



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto de investigación previo a la
obtención del Grado Académico de
Magíster en Contabilidad y Auditoría

TEMA

**COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REPERCUSIÓN EN LA EVASIÓN
DE LOS TRIBUTOS DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL
CANTÓN QUEVEDO AÑO 2023**

AUTORA

LCDA. ROSA JAMILETH CEDEÑO ANDRADE

DIRECTOR

ECON. DANIEL ALBERTO PARRA GAVILANES, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto de investigación previo a la
obtención del Grado Académico de
Magíster en Contabilidad y Auditoría

TEMA

COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REPERCUSIÓN EN LA EVASIÓN
DE LOS TRIBUTOS DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL
CANTÓN QUEVEDO AÑO 2023

AUTORA

LCDA. ROSA JAMILETH CEDEÑO ANDRADE

DIRECTOR

ECON. DANIEL ALBERTO PARRA GAVILANES, M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2025

CERTIFICACIÓN

Econ. Daniel Alberto Parra Gavilanes, M.Sc., Director del Proyecto de Investigación
previo a la obtención del grado académico de Magister en Contabilidad y Auditoría:

CERTIFICA

Que la LCDA. ROSA JAMILETH CEDEÑO ANDRADE, ha cumplido con la
elaboración del Proyecto de Investigación titulado: **“COMERCIO ELECTRÓNICO Y
SU REPERCUSIÓN EN LA EVASIÓN DE LOS TRIBUTOS DE LOS
COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2023”**, el
mismo que se encuentra apto para su presentación y sustentación respectiva.

Quevedo, 14 de junio del 2025



Econ. Daniel Alberto Parra Gavilanes, M.Sc.

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AUTORÍA

Yo **CEDENO ANDRADE ROSA JAMILETH**, declaro ser la autora del presente proyecto de investigación **“COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REPERCUSIÓN EN LA EVASIÓN DE LOS TRIBUTOS DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2023”**, siendo el Econ. Daniel Alberto Parra Gavilanes, M.Sc, director actual; y renunció expresamente a cualquier derecho de recurso o acción judicial contra la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y sus representantes legales.

Además, certifico que los conceptos, ideas, métodos y resultados utilizados en este trabajo son de mi exclusiva responsabilidad.



Lcda. Rosa Jamileth Cedeño Andrade

C.c.: 1206094540

AUTORA

DEDICATORIA

A mi mamá, quien, con su amor, apoyo incondicional, sacrificio y dedicación ha sido mi mayor fuente de inspiración. Por todo su esfuerzo y perseverancia para convertirme en quien soy ahora, cada logro en mi vida es el reflejo de tu apoyo inquebrantable mamá.

A mi papá, quien, con su amor, sabiduría, paciencia ha sido mi guía en cada paso de mi camino. Por impulsarme a creer en mis capacidades y por brindarme el apoyo necesario para alcanzar cada una de las metas que me he propuesto, gracias por amarme tanto, mi vida no sería lo mismo sin tu presencia.

A mi hermana, por ser un ejemplo a seguir, quien nunca se rinde, quien es fuerte y valiente ante todas las adversidades de la vida. Por tu amor, tu apoyo incondicional, tu confianza y tu complicidad que me has brindado. Recuerda siempre estaremos juntas.

A mis sobrinos Mario y Miley, quienes son como hijos para mí, los que llenan mis días de alegrías y enojos, quienes logran convencerme muy rápido de sus caprichos, por quienes mi corazón late cada día y haría todo por ustedes.

A mi amado enamorado Luis Miguel, mi compañero de aventuras, de risas y de vida, por su amor infinito, su apoyo constante, su paciencia y por motivarme en los momentos más difíciles. Tu amor y tu compañía han sido mi refugio y mi impulso. Esta tesis también es tuya, porque sin tu presencia, este proceso habría sido mucho más difícil.

