

<https://doi.org/10.17163/abyaups.46.360>

Capítulo 2

# **Análisis comparativo de la aplicación tributaria de los servicios digitales en Latinoamérica**

---

Gabriel Eduardo Baque León  
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)  
gbaquel@est.ups.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0002-4106-1673>

Liz Marian Gálvez Zambrano  
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)  
lgalvezu@est.ups.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0003-3509-0184>

María Alexandra Chávez Pullas  
Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador)  
mchavez@ups.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0002-2830-2022>

## **Introducción**

Con el surgimiento de la pandemia COVID-19, los países a nivel mundial presentaron un incremento en la implementación de la economía digital, debido a las restricciones de movilidad que se implementaron en cada país, y estas a su vez afectaron de manera grave el comercio físico llevando todas esas transacciones de compra y venta a diferentes medios digitales, para que finalmente el comercio electrónico tenga un alza en sus transacciones en tiempos de pandemia. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) indica que el comercio

electrónico tuvo un incremento del 4 % en el 2019 con relación al 2018 a causa de las restricciones que varios países impusieron por la pandemia de la COVID-19 (UNCTAD, 2021).

Por ello, la forma de adquirir bienes y servicios cambia dejando de un lado la manera de comercio físico que cotidianamente se realizaba. Las empresas que ofertaban productos en tiendas físicas decidieron migrar a programas digitales que estén al alcance del consumidor, facilitando así la adquisición de sus productos sin importar el tiempo y espacio (Arroyo *et al.*, 2021).

La firma auditora Ernst & Young (EY, 2020) perteneciente al grupo de las Big Four según lo establecido por Chávez *et al.* (2019), señalan que empresas multinacionales como Zoom, Netflix, Spotify, Uber, entre otras destacaron en tiempos de pandemia en diferentes países. Esto debido a las causas ya mencionadas como las restricciones de movilidad. Sin embargo, estas restricciones no les impidieron la comercialización de sus productos, ya que la mayor parte de sus operaciones las llevan a cabo a través de plataformas digitales, las cuales son de muy fácil acceso logrando así satisfacer las necesidades del consumidor.

Varios países se vieron afectados por no generar un tributo a estas transacciones, brindadas por las multinacionales ya mencionadas. Las diversas jurisdicciones no estaban preparadas en la parte tributaria, con respecto al comercio electrónico, dado que en el marco normativo no se encontraba tipificado algún artículo para que respalde el cobro de los tributos aplicados a los servicios digitales, lo cual provocó una pérdida para los diferentes países. La falta de leyes tributarias afecta negativamente los ingresos del gobierno y, por lo tanto, su capacidad para financiar programas y servicios públicos (Rodolfo y Ferrel, 2020).

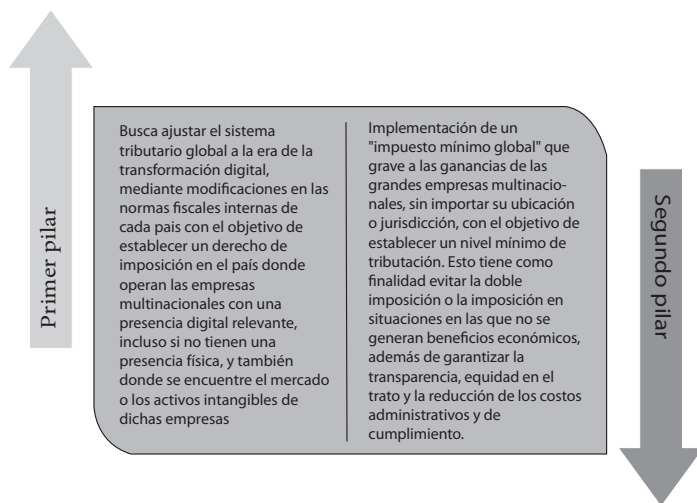
La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), la aplicación de leyes tributarias sobre la adquisición de bienes o servicios digitales es uno de los mecanismos más adoptados por los países. Esto se hace con el fin de asegurar que los contribuyentes que ofrecen estos servicios tributen en el territorio donde se genera la fuente de ingresos (OCDE, 2021).

La OCDE también establece dos pilares fundamentales para que los países tomen como guía al momento de establecer un tipo de impuesto que sea aplicable a transacciones involucradas en materia de economía digital, donde se da el comercio electrónico a través de plataformas digitales, en las mismas que se pueden ofertar bienes y servicios necesarios para satisfacer necesidades del consumidor final.

El que cada país establezca sus impuestos acordes a estos pilares les permite que su recaudación tributaria tenga un crecimiento adecuado para su fortalecimiento económico. Teniendo en cuenta que las empresas que ofrecen servicios digitales a menudo pueden aprovechar estructuras fiscales internacionales y pagar una cantidad mínima de impuestos en comparación con las empresas locales que aun manejan el comercio físico. La importancia del impuesto a los servicios digitales radica en abordar la brecha fiscal y garantizar la equidad entre las empresas digitales y tradicionales (Garrido, 2020).

### Figura 1

*Pilares fundamentales establecidos por OCDE*



*Nota.* Resume los pilares fundamentales dictados por la OCDE para que los países tengan como guía al establecer tributos a la economía digital.

En términos de cifras de recaudación el Centro Interamericano Administraciones Tributarias (CIAT) indica que desde 2018 hasta 2021 la recaudación tributaria por los servicios digitales de aquellos países que han impuesto reformas tributarias a los mismos ha obtenido ingresos entre 20 y 120 millones de dólares anuales afectando significativamente en un 0,02 % y 0,04 % del PIB, dichas cifras se muestran en la tabla 1 (CIAT, 2021).

