.

Artículo 14.- Base imponible del IVA.- La base de cálculo del IVA corresponderá al valor total pagado por los residentes fiscales ecuatorianos o establecimientos permanentes en Ecuador de no residentes, a prestadores de servicios digitales no residentes en el Ecuador.

Artículo 18.- Multa por presentación tardía de la declaración.- De conformidad con el artículo 100 de la Ley de Régimen Tributario Interno, cuando el agente de percepción del IVA no residente, presente su declaración luego de haber vencido el plazo establecido en el artículo 12 de esta Resolución, a más del impuesto respectivo y los correspondientes intereses, deberá pagar una multa equivalente al 3% por cada mes o fracción de mes de retraso en la presentación de la declaración, la cual se calculará sobre el valor del IVA a pagar, sin que en ningún caso la multa supere el 100% de este valor. Cuando en la declaración presentada en forma tardía, no se registren valores a pagar, la multa se calculará de acuerdo con lo previsto en el Código Tributario, considerando para tal efecto, que el agente de percepción del IVA no residente se encuentra en el estrato mayor previsto para la aplicación de sanciones pecuniarias. Esta sanción

será determinada, liquidada y pagada por el declarante, sin necesidad de resolución administrativa previa, en la misma declaración.

Artículo 19.- Sanción por falta de presentación de la declaración.- De conformidad con el Código Tributario, la falta de presentación por parte del agente de percepción de una o más declaraciones del IVA (sean o no consecutivas), dentro del trimestre que comprende la actualización del catastro, será sancionada con la suspensión o cancelación del RUC, según corresponda. Para la aplicación de la sanción, se seguirá el proceso previsto en el artículo 363 del Código Tributario. Los documentos generados en el proceso serán notificados al buzón electrónico del agente de percepción del IVA no residente, del portal web institucional. En este caso, el sancionado con pena de suspensión o cancelación de su inscripción, podrá rehabilitarla nuevamente si hubiere transcurrido un año desde la ejecutoría de la resolución administrativa que impuso la pena, para lo cual deberá seguir el proceso de inscripción previsto en esta Resolución.

Sección II Del pago del IVA percibido

Artículo 20.- Plazo para el pago del IVA percibido.- El valor del IVA percibido deberá ser pagado dentro del mismo plazo de vencimiento previsto en el artículo 12 de esta Resolución para la presentación de la declaración.

Artículo 21.- Forma de pago del IVA percibido.- Una vez presentada la declaración, los agentes de percepción pagarán el impuesto que resulte en la declaración a través de transferencia del valor adeudado a la cuenta número 01331739 "CCU SRI-IVA-Importación Servicios Digitales-FT" del Banco Central del Ecuador a nombre del Servicio De Rentas Internas. En la página web institucional constarán los demás datos necesarios para la realización de la transferencia. En el momento del correspondiente pago, el responsable deberá consignar el valor adeudado, por concepto de impuestos y, cuando corresponda, multas e intereses.

Capítulo III

Metodología Aplicada

Metodología aplicada

Los aspectos metodológicos ubican el proceso de investigación del estudio desarrollado, en cuanto esos procedimientos son los que orientan cualquier proyecto que se quiera realizar. Es así como la investigación se centra básicamente en un estudio aplicado, teniendo como propósito primordial la resolución de problemas.

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se utilizará en este proyecto es la investigación cuantitativa ya que se centra en la información recibida a través de una gran cantidad de datos, Generalmente este tipo de investigación proviene a través de la recolección, estudio y análisis de grandes cantidades de datos mediante técnicas y tecnología estadística capturados en forma de datos numéricos

Diseño

La técnica de ayuda que será utilizada para levantar la información es la encuesta que se realizarán a usuarios o consumidores de los servicios digitales, las cuales nos van a ayudar a identificar, describir y precisar porcentajes sobre el impacto del cobro del IVA a los servicios digitales.

Población

La investigación es aplicada a los consumidores de servicios digitales de la ciudad de Guayaquil.

Muestra

Muestreo por cuotas

Investigación sobre los consumidores de servicios digitales del Ecuador, como población la ciudad de Guayaquil 2'723.665 (2020), Según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Tabla 5:

Detalle de la muestra

Extracto	Sector	Cantidad	Porcentaje	Muestra
1	Norte	1.050.826	39%	26
2	Centro	715.513	26%	18
3	Sur	957.326	35%	24
Total		2.723.665	100%	68

Fórmula
$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}.$$

Tabla 6:

Datos para cálculo de la muestra

Parámetro	Insertar Valor
N	2.723.665
Z	1,645
P	50,00%
Q	50,00%
e	10,00%

$$n = \frac{2723665 * 1,645_{\alpha}^2 * 0,50 * 0,50}{0,10^2 * (2723665 - 1) + 1,645_{\alpha}^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 67,65$$

Si se encuesta a 68 personas, el 90% de las veces el dato que quieres medir estará en el intervalo $\pm 10\%$ respecto al dato que observes en la encuesta.

Instrumento

Se determinó utilizar como instrumento la encuesta, a partir de esto se utilizará para identificar el impacto ocasionado a los consumidores de los servicios digitales debido que actualmente se cobra el IVA a dicho servicios.

Presentación y análisis de datos de la encuesta

Esta parte del presente trabajo ha sido elaborada con base a una encuesta online aplicada a 68 personas entre hombres y mujeres mayores de edad ubicados en la ciudad de Guayaquil que involucró al sector norte, centro y sur.

Análisis de los datos de la encuesta

Debido a que la encuesta era por medio de internet, vía online muchas personas alrededor del mundo tanto niños como adultos tienen acceso a este medio, por lo tanto, para confirmar de acuerdo con la muestra de 68 personas que pertenezcan a la ciudad de Guayaquil se tomaron en cuenta preguntas de la ciudad, género y edad.