A mi querido Loky, por brindarme su amor sin medida, por saber qué hacer cuando no estoy bien, por acompañarme en cada noche de desvelo, por alegrarse con solo mi presencia, eres un ser mágico que llego a nuestras vidas a brindarnos felicidad.

Rosa Jamileth Cedeño Andrade

AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente de mi vida y mi fortaleza en cada paso. Gracias por brindarme la sabiduría y la paciencia para superar los desafíos, por iluminar mi mente en los momentos de duda y por proveerme la fuerza para seguir adelante. Gracias por cada bendición, por cada persona que pusiste en mi camino y por darme la capacidad de aprender y crecer.

A mi querida Universidad Técnica Estatal de Quevedo por abrirme las puertas por segunda vez, por brindarme la oportunidad de crecer de manera académica y profesional. Agradezco a sus maravillosos docentes, cuyos conocimientos y dedicación han sido fundamentales en mi formación.

Al director de mi tesis economista Daniel Alberto Parra Gavilanes M.Sc., por ser un excelente docente que tuve el privilegio de conocer en pregrado, por impartir sus enseñanzas con tanta excelencia, notándose el amor y compromiso que tiene con la docencia, expreso mi profunda admiración; agradezco su valiosa guía, dedicación y paciencia en el desarrollo de esta investigación.

Al Gobierno Nacional del Ecuador, por su compromiso con la educación, quien, a través de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, me brindó la oportunidad de acceder al programa “Becas Fortalécete 2023”, y gracias a su respaldo he podido alcanzar una meta fundamental en mi formación profesional.

Rosa Jamileth Cedeño Andrade

PRÓLOGO

A través de la actividad docente tuve la oportunidad de conocer a la Lcda. en CPA. Rosa Jamileth Cedeño Andrade, destacada y proactiva estudiante, con relevante práctica profesional e investigadora de áreas de los procedimientos tributarios emitidos por el Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

La importancia y relevancia de esta investigación se basa en demostrar por qué la Evasión de los Tributos por los Comerciantes Informales al utilizar el Comercio Electrónico debe ser identificada.

Este proceso investigativo tiene cinco capítulos. El primer capítulo se aborda el marco contextual de la investigación. Seguido por el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico con literatura especializada. El tercer capítulo se detalla la metodología de la investigación aplicada en lo inductivo, deductivo y descriptivo, con la construcción metodológica del objeto de la investigación, que ayudó al procesamiento y análisis. El cuarto capítulo se manifiestan los resultados y discusión, por qué incurren en la aplicación de métodos para evadir los impuestos. Y el quinto capítulo son las conclusiones y recomendaciones de este proceso investigativo.

Esta investigación es un resultado del constante apoyo de personas y empresas que merecen nuestro agradecimiento. Convencidos que la indagación es beneficiosa para los educandos, el Ente de Control y la Sociedad.

Dar a conocer las principales plataformas electrónicas y los métodos de evasión tributarias utilizadas por los comerciantes informales del cantón Quevedo, será un soporte para estrategias de control tributario.

Constituyendo una contribución al Servicio de Rentas Internas para normalizar y regular tributariamente esta actividad, minimizando la evasión tributaria, tan requerida para el Estado Ecuatoriano.

Por lo expuesto este proyecto debe ser socializado por diferentes mecanismos propios de la Universidad, para contribuir en el fortalecimiento de la cultura tributaria nacional.



