

Área: Ciencias Sociales, Naturales y Formales  
Disciplina: Economía  
Tipo de artículo: Artículo de Revisión

## Comercio electrónico y su impacto en la recaudación de impuestos en el Ecuador del 2012 - 2021

### *Electronic Commerce and the impact on tax collection in Ecuador from 2012 -2021*

#### Autores

Jorge Arturo, Briones-Morales<sup>a</sup>   
Walter Alberto, Bailón-Lourido<sup>a</sup> 

Fecha de envío: 27/07/2022

Fecha de aprobación: 14/10/2022

Fecha de publicación: 14/10/2022

#### Afiliación institucional

- a. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí del Ecuador, Auditorías de Tecnologías de la Información.

#### Identificación de la responsabilidad y contribución de autores

Los autores exponen haber contribuido de forma análoga en la idea original, en cuanto al diseño de estudio, análisis de datos, y escritura del artículo.

#### Fuente de financiamiento

La autora no recogió fondos para este trabajo.

#### Conflicto de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés con la publicación de este artículo.

**Correspondencia** Walter Bailón,  
Walter.bailón@uleam.edu.ec

#### Resumen

Se estudia el problema de la informalidad del comercio electrónico y la implementación de nuevas tecnologías por parte de las autoridades tributarias para hacer cumplir la determinación impositiva y por ende el impacto en la recaudación tributaria de este sector en Ecuador. El objetivo es identificar las causas de la informalidad en el comercio electrónico, así como demostrar la eficiencia de los controles tributarios existentes y su eficacia para determinar transacciones en línea; la investigación utilizó como metodología el positivismo, los enfoques cualitativo, cuantitativo, descriptivo y bibliográfico para evaluar y caracterizar la investigación; el procedimiento se realizó mediante la recolección de información de diferentes fuentes bibliográficas, fuentes estadísticas, y mediante la técnica de la encuesta en línea a personas y empresas que hayan realizado actividades de compra y venta por canales

electrónicos, con la finalidad de recolectar información del comportamiento y conocimiento actual, de esta forma establecer porcentajes de cumplimiento tributario de las personas intervinientes en esta modalidad, además cuantificar las causas más relevantes de la informalidad en esta modalidad de comercio; evidenciando en los resultados principalmente que las personas en esta modalidad no tienen RUC, que no se está facturando gran parte de las ventas electrónicas, que prefiere usar apps y webs por igual, a pesar de tener conocimientos normativos concluyendo así la falta de control tributario a canales digitales y un alto grado de informalidad y por ende un alto impacto en la recaudación de tributos por el bajo nivel de imposición a estas transacciones.

**Palabras Clave:** Comercio Electrónico, Evasión Fiscal, Informalidad Tributaria, Control Tributario, Recaudación Tributaria.

***Electronic Commerce and the impact on tax collection in Ecuador  
from 2012 -2021***

**Abstract**

*The problem of the informality of electronic commerce and the implementation of new technologies by the tax authorities to enforce tax determination and therefore the impact on tax collection in this sector in Ecuador are studied. The objective is to determine the causes of informality in electronic commerce, as well as to evaluate the existing tax controls and their efficiency to determine online transactions; The research used positivism as a methodology, qualitative, quantitative, descriptive and bibliographic approaches to evaluate and characterize the research; The procedure was carried out by collecting information from different bibliographic sources, statistical sources, and through the online survey technique of people and companies that have carried out buying and selling activities through electronic channels, in order to collect information on behavior and current knowledge, in this way establish percentages of tax compliance of the people involved in this modality, in addition to quantifying the most relevant causes of informality in this modality of trade; evidencing in the results mainly that people in this modality do not have RUC, that a large part of electronic sales is not being billed, that they prefer to use apps and websites alike, despite having regulatory knowledge, thus concluding the lack of tax control to digital channels and a high degree of informality and therefore a high impact on tax collection due to the low level of taxation on these transactions.*

## 1. Introducción

El desbordante crecimiento del comercio electrónico o e-commerce a nivel mundial ha sido palpable desde todo punto de vista, incluso llegando a ser un ODS (Objetivo de Desarrollo Sostenible No.8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico) de la Agenda de Naciones Unidas 2030, esta nueva economía ha ido impulsado la creación de plataformas digitales de ventas, aplicaciones de teléfonos , páginas web dedicadas a mercados online, con mayor aceleración en los últimos años debido a la aparición de la pandemia del COVID-19 donde las personas buscaban el menor contacto físico y presencial posible para realizar sus compras. Ante esto las herramientas tecnológicas y recursos de control fiscal en línea no están a la altura de estos nuevos modelos de negocio, teniendo que desarrollar todo un “marco normativo que desarrolla los derechos y garantías de los obligados tributarios” (Delgado , 2014, p.3)

en países europeos al no existir formalidad fiscal en muchos de estos nuevos negocios.