A continuación, se presenta un análisis de los datos de la encuesta desarrollada donde se muestran las tablas y los gráficos correspondientes:

Tabla 7:

Análisis de datos por edad y género

Edad	Género				Total	
	Femenino		Masculino			
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25 años	24	51,06%	8	38,10%	32	47,06%
26 - 35 años	10	21,28%	0	0,00%	10	14,71%
36 - 45 años	9	19,15%	10	47,62%	19	27,94%
Más de 46 años	4	8,51%	3	14,29%	7	10,29%
Total	47	69,12%	21	30,88%	68	100%

La tabla 3 muestra los datos de acuerdo, a cuatro rangos de edades, donde el género femenino es representado por el 69,12%, mientras tanto que el género masculino es del 30,88%, se puede justificar, esta diferencia ya que las mujeres asisten en varios campos, sea en tareas del hogar, como de trabajo fuera del hogar, a diferencia de los hombres que son los que salen a laborar.

Según la pregunta de edades, en el grafico 1 del rango de 18 a 25 años, es el mayor porcentaje de personas que utilizan servicios digitales dentro de la ciudad de Guayaquil con un 47,06%, esto se debe a que los jóvenes en la actualidad por la pandemia se dedican más a entretenimiento y el estudio en casa, en segundo lugar las personas de 36 a 45 años con el 27,94%, en tercer lugar el rango de 26 a 35 años con un porcentaje de 14,71% y por último las personas de mayores de 46 años con el 10,29%, ya que se encuestaron a 47 mujeres y 21 hombres.

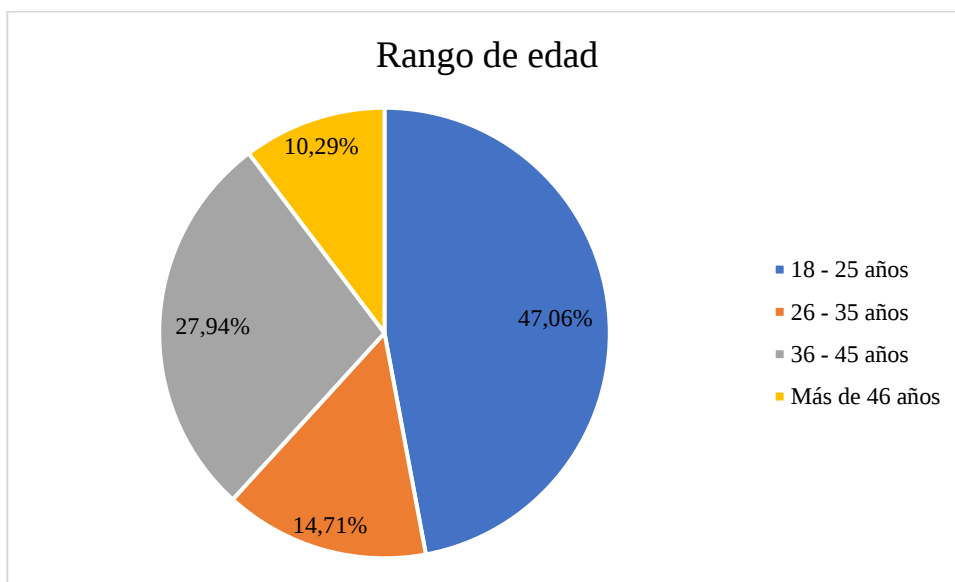


Gráfico 1: Rango de edad

Según la pregunta ¿Qué tipo de servicio ha utilizado en sus dispositivos digitales con más frecuencia? (computadores, tablets, teléfonos, etc.) los 68 encuestados escogieron algunas de las opciones que se detalla en la tabla 4

Tabla 8:

Tipo de servicios utilizados con más frecuencia

Servicios Utilizados	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación (WhatsApp, Line, Telegram, etc.)	52	76,47%
Educativos (Zoom, Edmodo, etc.)	32	47,06%
Entretenimiento (Netflix, Spotify, Disney, etc.)	43	63,24%
Juegos	18	26,47%
Salud & Bienestar (Deportivas, Alimentos, etc.)	14	20,59%

Representado en el gráfico 2 las personas utilizan con frecuencia en sus dispositivos digitales los servicios de comunicación con un 76,47%, asimilándose a los servicios de entretenimiento con un 63,24% por ejemplo Netflix, Spotify, Disney, etc., posterior a esto también las personas utilizan los servicios digitales de educación , ya que por la pandemia nos ha tocado estudiar online esto representa un 47,06% dentro de la pregunta, el 26,47% de los encuestados utilizan servicios digitales relacionados a juegos. Y con un porcentaje muy bajo se representa el uso de aplicaciones o servicios de salud con el 20,59%.

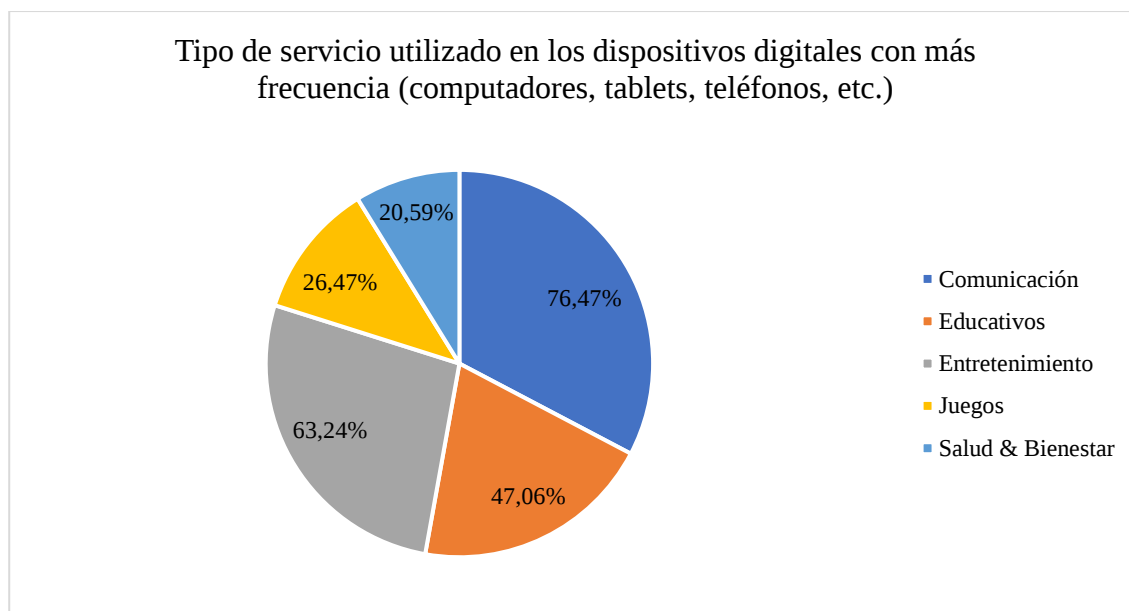


Gráfico 2: Tipo de servicios utilizados con más frecuencia

De acuerdo con la lista de servicios digitales que se detallaron en la encuesta, los 68 encuestados indicaron cuales son los servicios que ellos más utilizan en la actualidad, el porcentaje es obtenido vs la muestra según la tabla 5.