Firmado electrónicamente por:
ABRAHAN MOISES
AUHING TRIVIÑO

Ing. Abrahán Moisés Auhing Triviño MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación aborda la influencia del Comercio electrónico y su repercusión en la evasión de los tributos por parte de los comerciantes informales del cantón Quevedo durante el año 2023. Se analiza cómo las plataformas digitales, al facilitar transacciones comerciales fuera del control fiscal, contribuyen al incumplimiento de las obligaciones tributarias. En el estudio se utilizó una metodología con enfoque cuantitativo con el fin de evaluar el grado de repercusión de este fenómeno global en la materia fiscal, además se analizó la cultura tributaria de los comerciantes informales y los métodos que emplearon para evadir los tributos. Los resultados revelan que el comercio electrónico, aunque representa una oportunidad significativa para la expansión económica, también constituye un desafío para la administración tributaria, especialmente en sectores informales donde la fiscalización es limitada. Se identificó que los comerciantes informales aprovechan la falta de regulaciones efectivas y la dificultad de rastrear las transacciones en línea para operar al margen del sistema tributario, afectando la recaudación fiscal y generando competencia desleal con los comercios formales. Asimismo, la informalidad digital se ve impulsada por el anonimato y la ausencia de un registro obligatorio en las plataformas digitales, lo que debilita la capacidad de los organismos reguladores para aplicar sanciones o implementar controles.

Palabras clave: e-commerce - economía digital – tendencias – impuestos – fiscalización tributaria

ABSTRACT

The present research addresses the influence of e-commerce and its impact on tax evasion by informal merchants in the Quevedo canton during the year 2023. It analyzes how digital platforms, by facilitating commercial transactions outside fiscal control, contribute to non-compliance with tax obligations. The study used a quantitative methodology to assess the degree of impact of this global phenomenon on tax matters, additionally, it examines the tax culture of informal merchants and the methods they use to evade taxes. The results reveal that e-commerce, while representing a significant opportunity for economic expansion, also poses a challenge for tax administration, especially in informal sectors where oversight is limited. Informal merchants exploit the lack of effective regulations and the difficulty of tracking online transactions to operate outside the tax system, which undermines fiscal revenue and generates unfair competition with formal businesses. Furthermore, digital informality is driven by anonymity and the absence of mandatory registration on digital platforms, weakening the ability of regulatory bodies to enforce sanctions or implement controls.

Keywords: e-commerce - digital economy - trends – taxes - Tax oversight

ÍNDICE

PORTADA	i
HOJA EN BLANCO.....	ii
CONTRAPORTADA.....	iii
CERTIFICACIÓN	iv
AUTORÍA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
PRÓLOGO.....	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
ÍNDICE.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	2
1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA	3
1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.3.1 Problema general	4
1.3.2 Problemas derivados	4
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.5 OBJETIVOS	5

1.5.1	Objetivo general.....	5
1.5.2	Objetivos específicos	5
1.6	JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO II.....		7
MARCO TEÓRICO.....		7
2.1	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	8
2.1.1	Comercio.....	8
2.1.2	Comercio electrónico	8
2.1.3	Evasión fiscal.....	9
2.1.4	Tributos.....	9
2.1.5	Exenciones	10
2.1.6	Deducciones.....	10
2.1.7	Obligación tributaria	10
2.1.8	Comercio informal.....	11
2.1.9	Comerciantes informales	11
2.1.10	Evasión tributaria.....	12
2.1.11	Economía digital	12
2.1.12	Plataformas digitales.....	13
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	13
2.2.1	Teoría general de sistemas	13
2.2.2	Teoría de la exclusión social	14
2.2.3	Teoría del costo de transacción	16
2.2.4	Teoría del consumidor.....	17
2.3	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	18

2.3.1	Constitución de la República del Ecuador	18
2.3.2	Código tributario.....	21
2.3.3	Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno	22
2.3.4	Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos	27
2.3.5	Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios	28
CAPÍTULO III.....		32
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		32
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.1.1	Investigación descriptiva	33
3.1.2	Investigación explicativa	33
3.1.3	Investigación de campo	33
3.2	MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN	34
3.2.1	Método inductivo	34
3.2.2	Método deductivo	34
3.2.3	Método descriptivo	34
3.3	CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN..	34
3.3.1	Población y muestra.....	35
3.3.2	Técnica de investigación.....	36
3.3.3	Instrumentos de investigación	37
3.4	ELABORACIÓN DE MARCO TEÓRICO.....	37
3.5	RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	38
3.6	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	39