Una forma común de regular la imposición en la comercialización de estos intangibles es la adopción de leyes específicas que aborden esta cuestión. Estas leyes pueden establecer disposiciones claras sobre cómo se deben gravar los ingresos generados por estas actividades y deben incluir requisitos para que las empresas dedicadas al comercio en plataformas digitales registren sus operaciones, presenten declaraciones fiscales y paguen sus respectivos impuestos, que por lo general se cancelan a manera de retención cobrada por un intermediario de pago (Núñez, 2021).

**Tabla 1**

*Recaudación de IVA a los servicios digitales en países de América Latina*

<b>País</b>	<b>Periodo</b>	<b>Millones de USD</b>	<b>%PIB</b>
Argentina	2018	53,00	0,01
	2019	79,00	0,02
Chile	Jun.-Dic. 2020	119,60	0,04
Colombia	Jul.-Dic. 2018	12,20	0,004
	2019	77,00	0,02
Costa Rica	Oct.-20	1,70	0,003
Ecuador	Sep.-Oct. 2020	2,40	0,003
	2021	19,00	0,02
Uruguay	2018	2,70	0,004
	2019	18,40	0,03

*Nota.* Representa la recaudación fiscal. Datos obtenidos del CIAT.

Es por esto que se establece la realización de un análisis comparativo entre países latinoamericanos que tienen mayor tiempo de implementación con respecto a la aplicación tributaria para los servicios digitales como: Argentina, Colombia, Uruguay, México, Chile y Ecuador.

Enmarcando como objetivo analizar la aplicación de tributación a los servicios digitales en países de Latinoamérica, se llevará a cabo una revisión de artículos y reformas tributarias para realizar un comparativo entre Ecuador y las jurisdicciones mencionadas anteriormente. Este análisis tiene como fin adelantar el conocimiento sobre la coyuntura tributaria ecuatoriana en relación con sus pares latinoamericanos.

Para abarcar lo antes mencionado, esta investigación se divide en cuatro partes fundamentales, que determinan el cumplimiento de los objetivos de estudio. En primer lugar, se desarrolla la revisión de la literatura mediante las investigaciones pretéritas. Seguidamente, se desarrolla y explica la metodología de la investigación. En tercer lugar, se presentan los resultados y como último punto se establecen las conclusiones.

## **Marco teórico**

A través de los años, la globalización es la causa de que el mundo se enfrente a varios cambios tecnológicos, culturales, políticos y económicos. Hallivis (2014) establece que el mundo experimenta cambios en el ámbito económico, cultural, ecológico y tecnológico, donde lo que sucede en cualquier parte del mundo se puede conocer al instante a través de los medios digitales.

Por otra parte, Martínez (2020) argumenta que con la globalización se da la interconexión entre países donde se puedan dar transacciones sin la necesidad de estar físicamente interactuando. Sin embargo, Ruiz (2020) señala que es una evolución que va más allá de las fronteras nacionales y que tiene un impacto significativo en la forma en que las personas, las empresas y las naciones interactúan entre sí.

Como consecuencia de la globalización surge el Internet el cual revoluciona la forma en que las personas se comunican, permitiendo una

conexión instantánea y global. También ha facilitado el acceso a la información, brindando a las personas la capacidad de buscar conocimientos y aprender sobre una amplia gama de temas, impulsando el comercio electrónico y proporcionando oportunidades de negocio con crecimiento económico (Calcaneo, 2021).

Velasteguí (2019) señala que el internet tiene un impacto significativo en la sociedad, brindando ventajas en términos de comunicación, acceso a la información y oportunidades comerciales. Sin embargo, presenta desafíos en cuanto a la veracidad de la información y la falta de privacidad, a pesar de aquello el internet revoluciona la forma en que llevamos a cabo nuestras actividades cotidianas (Ramos, 2019). El comercio electrónico es una de las áreas que ha experimentado un crecimiento significativo, esta forma de comercio ha transformado la manera en que las personas realizan transacciones comerciales (Bolaños, 2022).

La Organización Mundial del Comercio (OMC) define al comercio electrónico como aquello donde se promociona, se vende o se hace publicidad de un producto a través de los distintos medios digitales, ya que proporciona una plataforma conveniente y accesible para que los consumidores adquieran productos y servicios sin tener que visitar físicamente una tienda (OMC, 2023). Somalo (2017) establece que el comercio electrónico es simplemente la migración de las transacciones que se realizan normalmente, tanto comerciales o de manera personal por medios que se encuentran computarizados mediante las distintas redes de telecomunicación.

A raíz del incremento del comercio electrónico a nivel mundial se desarrollan distintos tipos de plataformas digitales necesarias para la comercialización de productos, las cuales son sitios en el internet donde se almacena cualquier tipo de información donde el consumidor puede acceder y buscar lo que necesite (Alegre, 2022).

El uso de las plataformas digitales se incrementa como consecuencia de la pandemia de la COVID-19, y se convierten en uno de los medios

más importantes para la comercialización de productos e implementación de los servicios digitales. Se matiza a los servicios digitales como aquello que es llevado a cabo por medio del internet, plataforma digital, u otra red que preste servicios para satisfacer distintas necesidades, que se encuentran automatizados para el fácil acceso del consumidor según lo establece la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP, 2023).

Aquellas empresas que practican la línea del comercio electrónico empiezan a tener un crecimiento en sus ingresos por sus actividades operativas. La Norma Internacional de Información Financiera número 15 (NIIF 15) define los ingresos como aquellas entradas de dinero o especie que una determinada empresa recibe para incrementar su valor a cambio de la entrega de un bien o un servicio (NIIF 15, 2014). Chávez y Herrera (2018) argumentan que para que se cumplan los criterios de las NIIF 15, se debe establecer un contrato empresa-cliente que debe pactarse de manera verbal o escrita y cumplir todas las cláusulas de este, para ello la entidad gozar del ingreso.