Tabla 9:

Detalle de servicios digitales utilizados

Servicios Digitales Utilizados por los encuestados Encuestados (68)		
Servicios digitales	Frecuencia	Porcentaje
Netflix	54	79,41%
Facebook	42	61,76%
Google	35	51,47%
ZOOM.US	27	39,71%
Disney Play	25	36,76%
Spotify	16	23,53%
Amazon	15	22,06%
Uber Eats	12	17,65%
Apple.com	11	16,18%
HBO	7	10,29%
Ninguna de las anteriores	2	2,94%
WhatsApp Business	1	1,47%

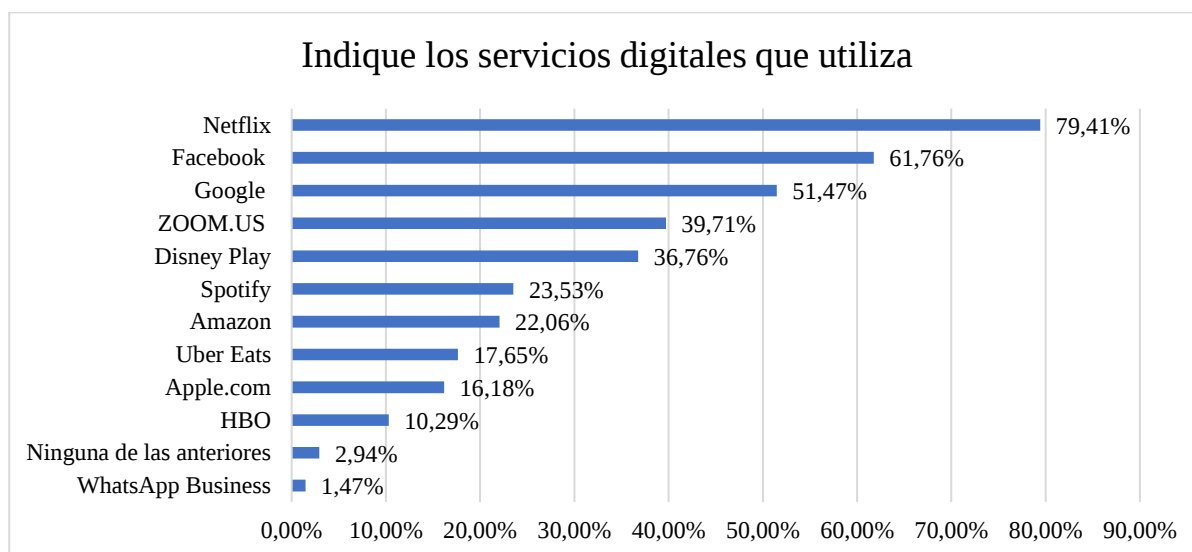


Gráfico 3: Detalle de los servicios digitales utilizados en la actualidad

Así mismo en el gráfico 3 se detalla los porcentajes de los servicios digitales que las personas de Guayaquil utilizan, las principales en primer lugar Netflix con 79,41%, segundo lugar Facebook 61,76%, y Google en tercer lugar con más del 51,47 %. Seguidas de secundarias como Disney plus, Amazon, Spotify, HBO, Uber.

De acuerdo con la tabla 6 a la pregunta ¿Qué tan informado se encuentra sobre el cobro de IVA a los servicios digitales prestados en el Ecuador?

Tabla 10:

Información sobre el cobro del IVA a los servicios digitales

	Frecuencia	Porcentaje
Ligeramente informado	12	17,65%
Muy informado	11	16,18%
Nada informado	15	22,06%
Un poco informado	30	44,12%
Total	68	100%

Con respecto a que tan informados están las personas de Guayaquil sobre el cobro del IVA a los servicios digitales en Ecuador: el 44,12% indicó que están un poco informados, el 22,06% nada informado, el 17,65% ligeramente informado y por último el 16,18% muy informado, esto nos hace llegar a la conclusión que parcialmente las personas que habitan en Guayaquil están algo informadas y no en su totalidad y de igual forma cierta parte de la población no está informada.

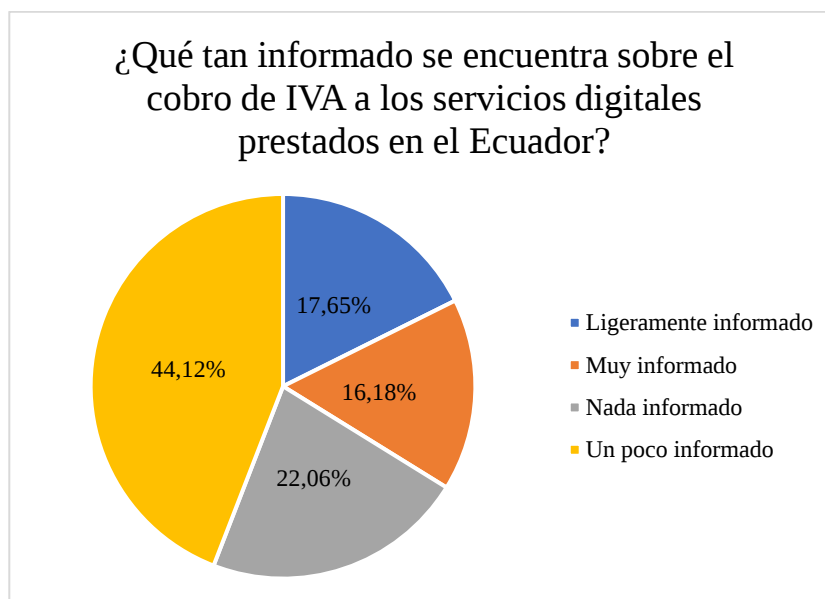


Gráfico 4: Qué tan informado se encuentra sobre el cobro de IVA a los servicios digitales prestados en el Ecuador