CAPÍTULO IV	40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
4.1 PRÁCTICAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE LOS COMERCIANTES INFORMALES, EN EL AÑO 2023	41
4.1.1 Encuesta aplicada a comerciantes informales en las plataformas digitales	41
4.1.2 Discusión de los resultados asociados al primer objetivo específico	49
4.2 MÉTODOS DE EVASIÓN TRIBUTARIA EN LOS QUE INCURREN LOS COMERCIANTES INFORMALES EN PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL CANTÓN QUEVEDO	51
4.2.1 Encuesta aplicada a comerciantes informales en las plataformas digitales	51
4.2.2 Discusión de los resultados asociados al segundo objetivo específico.....	67
4.3 ESTRATEGIAS DE CONTROL FISCAL QUE PROMUEVAN LA FORMALIZACIÓN Y EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES QUE OPERAN EN LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	68
4.3.1 Discusión de los resultados asociados al tercer objetivo específico	71
CAPÍTULO V	72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
5.1 CONCLUSIONES	73
5.2 RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXOS	81
Anexo 1: Certificado de COMPILATIO.....	82
Anexo 2: Encuesta aplicada a los comerciantes informales de comercio electrónico....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad de los comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico	41
Figura 2 Género de los comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico...	42
Figura 3 Nivel de estudios de los comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico.....	43
Figura 4 Parroquia de residencia de los comerciantes informales.....	44
Figura 5 Rango de tiempo que ha realizado actividades comerciales vía internet	45
Figura 6 Principal fuente de ingresos de los comerciantes informales que operan en redes sociales.....	46
Figura 7 Razón de comercializar en redes sociales	47
Figura 8 Redes sociales utilizadas para la comercialización	48
Figura 9 Tipo de productos o servicios comercializados en redes sociales	49
Figura 10 Registro formal de ventas – Registro Único del Contribuyente (RUC).....	52
Figura 11 Método de pago que acepta – Emisión de facturas o comprobantes	54
Figura 12 Conocimiento de las obligaciones – Estrategias para reducir el pago	59
Figura 13 Razones de no tramitar el RUC – Registro Único del Contribuyente.....	61
Figura 14 Control más estricto del SRI – Registro Único del Contribuyente	63
Figura 15 Formalización del negocio – Incentivos que le motivarían a formalizar	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabla cruzada: Registro formal de ventas – Registro Único del Contribuyente (RUC).....	51
Tabla 2 Tabla cruzada: Método de pago que acepta – Emisión de facturas o comprobantes	53
Tabla 3 Tabla cruzada: Conocimiento de las obligaciones – Estrategias para reducir el pago.....	56
Tabla 4 Tabla cruzada: Razones de no tramitar el RUC – Registro Único del Contribuyente.....	60
Tabla 5 Tabla cruzada: Control más estricto del SRI – Registro Único del Contribuyente	62
Tabla 6 Tabla cruzada: Formalización del negocio – Incentivos que le motivarían a formalizar.....	64

INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico ha transformado la manera en que se realizan las transacciones comerciales a nivel global. Su rápido crecimiento ha brindado ventajas como el acceso a nuevos mercados, la reducción de costos operativos y la conveniencia para consumidores y vendedores. Esta situación ha planteado retos importantes en materia tributaria, en el contexto donde prevalece la informalidad económica.

Dentro del Ecuador se ha evidenciado un aumento significativo del uso de plataformas y recursos para gestionar ventas en línea, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Comercio Electrónico del Ecuador en el año 2023, el mercado retail en comercio electrónico alcanzó un 10% de crecimiento. Fenómeno impulsado por la expansión del ecosistema de comercio digital, en el cual interactúan factores como: el acceso a internet, posesión de dispositivos, medios de pago y la alfabetización digital.

Quevedo es un cantón en constante evolución económica, el cual percibió de manera radical los estragos causados por la pandemia COVID-19, razón principal por la cual se conoce el incremento potencial del comercio informal en la localidad, enfocado a través de la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), conllevando así la ejecución del comercio electrónico de manera informal.