Las transacciones efectuadas mediante la adquisición de servicios digitales representan una fuente significativa de ingresos para las empresas, contribuyendo así al aumento de sus ganancias a nivel global, independientemente de su ubicación geográfica. El surgimiento de estas actividades digitales y de nuevos modelos de negocio conlleva numerosos beneficios y oportunidades. No obstante, también plantea desafíos al sistema tributario existente, los cuales requieren ajustes en las leyes, reglamentos y otras disposiciones legales aplicables en cada país (Jabalera, 2021).

Ruiz y Siota (2021) argumentan que las plataformas digitales pueden operar a escala global y servir como medio recaudación de impuestos, ya que tienen acceso a grandes cantidades de datos transnacionales que pueden usarse para calcular la cantidad adecuada de impuestos a pagar. Sin embargo, Cruz (2017) señala que existen desafíos y uno de los principales es la determinación de la jurisdicción fiscal adecuada, ya que las plataformas digitales operan en múltiples países y a menudo tienen estructuras empresariales complejas que dificultan la asignación de responsabilidades tributarias.

Dada la naturaleza global del problema, la Unión Europea decide trabajar con la OCDE para encontrar una solución global mediante la adaptación de normas fiscales. Muchos países, incluido España, introduce unilateralmente medidas fiscales temporales a la espera de un impuesto global para frenar la elusión fiscal por parte de estas empresas que ofrecen servicios digitales (Sánchez, 2021).

Ponce (2021) establece que si estas transacciones generan ingresos en cualquier Estado estas deberían estar sometidas al pago de un tributo, siempre y cuando en el cuerpo legal tributario de cada país se encuentre un artículo que respalde dicho cobro. A su vez, Paguay (2020) señala que estos servicios generan una obligación tributaria y al igual que otros bienes y servicios deberían tributar llevando consigo un impuesto gravado ya sea este directo o indirecto.

Desde un punto de vista legal haciendo énfasis el artículo 15 del Código Tributario de Ecuador (CT) se define a la obligación tributaria como las relaciones personales y jurídicas que existen entre el Estado, los sujetos pasivos y las diferentes entidades acreedoras de impuestos, las cuales cumplen con sus obligaciones tributarias mediante el pago de sus tributos (Código Tributario, 2005). Dando cumplimiento a lo que se establece en el artículo 5 del mismo cuerpo legal, donde se estipulan los principios tributarios, generalidad, progresividad, eficiencia, confianza legítima, simple administración, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria.

Mediante la Ley de Simplificación y Progresividad Tributaria publicada en el registro oficial N°111 a los 31 días del mes de diciembre del año 2019 se establecen los servicios digitales a los que se grava el Impuesto al Valor Agregado (IVA), esto con la finalidad de lograr un alza en la recaudación fiscal, cumpliendo así con los principios tributarios. En la tabla 2 se muestra una recopilación de los artículos que intervienen en los procesos de transferencias de servicios digitales, mismos que manejan un grado de semejanzas con base en los conceptos estipulados en las diferentes normativas tributarias en los países de estudios de este artículo.



**Tabla 2***Base legal de la normativa tributaria sobre el IVA en servicios digitales en Ecuador*

Referencia	Base legal	Detalle
Catastro de prestadores de servicios digitales	Art. 140.1 de la LRTI	Registro o base de datos proporcionado por el SRI para identificar y rastrear a los proveedores de servicios digitales que deben cumplir con sus obligaciones fiscales dentro del territorio ecuatoriano.
Ubicación de la imposición	Art. 61 de la LRTI	Jurisdicción en la cual se aplica y recauda el impuesto sobre los servicios digitales. Según el SRI la ubicación será en el Ecuador siempre y cuando el consumo se genere dentro del país.
Hecho Generador del impuesto	Art. 61 de la LRTI Art. 148.1 del RALRTI	Es el elemento que desencadena la obligación tributaria y determina cuándo y cómo se debe aplicar un impuesto específico.
Impuesto generado	Art. 65 de la LRTI	En primera instancia el impuesto generado en estos servicios digitales será del 12 % lo que equivale a la tasa del Impuesto al Valor Agregado.
Sujeto pasivo	Art. 63 de la LRTI	Es la persona natural o jurídica que legalmente tiene la responsabilidad y la obligación de pagar un impuesto al Estado o a la autoridad tributaria.
Agente de percepción	Art. 63 literal a.1-a.2-a.3 de la LRTI Art. 147.2 del RALRTI	Designada por la autoridad tributaria para recolectar y remitir ciertos impuestos en nombre de los contribuyentes. La función principal del agente de percepción es recolectar el impuesto de los contribuyentes en el momento de la transacción y luego entregar esos fondos a la autoridad tributaria.
Agente de retención	Art. 63 literal b numeral 8 de la LRTI	Designada por la autoridad tributaria para retener una parte del impuesto adeudado por un contribuyente en el momento de la transacción y luego remitir ese monto retenido a la autoridad tributaria en nombre del contribuyente. La retención del impuesto se realiza antes de que el contribuyente reciba los fondos correspondientes a la transacción.

*Nota.* Elaboración con base en la normativa tributaria según los establecido en la LRTI y su reglamento RALRTI publicados en el Servicios de Rentas Internas (SRI).

## Metodología

El método investigativo utilizado en este trabajo es el teórico deductivo, el cual es un enfoque que se basa en la formulación de teorías que van de lo general o lo lógico para llegar a conclusiones específicas. Es un método que sirve para la extracción de conclusiones a partir de una serie de teorías (Palmett, 2020).

Con la utilización de este método se realiza una comparación entre países de Latinoamérica que implementan impuestos a los servicios digitales antes y en plena vigencia de la pandemia de la COVID-19. Dichos países se detallan en la tabla 3.

El propósito de esta comparación entre países es analizar la aplicación de la tributación sobre transacciones que implican servicios digitales. Esto incluye el examen de tratados internacionales que obligan a los proveedores que ofrecen dichos servicios a cumplir con la declaración y pago de los impuestos correspondientes.