Es así como el Gobierno a través de sus autoridades fiscales debe encargarse de la recaudación tributaria en las actividades realizadas en línea, y siendo estas muy difíciles de controlar, se convierten en un problema por la falta de existencia de mayores controles para el cumplimiento de la obligación tributaria. ( Gutiérrez et al., 2020)

Ecuador no ha sido ajeno a este fenómeno, y siendo un Objetivo del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 (Objetivo 4, Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización 4.10 ; y Objetivo 5, Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria 5.2, 5.6 ) se ha promovido la utilización de nuevas herramientas tecnológicas para el comercio en línea, fomentado la expansión del mercado nacional al internacional de

productos; Dakduk, S.(2020) afirma que “se han dinamizado por la restricción de movilidad, de forma que optimizar el servicio no presencial constituye una gran oportunidad para mantenerse operativos.” (p.14).

Ecuador cuenta con Regímenes impositivos específicos para personas naturales y jurídicas (General, RIMPE Emprendedores y RIMPE Negocios Populares) elaborados para la determinación y recaudación de recursos fiscales a corto plazo, siendo los tributos una fuente de financiamiento principal para el estado ecuatoriano; éstas actividades de comercio electrónico están generando un impacto en la percepción de tributos al estado, al no existir las herramientas y mecanismos suficientes y eficientes para conocer las transacciones realizadas en línea, que son la base de determinación de los tributos (Gutiérrez, 2020), estos nuevos modelos de negocio que utilizan plataformas y aplicaciones, y debido

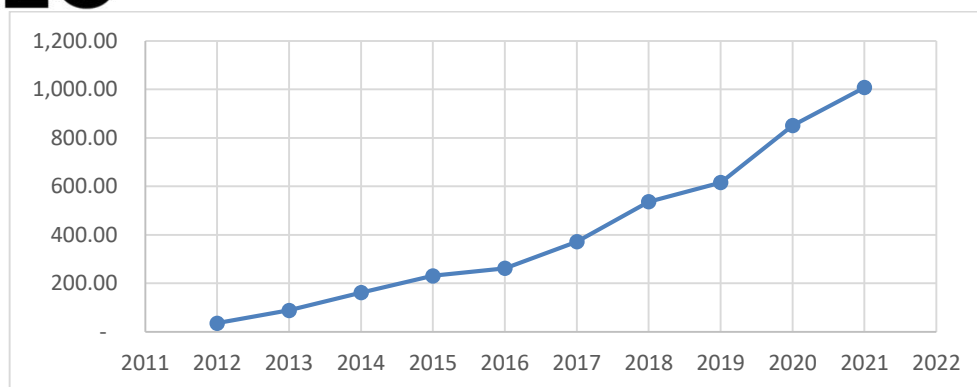
a la falta de control tributario causan una evasión fiscal. (Elizalde , 2016)

Esta investigación pretende indagar en el desarrollo del comercio electrónico en el Ecuador y cómo ha impactado en la recaudación de impuestos tributarios nacionales, por tanto, se delimitará espacialmente en el territorio de la Republica del Ecuador, y temporalmente en los periodos comprendidos de los años 2012 al 2021.

De las estadísticas recopiladas de la Superintendencia de Bancos del Ecuador, de la Cámara de Comercio Electrónico del Ecuador y otras fuentes podemos evidenciar la evolución del Comercio electrónico del Ecuador, en la que se proyecta llegará al 1% del PIB Nacional para el 2021.

En la Figura 1 podemos observar la significativa evolución de las compras en Portales a nivel nacional en el periodo estudiado, tendiendo un aumento del 900% desde el 2012 al 2021.

**Figura 1. El gráfico representa el crecimiento de las Ventas en Portales nacionales expresado en millones de dólares del año 2012 al 2021.**



### *Evolución de Ventas en Portales Nacionales (Millones de dólares)*

Fue Mieles et al. (2018), quien determinó los beneficios del comercio electrónico en usuarios en el Ecuador y describe la expansión de este tipo de comercio, que usa a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y que al permitir una mayor interacción entre vendedores y usuarios dinamiza y diversifica la economía (p. 16) siendo el comercio electrónico el siguiente paso en la evolución de las actividades socioeconómicas, uniendo así una necesidad ancestral de comerciar e intercambiar con las tecnologías del nuevo milenio.