El objetivo principal del presente estudio es evaluar la repercusión del comercio electrónico en la evasión de tributos de los comerciantes del cantón Quevedo año 2023, basado en las evidencias fundamentadas en el fenómeno estudiado.

El trabajo de investigación expresa la siguiente estructura capitular:

El Capítulo I.- Presenta el marco contextual de la investigación, ubicación y contextualización de la problemática, situación actual de la problemática, problema de

investigación, problemas derivados, delimitación, objetivo general y objetivos específicos, justificación de la investigación.

El Capítulo II.- Evidencia la fundamentación conceptual, teórica y legal.

El Capítulo III.- Fundamenta la metodología de la investigación con los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizaron, la elaboración del marco teórico, la recolección y el procesamiento y análisis de la información.

El Capítulo IV.- Muestra los resultados y discusiones de la investigación, basado en los objetivos planteados relacionados con la temática investigada.

El Capítulo V.- Extiende las conclusiones del estudio y se proponen recomendaciones para contribuir a la formalización y recaudación tributaria.

Por último, se expone la referencia bibliográfica y los anexos.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

“No tengas miedo al fracaso.
Ten miedo de no intentarlo”
Roy T. Bennett

1.1 UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

El 7 de octubre de 1943, el presidente Constitucional de la República, Dr. Carlos Alberto Arroyo del Río mediante un decreto establece la categoría de cantón para Quevedo, centro agrícola que por su actividad hacía presagiar un futuro de gran valía. Quevedo nació como una población preferida para la actividad agropecuaria, ligado a las condiciones que favorecen la prodigalidad de la naturaleza del cantón, confluyendo con importantes ríos de la zona.

Debido a su privilegiada ubicación establecida entre la región sierra y la región costa, Quevedo ha experimentado un desarrollo significativo a lo largo de los años, posicionándose según el último censo a nivel nacional, la décimo segunda ciudad más poblada del país. Este destacado crecimiento ha consolidado a Quevedo como un cantón sumamente atractivo para una gran variedad de negocios, ofreciendo un entorno propicio para la evolución empresarial en diversas áreas comerciales.

Después de la pandemia de COVID-19 el mundo experimentó una transformación radical en su manera de vivir, en las actividades cotidianas. La necesidad de adaptación y resiliencia se convirtió en una habilidad esencial para todos, y el uso prioritario de la tecnología se destacó en este nuevo panorama. Aquellas empresas que fracasaron al encontrar medios para seguir operando se vieron obligadas a cerrar, dejando a numerosas personas sin empleo y familias sin sustento económico.

A partir de aquello las personas que quedaron desempleadas optaron por desarrollar de manera empírica distintas actividades por cuenta propia con el objetivo de generar ingresos y aportar a familias, entre ellas principalmente comprar y vender productos utilizando redes sociales, sin poseer conocimiento de las obligaciones fiscales

que acarrean desempeñar una actividad económica en territorio ecuatoriano, afectando la estabilidad y equidad de los sistemas públicos.

1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROBLEMÁTICA

La necesidad de generar ingresos por parte de las personas luego de la pandemia COVID-19, fomentó el auge significativo del comercio electrónico en la localidad Quevedeña, observándose un creciente número de personas dedicándose a comprar y vender a través de diversas plataformas de redes sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram, utilizando la tecnología como una herramienta fundamental para desempeñar las actividades comerciales y generar oportunidades económicas en tiempos desafiantes, debido a la facilidad de ejecutar comercialización en línea, generando el desarrollo de negocios informales, puesto que aquellos comerciantes carecen de cultura tributaria.

La informalidad de los negocios despliega un mayor índice de la evasión de tributos, asimismo las personas al mantener su actividad económica mediante las plataformas de redes sociales, caen en el anonimato, pues muchas veces resulta complicado conocer el representante o propietario de dicho negocio. También se evidencia la generación de la competencia desleal, a partir de la oferta de productos en línea a menores costos al evitar los valores asociados al cumplimiento tributario, afectando de manera directa a las arcas del estado, limitando la capacidad de los gobiernos para financiar servicios públicos fundamentales.