En la pregunta que dice ¿Está de acuerdo con el cobro de IVA a los servicios digitales prestados en el Ecuador?, de acuerdo con la tabla

Tabla 11:

Acuerdo o desacuerdo por el cobro del IVA

	Frecuencia	Porcentaje
Algo de acuerdo	9	13,24%
Algo en desacuerdo	16	23,53%
Muy de acuerdo	1	1,47%
Muy en desacuerdo	20	29,41%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	22	32,35%
Total	68	100%

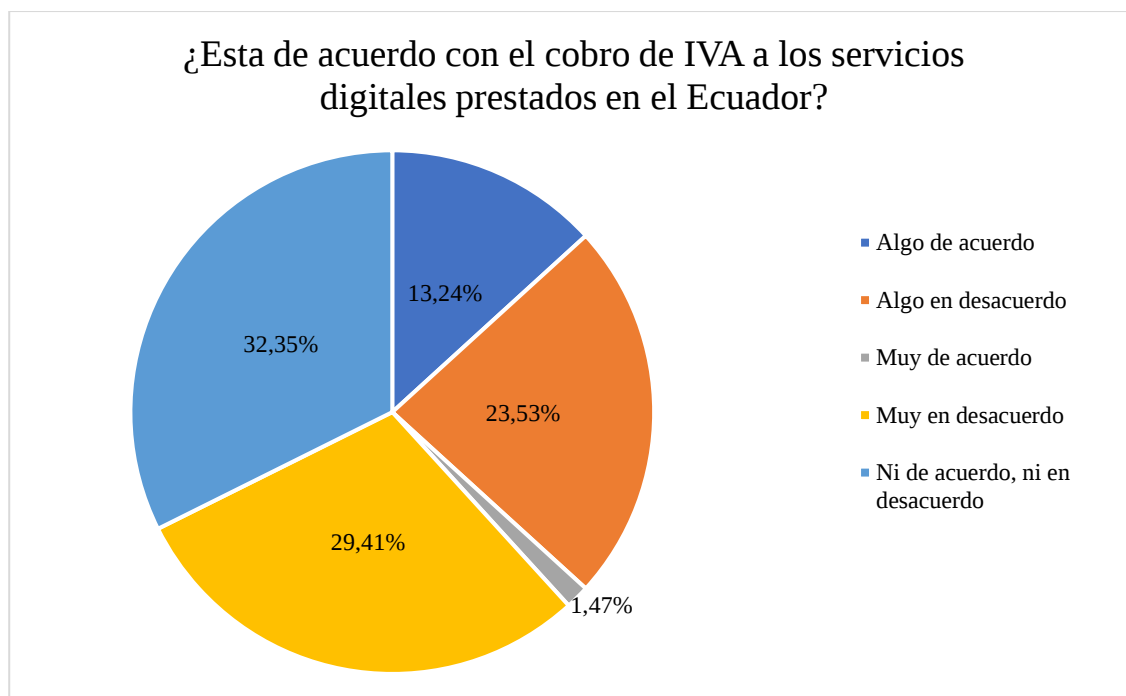


Gráfico 5: Acuerdo o desacuerdo por el cobro del IVA

El 32,35% de las personas de Guayaquil están en ni de acuerdo y ni en desacuerdo del cobro del IVA a los servicios digitales, el 29,41% están muy en desacuerdo, el 23,53% está en algo en desacuerdo, el 13,24% está en algo de acuerdo con esta medida tomada por el Estado ecuatoriano y en su minoría un 1,47% están muy de acuerdo. Esto nos lleva a que la mayoría de las personas esta ni en desacuerdo ni en acuerdo sobre esta medida tomada en Ecuador, y también una gran parte está muy en desacuerdo.

De acuerdo con la pregunta ¿Dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA? En la tabla se expresan los datos.

Tabla 12:

Dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA

	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	35,29%
No	23	33,82%
No lo se	21	30,88%
Total	68	100%

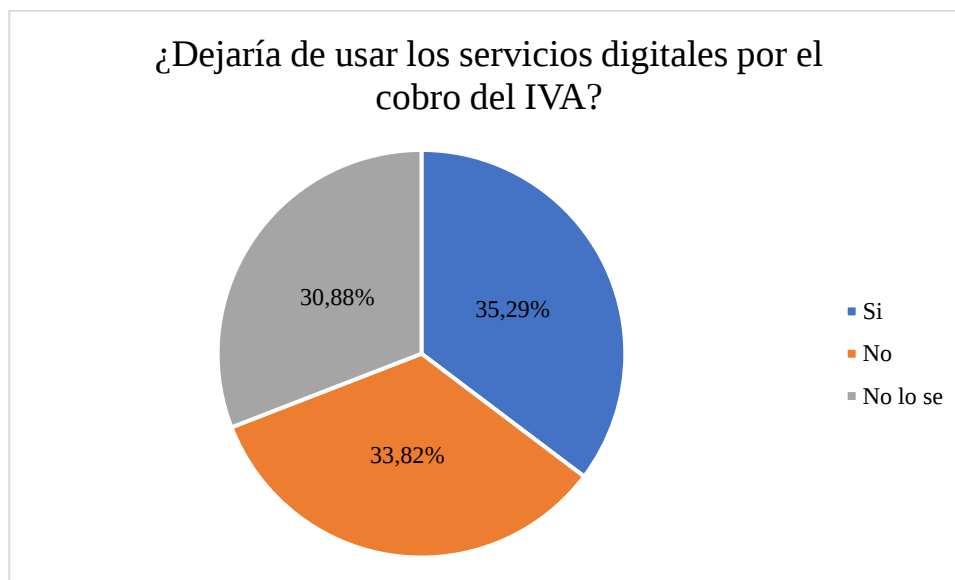


Gráfico 6: Dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA

Esta pregunta está muy en discusión ya que existieron porcentajes muy similares con respecto a si dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA, el 35,29% respondió que SI, mientras que el 33,82% respondió que NO, pero así mismo el 30,88% respondió que no lo sabía. Aquí se refleja lo muy poco informados que están sobre esta medida que se tomó el año pasado.

