





Análisis comparativo de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, año 2021

Comparative Analysis of the Collection of Value Added Tax on Digital Services in Ecuador and Chile, Year 2021

Nayeska Carolina García Zamora¹  0000-0002-4963-822X  ngarcia8045@utm.edu.ec
Elisa Juverly Zambrano Zambrano²  0000-0002-1750-266X  elisa.zambrano@utm.edu.ec

¹ Maestría en Administración Tributaria, Universidad Técnica de Manabí – Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador.

² Doctora en Ciencias Contables y Financieras, Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

Clasificación JEL: E62; L86; M21

Recepción: 2023-09-20 / Aceptación: 2023-10-19 / Publicación: 2024-01-05

Citación/como citar este artículo: García, N., Zambrano, E. (2024). Análisis comparativo de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, año 2021. Revista ECA Sinergia, 15(1), 21-41. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v15i1.6134>

RESUMEN

El Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales se implementa para gravar las operaciones realizadas a través de Internet y asegurar que se pague el impuesto en los países donde operan los proveedores, independientemente de su ubicación física, buscando prevenir la evasión fiscal y nivelar la competencia con empresas locales que ofrecen servicios similares. El objetivo de la investigación es comparar la recaudación del IVA sobre servicios digitales en Ecuador y Chile en 2021. La metodología utilizada fue aplicada, de diseño no experimental y transeccional, con un enfoque mixto y de alcance descriptivo; se emplearon los métodos histórico-lógico e inductivo, y se aplicaron técnicas como la revisión bibliográfica y análisis de información de diversas fuentes como leyes, normativas, informes, estadísticas; así como una entrevista estructurada de cinco preguntas a especialistas con experiencia en tributación. Los principales hallazgos demostraron que, en 2021, Ecuador experimentó un leve aumento en la recaudación total del IVA equivalente al 22,16%; mientras que en Chile se registró un aumento notable del 38,72%; sin embargo, la recaudación por servicios digitales representa una proporción pequeña de los ingresos fiscales totales en ambos países. A pesar de ello, las perspectivas futuras apuntan hacia un crecimiento constante en este ámbito; sin embargo, persisten desafíos y preocupaciones relacionados con la economía digital y sus efectos.

Palabras clave: Tributación óptima, Impuestos indirectos, Fiscalidad internacional, Transformación digital, Estudios comparativos por países.

ABSTRACT

The Value Added Tax on digital services is implemented to tax operations carried out through the Internet and ensure that providers pay taxes in the countries where they operate, regardless of their physical location, seeking to prevent tax evasion and level the competition with local companies offering similar services. The objective of the research is to compare the collection of VAT on digital services in Ecuador and Chile in 2021. The methodology used was applied, non-experimental and transectional design, with a mixed approach and descriptive scope; historical-logical and inductive methods were used, and techniques such as literature review and analysis of information from various sources such as laws, regulations, reports, statistics; as well as a structured interview of five questions to specialists with experience in taxation were applied. The main findings showed that, in 2021, Ecuador experienced a slight increase in total VAT collection equivalent to 22.16%; while in Chile there was a notable increase of 38.72%; however, collection from digital services represents a small proportion of total tax revenues in both countries. Despite this, future prospects point to steady growth in this area; however, challenges and concerns related to the digital economy and its effects persist.

Keywords: Optimal taxation, Indirect taxes, International taxation, Digital transformation, Comparative studies by country.

INTRODUCCIÓN

El tributo según Giuliani (1993) es una “prestación obligatoria, comúnmente en dinero, exigida por el Estado en virtud de su poder de imperio y que da lugar a relaciones jurídicas de derecho público” (p. 283). Además, son valores que el Estado impone amparándose en la ley, acorde a la capacidad contributiva de la persona que debe pagarlas; y, su importancia radica en que se configuran también como instrumentos de política económica; que, mediante la estimulación de la inversión, reinversión, ahorro y destinado hacia fines productivos y de desarrollo nacional; contribuyen a suplir las exigencias de estabilidad y progreso del país; encaminándolo hacia una mejor distribución de la renta nacional (Honorable Congreso Nacional y Comisión de Legislación y Codificación, 2018).

La recaudación tributaria es uno de los procedimientos más destacados que emplean los gobiernos para la obtención de recursos destinados a la subvención del gasto público; así como la dotación a la colectividad de servicios sociales como salud, educación, infraestructura y otros bienes de carácter público (Yarpaz, 2022). La Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador en su artículo 52 establece que el Impuesto al Valor Agregado:

Grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. (Honorable Congreso Nacional y Comisión de Legislación y Codificación, 2021, p. 44)

Para Vásquez (2012) comprende “un impuesto que grava el gasto destinado al consumo final” (p. 151). Además, “ofrece un gran potencial recaudatorio y es de fácil fiscalización” (Massone, 1995, p.42). Mediante el desarrollo de las nuevas tecnologías se está evidenciando una creciente evolución del aprovisionamiento de bienes y servicios en los mercados nacionales e internacionales; tanto que ya es impensable desempeñar las actividades cotidianas sin la utilización de las tecnologías, el internet o los medios digitales; con el transcurso de los años y hasta la actualidad se han instaurado firmemente y han sobrepasado el contexto personal, por lo que a su vez se aprecia un impacto en la economía; es donde surge lo que se ha denominado como economía digital (Sotomayor y Valverde, 2019).

La gran demanda actual de servicios no físicos adquiridos por internet origina una brecha que en materia tributaria no se puede detectar y definir de manera exacta por parte de los gobiernos, debido a la existencia de una gran cantidad de empresas de servicios digitales (Sotomayor y Valverde, 2019). Si bien, “el comercio transfronterizo de bienes, servicios y activos intangibles plantea desafíos con miras a la recaudación por IVA, especialmente cuando un consumidor privado adquiere dichos productos de proveedores en el extranjero” (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, 2014, p. 23).

En este sentido, la intención de introducir un gravamen sobre los servicios digitales nace por el desarrollo de las naciones mediante el asentamiento permanente de la economía digital, que cada vez continúa acaparando más sectores; y en base a la necesidad de los gobiernos de “fortalecer sus ingresos tributarios en el corto plazo y asegurar una correcta tributación de la economía digital en lo relativo al impuesto al valor agregado (IVA) en el mediano y largo plazo” (Jiménez y Podestá, 2021, p. 5). Otro punto es el desafío que representa para las diferentes Administraciones Tributarias el hecho de tener que afrontar situaciones desfavorables que se desprenden de la globalización y el crecimiento exponencial del comercio digital debido a la falta de mecanismos de recaudación fiscal; pues al no contar con una definición clara y minuciosa del hecho generador, se disipa la obligación de pagar tributos (Hurtado y Vásquez, 2018).

Como señala Sacoto (2021) es menester comprender el funcionamiento y la aplicación de los impuestos de los servicios digitales, considerando que: Si hablamos de un contribuyente residente en Ecuador no habría inconveniente en determinar la tarifa de impuesto que debe pagar, pero ¿y si el contribuyente no está domiciliado en Ecuador? La situación se torna más compleja, puesto que, suponiendo que quien no reside en Ecuador le resulte más beneficioso someterse a la imposición de su país. (p. 7)

Durante décadas ha sido notable que la recaudación tributaria de los países resulta menor a la que podría lograrse si todos los contribuyentes cumplieran debidamente con sus obligaciones impositivas acorde a lo señalado en las normativas legales. De tal forma, la evasión tributaria constituye uno de los principales obstáculos que afectan las finanzas públicas indispensables para cubrir el gasto público y el desarrollo de los países; pues la pérdida de recursos fiscales obstaculiza la consecución de los objetivos trazados año a año por los gobernantes.