**Tabla 3**

*Países de Latinoamérica a utilizar como muestra*

Año de implementación de impuestos	País
2018	Argentina
2018	Colombia
2018	Uruguay
2020	México
2020	Chile
2020	Ecuador

La investigación tiene un enfoque mixto, la cual es una estrategia metodológica que combina tanto elementos cualitativos como cuantitativos en un mismo estudio para obtener una comprensión más completa y profunda de un fenómeno de investigación (Hernández y Mendoza, 2020).

El diseño de investigación es no experimental. Según Guevara *et al.* (2020) es la recopilación de datos de sujetos o fuentes de información sin intervenir en sus circunstancias. Luego, analiza los datos para identificar patrones, relaciones o tendencias entre las variables estudiadas. Con el diseño en mención se buscará dar sugerencias sobre la implementación de impuestos adicionales a los servicios digitales que se proporcionen dentro del territorio ecuatoriano, ya sean estos otorgados por un proveedor con residencia fiscal en el Ecuador o no.

La obtención de datos se basa en el análisis documental, que implica una revisión de las legislaciones, normativas, artículos, resoluciones y modificaciones tributarias de los países seleccionados. A través de este proceso, se persigue el objetivo fundamental de comprender la forma en que estos países ponen en práctica los gravámenes relacionados con los servicios digitales.

## Resultados

Con base en la recopilación de datos, se obtuvieron bases de información sobre las imposiciones fiscales vigentes en cada normativa tributaria de cada país objeto de estudio. Se establece concordancia con los reglamentos, resoluciones y circulares que gravan a los servicios digitales. Además, se determinan semejanzas en cuanto a saber sobre qué base los sujetos pasivos tributan. Así como la existencia de un hecho generador que respalde todo tipo de transacción que se realice sea esta física o digital.

Es importante conocer que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, reconoce el crecimiento de la economía digital en América Latina como una fuente de oportunidades para el desarrollo económico y social. Esta manera de transformación de la economía puede tener un impacto positivo en la inclusión social, la generación de empleo, el aumento de la productividad y la competitividad de las empresas en la región. De tal manera como presenta crecimiento también abarca desafíos, como la brecha digital, la desigualdad de acceso, la protección de datos

personales y la necesidad de políticas tributarias y públicas que permitan aprovechar de manera adecuada los beneficios de la digitalización (CEPAL, 2021).

Partiendo de este criterio los resultados se presentan, según el año de vigencia de impuestos aplicados a tales servicios, dicho orden guarda relación con lo estipulado en la tabla 3.

### *Argentina*

Mediante la “ley 27.430” vigente desde el 27 de junio de 2018, el gobierno argentino implementa el impuesto a la economía digital, mismo que se grava en función del Impuesto al valor agregado (IVA) y va del 21 % al 23 %, este último se grava siempre y cuando el domicilio del usuario adquirente se encuentre domiciliado en Buenos Aires capital de Argentina.

Por otra parte, en diciembre de 2019, se promulga la “Ley de Solidaridad Social y Reactivación Productiva” o ley 27541, misma que incluyó la aplicación de un impuesto a los gastos por compras realizadas con una moneda distinta a la natal del país en mención. Dichas compras pueden ser en comercios físicos o en sitios web utilizando tarjetas de crédito o débito, este impuesto se conoce como el Impuesto PAIS (Pago de Emergencia y Solidaridad), mismo que establece un gravamen del 30 % sobre el monto total de las operaciones antes mencionadas. Mientras que para los servicios digitales esta ley impuso que se grave con un 8 % las prestaciones de servicios digitales otorgados por empresas extranjeras que tengan usuarios de Argentina registrados en sus respectivas bases de datos.

En la tabla 4 se muestra de manera resumida el desglose de los impuestos aplicado a los servicios digitales que sean adquiridos dentro del territorio argentino.

**Tabla 4***Tratamiento de imposición a la economía digital Argentina*

<b>País</b>	<b>Ley</b>	<b>Año</b>	<b>Impuesto al Valor Agregado</b>	<b>Impuesto servicios digitales</b>	<b>Recaudación del impuesto año 2022</b>
Argentina	Ley 7430	2018	21 %-23 %	No	
	Ley 7541	2019	21 %-23 %	30 %	2 588 792,54
	Ley 7541	2019	21 %-23 %	8 %	

**Colombia**

Según la ley 2277 promulgada por el Congreso de Colombia en 2022 dispone que los que se encuentren en calidad de prestadores de servicio desde el exterior deberán de declarar el impuesto sobre las ventas (IVA) de igual forma señala que los servicios prestados o adquiridos en territorio nacional deberán de tributar cuando el contribuyente directo o destinatario de este servicio digital tenga su residencia fiscal o establecimiento permanente en territorio nacional (Congreso de Colombia, 2022).

Se los califica como responsables del pago de este impuesto a quienes presten los servicios digitales, mismo que será del 19 %, de igual manera deberán de estar inscritas en el Registro Único Tributario (RUT), con la finalidad que las mismas declaren y paguen el impuesto a las ventas (IVA), por otro lado, actuaran como agentes de retención de este impuesto en la prestación de servicios prestados desde el exterior: entidades emisoras de tarjeta de crédito y de débito, recaudadores de efectivo, y los demás que disponga la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Entre los servicios digitales más comunes los cuales adquieren los ciudadanos colombianos están los servicios prestados a través de plataformas digitales, publicidad, enseñanza a distancia, derechos de uso, entre otros.

En la tabla 5 se muestra de manera resumida el desglose de los impuestos aplicado a los servicios digitales que sean adquiridos dentro del territorio colombiano.