Tabla 13:

Porque sí dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA

	Frecuencia	Porcentaje
Si, pero más adelante	2	8,33%
Si, porque considero que el precio es muy alto	3	12,50%
Si, porque prefiero las plataformas gratuitas	8	33,33%
Sí, porque se me sale del presupuesto	11	45,83%
Total	24	100,00%

En la respuesta anterior indicó que SÍ dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA.
Podría indicar ¿Porqué?

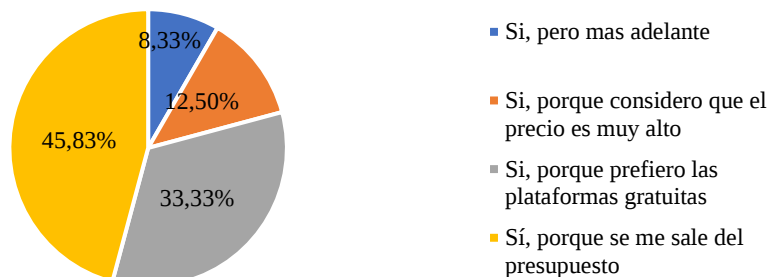


Gráfico 7: Respuesta del ¿Por qué? SI

Dentro de esta sub - pregunta, se refleja que 24 personas respondieron que si dejarían de usar servicios digitales debido al cobro del IVA y el 45,83% explicó que es porque sale de sus presupuestos, el 33,33% porque prefiere usar aplicaciones gratuitas, el 12,50% porque consideran que el precio es muy alto y el 8,33% indico que cambiaría, pero más adelante.

Tabla 14:

Porque no dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA

	Frecuencia	Porcentaje
No, porque está considerado en mi presupuesto	5	21,74%
No, porque no lo veo necesario	3	13,04%
No, porque son plataformas necesarias	12	52,17%
No, porque utilizo plataformas gratuitas	3	13,04%
Total	23	100%

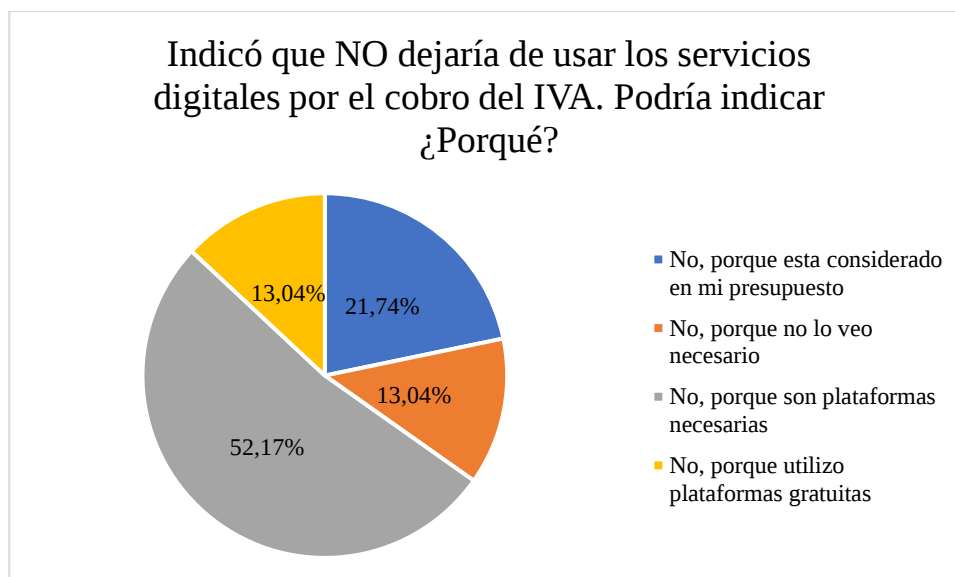


Gráfico 8: Respuesta del ¿Por qué? NO

Dentro de esta sub pregunta respondieron 23 personas que indicaron que no dejarían de usar servicios digitales por el cobro del IVA, el 52,17% indicaron que es porque estas aplicaciones son muy necesarias, el 21,74% porque si está considerado dentro de sí presupuesto, mientras que el 13,04% lo igualan a que porque no ven necesario dejar de usar estas aplicaciones y también porque no utilizan plataformas gratuitas.

CAPÍTULO IV

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Que, dentro del análisis realizados sobre la regulación de la recaudación de impuestos a los servicios digitales en las Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000053 dictada y firmada el 22 de agosto del 2020, y la Resolución Nro. NAC-DGERCGC20-00000055 dictada y firmada el 4 de septiembre del 2020 aplicadas a partir del 16 de septiembre del 2020, se establece que las personas naturales o sociedades no residentes en el Ecuador serán agentes de percepción del IVA generado en la importación de servicios digitales.

Que, el impacto que tuvieron los consumidores de los servicios digitales ante el sistema tributario por el cobro del impuesto al valor agregado reflejó que la mayoría de las personas consumidoras de estos servicios digitales manifestaron su desacuerdo con esta medida y por otro lado no estaban totalmente informados sobre este nuevo sistema de cobro tributario del IVA a las plataformas digitales.

Que, indistintamente de que exista o no un impuesto que graven a los servicios digitales, se ha podido observar en la investigación que las personas siguen adquiriendo los servicios de manera normal, aunque aún existe un porcentaje que prefieren cancelar sus suscripciones antes que pagar más por ellas.

Cabe recalcar que, debido a la implementación de este impuesto a los servicios digitales las personas buscan métodos y aplicaciones gratuitas, para evitar así el pagar más por los servicios, debido a que la necesidad de ahorrar en tiempos de crisis es una parte primordial en los ecuatorianos.

Recomendaciones

Se recomienda que las sociedades inscritas en el SRI como agentes de percepción del IVA cumplan con todo lo solicitado referente a la recaudación del impuesto a los servicios digitales.

Se recomienda que las personas consumidoras de los servicios digitales en Ecuador se instruyan mucho más sobre la recaudación del impuesto al valor agregado a los servicios digitales.

Se considera que el Servicio de Rentas Internas debería efectuar campañas informativas para que la sociedad ecuatoriana comprenda la implementación del mismo respecto a las plataformas digitales.

Es importante que se analicen y se estudien las normativas de los otros países tales como Argentina, Chile, Colombia y Uruguay, pues estos ya han implementado un impuesto para los servicios digitales y de esta manera se actualizaría la información y se podrá adaptar a las normas que se encuentran vigentes en el Ecuador.