La evasión tributaria y la disminución de las recaudaciones para las arcas fiscales figuran como un fenómeno que convencionalmente se ha ligado de manera exclusiva con los principales impuestos aplicados en el ámbito doméstico. Empero, surge un nuevo giro dado

que actualmente con el crecimiento de las operaciones globales de las multinacionales; se ha generado una presión para los países obligándolos a volcar su atención por encima de sus fronteras geográficas. Cabe mencionar, que en ambos casos existen evidencias que revelan la dimensión del problema por los elevados niveles de incumplimiento que se deriva en pérdidas considerables de ingresos tributarios (Sabaini y Morán, 2020).

Es perentorio invertir esfuerzos en analizar el entorno actual de las legislaciones con miras a apoyar a las Administraciones Tributarias a través de las investigaciones con el objeto de que éstas enfoquen su atención hacia la relevancia de tributar los bienes y servicios intangibles adquiridos en el exterior por empresas y consumidores residentes, proponer nuevos mecanismos que permitan combatir las prácticas intencionales de evasión y elusión tributaria; así como fortalecer los mecanismos de control y fiscalización. Es indispensable tanto para incrementar sus recaudaciones tributarias; como para incentivar y garantizar la competencia equitativa y leal en favor de los proveedores locales. Pues en consecuencia, las pérdidas para las arcas fiscales serán más significativas; no únicamente por el esparcimiento de dicho sector, sino debido a que las empresas de otros sectores económicos buscarán nuevos mecanismos para trasladar sus operaciones hacia la digitalidad, menoscabando el empleo, el crecimiento económico y el desarrollo de la economía digital local (Jimenez et al., 2010).

Tributación de los servicios digitales en otros países

En México, se planteó una propuesta para reformar la normativa mexicana; que comprendía la inclusión de las plataformas digitales utilizadas en el país como nuevo objeto de tributación. En consecuencia, para el ejercicio fiscal 2020 entraron en vigencia los cambios encaminados a fiscalizar a las personas morales y físicas que generasen entradas económicas por dicho concepto (Hernández et al., 2021). Según lo expuesto por la Cámara de Diputados del Honorable Consejo de la Unión (2021) en la Ley del Impuesto al Valor Agregado se especifica que los proveedores de servicios digitales sin establecimiento en México tienen la obligatoriedad de inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes ante la administración tributaria de aquel país, mediante la aplicación de una tarifa del 16% deberán efectuar el cálculo mensual de dicho tributo y liquidarlo a través de una declaración electrónica que se presentará hasta el día 17 del mes ulterior. Además, “las plataformas tecnológicas que prestan servicios de intermediación tienen la obligación de retener el impuesto a las personas físicas que enajenen bienes o presten servicios (incluidos los servicios de hospedaje) y de enterar estas retenciones a la administración tributaria” (Jiménez y Podestá, 2021, p. 36).

En el caso de Perú, “están gravados con el impuesto a la renta los servicios digitales prestados por sujetos no domiciliados en el país a personas jurídicas que utilizan esos servicios para sus procesos productivos” (Diario El Comercio, 2022, párr. 10). Actualmente, la normativa no contempla como sujetos pasivos del Impuesto al Valor Agregado a personas naturales que utilizan servicios digitales como consumidores finales. Sin embargo, se está planteando una reforma a la Ley del Impuesto General a las Ventas con el objeto de que las multinacionales paguen dicho tributo en el país.

Involucrados en el consumo de servicios digitales

Respecto a los intervinientes en el comercio digital; García (2020) distingue tres piezas esenciales que intervienen en la transacción y consumo de servicios digitales:

- Prestador del servicio: Se refiere a la o las personas que ofrecen el servicio mediante una plataforma digital;
- Plataforma: Es el intermediario entre los proveedores y usuarios; es decir, es el medio que facilita las transacciones entre las partes;
- Usuario final: Es el consumidor del bien y/o servicio.

Características de la economía digital desde la óptica tributaria

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2015) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2019) distinguen seis características específicas que definen la economía digital desde el punto de vista tributario:

- Movilidad de los activos intangibles, usuarios y funciones comerciales;
- Uso de datos de clientes y proveedores;
- Externalidades de la red, por la participación de un usuario adicional que cambia el valor de esa red para los usuarios existentes;
- Modelos de negocio multilaterales, por la interacción de varios grupos mediante intermediarios y/o plataformas que regulan la demanda;
- Tendencia al monopolio u oligopolio, a partir de los efectos de la red y las economías de escala;
- Volatilidad, por la disminución de los costos de procesamiento de datos, mayor rendimiento y gastos de capital; reduciendo las barreras de entrada para las nuevas empresas.

Principios para tributar el Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales

Para la correcta aplicación del impuesto las Administraciones Tributarias del mundo deben afrontar un gran desafío, sobre todo para los consumos transfronterizos; pues como señala Jorratt (2020) se puede establecer el gravamen considerando el principio de origen, en donde “el IVA debe gravar los bienes y servicios producidos domésticamente, con lo que se gravarían las exportaciones, porque se producen internamente, mientras que las importaciones estarían exentas, pues fueron producidas en el exterior” (p. 5). Mientras que, el principio de destino “sugiere gravar con IVA los bienes y servicios consumidos domésticamente, con lo que en este caso se gravarían las importaciones, mientras que las exportaciones quedarían exentas” (p. 5).

Varios expertos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2017) consideran cierta preponderancia sobre el principio de destino por su neutralidad en la cadena de valor y el comercio exterior. Es entonces, que en una de sus directrices recomiendan que para gravar con el Impuesto al Valor Agregado los servicios y bienes inmateriales que son producto del comercio transfronterizo deberán aplicarse las reglas de la jurisdicción de consumo.

Antecedentes investigativos

Calle (2017) afirma que el Impuesto al Valor Agregado es un tributo que se traslada directamente al consumidor final; y mediante sus recaudaciones constituye un aporte altamente significativo para el Estado; no obstante, a medida que se incrementa su tarifa, simultáneamente se incrementa la evasión tributaria. Por lo tanto, en vista del crecimiento de las transacciones digitales, se vuelve esencial adoptar estrategias que prevengan las futuras pérdidas económicas derivadas de la falta de recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el ámbito de la economía digital (Rojas y Rosas, 2020).

Escalona (2017) reconoce que para llevar a cabo una adecuada aplicación del Impuesto al Valor Agregado en los servicios relacionados con la tecnología digital en Chile, es indispensable el estudio de la tributación en el mercado digital, considerando diferentes perspectivas tributarias para incentivar el crecimiento del sector y a su vez facilitar los procesos de fiscalización del Estado para evitar o reducir la evasión fiscal.

De acuerdo con Zurita (2023), la implementación del IVA en la importación de servicios digitales en Ecuador se originó por recomendaciones de organismos internacionales y por el aumento del consumo de este tipo de servicios durante la crisis sanitaria del Covid-19. La recaudación de este tributo se llevó a cabo desde septiembre de 2020.

Pina (2017) establece que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico destaca la necesidad de tomar medidas para combatir los fraudes fiscales, que esencialmente constituyen artimañas para eludir el pago adecuado de impuestos; estas prácticas afectan adversamente las finanzas públicas, resultando en una carga tributaria más pesada para aquellos contribuyentes que sí cumplen con sus obligaciones fiscales. Además, impactan en la calidad de los servicios públicos y las prestaciones sociales, generando un desequilibrio económico al poner en desventaja a las empresas cumplidoras frente a aquellas que no; es decir, el fraude fiscal emerge como la principal causa de inequidad en los sistemas tributarios del mundo.

A partir de los antecedentes mencionados, se reconoce la importancia de investigar los aspectos relacionados con las recaudaciones tributarias, especialmente en lo que respecta a los nuevos desafíos fiscales resultantes de las nuevas formas de economía; por lo tanto, para este estudio se planteó el objetivo general de comparar las recaudaciones de IVA sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, durante el año 2021. Y como objetivos específicos: describir las características y tarifas del IVA sobre los servicios digitales aplicadas en los países mencionados; y cuantificar sus recaudaciones.