Pero en el trabajo de Elizalde, A. (2016) mencionó que “dentro de ese nuevo mundo se abrió una puerta para la venta y compra sin control, algo donde los controles del SRI no pueden llegar fácilmente” (p. 32) esto debido a que la tecnología ha superado los controles existentes de las instituciones fiscales.

Es así como Gutiérrez et al. (2020), determinó que no existe ningún tipo impositivo en el ámbito nacional para el comercio electrónico (p. 69), su trabajo pauta la necesidad de la existencia de normas tributarias específicas para el comercio electrónico a nivel nacional, ya que de igual forma Santos, J. (2017) determinó la necesidad de una reestructuración en materia tributaria para regular este tipo de comercio, mediante una investigación exploratoria descriptiva de corte cualitativo inductivo, usando como métodos entrevistas e investigación documental (p. 106) con el fin de encontrar la eficiencia requerida para mejorar la recaudación tributaria y tenga un impacto positivo en la misma.

En referencia Quijano & Barajas (2019), propuso mecanismos necesarios para un modelo de tributación directa al comercio electrónico, usando para ello una investigación histórico deductivo por medio de análisis y fuente documentarias (p. 89). En su trabajo logra establecer las directrices para elaborar un modelo de tributación que podría ser utilizado en su entorno.

De acuerdo con Álava & Valderrama (2020), la informalidad en el Ecuador tiene sus orígenes mayormente en la desinformación y desconocimiento de la ley tributaria y societaria (p. 6) por lo que esta investigación busca identificar si las mismas causas afectan de igual forma al sector del comercio electrónico, esto brindará una visión a la autoridad tributaria para tratar de reducir la informalidad en el comercio electrónico y mejorar la recaudación de tributos.

Este trabajo utiliza epistemológicamente el Paradigma Positivista que concibe un estudio objetivo y especializado en la formulación de leyes generales (Bernal, 2016, p.45) con un enfoque cuantitativo ya que nos fundamentaremos en la medición y estimación de variables (Hernández, 2014), en el cual se utilizará un nivel Descriptivo para especificar propiedades, características y rasgos importantes (Hernández, 2014; Bernal, 2016) y nivel Correlacional para conocer el grado de asociación entre las variables y establecer su vinculación (Hernández, 2014), utilizando el método deductivo que nos ayudará a evaluar los casos generales y construir la teoría que sirva como base para la identificación de los hechos (Méndez, 2011) y método Analítico en el que dividiremos la investigación en el mayor número de partes para encontrar mayores alternativas de estudio (Méndez, 2011), mediante la técnica del Cuestionario que fue el instrumento que utilizamos para

aplicar a una población con niveles similares y problemas semejantes (Méndez, 2011) para aceptar o rechazar nuestra hipótesis (Hernández, 2014).

Según lo manifiestan Gutiérrez et al.(2020) y Santos (2017) los sistemas tributarios deberían tener la capacidad de determinar los hechos que configuren cada tributo y determinar si dichas actividades son realizadas en medios electrónicos o digitales y si se encuentran gravadas o no.

Siendo así, por ejemplo, La Norma Mexicana de Comercio electrónico (2019) establece especificaciones, características, condiciones y términos aplican a:

- 1) Información publicitaria veraz.
- 2) Toda la información del vendedor, del proceso, formas y condiciones de pago.
- 3) Información suficiente de los bienes o productos o servicios
- 4) El usuario debe consentir el tratamiento de su información.
- 5) Mecanismos técnicos de seguridad para la aceptación, soporte de la prueba de la transacción y de identidad, entre otras.

México cuenta también con el Código de Ética en materia de comercio electrónico, que por el momento no es de carácter obligatorio pero que tiene como fin brindar seguridad a los consumidores en línea.

Otras publicaciones como las realizadas por la página web Empresa Actual, (2020), proponen cumplir ciertos requisitos antes de ser habilitados para ejercer comercio electrónico como:

1. Registro de nombre comercial y dominio
2. Contrato de Diseño y Programación web
3. Contrato de Marketing y Publicación real
4. Protección de Datos
  - a. Acuerdos de Responsabilidad del operador de red
  - b. Acuerdos de Responsabilidad del proveedor de acceso

En este contexto Gonzalez (2020) describe que países como Letonia, Noruega, Polonia, Eslovaquia, Eslovenia, Chile, Corea del Sur y Nueva Zelanda tienen intenciones de implementar un Impuesto sobre servicios digitales, como servicios de publicidad en línea, servicios de intermediación en línea y servicios de transmisión de datos o publicidad, venta de datos de usuarios, etc. Estaría dirigido objetivamente a empresas multinacionales digitales cuya facturación global mínima anual sea mayor 750 millones y localmente de 3 a 50 millones de euros imponiendo una tasa de al menos 3%.