La falta de formalización de los negocios en línea provoca que los comerciantes carezcan de visión clara y precisa de la inversión que realizan, y el nivel de su rentabilidad, conllevando a su vez una desorganización financiera, puesto que tienen a consumir más; las personas optan por evitar el seguro social puesto que es opcional e inobservan los beneficios de contar con aquello. También dificulta poder proyectar

crecimiento para su futuro; estimula limitaciones para que los comerciantes puedan acceder a financiamientos pues las entidades financieras requieren evidencia de la existencia del negocio.

1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Problema general

¿Cómo incide el comercio electrónico en la evasión de tributos de los comerciantes informales del cantón Quevedo, año 2023?

1.3.2 Problemas derivados

- ¿Cuáles son las principales plataformas utilizadas por los comerciantes informales para operar en el comercio electrónico, en el año 2023?
- ¿Cuáles son los métodos de evasión tributaria empleados por los comerciantes informales en plataformas de comercio electrónico del cantón Quevedo?
- ¿Qué estrategias de control fiscal pueden promover la formalización y el cumplimiento tributario de los comerciantes informales que operan en las plataformas de comercio electrónico?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Ciencias contables

ÁREA: Tributación

LÍNEA: Comercio y administración

LUGAR: Quevedo

TIEMPO: Año 2023

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Determinar la incidencia del comercio electrónico en la evasión de tributos de los comerciantes informales del cantón Quevedo, año 2023.

1.5.2 Objetivos específicos

- Examinar las prácticas de comercio electrónico entre los comerciantes informales, en el año 2023.
- Determinar los métodos de evasión tributaria en los que incurren los comerciantes informales en plataformas de comercio electrónico del Cantón Quevedo.
- Diseñar estrategias de control fiscal que promuevan la formalización y el cumplimiento tributario de los comerciantes informales que operan en las plataformas de comercio electrónico.

1.6 JUSTIFICACIÓN

En el cantón Quevedo en la actualidad la evasión de tributos generada por el comercio electrónico representa una pérdida significativa de ingresos para los gobiernos, lo que afecta la capacidad de financiar servicios públicos esenciales para la comunidad como educación, salud e infraestructura; como característica representativa del comercio electrónico, se reconoce la facilidad de ocultar la identidad del vendedor o del comprador, lo cual dificultan la labor de las autoridades fiscales para detectar y sancionar la evasión; este fenómeno ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, transformando el panorama comercial global, permitiendo nuevas oportunidades para la evasión fiscal por parte de los comerciantes.

La presente investigación busca contribuir a llenar este vacío de conocimiento, proporcionando información y datos relevantes sobre el problema en el cantón Quevedo;

se debe resaltar que el investigar sobre la evasión fiscal en el comercio electrónico es fundamental para el desarrollo de estrategias efectivas por parte de los gobiernos municipales y nacionales para combatir este problema que afecta a toda la población; es importante reconocer que desarrollar esta investigación puede tener un impacto positivo en la sociedad, puesto que al aumentar la recaudación fiscal los gobiernos podrían utilizar los recursos adicionales para financiar programas sociales y mejorar la calidad de vida de la población. También, podrán promover la competencia justa, ayudando a crear un entorno de negocios más equitativo para las empresas que cumplen con las obligaciones y al combatir la evasión de impuestos se podrá aumentar la confianza de los ciudadanos en el sistema fiscal y su disposición a pagar tributos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

“Tú debes ser el cambio que
deseas ver en el mundo”
Mahatma Gandhi

2.1 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1.1 Comercio

“El comercio es una actividad económica de compra y venta de productos o servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad” (Martínez Prats, 2022, pág. 124).

Según Muñoz Valdivieso y Macías Zambrano (2022) se define como comercio a todas las actividades socioeconómicas que se basen en la compra y venta de bienes, utilizados para la venta, transformación o uso. Se refiere a una transacción a cambio de otra cosa que sea de igual valor.