Se estudiaron las condiciones de ambos países en dicho período porque mantienen aspectos en común, como la implementación de un gravamen del mismo tipo y durante el mismo año; por lo que se consideró como una buena alternativa susceptible de comparación para describir sus generalidades, cuantificar el impuesto y comparar sus recaudaciones. De esta manera, se justifica el estudio porque permitió conocer si las condiciones de la aplicación del tributo fueron eficientes para el respectivo país y en qué medida; además puede servir como referente para efectuar un seguimiento recaudatorio por otros investigadores o por las Administraciones Tributarias; e incluso como orientación para otros países que aún no tributan sobre los servicios digitales.

METODOLOGÍA

Este artículo se basó en una investigación llevada a cabo mediante una metodología aplicada de conceptos teóricos a datos concretos para proporcionar información práctica; basándose en la utilización de teorías y conocimientos, se empleó la teoría fiscal y económica para comprender y comparar las recaudaciones del Impuesto al Valor Agregado en el contexto específico de los servicios digitales en Ecuador y Chile.

Con un enfoque mixto porque para su realización se utilizaron métodos cuantitativos como el examen, recopilación y análisis numérico - estadístico de datos referentes a los montos recaudados por concepto de Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales, su representatividad sobre la recaudación general del impuesto y sus respectivas comparaciones; y cualitativos como la aplicación de entrevistas a conocedores tributarios.

De diseño no experimental, porque de ninguna manera las variables fueron objeto de manipulación y transeccional porque el período de estudio corresponde a un año fiscal; su alcance fue descriptivo, porque se aproximó al conocimiento de la realidad de las variables en el contexto recaudatorio, a través del entendimiento del comportamiento del impuesto investigado.

Constituyó una investigación documental y bibliográfica, porque se revisaron documentos de fuentes oficiales como leyes, normas, informes y estadísticas, notas de prensa, noticias, entre otros; así como criterios e investigaciones de otros autores que han estudiado las variables relacionadas. Los métodos empleados fueron el histórico – lógico porque surgió la necesidad de revelar el comportamiento y las etapas históricas principales de las variables, que conllevaron al análisis y descripción comparativa del entorno estudiado (Cerezal, 2000).

Y el método inductivo que de acuerdo con Tena y Rivas (2007), implica tomar observaciones concretas de casos individuales y generalizarlas para comprender tendencias y conceptos más amplios; en este caso se recopiló y analizaron datos relacionados con las recaudaciones y otros factores relevantes en Ecuador y Chile; a través de este proceso, se logró identificar tendencias significativas que sirvieron como base para formular conclusiones respecto a las disparidades en la recaudación del impuesto a los servicios digitales en ambos países.

Se utilizaron técnicas como la entrevista estructurada que contiene un conjunto de preguntas previamente diseñadas que serán planteadas al entrevistado (Arias, 2006); entre sus ventajas se incluye la sistematización, que facilita su clasificación y análisis; así como una alta objetividad y confiabilidad (Díaz et al., 2013). Y el análisis de información, que como lo señalan Dulzaides y Molina (2004):

Es una forma de investigación, cuyo objetivo es la captación, evaluación, selección y síntesis de los mensajes subyacentes en el contenido de los documentos, a partir del análisis de sus significados, a la luz de un problema determinado. Así, contribuye a la toma de decisiones, al cambio en el curso de las acciones y de las estrategias. Es el instrumento por excelencia de la gestión de la información. (párr. 15)

Mientras que, los instrumentos objeto de análisis fueron las estadísticas de recaudación, y normas jurídicas que se describen a continuación:

Tabla 1: Instrumentos de información documental

Fuente	Emisor
Ley de Régimen Tributario Interno.	Honorable Congreso Nacional.
Reglamento para aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI.	Presidencia Constitucional de la República del Ecuador.
Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios.	Ministerio de Hacienda de Chile.
Reglamento de Impuesto a las Ventas y Servicios	Ministerio de Hacienda de Chile.

Estadística de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2019.	Servicio de Rentas Internas (SRI).
Estadística de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2020.	Servicio de Rentas Internas (SRI).
Estadística de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2021.	Servicio de Rentas Internas (SRI).
Estadística de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2022.	Servicio de Rentas Internas (SRI).
Estadísticas tributarias del Impuesto al Valor Agregado.	Servicio de Impuestos Internos (SII).
Serie de ingresos tributarios consolidados anuales, 2022.	Servicio de Impuestos Internos (SII).

Además, para el procesamiento y análisis de los datos se utilizaron las herramientas ofimáticas de office (específicamente Excel); para el posterior estudio, análisis estadístico y descripción comparativa del contexto recaudatorio del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile; durante el año 2021.

RESULTADOS

En palabras de Jorrat (2020) el Impuesto al Valor Agregado es un impuesto plurifásico no acumulativo que grava el consumo final de los hogares, mediante su aplicación en todas las etapas de la cadena productiva; es decir grava la diferencia entre compras y ventas. Es importante destacar que la implementación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) sobre los servicios digitales figura como una tendencia global, en donde varios países han optado por la implementación de medidas similares que permitan incentivar la equidad tributaria, adaptación a la economía digital, incremento de las recaudaciones fiscales y la competencia justa; mediante modificaciones a sus sistemas impositivos.

Fue indispensable para este estudio, investigar las características y generalidades del impuesto en cuestión; mismas que se extrajeron de los cuerpos legales respectivos de cada país y se detallan en la Tabla 2:

**Tabla 2: Generalidades y características del Impuesto al Valor Agregado (IVA)
sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile**

Aspectos	Ecuador	Chile
Consideración de servicios digitales	Servicios prestados o contratados a través de internet u otras tecnologías similares que sean automatizados y requieran una intervención humana mínima, indistintamente del dispositivo utilizado.	Aquellos servicios prestados mediante internet u otros medios electrónicos, que no requieren la entrega física de bienes y cuya naturaleza es principalmente de carácter digital.
Hecho generador	La utilización o consumo del servicio por parte de un residente o un establecimiento permanente de un no residente ubicado en el Ecuador. Y su verificación se realiza únicamente con el pago a favor del prestador.	Al momento de consumarse legalmente la importación.

<p>Servicios gravados</p> <p>Tarifa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Suministro y alojamiento de sitios web y páginas informáticas. <input type="checkbox"/> Suministro de productos digitalizados (software, libros digitales, diseños, informes, etc.). <input type="checkbox"/> Mantenimiento preventivo o correctivo automatizado de programas y equipos a distancia. <input type="checkbox"/> Administración de sistemas remotos y soporte técnico en línea. <input type="checkbox"/> Servicios web (almacenamiento de datos, servicios de memoria y publicidad en línea). <input type="checkbox"/> Servicios de software a través de descargas en la nube. <input type="checkbox"/> Acceso y/o descarga de imágenes, texto, información, video, música, juegos, etc. <input type="checkbox"/> Puesta a disposición de bases de datos y servicios generados automáticamente en respuesta a requerimientos específicos del cliente (servicios premium). <input type="checkbox"/> Servicios de clubes en línea o sitios web de citas. <input type="checkbox"/> Servicios brindados por blogs, revistas o periódicos en línea. <input type="checkbox"/> Provisión de servicios de internet. <input type="checkbox"/> Enseñanza a distancia, pruebas o ejercicios automatizados. <input type="checkbox"/> Subastas en línea, oferta/demanda laboral, transporte, alojamiento, pedido y entrega de bienes, etc. <input type="checkbox"/> Manipulación y cálculo de datos a través de internet u otras redes electrónicas. <input type="checkbox"/> Otros servicios que el Servicio de Rentas Internas defina mediante resolución. <p>12%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Intermediación de servicios prestados y ventas efectuadas en Chile o en el extranjero, que den origen a una importación. <input type="checkbox"/> Suministro de contenidos de entretenimiento digital mediante descarga, streaming u otra tecnología, incluyendo vídeos, música, juegos y otros similares, así como textos, revistas, diarios y libros. <input type="checkbox"/> Servicios de software, almacenamiento, plataformas o infraestructura informática. <input type="checkbox"/> Publicidad ofrecida por empresas extranjeras, indistintamente del medio o soporte utilizado para su entrega, materialización o ejecución (incluye Instagram, Facebook y Google Ads). <p>19%.</p>
---	---	--