### **Metodología**

#### **Participantes / Unidades de Medición / Fuentes/ Muestra/Materiales**

Se determinó que la Población de la que se requiere información son aquellas que residan en el Ecuador (Quito, Guayaquil y Cuenca principalmente), Personas naturales

o jurídicas y que hayan realizado transacciones de compra o venta en medios electrónicos. Se determinó que al ser la población mayor a 10,000 personas se debía aplicar la fórmula de Muestra Infinita, con lo que se obtuvo que el tamaño de la muestra debía ser 385 individuos.

Normas éticas de investigación  
Estudios estadísticos.

#### **Instrumentos / Reactivos de medición / Técnicas de recolección de datos**

Se aplicó con la técnica del Cuestionario, una encuesta denominada “Informalidad en el Comercio electrónico” a la muestra durante el mes de marzo del 2022.

#### **Técnicas de análisis de datos**

La investigación se realizó utilizando el positivismo ya que se midió una realidad objetiva, utilizando los enfoques cuantitativos en la medición de resultados obtenidos de las encuestas, métodos cualitativo y descriptivo ya que se representaron los resultados y se infirió el estado de realidad actual, y el método bibliográfico ya que se obtuvo información de trabajos previos relevantes para nuestra investigación.

#### **Procedimiento**

Se procedió a la recolección de información estadística y bibliográfica

existente, y se estableció la Población de la que se requería información. Se decidió que para conocer los objetivos planteados en la investigación se debía aplicar la técnica del Cuestionario a la Población que cumpla las características determinadas, se encontró el número de la muestra a ser aplicado el Cuestionario.

Una vez recopilados los datos mediante una encuesta denominada “Informalidad del Comercio electrónico en el Ecuador” aplicada durante el mes de marzo del 2022 en dos medios de encuesta como son Google Forms y la adquisición de respuestas faltantes en la plataforma SurveyMonkey.com, se tabularon los resultados para su evaluación.

## Resultados

**Tabla 1. Tabla histórica de las Transacciones del Comercio electrónico en el Ecuador y porcentajes de representación en el PIB del Ecuador.**

| AÑO  | TRANSACCIONES<br>TOTALES DEL<br>COMERCIO<br>ELECTRÓNICO<br>EN EL ECUADOR<br>(MILL. DOLARES) | TRANSACCIONES<br>EN PORTALES<br>NACIONALES<br>(MILL. DOLARES) | % de<br>Transacciones<br>en Portales<br>Nacionales | PIB<br>(MILL.DOLARES) | % del PIB del<br>Transacciones<br>en Portales<br>Nacionales |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------|
| 2012 | 300,00                                                                                      | 36,00                                                         | 12%                                                | 87.924,54             | 0,04%                                                       |
| 2013 | 420,00                                                                                      | 88,20                                                         | 21%                                                | 95.129,66             | 0,09%                                                       |
| 2014 | 540,00                                                                                      | 162,00                                                        | 30%                                                | 101.726,33            | 0,16%                                                       |
| 2015 | 593,00                                                                                      | 231,27                                                        | 39%                                                | 99.290,38             | 0,23%                                                       |
| 2016 | 646,00                                                                                      | 262,00                                                        | 41%                                                | 99.937,70             | 0,26%                                                       |
| 2017 | 949,00                                                                                      | 372,00                                                        | 39%                                                | 104.295,86            | 0,36%                                                       |
| 2018 | 1.325,00                                                                                    | 537,00                                                        | 41%                                                | 107.562,01            | 0,50%                                                       |
| 2019 | 1.648,00                                                                                    | 616,00                                                        | 37%                                                | 108.108,01            | 0,57%                                                       |
| 2020 | 2.300,00                                                                                    | 851,00                                                        | 37%                                                | 98.808,01             | 0,86%                                                       |
| 2021 | 2.760,00                                                                                    | 1.008,50                                                      | 37%                                                | 100.863,22            | 1,00%                                                       |

*Nota: Esta tabla muestra la evolución histórica de las transacciones del comercio electrónico en el Ecuador, su participación en portales nacionales y representatividad porcentual en el PIB ecuatoriano por año.*