**Tabla 5**

*Tratamiento de imposición a la economía digital Colombia*

País	Ley	Año	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto servicios digitales	Impuesto a la Renta	Recaudación del impuesto año 2022
Colombia	Ley 2277	2022	19 %	19 %	3 %	\$10 407,60

## *Uruguay*

Por otra parte, en Uruguay mediante la Ley 19.535 de Rendición de Cuentas en concordancia con el Decreto 144/018 en 2018 de determinó un marco normativo donde los impuestos que se deberán de imponer a las transacciones que involucren la adquisición de servicios o bienes mediante plataformas digitales serán el Impuesto a la Renta de los No Residentes (IRNR) además del Impuesto al Valor Agregado (IVA), estos estarán impuestos según la tasa de retribución vigente en el país, Uruguay presenta una tasa del 22 % (Sánchez y Toledo, 2019).

Para el caso del Impuesto a la Renta de los No Residentes (IRNR) se aplicará a la renta de fuente uruguaya el 100 % de la retribución que se perciba por el concepto de las actividades destinadas a la producción, intermediación o distribución de películas cinematográficas, transmisiones directas televisivas, de igual manera se aplicará este impuesto a los servicios prestados por internet ya sean estas plataformas tecnológicas, informáticas y similares cuando el que contrate dicho servicio se encuentre dentro del territorio uruguayo.

Mientras que los que ofrezcan actividades de intermediación de servicios realizados por medios informáticos donde la intervención humana para el transcurso normal de la plataforma es mínima, cuando el que ofrezca este servicio o a su vez quien la demande sea del exterior,

en este caso la renta de fuente uruguaya será del 50 % de la retribución que perciba el país, la recaudación se lleva a cabo directo del proveedor (Ernst & Young, 2018).

Los criterios que se determinan para la recepción del servicio son la dirección de IP del dispositivo utilizado que adquiere este servicio digital mediante alguna plataforma, la dirección de facturación del cliente en la que disponga la entidad financiera emisora de la tarjeta de crédito o débito usada destinada al pago de dicho servicio.

Según la Dirección General Impositiva (DGI) en 2022 Uruguay logró recaudar 39,4 millones de dólares en impuestos aplicados a las plataformas de servicio digital. Los cuales 25,6 millones de dólares fueron recaudados por el Impuesto al Valor Agregado y 13,9 millones de dólares ingresaron por el Impuesto a la Renta de los No Residentes (IRNR) a comparación de lo recaudado entre 2018 y 2021 el cual el monto fue de 10 millones de dólares en promedio de ambos impuestos.

En la tabla 6 se muestra de manera resumida el desglose de los impuestos aplicado a los servicios digitales que sean adquiridos dentro del territorio uruguayo.

**Tabla 6**

*Tratamiento de imposición a la economía digital Uruguay*

País	Ley	Año	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto servicios digitales	Impuesto a la Renta de los No Residentes	Recaudación del impuesto año 2022
Uruguay	Ley 19.535	2018	22 %	22 %	100 %	\$39 004 000,00

## **México**

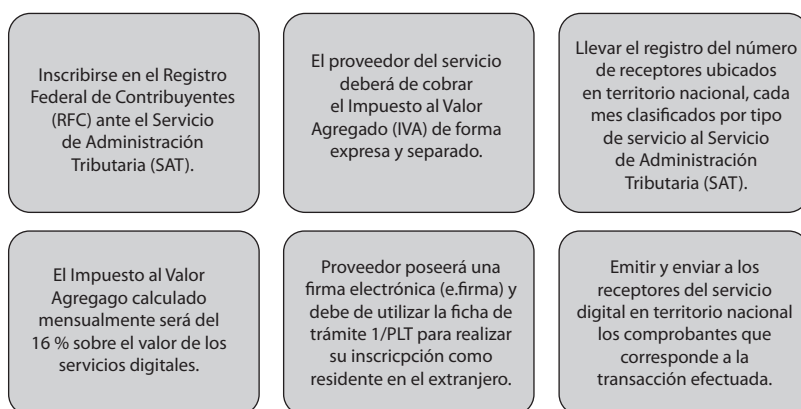
Según la normativa fiscal de México en la Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA) cuarto párrafo del artículo 16, señala que los servicios digitales que hayan sido otorgados por proveedores no residentes en el

país estarán sujetos a pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) en los casos en los que el receptor de dicho servicio se encuentre en jurisdicción mexicana, dentro de la normativa establece obligaciones fiscales para los servicios digitales y los de intermediación. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2021)

Las obligaciones fiscales para los servicios digitales se encuentran estipulado en el artículo 18-D de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA) las cuales son las siguientes:

### Figura 2

#### *Proceso de imposición fiscal a los servicios digitales en México*



*Nota.* Este gráfico resume las obligaciones fiscales que contraen los proveedores de servicios digitales no residentes en México.

Por otra parte, las obligaciones fiscales propuestas para los servicios digitales de intermediación están definidos en los artículos 1-A bis y 18-J de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA) en la cual señala que las plataformas digitales ya sean proveedores nacionales o extranjeras sin establecimiento en el país proporcionen servicios digitales de intermediación con terceros es decir que se encuentren en calidad de oferentes ya sean estos de bienes o servicios.



Estas obligaciones incluyen publicación en plataforma digital el valor del Impuesto al Valor Agregado (IVA) incurridos en estas transacciones, desde enero de 2021 se incluye la leyenda “IVA incluido”, el mismo impuesto será cobrado a los enajenadores de bienes, goce temporal de bienes o a su vez prestadores de los servicios digitales.

**Tabla 7**

*Tratamiento de imposición a la economía digital México*

País	Ley	Año	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto servicios digitales	Recaudación del impuesto año 2022
México	Ley del Impuesto al Valor Agregado (LIVA)	2020	16 %	16 %	\$671 683,00

Para esto de igual forma se deberá de considerar que para los usuarios que adquieran estos servicios y sean personas físicas se le retiene el 50 % de la tasa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) cobrado, pero si no llegasen a proporcionar la clave del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) dicha retención será del 100 %.