Sujetos pasivos	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> En calidad de contribuyentes, aquellos que efectúen importaciones gravadas. <input type="checkbox"/> En calidad de agentes de percepción, las personas naturales o sociedades no residentes en el Ecuador que: a) inscriban voluntariamente su RUC ante el Servicio de Rentas Internas (dicho registro no constituye un establecimiento permanente en el país); b) presten un servicio digital importado por residentes fiscales ecuatorianos o por establecimientos permanentes de no residentes en Ecuador. <input type="checkbox"/> En calidad de agentes de retención, las entidades emisoras de tarjetas de crédito o débito; y deberán retener el 100% del IVA generado en pagos por importación de servicios digitales (únicamente cuando los proveedores no residentes no se hubieren registrado en el SRI). 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> El consumidor (si es contribuyente del IVA), quien deberá emitir una liquidación de compra y realizar la respectiva retención. <input type="checkbox"/> Las entidades financieras emisores de las tarjetas de pago deben retener el impuesto (siempre y cuando el consumidor no sea contribuyente del IVA). <input type="checkbox"/> El prestador del servicio, como agente de percepción en el Régimen simplificado para contribuyentes no domiciliados ni residentes en Chile, previa inscripción en el Servicio de Impuestos Internos (excepto cuando el consumidor del servicio sea un contribuyente del IVA; pues en ese caso deberá obligatoriamente informar al proveedor extranjero que éste no debe retener el impuesto).
Declaración, plazos y pago del impuesto	<p>Mensual. El plazo para la declaración y pago será hasta el 15 del mes siguiente al período declarado.</p>	<p>Mensual o trimestral. Su plazo comprende los 20 días del mes subsiguiente. Y respecto al pago dependerá de la periodicidad elegida. Además, se plantearon dos distinciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Los proveedores no residentes en Chile que prestan servicios a usuarios no contribuyentes del IVA, deberán realizar el pago a través del VAT on Digital Services. <input type="checkbox"/> Los consumidores contribuyentes del IVA, deben pagar a través de la opción de Servicios en línea del SII.
Catastro de prestadores de servicios digitales	<p>Se publica en el portal web del SRI y se actualiza de manera trimestral, hasta el 15 de cada mes de enero, abril, julio y octubre.</p>	<p>Se mantiene actualizada constantemente la nómina de los contribuyentes inscritos.</p>
Vigencia	<p>A partir de septiembre de 2020.</p>	<p>A partir de febrero de 2020.</p>
Reformas	<p>Ninguna</p>	<p>Mediante RESOLUCIÓN EX. SII N°46 con fecha 13 mayo de 2022, en donde se califica como agente de retención del IVA sobre los servicios digitales a emisores de medios de pago bancarios y no bancarios.</p>

Nota: Datos tomados de la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento (2021) y la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios (2022).

Recaudaciones generales de IVA en Ecuador y Chile, antes y después del gravamen a los servicios digitales

Se consideraron las estadísticas de recaudación presentadas por el Servicio de Rentas Internas correspondientes a los años 2019, 2020 para evaluar de manera general los ingresos percibidos por el estado ecuatoriano por concepto de Impuesto al Valor Agregado antes de la aplicación del gravamen sobre los servicios digitales. Asimismo, se tomaron en cuenta los años 2021 y 2022 para analizar los ingresos posteriores a la implementación.

Tabla 3: Recaudaciones generales del Impuesto al Valor Agregado en el Ecuador

Año	Recaudado (US\$)
2019	6.685.068.737
2020	5.506.253.637
2021	6.726.321.366
2022	8.132.878.920

Fuente: Datos tomados de las Estadísticas de Recaudación del Servicio de Rentas Internas (2022).

El Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales entró en vigencia en el Ecuador a partir de septiembre de 2020, sin embargo, se consideraron los datos previos para estudiar la evolución del impuesto. Ese mismo año comprendió un período atípico debido a la pandemia del Covid-19, en donde la economía del país experimentó una severa repercusión en múltiples sectores, se incrementó significativamente la tasa de desempleo y provocó una baja considerable en los ingresos; impactando directamente en la recaudación de impuestos (Ávila, 2021).

Como se observa en la tabla 3, en el año 2020 se registró una disminución del 17,63% en los ingresos generados por el Impuesto al Valor Agregado (IVA) en comparación con el año 2019. Sin embargo, en 2021 se observó un leve aumento del 22,16%, a pesar de que el país aún no se había recuperado por completo de la crisis; a criterio personal, este incremento se atribuye a la implementación del impuesto sobre los servicios digitales. En el año 2022 se aumentaron las recaudaciones en un 20,91%, a diferencia del año anterior; lo que representa un monto adicional de US\$ 1.447.810.183 entre este último año y 2019, cuando Ecuador aún no había sido afectado por la pandemia y los servicios digitales no eran considerados como objeto del tributo.

De igual forma, para el análisis del caso de Chile se tomaron en cuenta las cifras de recaudación proporcionadas por el Servicio de Impuestos Internos para los años 2019 y 2020; con el fin de evaluar en términos generales los ingresos percibidos por el Impuesto al Valor Agregado antes de su implementación en los servicios digitales. Asimismo, se examinaron los datos correspondientes a los años 2021 y 2022 para analizar los ingresos posteriores a su entrada en vigor, puesto que en dicho país se efectuó a partir de febrero de 2020.

Tabla 4: Recaudaciones generales del Impuesto al Valor Agregado en Chile

Año	Recaudado (CLP)
2019	16.357.283
2020	16.219.281
2021	22.506.530
2022	24.442.818

Fuente: Datos tomados de la Serie de Ingresos Tributarios Consolidados Anuales del Servicio de Impuestos Internos (2022).

En la Tabla 4 se revela una disminución del 0,84% en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) entre 2019 y 2020 en Chile; es fundamental señalar que este leve descenso se imputa a los efectos de la crisis del Covid-19. No obstante, debido al aumento significativo en el consumo de bienes y servicios a través de plataformas digitales como resultado de las medidas de confinamiento, se observa que el monto recaudado no presenta una marcada diferencia con respecto al año 2019 (anterior a la pandemia y a la implementación del impuesto sobre los servicios digitales). Por otra parte, en 2021 se registra un aumento notable del 38,72%, evidenciando un crecimiento extraordinario; esta tendencia positiva se mantiene en 2022 con un incremento del 8,61%. Después de examinar el panorama general de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado en los países objeto de estudio; se pudo determinar lo siguiente:

Tabla 5: Análisis de las recaudaciones generales del Impuesto al Valor Agregado Ecuador vs. Chile