Bibliografía

- Almachi, D. (2020). *Los servicios digitales y su efecto en el sistema tributario ortodoxo*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 29 de 11 de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31001>
- Baz, P. (2020). *Análisis jurídico-tributario del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales en España: Valoración crítica y comparativa con otros países*. Madrid: Comillas Universidad Pontífica. Recuperado el 16 de 12 de 2020, de <http://hdl.handle.net/11531/40541>
- Cortizo, J. C. (03 de 05 de 2018). *En.digital*. Recuperado el 23 de 12 de 2020, de En.digital: <https://en.digital/blog/de-producto-a-servicio-la-historia-de-la-economia-de-la-suscripcion/734>
- H. Congreso Nacional. (2000). *Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor*. Quito: H. Congreso Nacional. Recuperado el 18 de 01 de 2020
- Moreno, M. F. (2019). *El Impuesto Digital en el Mundo*.
- Netbangers. (18 de 12 de 2019). *netbangers.com*. Recuperado el 23 de 12 de 2020, de netbangers.com: <https://www.netbangers.com/blog/marketing-digital/servicios-digitales-todo-lo-que-necesito-a-un-clic-de-distancia>
- Paguay, A. (2019). *La Determinación Tributaria A Los Servicios Digitales De Entretenimiento Que Prestan Las Empresas Multinacionales En El Ecuador*. Ambato: Pontífica Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 29 de 11 de 2020, de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2873>
- Pendino, S. (2020). *sebastianpendino.com*. Recuperado el 23 de 12 de 2020, de sebastianpendino.com: <https://sebastianpendino.com/que-significa/servicio-digital/>
- Ramírez, M. (2020). *Determinación del Impuesto al Valor Agregado sobre la prestación de servicios de plataformas digitales para el efectivo control y recaudación del Servicio de Rentas Internas bajo el principio de eficiencia*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado el 29 de 11 de 2020, de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2873>
- Rico, L. (2019). *La tributación de las actividades digitales. Especial referencia a la tasa Google*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Recuperado el 16 de 12 de 2020, de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/38687>
- Rodriguez, J. (12 de 09 de 2019). *Rankia.co*. Obtenido de Rankia.co: <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
- Seoane, E. (2005). *La nueva era del comercio: el comercio electrónico*. Vigo, España: Ideaspropias. Recuperado el 23 de 12 de 2020

Anexos

Anexo 1

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGER/CGC20-0000055

LA DIRECTORA GENERAL DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

CONSIDERANDO:

Que el artículo 83 de la Constitución de la República del Ecuador establece que son deberes y responsabilidades de los habitantes del Ecuador acatar y cumplir con la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente, cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social y pagar los tributos establecidos por ley;

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

Que el artículo 73 del Código Tributario establece que la actuación de la Administración Tributaria se desarrollará con arreglo a los principios de simplificación, celeridad y eficacia;

Que la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, publicada en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 111 de 31 de diciembre de 2019, incluyó en sus artículos 25, numeral 1, y siguientes, disposiciones reformativas a la Ley de Régimen Tributario Interno, tendientes a fortalecer la regulación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la prestación de servicios digitales por parte de un no residente fiscal en Ecuador, a favor de un residente o un establecimiento permanente de un no residente en el Ecuador;

Que como consecuencia de dichas reformas, el artículo 56 de la Ley de Régimen Tributario Interno aclara, en su inciso primero, que también se encuentran gravados con el IVA los servicios digitales conforme se definan en el reglamento a dicha ley;

Que el artículo 140.1 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno contempla la definición de "servicios digitales" e incluye una lista ejemplificativa de los tipos de servicios que se enmarcan en tal concepto;

Que el numeral 3 del literal a.1) del artículo 63 de la Ley de Régimen Tributario Interno establece que son sujetos pasivos del IVA, en calidad de agentes de percepción, los no residentes en el Ecuador que presten servicios digitales conforme se definan en el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, siempre y cuando se registren en la forma establecida por el Servicio de Rentas Internas;

Que el artículo 147.2 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno dispone que el referido registro no constituirá para el prestador del servicio no residente un establecimiento permanente en el país; además señala que el IVA percibido por el prestador de servicios digitales no residente en el Ecuador, será declarado mensualmente en la forma y con el procedimiento que señale el Servicio de Rentas Internas mediante resolución;

Anexo 2

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial y, salvo lo dispuesto en la sección I del Capítulo II y en las Disposiciones Transitorias, las demás normas serán aplicables a partir del 16 de septiembre de 2020.

Dictó y firmó electrónicamente la resolución que antecede, la Econ. Marisol Andrade Hernández, Directora General del Servicio de Rentas Internas, el 04 de septiembre de 2020.

Lo certifico.-



Alba Molina Puebla
SECRETARIA GENERAL
DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS



www.sri.gob.ec

Lenín



Anexo 3

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

RESOLUCIÓN Nro. NAC-DGERCGC20-00000053

LA DIRECTORA GENERAL DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

CONSIDERANDO:

Que el artículo 83 de la Constitución de la República del Ecuador establece que son deberes y responsabilidades de los habitantes del Ecuador acatar y cumplir con la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente, cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social y pagar los tributos establecidos por ley;

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

Que el artículo 73 del Código Tributario establece que la actuación de la Administración Tributaria se desarrollará con arreglo a los principios de simplificación, celeridad y eficacia;

Que la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria, publicada en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 111 de 31 de diciembre de 2019, incluyó en sus artículos 25, numeral 1, y siguientes, disposiciones reformativas a la Ley de Régimen Tributario Interno, tendientes a fortalecer la regulación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la prestación de servicios digitales por parte de un sujeto sin residencia fiscal en Ecuador, a favor de un residente fiscal en Ecuador o de un establecimiento permanente de un no residente en Ecuador;

Que el artículo 140.1 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno contempla la definición de "servicios digitales" e incluye una lista ejemplificativa de los tipos de servicios que se enmarcan en tal concepto;

Que el artículo 40 de la Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria incluyó una Disposición General innumerada a la Ley de Régimen Tributario Interno, la cual establece que el Servicio de Rentas Internas publicará, en su sitio web, el catastro de prestadores de servicios digitales;