En la tabla 7 se muestra de manera resumida el desglose de los impuestos aplicado a los servicios digitales que sean adquiridos dentro del territorio mexicano.

## **Chile**

En junio del 2020 la Ley N° 21.210 dictaminó que los servicios digitales que posean una remuneración y estos sean prestados por proveedores no residentes en el país chileno, deberán de pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y para que esto se cumpla el Servicio de Impuestos Internos (SII) estableció una Resolución Exenta SII N°46 de 2022 en la cual los emisores de medios de pago ya sean estos bancarios o no serán considerados como agentes de retención del 19 % a las transacciones pagadas a proveedores no residentes en Chile.

De igual manera, las entidades bancarias deben enviar un reporte semestral de todas las retenciones efectuadas al Servicio de Impuestos Internos (SII) para el seguimiento adecuado.

Por otra parte, deberán de registrarse ante las autoridades tributarias chilenas es decir el Servicio de Impuestos Internos (SII) los proveedores de servicios digitales que ofrezcan servicios de software, plataformas informáticas e intermediadores de servicios que se presten en jurisdicción chilena, plataformas como Netflix, Spotify y Amazon son un ejemplo de las empresas que declaran sus impuestos mensuales.

La tabla 8 muestra de manera resumida el desglose de los impuestos aplicado a los servicios digitales que sean adquiridos dentro del territorio chileno.

**Tabla 8**

*Tratamiento de imposición a la economía digital Chile*

Pais	Ley	Año	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto servicios digitales	Recaudación del impuesto año 2022
Chile	Ley 21.210	2020	19 %	19 %	\$315 604,00

## ***Ecuador***

En Ecuador, los impuestos a los servicios digitales se aplican desde el 2020 a raíz de la reforma a la Ley de Régimen Tributario Interno donde se deroga el numeral 26 en el artículo 56 que mantenía exento este tipo de transacciones comerciales gravando así una tarifa del 12 % causado del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Los intermediarios de pago como tarjetas de crédito o débito serán los encargados de retener el 12 % automáticamente pagado por cualquier servicio digital luego tendrá que ser enviado y declarado dicho Impuesto al Valor Agregado (IVA) al Servicio de Rentas Internas (SRI). De igual forma para que estos intermediarios de pago puedan retener dicho im-

puesto el ente regulador provee de un catastro actualizado de proveedores de servicios digitales, mismo que actualmente se encuentran 300 ítems inscritos e identificados.

De acuerdo con el artículo 140.1 del Reglamento de la ley de Régimen Tributario Interno (RLRTI) define a los servicios digitales como aquellos que son prestados mediante internet como los suministros de sitios informáticos, mantenimiento preventivo automático de las distintas aplicaciones, servicios web, almacenamiento en la nube, acceso a base de datos, entre otros.

En la tabla 9 se muestra de manera resumida el desglose de los impuestos aplicado a los servicios digitales que sean adquiridos dentro del territorio ecuatoriano.

**Tabla 9**

*Tratamiento de imposición a la economía digital en Ecuador*

País	Ley	Año	Impuesto al Valor Agregado	Impuesto servicios digitales	Recaudación del impuesto año 2022
Ecuador	Ley de Régimen Tributario Interno	2020	12 %	12 %	\$19 000 000,00

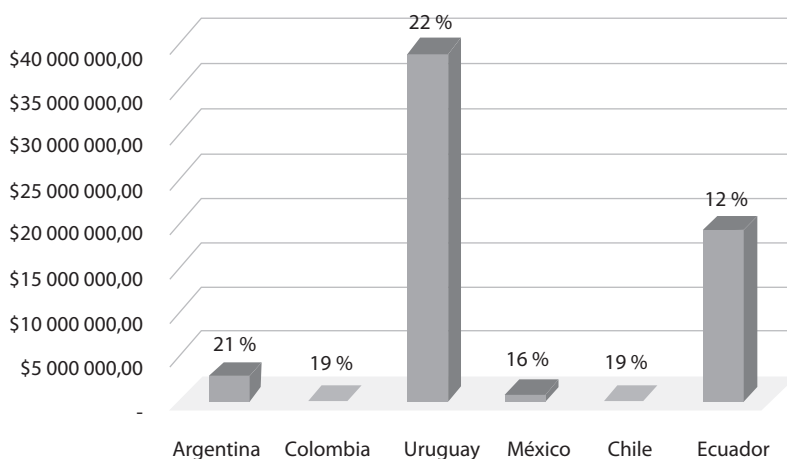
Una vez detallado las diferentes imposiciones fiscales establecidos para estos servicios digitales, mediante las cifras mostradas en cada país, se puede indicar que Uruguay es uno de los países que tiene mayor tasa del Impuesto al Valor Agregado (IVA) que es aplicado a los servicios digitales. Otro punto es que gran parte de los países latinoamericanos aplican el IVA a los servicios digitales como tributo principal y la mayoría de estos han implementado medidas para obligar a las empresas digitales extranjeras a registrar y pagar el IVA como si fueran una empresa local, mientras que otras jurisdicciones están considerando la adopción de estas medidas ya que hoy en día el medio de recaudación de impuestos se lo hace a través de la tarjeta de crédito o débito que use el usuario al momento de realizar la compra de un servicio.

En lo que concierne a Impuesto a la Renta, la tributación de las empresas digitales puede variar en función de su presencia física en cada país, algunos han introducido regulaciones para gravar a las ganancias generadas por las empresas digitales que tienen usuarios o clientes en su territorio, incluso si no tienen una presencia física. Mientras que, en otras jurisdicciones de Latinoamérica, se requiere que las plataformas digitales retengan impuestos sobre los pagos realizados a los proveedores de servicios digitales, como los conductores de aplicaciones de transporte o los vendedores en línea esto se hace para asegurar la recaudación de impuestos y evitar la evasión fiscal.