Período	Ecuador	Chile
2019		
2020	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Durante 2020, se observó una marcada disminución en los ingresos generados por el IVA, en comparación con el año anterior, es decir, 2019. ☐ Esta caída puede atribuirse a la repercusión económica de la crisis global, que impactó negativamente en los ingresos generales. ☐ Es evidente que la magnitud de esta disminución revela una influencia considerable de dicha crisis en los ingresos generales del país. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Durante 2020, se registró una disminución más moderada en la recaudación general del IVA; en comparación con el año anterior. ☐ Es destacable que, pese a la reducción, el país logró mantener niveles de recaudación cercanos a los observados antes del brote de la pandemia. ☐ La constancia en la recaudación puede explicarse en gran medida por el aumento sustancial en el consumo de bienes y servicios a través de plataformas digita-
2021	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Pese a que aún se percibían los graves efectos de la crisis económica en 2021, se registró un repunte notorio en la recaudación del IVA, aspecto que marcó un cambio positivo en la tendencia en comparación con el año anterior. ☐ Dicho repunte puede vincularse a la implementación del impuesto sobre los servicios digitales, un componente que contribuyó al flujo de ingresos fiscales en ese período. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ El 2021 marcó un punto de inflexión en términos de recaudación del IVA, con un incremento significativo que denota una recuperación económica en marcha. ☐ Se observó un aumento notable en los ingresos generados por este impuesto, lo que sugiere una reactivación en la demanda y la actividad económica.
2022	<ul style="list-style-type: none"> ☐ El año 2022 también presentó un panorama positivo en términos de recaudación del IVA; pues se registró un incremento en los ingresos, lo que marcó una tendencia de crecimiento continuo. ☐ Aunque el aumento no alcanzó la magnitud del año precedente, sigue siendo un testimonio de la resiliencia del sistema tributario y la economía en general, incluso en un contexto post-pandemia. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ En 2022 se mantuvo la recuperación, con un incremento adicional en la recaudación del IVA; este aumento, aunque de menor magnitud que el año anterior, señala una continuidad positiva en la tendencia de crecimiento económico. ☐ Los resultados reflejan la adaptabilidad de la economía chilena ante los cambios en los patrones de consumo en un entorno de restricciones y transformaciones.

En resumen, tanto Ecuador como Chile experimentaron reducciones en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el año 2020 debido a los efectos de la crisis del Covid-19, aunque con magnitudes diferentes. Ecuador logró una recuperación notable en los años subsiguientes, evidenciando incrementos, en parte atribuidos a la implementación del impuesto sobre los servicios digitales; por su parte, Chile mantuvo una recaudación relativamente estable y logró un crecimiento destacado gracias al aumento en el consumo digital.

Este contraste resalta la relevancia de las políticas fiscales y la capacidad de adaptación económica en tiempos de crisis; asimismo, el análisis efectuado al comportamiento del impuesto en ambas naciones demuestra cómo las economías han enfrentado y superado desafíos económicos globales, con Ecuador demostrando resiliencia mediante una recuperación progresiva y Chile capitalizando las oportunidades digitales para mantener un camino de crecimiento en medio de la incertidumbre global.

Recaudaciones del IVA sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, durante el año 2021

Dentro de este contexto, se muestra el objeto específico de la presente investigación, que se centra en las recaudaciones del Impuesto al Valor Agregado sobre los Servicios Digitales en Chile y Ecuador durante el año 2021:

Figura 1: Análisis comparativo del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales y su aporte a la recaudación de Ecuador y Chile, año 2021



Nota: Datos tomados de solicitud de información al Servicio de Rentas Internas (2023) y de la Serie de Ingresos Tributarios Consolidados Anuales del Servicio de Impuestos Internos (2022).

La figura 1 presenta los valores recaudados en relación a los servicios digitales durante el año 2021: en Ecuador se registró un ingreso a las arcas fiscales de US\$ 34.614.433, lo que representa el 0,51% del total recaudado por concepto del Impuesto al Valor Agregado. Mientras que, en Chile la cifra alcanzó los 208.204 CLP; equivalente al 0,92% de la recaudación total de IVA.

Los datos señalan que la contribución del gravamen a los servicios digitales sobre el Impuesto al Valor Agregado general en Ecuador es mínima, lo que sugiere que existe mayor influencia de otros sectores en la recaudación total de impuestos en el país. Por el contrario, en Chile, los servicios digitales tienen una participación un poco más significativa; en comparación con Ecuador. Sin embargo, es importante reconocer que, en ambos casos, los servicios digitales representan un porcentaje relativamente bajo en cuanto a los demás sectores económicos; aspecto que puede considerarse como una oportunidad para revisar y ajustar las políticas fiscales relacionadas a los servicios digitales, con la finalidad de incrementar su contribución en la recaudación tributaria futura y lograr una distribución más equitativa de la carga fiscal.

De acuerdo con Angulo (2022), los consumos de servicios digitales gravados con la tarifa del Impuesto al Valor Agregado van en constante aumento en Ecuador, principalmente los de plataformas como: Netflix, Amazon Prime, HBO, Disney+, Spotify, Amazon Music, Deezer, Tidal, Uber, Zoom, Nintendo, BET365, Betway, Beteris, Stars, LinkedIn, OnlyFans, Couchsurfing, Tinder, Bumble, entre otras. Desde la implementación del gravamen en septiembre de 2020, apenas se consideraban 178 servicios; sin embargo, según los datos del último Catastro de Prestadores de Servicios Digitales publicado por el Servicio de Rentas Internas, actualmente la cifra asciende a 1.158. Los ecuatorianos usuarios de plataformas digitales gastan en promedio US\$ 50 al mes y mantienen de dos a tres suscripciones activas, el gasto anual total en servicios digitales supera los US\$ 450 millones; a pesar del aumento en este tipo de consumo, muchos ecuatorianos no son conscientes de sus gastos mensuales, puesto que las suscripciones se cobran automáticamente; cada suscripción varía de 6 a 20 dólares al mes, sumando un gasto promedio anual de 600 dólares, superando incluso los costos de servicios básicos como el agua (Diario La Hora, 2023).

Por otro lado, en Chile, de acuerdo a un ranking elaborado por el Servicio de Impuestos Internos se destaca que Google, Netflix y Apple son las plataformas que registran los mayores niveles de consumo y han contribuido significativamente a la recaudación fiscal, seguidas de cerca por Sony, Spotify y Facebook (El Mercurio, 2021). De acuerdo a los datos más recientes proporcionados por la autoridad tributaria de Chile, en junio pasado se celebraron tres años desde la implementación del Impuesto al Valor Agregado sobre los Servicios Digitales; hasta mayo de 2023, la recaudación por este concepto alcanzó una cifra equivalente a US\$ 775 millones, que fueron declarados y pagados por 374 proveedores de plataformas de servicios digitales que no tienen domicilio ni residencia en Chile, pero están registrados para cumplir con la declaración y el pago de impuestos en el país (Servicio de Impuestos Internos, 2023).

Recaudación tributaria del IVA sobre los servicios digitales para los próximos 5 años

En base a los datos históricos más recientes de la recaudación del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales, proporcionados por las Administraciones Tributarias de Chile y Ecuador, se ha realizado una estimación de los ingresos fiscales derivados de este tributo. Esta proyección se fundamenta en los resultados de los años 2021 y 2022, puesto que comprenden dos períodos fiscales completos desde la implementación del impuesto.

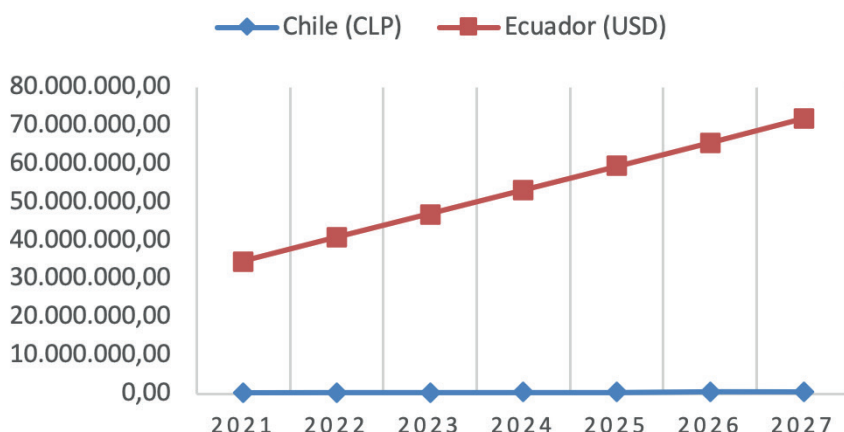
Respecto a la data de Ecuador, cabe mencionar que, pese a que el período 2022 ha transcurrido en su totalidad, la última información disponible reportada por el Servicio de Rentas Internas corresponde al primer trimestre de dicho año. A partir de estos datos, se realizó una proyección del panorama recaudatorio utilizando el método estadístico de mínimos cuadrados y aplicando funciones de Excel; de manera que, se obtuvo una estimación del total recaudado durante 2022 para la posterior extrapolación de los ingresos fiscales de los próximos cinco años bajo el mismo método, que se presenta en la tabla 6:

Tabla 6: Datos históricos y pronóstico de ingresos fiscales por el Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador

Año	Chile	Ecuador
Datos históricos		
2021	208.240,00	34.614.433,00
2022	269.234,00	40.795.273,60
Pronóstico		
2023	330.228,00	46.976.114,20
2024	391.222,00	53.156.954,80
2025	452.216,00	59.337.795,40
2026	513.210,00	65.518.636,00
2027	574.204,00	71.699.476,60

Nota: Datos calculados a partir de información proporcionada por el Servicio de Rentas Internas (2023) y el Servicio de Impuestos Internos (2022).