2.1.2 Comercio electrónico

“Son todas aquellas transacciones que se dan en el proceso de automatizar la comercialización de bienes y servicios a través del Internet, la web o aplicaciones móviles, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y las empresas” (Cardona Arenas, Quintero Renaud, Mora Quintero, & Castro Cardona, 2022, pág. 78).

De acuerdo a De La Cruz Rodríguez et al. (2023) utilizando una manera más doctrinaria define al comercio electrónico como un fenómeno jurídico, que se interpreta como la oferta y adquisición electrónica de productos y servicios, mediante dos o más computadoras o terminales de informáticos, vinculados a través de una línea de comunicación dentro del contexto de red abierta que representa el Internet. Se trata de un fenómeno en plena expansión, con votos de aumento excepcional en términos de conexiones, clientes y operaciones.

“Es toda transacción comercial realizada en parte o en su totalidad, a través de redes electrónicas de información” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2022, pág. 15).

2.1.3 Evasión fiscal

“La evasión fiscal ocurre cuando un ciudadano viola las normas jurídicas de manera consciente, deliberada o de manera abierta, o por desconocimiento, tal como los vendedores ambulantes” (Paredes Cruz & García Tamayo, 2021, pág. 77).

En 2024, Alcívar Toala et al., establecen a la evasión fiscal como la práctica ilegal intencionada de evitar el pago de una obligación tributaria real. Además, es considerada como una acción delictiva que trasgrede la ley mediante el ocultamiento deliberado de los hechos vinculados con ingresos de fuente lícita; en la actualidad es predominante en todo ámbito, sin importar la religión o costumbres del contribuyente. Por esta razón, este tipo de fraude perturba la recolección de ingresos fiscales en los países. Actualmente, los contribuyentes recurren a distintas artimañas para eludir el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

2.1.4 Tributos

Es la prestación pecuniaria exigida por el Estado, a través de entes nacionales o seccionales o de excepción, como consecuencia de la realización del hecho imponible previsto en la ley, con el objetivo de satisfacer necesidades públicas. Los tributos son: impuestos, tasas y contribuciones especiales (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 2).

Los tributos integran un significado genérico y extenso, puesto que su definición incluye a las contribuciones, tasas e impuestos. Es un ingreso público destinado a financiar mediante el gasto, la satisfacción de las necesidades del Estado. Además, surge en la legislación como expresión del poder de imperio, de la máxima representación popular y de naturaleza coactiva., de acuerdo con Armijos González (2023).

Según Malla Alvarado et al. (2023) los tributos son uno de los instrumentos de mayor relevancia de los ingresos fiscales, sirven para fomentar el crecimiento económico y social de un país. Son fundamentales debido a que pueden afectar en la distribución del ingreso entre la población, a través de un nivel específico de impuestos entre los diferentes estratos o del gasto social, que está ligado de manera directa al nivel de recaudación obtenido.

2.1.5 Exenciones

“Exención o exoneración tributaria es la exclusión o la dispensa legal de la obligación tributaria, establecida por razones de orden público, económico o social” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 11).

2.1.6 Deducciones

Las deducciones son de gran importancia y trascendencia, porque permiten descontar de los ingresos acumulados, para así conformar la base gravable, sobre la cual se pagará el impuesto. Las deducciones tributarias constituyen un tema de estudio amplio, que tienen un efecto directo en la recaudación de los impuestos y en el poder adquisitivo de una nación. (Jarrín Armijos & Torres Palacios, 2021, pág. 129)

2.1.7 Obligación tributaria

Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 4)

De acuerdo a Valverde Mendoza et al. (2024) las obligaciones tributarias residen en las responsabilidades de los contribuyentes de presentar las declaraciones de los

impuestos de manera real, completa y exacta; con el propósito de cancelar los impuestos, cumpliendo con los deberes formales atribuidos y aportando de manera correcta al Estado, es importante reconocer que la situación de informalidad se genera como incentivo para la evasión de impuestos.