Que el numeral 7 del artículo 61 de la Ley de Régimen Tributario Interno establece que el hecho generador del IVA en la importación de servicios digitales se verificará en el momento del pago por parte del sujeto residente fiscal en Ecuador o del establecimiento permanente de un no residente en Ecuador, a favor del sujeto no residente prestador del servicio digital;

Que el numeral 8 del artículo 61 de la Ley de Régimen Tributario Interno establece que el hecho generador del IVA en los pagos por servicios digitales, que correspondan a servicios de entrega y envío de bienes muebles de naturaleza corporal, se aplicará sobre la comisión pagada adicional al valor del bien enviado;

Que el numeral 8 del literal b) del artículo 63 *idídem* establece que son sujetos pasivos del IVA, en calidad de agentes de retención, las empresas emisoras de tarjetas de crédito en los pagos efectuados en la adquisición de servicios digitales, cuando el prestador del servicio no se encuentre registrado en la forma establecida por el Servicio de Rentas Internas;

Anexo 4

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Resolución entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial y, salvo lo dispuesto en la Disposición Transitoria Única, sus disposiciones serán aplicables a partir del 16 de septiembre de 2020.

Dictó y firmó electrónicamente la resolución que antecede, la Econ. Marisol Andrade Hernández, Directora General del Servicio de Rentas Internas, el 22 de agosto de 2020.

Lo certifico.-



Dra. Alba Molina Puebla
SECRETARIA GENERAL
DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS



Anexo 5

CATASTRO DE PRESTADORES DE SERVICIOS DIGITALES

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA	MARCA SERVICIOS COMISIÓN	DOMICILIADO O EP	REGISTRADO SRI	FECHA DE REGISTRO	FECHA FIN DE REGISTRO
NETFLIX	Contenidos audiovisuales por streaming	1					
Netflix	Contenidos audiovisuales por streaming	1					
SPOTIFY	Reproducción de música vía streaming	1					
Spotify	Reproducción de música vía streaming	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
APPLE.COM/BILL	Software y servicios en línea	1					
GOOGLE	Servicios relacionados con Internet y software	1					
Google	Servicios relacionados con Internet y software	1					
AMAZON PRIME	Servicio de videos disponible en streaming y suscripción para envíos gratuitos	1					
AMAZON DIGIT	Servicio de videos disponible en streaming	1					
AMAZON MUSIC	Plataforma de retransmisión de música	1					
AMAZON VIDEO	Servicio de videos disponible en streaming	1					
Amazon Prime	Servicio de videos disponible en streaming	1					
Amazon.ca Prime	Servicio de videos disponible en streaming	1					
Amazonca Prime	Servicio de videos disponible en streaming	1					
Amazon.ca Prime	Servicio de videos disponible en streaming	1					
Amazon Digit	Servicio de videos disponible en streaming	1					
Amazon Music	Plataforma de retransmisión de música	1					
Amazon Video	Servicio de videos disponible en streaming	1					
AMZNPRIME	Servicio de videos disponible en streaming	1					
AMZN DIGIT	Servicio de videos disponible en streaming	1					
AMZN Digit	Servicio de videos disponible en streaming	1					
AMZNDIGIT	Servicio de videos disponible en streaming	1					
AMAZON WEB SERVICES	Plataforma de servicios en la nube segura, que ofrece servicios de potencia computacional, almacenamiento de bases de datos, entrega de contenidos y otras funcionalidades	1					
Amazon web services	Plataforma de servicios en la nube segura, que ofrece servicios de potencia computacional, almacenamiento de bases de datos, entrega de contenidos y otras funcionalidades	1					
PRIME NOW	Permite realizar pedidos mediante web o app	1					
PRIMENOW	Permite realizar pedidos mediante web o app	1					
Prime Now	Permite realizar pedidos mediante web o app	1					
PrimeNow	Permite realizar pedidos mediante web o app	1					
Prime Video	Servicio de videos disponible en streaming	1					
PLAYSTATIONNETWORK	Servicio de compra de contenidos en línea	1					
PLAYSTATION NETWORK	Servicio de compra de contenidos en línea	1					
PlaystationNetwork	Servicio de compra de contenidos en línea	1					
MICROSOFT	Plataforma de distribución digital de software	1					
Microsoft	Plataforma de distribución digital de software	1					
MSFT	Plataforma de distribución digital de software	2					
LINKEDIN	Red social para profesionales que pone a disposición espacios publicitarios	1					
Linkedin	Red social para profesionales que pone a disposición espacios publicitarios	1					