Figura 2: Gráfico de la tendencia recaudatoria del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, períodos 2021-2027



Nota: La figura muestra los datos históricos y el pronóstico de los ingresos tributarios por servicios digitales en Ecuador y Chile, durante 2021 y 2027. Fuente: Servicio de Rentas Internas (2023) y el Servicio de Impuestos Internos (2022).

En cuanto a la magnitud de la recaudación, se observa una marcada disparidad entre Chile y Ecuador. En el año 2022, Ecuador recaudó más de 40 millones de dólares, mientras que en Chile la cifra alcanzó aproximadamente 269 mil pesos chilenos, lo que representa una diferencia considerable. Es indispensable señalar que este contraste se debe en parte a la variación en las monedas de los países respectivamente; pues la moneda de curso legal en Ecuador es el dólar estadounidense (USD), una moneda de amplia circulación internacional; mientras que Chile utiliza pesos chilenos (CLP), que tienen una presencia más limitada en los mercados internacionales.

No obstante, tanto Chile como Ecuador presentan a lo largo de los años una tendencia de crecimiento constante en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado de los servicios digitales, ambos países anticipan un incremento anual en los ingresos por este concepto. Sin embargo, Ecuador, al contar con una recaudación inicial considerablemente mayor, tiene un potencial de crecimiento absoluto superior en los próximos años en comparación con Chile; es importante considerar que esta proyección se basa en el comportamiento histórico del impuesto, por lo que los resultados podrían verse influenciados por diversos factores económicos, regulatorios y tecnológicos específicos de cada país, así como por la evolución del mercado digital y su adopción por parte de los consumidores.

Entrevista realizada a especialistas tributarios

Tabla 7: Resumen del juicio de especialistas tributarios

Años de experiencia en el área	Más de 20 años.	Entre 5 y 10 años.	Más de 20 años.
Criterios	Especialista 1	Especialista 2	Especialista 3
Gravabilidad de los servicios digitales.	En el artículo 56 de la Ley de Régimen Tributario Interno, los servicios digitales no están especificados como servicios gravados con tarifa 0% del Impuesto al Valor Agregado. Por lo tanto, según la normativa tributaria vigente, concluye que deben estar gravados con una tarifa del 12%.	La mayoría de las plataformas registradas en el Ecuador que prestan servicios digitales son suntuosos o de entretenimiento; a partir de esta premisa, está de acuerdo con la aplicación de una tarifa del 12% del Impuesto al Valor Agregado. Sin embargo, se reconoce la necesidad de revisar la normativa que los regula, dado que muchas de las empresas proveedoras tienen su domicilio fiscal en otros países.	De acuerdo a lo establecido en los artículos 55 y 56 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se afirma que los servicios digitales no están dentro de los bienes y servicios con tarifa 0% de IVA y, por lo tanto, deben gravarse con una tarifa del 12%.

Estrategias de la Administración Tributaria.	La Administración Tributaria ha implementado estrategias, tales como: cursos de formación, información a través de pastillas informativas, emisión de resoluciones y circulares, y el compromiso constante de sus funcionarios. Esto busca fomentar la cultura tributaria y reducir la evasión y el fraude fiscal entre los ciudadanos que realizan actividades económicas.	El Servicio de Rentas Internas ofrece constantemente capacitación y actualización a los contribuyentes en general. Pero, no ha implementado estrategias específicas para incentivar el cumplimiento tributario en el sector de los servicios digitales; sin embargo, se debe considerar que la mayoría de los proveedores de servicios digitales son empresas legalmente constituidas y cumplen con sus obligaciones tributarias.	La Administración Tributaria no ha implementado algún tipo de campaña para generar cultura tributaria, controlar el hecho generador e incentivar al cumplimiento en el sector de servicios digitales.
Desafíos de las Administraciones Tributarias.	El desafío principal recae en el avance tecnológico, que ha conllevado a que muchas actividades económicas se realicen de manera digital y; en muchos casos, no están gravadas con impuestos representativos como el Impuesto al Valor Agregado o el Impuesto a la Renta.	El mayor desafío recae en mantener un registro o catastro actualizado que contenga a todos los proveedores de servicios digitales en el país, y que las plataformas mundialmente reconocidas y utilizadas puedan brindar sus aportes tributarios basándose en el número de usuarios locales, pues estas grandes empresas tributan en su país de origen.	Se destacan dos desafíos principales que enfrentan las administraciones tributarias en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado de los servicios digitales. En primer lugar, la dificultad para identificar la residencia de manera simple debido a la naturaleza de estos servicios; y, en segundo lugar, el hecho de que la información disponible para la Administración Tributaria puede ser limitada en este sector, lo que dificulta un control efectivo y equitativo.
Impacto económico del IVA a los servicios digitales.	El aumento en la tarifa de un impuesto existente o la creación de un nuevo impuesto contribuye a la generación de ingresos tributarios adicionales, que se reflejan en el Presupuesto General del Estado. Estos recursos permiten al estado cumplir con sus planes de gobierno, lo que impacta de manera notoria en la economía de un país.	La implementación del impuesto impacta de manera directa en la economía de los consumidores, pues se traslada la carga tributaria a éstos.	La implementación del impuesto a los servicios digitales tiene un impacto positivo en la economía debido al crecimiento dinámico y constante del sector; pues impulsa la recaudación de impuestos, lo que a su vez permite dotar al Estado de más recursos.

Recomendaciones para las Administraciones Tributarias	Se destaca la importancia de la colaboración entre el poder ejecutivo y legislativo para abordar los desafíos existentes en la tributación. Se sugiere plantear y aprobar normas tributarias que permitan incrementar la recaudación y se adapten a los avances tecnológicos que facilitan el desarrollo de actividades económicas no sujetas al pago de impuestos.	Seguir implementando mecanismos legales que posibiliten que las grandes empresas multinacionales que prestan servicios digitales en Ecuador, y que en su mayoría tienen su domicilio fiscal en paraísos fiscales, realicen un aporte mínimo de impuestos en Ecuador, basado en el consumo de los servicios por parte de la población ecuatoriana.	Socializar con el sector la importancia del aporte mediante el pago de impuestos a la economía del país. Adicionalmente, implementar controles efectivos que permitan determinar el hecho generador del impuesto en las transacciones realizadas por servicios digitales, considerando que permitan disminuir las brechas de evasión y pago por IVA en servicios digitales.
--	---	---	---

Fuente: Datos obtenidos a partir de la aplicación de entrevistas a profesionales con experiencia en tributación.