Según muestra la figura 3, la incidencia de la tasa de recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Uruguay con una tasa del 22 % siendo el país de Latinoamérica que ha logrado recaudar el impuesto en gran proporción, debido a la mayor tasa aplicada a las transacciones de servicios digitales.

**Figura 3**

*Recaudación del Impuesto a los servicios digitales (IVA) año 2022*



*Nota.* Resumen de la recaudación del impuesto a los servicios digitales de algunos países de Latinoamérica en el año 2022.

## Discusión y conclusión

Los tributos son parte esencial de la política fiscal de un país tipificado en las leyes. Su finalidad es ser la principal fuente de ingresos para los gobiernos, que son utilizados para financiar el gasto público y proporcionar bienes y servicios que son fundamentales para el correcto funcionamiento del Estado tal como lo establecen Paguay (2020) y Ruiz y Siota (2021). Estos ingresos generan los recursos necesarios para que los gobiernos puedan cumplir con sus responsabilidades brindando: servicios públicos esenciales, promoviendo el desarrollo económico y social, y una sociedad más equitativa (Arias *et al.*, 2020; Jabalera, 2021).

El propósito fundamental de que cada país establezca en sus normativas tributarias el cobro de algún impuesto, independientemente el tipo de transacción que se esté desarrollando dentro del territorio que corresponde, es evitar la evasión tributaria y el enriquecimiento ilícito por parte de los contribuyentes. Celis *et al.* (2022) establecen que ambos conceptos son objeto de preocupación para las autoridades fiscales, y que cada país es responsable de la implementación de medidas legales y controles para prevenir y combatir estas prácticas ilegales. El correcto manejo para evitar estos conceptos ya mencionados es la promulgación de leyes más estrictas, el fortalecimiento de las instituciones de fiscalización y el fomento de la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión pública y privada (Santillán y Barbaran, 2021).

A pesar de que cada país es responsable de establecer sus normativas tributarias y aplicar porcentajes de impuestos necesarios con el que se busca que los ingresos del Estado se mantengan en constante crecimiento. Existen varias semejanzas en cuanto a la coincidencia de conceptos entre normativas tributarias; por ejemplo, la mayoría de los países manejan el mismo concepto en lo que se refiere a la determinación de una base imponible sobre la que se debe pagar un determinado impuesto.

Las semejanzas entre países se observan en el seguimiento de los principios tributarios, los cuales constituyen la base sobre la cual los países

buscan establecer sus normativas fiscales. Esto implica la modificación de impuestos existentes o la incorporación de nuevos gravámenes. Es crucial tener en cuenta que nos encontramos ante un avance tecnológico en constante crecimiento, lo que requiere que los países analicen cada situación relacionada con las transacciones digitales. Es importante recordar que si un país no incluye en su normativa la regulación o el cobro de ciertos impuestos, esto podría afectar los ingresos del Estado y fomentar el enriquecimiento ilícito y la evasión fiscal. Este punto coincide con lo establecido por Jabalera (2021) y Ponce (2021).

Cumpliendo con el objetivo de la investigación se realiza la revisión de las normativas tributarias de los países latinoamericanos relacionadas con los impuestos aplicados a las transacciones que conllevan la adquisición de un servicio digital. Ecuador es uno de los países que menos impuestos aplica a este tipo de servicios, porque solo se cobra el Impuesto al valor agregado (IVA), que es cobrado mediante los diferentes agregadores de pago.

A diferencia de los demás países que aplican impuestos determinados a este tipo de servicios, mismos que son clasificados como servicios digitales de consumo, educación u otros de categorización según la jurisdicción lo determine. No obstante, es importante reconocer que el panorama tributario global es dinámico y puede estar sujeto a cambios en función de las tendencias económicas y las evoluciones tecnológicas. Por lo tanto, esta investigación proporciona una instantánea en un momento específico, y futuros estudios podrían profundizar en el impacto real de estas políticas tributarias en la recaudación, la economía digital y la competitividad global de Ecuador.

En última instancia, esta investigación subraya la importancia de mantenerse al tanto de las regulaciones tributarias en un entorno digitalmente orientado y cómo Ecuador ha adoptado medidas significativas para garantizar una base tributaria equitativa en el mundo digital en constante evolución.

Ecuador debe aplicar un tratamiento tributario diferente a este tipo de servicios, fijando una tarifa global que justifique el cobro de un impuesto en el que se incluya el Impuesto al Valor Agregado, retenciones, Impuesto a la Salida de Divisas y considerar la aplicación de un Impuesto a los consumos especiales; dicha tasa global que se aplique basándonos en el segundo pilar tributario que la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) establece, con esto Ecuador mejoraría su recaudación tributaria y puede convertirse en uno de los primeros países de Latinoamérica en aplicar una tarifa global a este tipo de impuesto.

## Referencias bibliográficas

- AFIP. (14 de 04 de 2023). <https://bit.ly/3UK7Sa2>
- Alegre, A. (10 de 06 de 2022). Rankia S.L. <https://bit.ly/3L3NNrJ>
- Arias González, I., Ruiz Salgado, M. y Puente Riofrío, M. (2020). *Fundamentos de gestión financiera*. Editorial Unach. <https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.14>
- Bolaños Gómez, J. (2021). Emprendimiento digital, un nuevo camino. *Travesía Emprendedora*, 5(2), 77-79. <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol5-2.art13>
- Calcano Monts, M. A. (2021). Internet, redes sociales y libertad de expresión. *Cuestiones Constitucionales Revista Mexicana de Derecho Constitucional*, 1(44), 35-54. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2021.44.16157>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2021). Ley del Impuesto al Valor Agregado. <http://bitly.ws/RZN4>
- Celis Pinedo, W., Celis del Águila, W. y Palomino Alvarado, G. d. (2022). Un análisis de la evasión tributaria. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 3224-3241. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2085](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2085)
- Chávez P., M. A., Herrera Estrella, M. P., Zúñiga Alvarado, M. A. y Zambrano Ponce, G. A. (2019). La rentabilidad de las grandes compañías como determinante en la elección de las BIG 4: Caso ecuatoriano 2012-2017. *Yachana Revista Científica*, 8(2), 80-96. <https://doi.org/10.1234/ych.v8i2.600>
- Chávez Pullas, M. A. y Herrera Estrella, M. (2018). *Aplicación de las NIIF en Ecuador desde la perspectiva contable positiva*. <https://bit.ly/3LpgxeY>
- CIAT. (29 de 04 de 2021). <https://bit.ly/3mJfk8v>
- Código tributario. (2005). SRI. <https://bit.ly/3HQycuC>