Anexo 6

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA	MARCA SERVICIOS COMISIÓN	DOMICILIADO O EP	REGISTRADO SRI	FECHA DE REGISTRO	FECHA FIN DE REGISTRO
SCRIBO	Sitio web para compartir documentos que permite a los usuarios publicar archivos de diversos formatos e incrustarlos en una página web.	1					
scribd	Sitio web para compartir documentos que permite a los usuarios publicar archivos de diversos formatos e incrustarlos en una página web.	1					
CHEGG	Alquiler de libros de texto físicos y digitales, tutoría en línea y otros servicios para estudiantes.	4					
*CHEGG	Alquiler de libros de texto físicos y digitales, tutoría en línea y otros servicios para estudiantes.	4					
SEMURSH	Análisis de marketing y visibilidad en línea.	1					
ZAPIER	Permite a los usuarios finales integrar las aplicaciones web que usan.	1					
ROCKSTAR GAM	Desarrolladora y publicadora de videojuegos.	1					
GAMESROCKS	Desarrolladora y publicadora de videojuegos.	1					
Rockstar Gam	Desarrolladora y publicadora de videojuegos.	1					
BEATPORT	Música en línea especializada en música electrónica.	1					
BITDEFENDER	Software de ciberseguridad.	1					
SPREAKER	Reproducción de música vía streaming.	1					
Photoshp Lightrm Bndl	Editar, organizar, almacenar y compartir fotografías.	1					
PHOTOSHP LIGHTRM BNDL	Editar, organizar, almacenar y compartir fotografías.	1					
DIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	8					
DIDI MX	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
*DIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
*DIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
PAYU DIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
4i DIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
DIDI MOB	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
IN DIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
DIDIMX	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
MIDIDI	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
Didi	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	8					
Didi	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	5					
DidiChualing	Plataforma tecnológica que provee servicios de transporte.	1					
GAIAINC	Plataforma de streaming especializada en contenidos sobre bienestar personal, teorías alternativas, yoga y meditación.	1					
*GAIA	Plataforma de streaming especializada en contenidos sobre bienestar personal, teorías alternativas, yoga y meditación.	4					
GAIA, INC	Plataforma de streaming especializada en contenidos sobre bienestar personal, teorías alternativas, yoga y meditación.	1					
PAYPAL GAIA	Plataforma de streaming especializada en contenidos sobre bienestar personal, teorías alternativas, yoga y meditación.	1					
GAIA INC	Plataforma de streaming especializada en contenidos sobre bienestar personal, teorías alternativas, yoga y meditación.	1					
ZWIFT	Programa de entrenamiento físico para correr y ciclismo en línea.	1					
BKOOL	Red social que le permite entrenar ciclismo en casa con otros usuarios del sistema.	1					
STRAVA	Red social basada en Internet y GPS enfocada a deportistas como pueden ser ciclistas y corredores y una aplicación de seguimiento GPS deportiva.	1					
Strava	Red social basada en Internet y GPS enfocada a deportistas como pueden ser ciclistas y corredores y una aplicación de seguimiento GPS deportiva.	1					
PATREON	Es una plataforma por medio de la cual los creadores de contenido y artistas de todo el mundo pueden obtener ganancias gracias a sus seguidores.	1					
Patreon	Es una plataforma por medio de la cual los creadores de contenido y artistas de todo el mundo pueden obtener ganancias gracias a sus seguidores.	1					
LXRET	Juegos de apuestas en línea.	1					
TIPTI	Supermercado en mercado línea.	1	INGRESOS POR COMISIÓN	SI			
INDRIVER	Plataforma que ofrece servicios de transporte.	1					

(1) Cualquier Denominación Comercial que contenga dicho término

(2) Cualquier Denominación Comercial que contenga dicho término más un espacio a la derecha

(3) Cualquier Denominación Comercial que contenga con dicho término más un espacio o espacios y algún código alfanumérico o numérico

(4) Cualquier Denominación Comercial que contenga dicho término pero que no sea parte de otras palabras

(5) Cualquier Denominación Comercial que comience con dicho término más un espacio o espacios y algún código alfanumérico o numérico o dos o más espacios y alguna letra o grupo de letras.

(6) Cualquier Denominación Comercial que comience con dicho término

(7) Cualquier Denominación Comercial que contenga dicho término más un espacio a la derecha y otro a la izquierda

(8) Cualquier Denominación Comercial que comience y sólo tenga dicho término

(9) Cualquier Denominación Comercial que contenga dicho término con un espacio a la izquierda

FECHA DE PUBLICACIÓN:

15/01/2021

PRÓXIMA PUBLICACIÓN:

15/04/2021

Catastro publicado conforme el último inciso del artículo 140.1 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno

Anexo 7



Facultad de Ciencias Administrativas

Gracias por aceptar ser parte de esta encuesta. Este cuestionario no te llevará más de 15 minutos. La siguiente encuesta es realizada con la finalidad de "Analizar el impacto de los servicios digitales en el sistema tributario por el cobro del impuesto al valor agregado IVA". Por favor lea detenidamente las preguntas. ¡Gracias por su tiempo y comentarios!

Información de contacto

Esta sección contiene algunas preguntas acerca de usted. Sus respuestas serán tratadas con estricta confidencialidad y no serán compartidas con nadie.

1. ¿Cuál es su género?

Femenino ☐ Masculino ☐

2. Seleccione el rango de edad al que pertenece

18 - 25 años ☐ 26 - 35 años ☐ 36 - 45 años ☐ Más de 46 años ☐

3. Usted vive en la ciudad de Guayaquil

Si ☐ No ☐

4. ¿En qué sector de Guayaquil vive?

Norte ☐ Sur ☐ Centro ☐

5. ¿Qué tipo de servicio ha utilizado en sus dispositivos digitales con más frecuencia? (computadores, tablets, teléfonos, etc.). Seleccione todos los que correspondan.

Entretenimiento (Netflix, Spotify, Disney, etc.) ☐ Salud & Bienestar (Deportivas, Alimentos, etc.) ☐
Comunicación (WhatsApp, Line, Telegram, etc.) ☐ Educativos (Zoom, Edmodo, etc.) ☐
Juegos ☐ Otras Ninguna de las anteriores ☐

6. De acuerdo con la siguiente lista por favor ¿Indique los servicios digitales que utiliza? Seleccione todos los que correspondan.

Netflix ☐ Spotify ☐ Apple.com ☐ Disney Play ☐ HBO ☐
Amazon (Prime, Music, Digit, web services) ☐ Google (servicios relacionados internet y software) ☐
Facebook (publicidad) ☐ Uber Eats (plataforma online de pedido de comida) ☐
ZOOM.US (servicios de conferencia) ☐ Ninguna de las anteriores ☐ Otro:.....

7. ¿Qué tan informado se encuentra sobre el cobro de IVA a los servicios digitales prestados en el Ecuador?

Extremadamente informado ☐ Muy informado ☐ Un poco informado ☐
Ligeramente informado ☐ Nada informado ☐

8. ¿Está de acuerdo con el cobro de IVA a los servicios digitales prestados en el Ecuador?

Muy en desacuerdo ☐ Algo en desacuerdo ☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ☐
Algo de acuerdo ☐ Muy de acuerdo ☐

9. ¿Dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA?

Si ☐ (Salta a la pregunta 10) No ☐ (Salta a la pregunta 11) No lo se ☐

10. En la respuesta anterior indicó que SÍ dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA. Podría indicar ¿Por qué?

Si, porque considero que el precio es muy alto ☐ Si, porque se me sale del presupuesto ☐
Si, porque prefiero las plataformas gratuitas ☐ Si, pero más adelante ☐

11. En la respuesta anterior indicó que NO dejaría de usar los servicios digitales por el cobro del IVA. Podría indicar ¿Por qué?

No, porque no lo veo necesario ☐ No, porque utilizo plataformas gratuitas ☐
No, porque son plataformas necesarias ☐ No, porque está considerado en mi presupuesto ☐

*Este contenido fue elaborado en Google Formularios