De acuerdo a los criterios de los especialistas con experiencia tributaria, se observan respuestas variadas y fundamentadas de la siguiente manera:

- Respecto a la gravabilidad de los servicios digitales, los tres especialistas coinciden en que deben estar gravados con una tarifa del 12% de IVA debido a la falta de exención específica en la legislación tributaria. También se menciona la necesidad de revisar la normativa en algunos casos.
- En relación con las estrategias de la Administración Tributaria, existen una divergencia en las respuestas; pues, el primer especialista destaca las estrategias generales implementadas, como la formación y la difusión de información para fomentar la cultura tributaria y reducir la evasión. El segundo especialista menciona la falta de estrategias específicas para el sector de servicios digitales, pero también señala que la mayoría de las empresas en este sector cumplen con sus obligaciones tributarias; mientras que, el tercer especialista critica la falta de campañas para generar cultura tributaria en el sector analizado.
- En cuanto a los desafíos, se reconoce el avance tecnológico y la dificultad para identificar el hecho generador del impuesto en las transacciones digitales; también se menciona la complejidad de gravar a empresas extranjeras en el sector de servicios digitales.
- Acerca del impacto económico del Impuesto al Valor Agregado en los servicios digitales, los especialistas expresan que puede tener un efecto positivo al aumentar los ingresos fiscales y proporcionar recursos adicionales al Estado. Sin embargo, se señala que también afecta en la economía de los consumidores al trasladar la carga tributaria a ellos.
- Finalmente, en lo que concierne a las recomendaciones para las administraciones tributarias, se sugiere la colaboración entre el poder ejecutivo y legislativo, la implementación de mecanismos legales para gravar a empresas multinacionales y la socialización de la importancia del pago de impuestos en el sector de servicios digitales.

DISCUSIÓN

Actualmente, es innegable reconocer el crecimiento acelerado de las operaciones digitales en todo el mundo para adquirir activos intangibles y/o desempeñar actividades cotidianas que abarcan desde aspectos laborales, académicos, económicos, traslados, ocio, entre otros mediante el uso de servicios y plataformas digitales. Es evidente que tales consumos están conllevando al fuerte posicionamiento de un nuevo sector denominado economía digital; similar a la economía común, pero brindando la oportunidad de consumir sin la necesidad de encontrarse físicamente en la misma localidad del proveedor.

La creación de nuevas formas de economía que se adaptan al escenario actual, refleja el desarrollo económico de los países y el crecimiento de la sociedad. No obstante, es menester reconocer que dichos aspectos positivos traen consigo a su vez un gran desafío para los gobiernos y sus Administraciones Tributarias; pues, aunque no se desarrollen de manera física, continúan constituyendo hechos económicos que deben ser objeto de tributación; puesto que en el caso de proveedores extranjeros representan una salida de capitales que no se ve retribuida de ninguna forma para los gobiernos.

A partir del año 2020, Ecuador y Chile buscaron nuevas alternativas para gravar estas transacciones según sus respectivas necesidades y condiciones, por lo que implementaron el gravamen hacia el sector digital. Mediante esta investigación, dando cumplimiento

a los objetivos planteados se cuantificaron y compararon las recaudaciones del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile, durante el año 2021 y se describieron las generalidades respectivamente. Por lo tanto, se determina que: En Ecuador, la recaudación general del IVA se incrementó en un 22,16% en relación al año de implementación; sin embargo, la contribución de los servicios digitales al IVA total fue mínima, representando solo el 0,51%, equivalente a US\$ 34.614.433. En el caso de Chile, se registró un gran aumento en el consumo digital y en la recaudación general de IVA, con un incremento del 38,72% en relación al año anterior, equivalente a 208.204 CLP; no obstante, a pesar de este aumento, la proporción de la contribución de los servicios digitales en ese año fue del 0,92%.

En base a los datos históricos proporcionados por las Administraciones Tributarias de Chile y Ecuador; se proyecta una tendencia de crecimiento constante en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado de los servicios digitales; y en ambos países, se anticipa un aumento anual en los ingresos tributarios generados por este concepto. Por otra parte, los especialistas tributarios entrevistados coinciden en que los servicios digitales deben gravarse con un 12% de IVA debido a la falta de exenciones específicas en la legislación, reconocen los grandes desafíos tecnológicos y la percepción de un impacto mixto en la economía; tanto para el estado, como para los consumidores. Además, recomiendan la colaboración entre el poder ejecutivo y legislativo, la tributación y control eficiente de las empresas proveedoras de servicios digitales, la educación tributaria y concientización sobre la relevancia del pago de impuestos en dicho sector.

El crecimiento de la economía digital plantea desafíos fiscales significativos para los gobiernos; por lo que es crucial tener en cuenta que, a pesar de la ausencia de una presencia física, las transacciones digitales siguen siendo hechos económicos que deben ser gravados, principalmente si implican proveedores extranjeros. De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2021), la necesidad de preservar esta fuente vital de ingresos en medio de la transformación económica impulsada por la digitalización y la globalización se ha convertido en una prioridad para los gobiernos en América Latina y el Caribe; aunque la situación es parecida en otras partes del mundo donde se aplica el IVA, Latinoamérica es una región donde el comercio electrónico ha crecido de manera notable y la urgencia de implementar reformas podría ser aún mayor. Sin embargo, las respuestas legislativas en relación con el IVA y la economía digital han sido relativamente escasas, los principales desafíos incluyen el aumento de las ventas en línea de servicios e intangibles, que a menudo eluden la recaudación del impuesto debido a la falta de reglamentación efectiva, y el incremento de las importaciones de bienes de bajo valor desde ventas en línea, que en muchos casos ingresan a las jurisdicciones sin tributar, generando una pérdida de ingresos fiscales y presionando a las empresas locales.

La implementación del Impuesto al Valor Agregado sobre los servicios digitales en Ecuador y Chile en 2020 se presenta como una respuesta proactiva a esta situación, los datos presentados indican un impacto positivo en términos de ingresos fiscales, aunque la contribución específica de los servicios digitales al IVA total aún es baja. Sin embargo, se espera que el tratamiento del impuesto evolucione con el tiempo; pues en estos países se ha observado un aumento en la cantidad de proveedores de servicios digitales y en los servicios gravados. Además, existen oportunidades continuas para mejorar los controles, detectar anomalías y perfeccionar el tratamiento del impuesto por medio de reformas, con el objetivo de que los gobiernos obtengan resultados óptimos en términos de recaudación tributaria.

CONCLUSIONES

Se han establecido definiciones amplias de los servicios digitales en los países analizados, abarcando una amplia gama de actividades que van desde el suministro de software hasta servicios en línea como el alojamiento web y las plataformas de citas. En Ecuador, el IVA se grava sobre la factura total generada; cuando se trata de servicios adquiridos a proveedores residentes en el país, el impuesto es cobrado directamente por el proveedor. Mientras que, para los servicios digitales importados, existen dos opciones: el proveedor puede registrarse ante el Servicio de Rentas Internas y cobrarlo directamente, o en su defecto, las empresas emisoras de tarjetas de crédito o débito retienen el 12% del impuesto y realizan la liquidación ante la Administración Tributaria.

En Chile, los proveedores extranjeros debían registrarse y obtener un Número de Identificación Tributaria para cumplir con sus responsabilidades fiscales. Si el consumidor era contribuyente del IVA, este debía hacer una liquidación de compra y retener impuestos. Luego, se implementó una reforma que permitió la retención del impuesto a través de las instituciones financieras emisoras de tarjetas bancarias para consumidores no contribuyentes del IVA, similar a Ecuador.

Existen diferencias significativas en las tasas impositivas, con un 12% en Ecuador y un 19% en Chile, a pesar de ello la tributación de servicios digitales ha tenido un impacto positivo en los ingresos fiscales en ambos países. En Ecuador, a pesar de una disminución inicial en la recaudación de IVA en 2020, la ejecución del impuesto sobre servicios digitales ha generado un aumento constante de ingresos en años posteriores. En Chile, el crecimiento de la recaudación ha sido aún más notable, especialmente a partir de 2021, lo que sugiere un fuerte aumento en el consumo digital, posiblemente impulsado por las medidas de confinamiento relacionadas con la pandemia.