**Tabla 2. Resultados de la Encuesta “Informalidad en el Comercio electrónico**

| PREGUNTAS            |                                                                                                                                                                 |  Google Forms |  SurveyMonkey | TABULACION |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| RESPUESTAS OBTENIDAS |                                                                                                                                                                 | 197                                                                                             | 190                                                                                              | 387        |
| P1                   | En que ciudad del Ecuador usted reside?                                                                                                                         |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Quito                                                                                                                                                           | 11.71%                                                                                          | 33.51%                                                                                           | <b>23%</b> |
|                      | Guayaquil                                                                                                                                                       | 6.60%                                                                                           | 33.51%                                                                                           | <b>20%</b> |
|                      | Cuenca                                                                                                                                                          | 1.50%                                                                                           | 4.71%                                                                                            | <b>3%</b>  |
|                      | En otras ciudades del Ecuador                                                                                                                                   | 78.70%                                                                                          | 28.27%                                                                                           | <b>53%</b> |
|                      | No resido en el Ecuador                                                                                                                                         | 1.50%                                                                                           | 0.00%                                                                                            | <b>1%</b>  |
| P2                   | ¿Ha realizado usted actividades de compra/venta en el Ecuador utilizando medios electrónicos ?                                                                  |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Si                                                                                                                                                              | 76.80%                                                                                          | 88.48%                                                                                           | <b>83%</b> |
|                      | No                                                                                                                                                              | 23.20%                                                                                          | 11.52%                                                                                           | <b>17%</b> |
| P3                   | ¿Qué tipo de transacciones en medios electrónicos ha realizado? (Escoja la de mayor frecuencia)                                                                 |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Comprar                                                                                                                                                         | 84.60%                                                                                          | 81.15%                                                                                           | <b>83%</b> |
|                      | Vender                                                                                                                                                          | 15.40%                                                                                          | 18.85%                                                                                           | <b>17%</b> |
| P4                   | ¿Que medios o canales electrónicos utiliza en sus transacciones en el Ecuador?                                                                                  |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Paginas web                                                                                                                                                     | 21.10%                                                                                          | 33.77%                                                                                           | <b>27%</b> |
|                      | Aplicaciones moviles                                                                                                                                            | 17.10%                                                                                          | 22.08%                                                                                           | <b>20%</b> |
|                      | Ambas                                                                                                                                                           | 61.80%                                                                                          | 44.16%                                                                                           | <b>53%</b> |
| P5                   | ¿Cumple su vendedor con la entrega de facturas, notas de ventas u otros documentos tributarios cuando compras en estos medios electrónicos?                     |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Si                                                                                                                                                              | 63.20%                                                                                          | 79.22%                                                                                           | <b>71%</b> |
|                      | No                                                                                                                                                              | 36.80%                                                                                          | 20.78%                                                                                           | <b>29%</b> |
| P6                   | ¿Qué tipo de RUC utiliza para ejercer su actividad comercial en medios electrónicos?                                                                            |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | RUC Personas Naturales                                                                                                                                          | 47.80%                                                                                          | 55.56%                                                                                           | <b>52%</b> |
|                      | RUC Sociedades                                                                                                                                                  | 4.30%                                                                                           | 11.11%                                                                                           | <b>8%</b>  |
|                      | No tiene RUC                                                                                                                                                    | 47.80%                                                                                          | 33.33%                                                                                           | <b>41%</b> |
| P7                   | ¿Factura usted sus ventas realizadas en medios electrónicos?                                                                                                    |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | No facturo ninguna de mis ventas en medio electrónicos                                                                                                          | 73.90%                                                                                          | 41.67%                                                                                           | <b>58%</b> |
|                      | Muy poco                                                                                                                                                        | 8.70%                                                                                           | 38.89%                                                                                           | <b>24%</b> |
|                      | Facturo al meno la mitad de mis ventas                                                                                                                          | 8.70%                                                                                           | 5.56%                                                                                            | <b>7%</b>  |
|                      | Facturo mas de la mitad                                                                                                                                         | 8.70%                                                                                           | 13.89%                                                                                           | <b>11%</b> |
| P8                   | ¿Cree usted que el cumplimiento de las fomalidades tributarias (emitir facturas, hacer declaraciones) conlleva un costo para el negocio en medios electrónicos? |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Si                                                                                                                                                              | 78.30%                                                                                          | 80.56%                                                                                           | <b>79%</b> |
|                      | No                                                                                                                                                              | 2.70%                                                                                           | 19.44%                                                                                           | <b>11%</b> |
| P9                   | ¿Conoce usted la normativa existente para realziar negocios en línea?                                                                                           |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Si                                                                                                                                                              | 34.80%                                                                                          | 50.00%                                                                                           | <b>42%</b> |
|                      | No                                                                                                                                                              | 65.20%                                                                                          | 50.00%                                                                                           | <b>58%</b> |
| P10                  | ¿Cree usted que hace falta simplificar la normativa para el sector del comercio electrónico?                                                                    |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Si                                                                                                                                                              | 95.70%                                                                                          | 94.44%                                                                                           | <b>95%</b> |
|                      | No                                                                                                                                                              | 4.30%                                                                                           | 5.56%                                                                                            | <b>5%</b>  |
| P11                  | ¿Se acogería usted a una normativa simplificada ( como el RIMPE Negocio Popular) para formalizar su actividad ante el SRI?                                      |                                                                                                 |                                                                                                  |            |
|                      | Si                                                                                                                                                              | 30.40%                                                                                          | 63.89%                                                                                           | <b>47%</b> |
|                      | No                                                                                                                                                              | 4.30%                                                                                           | 2.78%                                                                                            | <b>4%</b>  |
|                      | Talves                                                                                                                                                          | 65.20%                                                                                          | 33.33%                                                                                           | <b>49%</b> |