- Congreso de Colombia. (2022). Ley 2277. <http://bitly.ws/RKFH>
- Cruz Padial, I. (2017). Economía digital, establecimiento permanente y presencia digital significativa: tras las conclusiones del informe del GEFED. *Quincena Fiscal*, (18), 59-88. <http://bitly.ws/1k2d>
- Ernst & Young. (6 de agosto de 2018). <http://bitly.ws/RZN4>
- Ernst & Young. (15 de octubre de 2020). Las empresas ganadoras en tiempo de pandemia. <https://go.ey.com/3KKPitA>
- Garrido Naranjo, M. (2020). *La importancia del Impuesto a los Servicios digitales en la nueva Economía digital*. [tesis de maestría, Universidad de Sevilla]. <https://bit.ly/43Xtcg9>
- Guevara Albán, G. P., Verdesoto Arguello, A. E. y Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. <https://bit.ly/48depit>
- Hallivis Pelayo, M. L. (2014). Interpretación de tratados internacionales tributarios. México: Editorial Porrúa México. <https://bit.ly/3BXoB1i>
- Jabalera Rodríguez, A. (2021). Desafíos fiscales de la digitalización: Análisis del Impuesto español sobre servicios digitales desde una perspectiva internacional y europea. *IUS ET VERITAS*, (63), 261-287. doi.org/10.18800/iusetveritas.202102.014
- Martínez Serrano, J. A. (2020). COVID-19: globalización contra pandemia. *Cuadernos de información económica*, 276, 59-67. <https://bit.ly/3N87h06>
- Mendoza Torres, C. P. y Hernández Sampieri, R. (2020). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill. <http://bitly.ws/RGBs>
- NIIF 15. (mayo de 2014). Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes. <https://bit.ly/3zZy32V>
- Núñez, F. (2021). Necesidad de regular en el Ecuador la imposición sobre la renta en el comercio electrónico de intangibles. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://bit.ly/3H89chi>
- OCDE. (octubre de 2021). Google Académico. <https://bit.ly/3XSiHaD>
- Organización Mundial del Comercio. (14 de 04 de 2023). <https://bit.ly/3L4A7ND>
- Paraguay Ledesma, A. E. (2019). *La determinación tributaria a los servicios digitales de entretenimiento que prestan las empresas multinacionales en el Ecuador*. [Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://bit.ly/3ZIHdIB>
- Palmett Urzola, A. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Revista Crítica Transdisciplina*, 3(1), 36-42. [bit.ly/3QXVQKi](http://bit.ly/3QXVQKi)



- Ponce Carvajal, C. (2021). *Impuestos a los servicios digitales y su efecto a la recaudación fiscal en pandemia*. [Tesis de Maestría, Universidad de Talca]. <https://bit.ly/3jZXnkq>
- Ramos Chávez, H. A. (2019). Ciudadanía e información en ambientes digitales. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, bibliotecología e información*, 33(78), 143-163. <https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2019.78.58045>
- Rodolfo Torres Iparraguirre, A. G. y Ferrel Burgos, N. M. (2020). Covid-19. ¿Por qué no empezamos a tributar? *Journal of Management & Business Studies*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/10.32457/jmabs.v2i1.525>
- Ruiz Camacho, P. (2020). Historia de la globalización. *Oasis*, 1(36), 245-249. <https://doi.org/10.18601/16577558.n36.14>
- Ruiz Hidalgo, C. y Siota Álvarez, M. (2021). La colaboración de las Plataformas Digitales en la aplicación y en la recaudación de los tributos. *THEMIS Revista de Derecho*, 1(79), 175-192. <https://doi.org/10.18800/themis.202101.010>
- Sánchez Sánchez, E. M. (2021). El impuesto sobre determinados servicios digitales y su encuadre en la fiscalidad internacional. *Revista de Contabilidad y Tributación. CEF*. <https://doi.org/10.51302/rcyt.2021.7439>
- Sánchez, C. y Toledo, C. (2019). Tributación de los ingresos generados por la economía digital. Perspectiva regional. *Actualidad Jurídica Uría Menéndez*, 52, 27-35. Obtenido de <http://bitly.ws/RKHC>
- Santillán Ríos, C. I. y Barbaran Mozo, P. H. (2021). La figura de la evasión tributaria y sus implicancias en el desarrollo socioeconómico del estado. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(4), 5097-5111. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i4.678](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.678)
- Servicio de Rentas Internas. (2020). Resolución Nro. NAC-DGER-CGC20-00000055. <https://bit.ly/3VUEqgc>
- Servicio de Rentas Internas. (2021). Ley de Régimen Tributario Interno. Ecuador. <https://bit.ly/3HkMRMC>
- Somalo, I. (2017). El comercio electrónico, una guía completa para gestionar la venta online. ESIC Editorial. <https://bit.ly/43GA41E>
- UNCTAD. (3 de 05 de 2021). <https://bit.ly/43QpDZn>
- Velasteguí López, E. (2019). Las ventajas y desventajas del internet en la sociedad. *Conciencia Digital*, 2(1), 35-45. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i1.928>