A pesar de los avances en materia tributaria en cuanto a los servicios digitales, persisten desafíos y oportunidades para mejorar estos sistemas fiscales; la colaboración entre el poder ejecutivo y legislativo, la educación tributaria y la concientización sobre la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales en el comercio digital son aspectos que pueden abordarse en futuras reformas. Los sistemas tributarios de Ecuador y Chile han respondido de manera proactiva ante los desafíos fiscales de la economía digital, demostrando efectividad en el aumento de los ingresos fiscales. No obstante, las diferencias en la implementación y las oportunidades de mejora podrían influir en la evolución de la tributación de los servicios digitales en estos países; y también servir como referentes para otros países de la región y el mundo que estén considerando implementar gravámenes similares.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Angulo, S. (28 de agosto de 2022). El ecuatoriano debe pagar IVA por 700 servicios digitales. Diario Expreso. <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/ecuatoriano-debe-pagar-iva-700-servicios-digitales-134626.html>

Arias, F, G. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (5 ed.). Episteme.

Ávila, B. (27 de mayo de 2021). Impacto del Covid en la Economía ecuatoriana. Ecovis. <https://ecovis.com.ec/impacto-del-covid-en-la-economia-ecuatoriana/#:~:text=Las%20p%C3%A9rdidas%20por%20la%20pandemia,12%20de%20mayo%20de%202021.>

Calle, R. (2017). El impuesto al valor agregado iva en Ecuador y su incidencia en las recaudaciones tributarias. Revista Sur Academia, 1(7), 87-94. <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/482/381>

Cereza, M. (2000). El desarrollo de la concepción de la enseñanza de la Educación Laboral en la secundaria básica cubana a partir de 1975 [Tesis doctoral, Instituto Central de Ciencias Pedagógicas].

Código Tributario. (2018). Honorable Congreso Nacional y Comisión de Legislación y Codificación. <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/CODIGO%20TRIBUTARIO.pdf>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019). Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe, 2019. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44516-panorama-fiscal-america-latina-caribe-2019-politica-tributarias>

Diario El Comercio. (24 de abril de 2022). Netflix, Amazon y Spotify: ¿Clientes pagarán IGV por plataformas digitales?. El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/personal/netflix-amazon-y-spotify-clientes-pagaran-igv-por-plataformas-digitales-rmmn-noticia/#:~:text=Actualmente%2C%20en%20el%20Per%C3%BA%20solo,servicios%20para%20sus%20procesos%20productivos.>

Diario La Hora. (30 de agosto de 2022). Aumentan los servicios digitales que deben pagar 12% de IVA. La Hora. <https://www.lahora.com.ec/pais/aumentan-los-servicios-digitales-que-deben-pagar-12-de-iva/>

Diario La Hora. (07 de marzo de 2023). El consumidor ecuatoriano de plataformas digitales promedio un gasto de \$50 mensuales y tiene entre dos y tres suscripciones. Diario La Hora. <https://www.lahora.com.ec/pais/consumidor-ecuatoriano-plataformas-digitales-gasto-mensual-suscripciones/>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación médica, 2(7). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009

- Dulzaides, M. y Molina, A. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. ACIMED, 12(2). <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v12n2/aci11204.pdf>
- El Mercurio. (27 de diciembre de 2021). IVA a servicios digitales recauda US\$ 306 millones: Google, Netflix y Apple lideran aportes. El Mercurio. <https://www.emol.com/noticias/Economia/2021/12/27/1042235/recaudacion-iva-servicios-digitales.html>
- Escalona , E. (2017). El IVA en los negocios de la era digital. Revista Estudios Tributarios, 31-56. <https://revistaestudiotributarios.uchile.cl/index.php/RET/article/view/46982>
- García, W. (2020). Plataformas digitales: su regulación fiscal (3 ed.). Ediciones Fiscales ISEF. https://play.google.com/books/reader?id=P3rtDwAAQBAJ&pg=GBS.PT1&hl=es_419
- Giuliani, C. (1993). Derecho Financiero (5 ed., Vol. 1). Depalma.
- Hernández, A., Mapén, F. y Hernández , L. (2021). Economía digital: Panorama de tributación de los ingresos en México. Revista Científica de la UCSA, 8(2), 51-63. <http://revista-ucsa-ct.edu.py/ojs/index.php/ucsa/article/view/51/51>
- Hurtado, J. y Vásquez, G. (2018). Manual de Derecho Informático. Biblioteca Juridica GVasquez.
- Jiménez, J. y Podestá, A. (2021). Tributación indirecta sobre la economía digital y su potencial recaudatorio en América Latina: Emparejando la cancha en tiempos de crisis. Centro Interamericano de Administraciones Tributarias - CIAT. <https://www.ciat.org/Biblioteca/DocumentosdeTrabajo/2021/DT-02-2021-Jimenez-Podesta.pdf>
- Jimenez, J., Gómez, J. y Podestá, A. (16 de abril de 2010). Evasión y equidad en América Latina. Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3762/lcw309_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jorratt, M. (2020). Experiencias internacionales en la tributación de la economía digital. Alberto Barreix y Carlos Garcimartín. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Experiencias-internacionales-en-la-tributacion-de-la-economia-digital.pdf>
- Ley de Régimen Tributario Interno. (29 de diciembre de 2021). Honorable Congreso Nacional. <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Ley del Impuesto al Valor Agregado. (12 de noviembre de 2021). Cámara de Diputados del Honorable Consejo de la Unión. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIVA.pdf>
- Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios. (2022). Ministerio de Hacienda. <https://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/legislacion/basica/dl825.doc>
- Massone, P. (1995). El impuesto a las ventas y servicios: Impuesto al Valor Agregado. EDEVAL.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (2014). Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios: Cómo abordar los desafíos fiscales de la Economía Digital. <https://www.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2015). Abordar los desafíos fiscales de la economía digital, Acción 1 - Informe final de 2015 , Proyecto de cambio de beneficios y erosión de la base imponible de la OCDE/G20. Publicaciones de la OCDE. <https://doi.org/10.1787/9789264241046-en>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. (2017). International VAT/GST Guidelines. https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/international-vat-gst-guidelines_9789264271401-en

Servicio de Rentas Internas. (2019). Estadísticas de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2019. SRI. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/bd8230cb-095f-4ad7-87cb-767c345c568e/Recaudaci%20por%20impuesto%20provincia%20y%20cant%202019.xlsx>

Servicio de Rentas Internas. (2020). Estadísticas de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2020. SRI. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/dfd849e4-15a3-4efe-ba54-ae4017d5d8c1/Recaudaci%20por%20impuesto%20provincia%20y%20cant%20Dic2020.xlsx>

Servicio de Rentas Internas. (2021). Estadísticas de Recaudación por impuesto, provincia y cantón 2021. SRI. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/0dd6e4aa-f41b-444f-8dd6-80643efd6b72/Recaudaci%20por%20impuesto%20provincia%20y%20cant%20Dic2021.xlsx>

Servicio de Rentas Internas. (2022). Estadísticas de recaudación por impuesto, provincia y cantón 2022. SRI. <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/303ce984-988e-4513-bd70-ca76ad807fbb/Recaudaci%20por%20impuesto%20provincia%20y%20cant%20Dic2022.xlsx>

Sotomayor, P. y Valverde, N. (2019). La imposición al consumo en la era de los servicios digitales. Themis Revista de Derecho, 29-40. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/22617/21781>

Tena, A. y Rivas, R. (2007). Manual de investigación documental: Elaboración de tesinas. Plaza y Valdés S.A. de C.V.

Vásquez, A. (2012). Revisión crítica de las concepciones habituales sobre el IVA. Revista de Derecho, 151. https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/29198/1/2012_RevisionconcepcionesIVA.pdf

Yarpaz, J. (2022). Impacto económico de la recaudación tributaria del Impuesto al Valor Agregado generado en la importación de servicios digitales, en el Presupuesto General del Estado del Ecuador [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12354>

Zurita, J. (2023). El IVA en los servicios digitales en el Ecuador y su aporte en la recaudación tributaria [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/37883/1/T5777i.pdf>