**Para la variable Comercio electrónico se observó:**

1) El indicador *Formalidad de Intervinientes*

(X1) Muestran los siguientes resultados:

- a. Que de la muestra el 41% de la muestra no tiene RUC
- b. Que el 58% de la muestra No factura ninguna de sus ventas en medios electrónicos.
- c. Que el 78% de la muestra cree la formalidad es un costo para el negocio.
- d. Que el 58% de la muestra no conoce la normativa que rige al sector.

2) El indicador *Canales electrónicos de ventas* (X2) Muestra los siguientes resultados:

- a. Que las personas encuestadas prefieren utilizar por igual página web o aplicaciones móviles para realizar sus compras en línea (53%)

3) El indicador *Opinión de Nueva Normativa* (X3) Muestra los siguientes resultados:

- a. Que las personas de la muestra creen que hace falta simplificar la normativa vigente del comercio electrónico (95%).
- b. Que las personas de la muestra tal vez se acogerían a un Régimen simplificado a este sector (49%)

**Para la variable Impacto tributario se observó:**

1) El indicador *Control tributario existente en medios electrónicos* (Y1) muestra los siguientes resultados:

- a. Que las personas encuestadas prefieren utilizar por igual página web o aplicaciones móviles para realizar sus compras en línea (53%).
- b. Que el 58% de la muestra No factura ninguna de sus ventas en medios electrónicos.

2) El indicador *Aplicación de la Ley tributaria existente al comercio electrónico* (Y2) muestra los siguientes resultados:

- a. Que de la muestra el 41% de la muestra no tiene RUC.
- b. Que el 79% de la muestra cree la formalidad es un costo para el negocio.
- c. Que el 58% de la muestra no conoce la normativa que rige al sector.
- d. Que las personas de la muestra creen que hace falta simplificar la normativa vigente del comercio electrónico (95%).
- e. Que las personas de la muestra tal vez se acogerían a un Régimen simplificado a este sector (49%)

**Tratamiento:**

A nivel global no se evidencia una recomendación propia para el tratamiento de la candidiasis vulvovaginal en el embarazo (26). No obstante, en Estados Unidos, la CVV en el embarazo se considera una infección complicada por lo que se recomienda un tratamiento con un derivado azólico durante 7 días. Cabe destacar que el tratamiento oral con fluconazol se encuentra contraindicado en el embarazo por el peligro de presentar cardiopatías fetales de tipo tetralogía de Fallot (27) (28) (29).

En Ecuador según la guía de Diagnóstico y tratamiento de la infección vaginal obstétrica se recomienda el uso de azoles tópicos como el clotrimazol por 7 días ya que son más eficaces que una dosis única, siendo efectivos en un 90%, sin embargo, en mujeres embarazadas asintomáticas no se recomienda tratamiento. En particular el tratamiento de las infecciones fúngicas

intraamnióticas mejora el resultado neonatal, y se describe que su eficacia puede incrementarse cuanto antes se diagnostique la infección y se inicie el tratamiento. Sin embargo, los resultados de las técnicas tradicionales de cultivo pueden tardar desde 48 horas hasta 14 días para permitir la recuperación de hongos de crecimiento lento. No obstante, la infección fúngica se puede diagnosticar más rápidamente con un ensayo de beta-glucano, basado en la identificación de (1→3)-beta-D-glucano que es un componente de las paredes celulares de muchos hongos. El mismo que ha demostrado ser eficaz, sensible y rápido en el diagnóstico de infecciones fúngicas causadas por *Cándida*, *Aspergillus*, *Cryptococcus*, *Trichosporon*, *Pneumocystis carinii*/*Pneumocystis jirovecii*, *Fusarium*, *Trichosporon beigelii*, *Saccharomyces cerevisiae* y *Acremonium*. (30)

**Tabla 3 Actividades de compra y venta en el Ecuador utilizando medios electrónicos según tipo de transacción realizada en medios electrónicos**

| Tipo de transacción realizada en medios electrónicos con mayor frecuencia | Actividades de compra y venta en el Ecuador utilizando medios electrónicos |        |       | Valor P   |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------|-------|-----------|
|                                                                           | Comprar                                                                    | Vender | Total |           |
| Páginas web                                                               | 77                                                                         | 27     | 104   | < 0.001 * |
| Aplicaciones móviles                                                      | 55                                                                         | 23     | 78    |           |
| Ambas                                                                     | 189                                                                        | 16     | 205   |           |
| Total                                                                     | 321                                                                        | 66     | 387   |           |

Con respecto a la asociación entre las actividades de compra y venta en el Ecuador utilizando medios electrónicos según tipo de transacción realizada en medios electrónicos se observó una asociación estadísticamente significativa: Chi-cuadrado: 26.7545; Grados de libertad: 2; valor  $P < 0.001$ .

### Discusión

En consecuencia, el estudio buscaba las causas principales de la informalidad en el comercio electrónico, y evidenciar la eficiencia de los controles tributarios al sector, y por ende su impacto en la recaudación de tributos en este sector; por lo que se concluye que las principales *causas de la informalidad en el sector* son: el alto nivel de creencia de que cumplir con los deberes formales, como facturar, declarar o tener RUC conlleva un costo para el negocio y, que las personas no tienen conocimientos de la ley tributaria que rige al sector del comercio electrónico.

Cabe destacar que las personas prefieren utilizar tanto páginas web como aplicaciones móviles por igual para realizar sus compras en medios electrónicos, y al evidenciar el alto grado de informalidad, se infiere que no existen o tienen *baja eficiencia los controles establecidos por la autoridad tributaria* y es

necesario desarrollar estos controles para ambas opciones.

Debido al bajo control tributario existente en portales nacionales reflejado en la informalidad mostrada en los resultados, (41% de las personas no están registrados como contribuyentes y que el 58% no está emitiendo facturas en sus ventas) se infiere la falta de imposición sobre las ventas en medios electrónicos y *se determina un impacto negativo en la recaudación tributaria del comercio electrónico*.

Se evidenció una asociación estadísticamente significativa entre las actividades de compra y venta en el Ecuador utilizando medios electrónicos según tipo de transacción realizada en medios electrónicos que destaca la compra utilizando páginas web y aplicaciones móviles.

### Conclusión

En el periodo estudiado del 2012 al 2021 el comercio electrónico en el Ecuador ha venido en auge, teniendo un impulso exponencial a raíz de la pandemia del 2020. Cabe destacar que la informalidad representa gran número de personas que no cuentan con RUC, que no se está facturando en gran parte de las ventas electrónicas. En consecuencia, se evidencia la falta de control tributario a canales digitales y un alto grado de

informalidad y por ende un alto impacto en la recaudación de tributos por el bajo nivel de imposición a estas transacciones.

### Revisión por pares

El manuscrito fue revisado por pares ciegos y fue aprobado oportunamente por el Equipo Editorial de la revista INSPILIP.

### Bibliografía

- Gutiérrez Jaramillo, N. D., Barrueto Pérez, T. M., & Orellana Ulloa, M. N. (2020). La fiscalidad del Comercio electrónico en el contexto tributario ecuatoriano. *Revista QUIPUCAMAYOC*, 28(57), 67-74. doi:10.15381/quipu.v28i57.18062
- Aguilar Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11, 333-338.
- Álava Rosero, A., & Valderrama Barragán, G. (2020). La Informalidad y su relación con la Recaudación Tributaria. *DISSERTARE*, 5(2), 1-14. doi:https://revistas.uclave.org/index.php/dissertare/article/view/2793
- Alvarado Gastiburo, Á., & Vergara Díaz, N. (2018). El desafío del comercio electrónico en la economía del Ecuador. *Polo de Conocimiento*, 3(23), 67-86. doi:10.23857/pc.v3i1 Mon.681
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.)*. doi:10.1037/0000165-000
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador 2007-2008. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449.
- Asamblea nacional del Ecuador. (2015). *Ley General de Servicios Postales*. Registro Oficial 603.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2015). *Ley Orgánica de Telecomunicaciones*. Registro Oficial 439.
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. (Marzo de 1990). *Centro Interamericano de Administraciones Tributarias*. Obtenido de

- https://www.ciat.org/Biblioteca/Revista/Revista\_7/modelo\_de\_sistema\_recaudacion\_ciat.pdf
- Congreso Nacional . (2009). *Ley Orgánica de Defensa al Consumidor*. Registro Oficial 544.
- Dakduk , Silvana; Dicarlo, Ricardo;. (Mayo de 2020). *Situacion de empresas durante el COVID19 en el Ecuador*. Obtenido de Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico: <https://cece.ec/wp-content/uploads/2020/06/Situacion-de-las-empresas-durante-el-Covid19-en-Ecuador.pdf>
- Delgado García, A. M. (2014). Tributos en la sociedad de la información. *IDP. Revista de internet, Derecho y Política*(18), 33-35.  
doi:[redalyc.org/articulo.oa?id=78832841004](https://redalyc.org/articulo.oa?id=78832841004)
- Elizalde Quiróz, A. (2016). *La Informalidad del Comerio Electrónico y su bajo aporte a la Tributació [Tesis de Maestría, Universidad de Guayquil]*.  
doi:<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/edug/13724>
- EmpresaActual. (3 de febrero de 2020). *EmpresaActual*. Obtenido de Requisitos legales para abrir una tienda online: <https://www.empresaactual.com/requisitos-legales-para-abrir-una-tienda-online/>
- Gonzalez, D. (21 de Marzo de 2020). *Centro Interamericano de Administraciones Tributarios*. Obtenido de Impuestos sobre servicios digitales: <https://www.ciat.org/impuesto-sobre-servicios-digitales-digital-services-tax/>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Ley 67 del 2002. Ley de Comercio Electrónico, Firmas electrónicas y Mensajes de datos*. (2002). Registro Oficial Suplemento 557 de 17-abr-2002.
- Ley No. 0 Código Tributario*. (2018). Resgitro Oficial Suplementario 544 del 9 de marzo del 2009.
- Mieles Loor, J. L., Albán Navarro, A. D., Valdospin De Lucca, J. B., & Vera Gonzabay, D. E. (2018). E-commerce: un factor fundamental para el desarrollo empresarial en el Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5(Edicion Especial), 1-17.  
doi:[10.21855/ecociencia.50.156](https://doi.org/10.21855/ecociencia.50.156)

Obtenido de  
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/comercio-electronico-una-oportunidad-para-el-desarrollo-de-negocios-a-traves-de-la-web/>

Moreira Cañarte, M. K., Parrales Poveda, M. L.,  
& Sornoza Parrales, D. R. (2018).  
*Cultura Tributaria*. Jipijapa: MAWIL  
Publicaciones del Ecuador.

Pedrosa, S. J. (26 de Abril de 2017). *Recaudo*.  
Obtenido de Econopedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/recaudo.html>

Pets Cantú, F. A., & Ponce de León, G. (15 de  
Mayo de 2020). *GPH Asesores legales*.  
Obtenido de  
<https://www.gphlegal.mx/2019/05/15/norma-mexicana-de-comercio-electronico/>

Quijano Torres, G. A., & Barajas Ortiz, N.  
(2019). Propuesta para el diseño de un  
modelo de tributación directa en las  
operaciones de comercio electrónico en  
Colombia enfocado a plataformas  
digitales internacionales. (*Tesis grado*

*de maestría*). Universidad Santo Tomás,  
Colombia.

Santos Ibarra, J. M. (2017). Legislación vigente  
en materia tributaria del comercio  
electrónico (e-commerce) en Colombia  
y la necesidad de un pronunciamiento  
por parte del legislador. *Academica &  
Derecho*(15), 85-110.  
doi:10.18041/2215-  
8944/academia.15.4332

Servicio de rentas Internas (SRI). (2019).  
*Estudios, Investigaciones e Indicadores*.  
Obtenido de  
<https://www.sri.gob.ec/estudios-investigaciones-e-indicadores>

Tello Pérez, P. E., & Pineda Gonzalez, L. F.  
(2017). Análisis del Comercio  
electrónico en el Ecuador [Tesis de  
Maestría]. Quito: Universidad  
Internacional del Ecuador, .

Universidad San Carlos de Guatemala. (2011).  
*Documentos de Investigación*. Obtenido  
de  
<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

Westreicher, G. (2020 de Diciembre de 2020).

*Tributacion* . Obtenido de Econopedia:

<https://economipedia.com/definiciones/t>

ributacion.html.