2.1.8 Comercio informal

El comercio informal se define como toda actividad económica, generadora de bienes y servicios, la cual es llevada a cabo al margen del marco legal vigente de la región donde se desarrolla. El comercio informal, se refiere con los negocios que no se encuentran registrados dentro de la Administración Tributaria. (Masabanda Analuiza, Arcos López, Noriega Sanniay, & Aman Llerena, 2023, pág. 245)

De acuerdo a Martínez Valarezo et al. (2022) el comercio informal, también denominado economía informal, es un fenómeno en el cual un considerable número de personas intenta ganar sus ingresos, a través de actividades socioeconómicas no formales. América Latina experimenta el problema por la precariedad de sus mercados laborales, en ciertos países donde las crisis e inestabilidades económicas son más habituales. (Martínez Valarezo, Uriguen Aguirre, & Campuzano Vásquez, 2022)

2.1.9 Comerciantes informales

“El comerciante informal, forma parte de la economía informal, es un trabajador ilegal, desprotegido, sin cobertura de seguridad social, sin remuneración de periodos vacacionales, sin seguro de desempleo y sin reflejo de la antigüedad de salario” (Baque Sánchez, Barcia Villamar, & González Benítez, 2022, pág. 79).

Según Acosta Gómez et al. (2021) definen que la principal característica de los comerciantes no formales es la ausencia de reconocimiento o protección por los marcos legales y regulatorios. Otros elementos de esta complejidad es la falta de protección

social, reconocimiento de los derechos de propiedad o la dependencia de entidades informales para el desarrollo de su negocio.

2.1.10 Evasión tributaria

Es una actividad ilegal, por medio de la cual los contribuyentes reducen el monto del impuesto, que, al proceder de forma correcta, les habría correspondido pagar, la evasión implica violar los marcos legales por parte de aquellos ciudadanos que deciden ocultar cifras reales de sus ingresos generados en sus negocios o el aumento de sus gastos para evitar el pago de impuestos. (Olguín Cruz & Picon Aguilar, 2022, pág. 31)

En 2021, Romero Carazas y Colmenares De Zavala manifiestan que la evasión tributaria son acciones intencionadas para escapar a la obligación de pagos tributarios que establece un país quebrantando y violando la norma fiscal. Además, esta situación representa una alarma para todo gobierno a nivel mundial, debido que origina carencia en los ingresos y retrasa el crecimiento social.

2.1.11 Economía digital

“La economía digital comprende las transacciones económicas y sociales realizadas mediante Internet, utilizando tecnologías digitales, dispositivos electrónicos y plataformas virtuales” (Vargas Salazar, Motta Flores, Escudero Cavero, & Barrientos Felipa, 2022, pág. 10).

Según García Santiago et al. (2021) la economía digital está compuesta por infraestructura de telecomunicaciones, industrias de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, que son conocidas de forma tradicional como software, hardware y servicios. Además, también se integra de redes de actividades económicas y sociales propiciadas por el internet, computación en la nube, redes móviles, sociales y de sensores remotos.

2.1.12 Plataformas digitales

Desde una perspectiva económica, las plataformas digitales son intermediarias entre oferentes y demandantes de bienes, servicios, ideas o inversiones. Del mismo modo que sucedería en un mercado, reúnen a compradores y vendedores de productos, transporte, alojamiento, programas educativos y culturales y otros sectores económicos. (Paz, 2021, pág. 38)

De acuerdo a Reinoso López y Quisimalín Santamaría (2022) se reconoce a las plataformas digitales como un instrumento para facilitar servicios de intermediación, a través de la emisión y recepción de mensajes de datos, albergue de información, acceso y recopilación de datos, los cuales permiten la interacción entre el vendedor y el consumidor sin contacto físico para llevar a cabo una transacción.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Teoría general de sistemas

La Teoría General de Sistemas (TGS) es un enfoque, que nació de la mano del biólogo austriaco Ludwik Von Bertalanffy, este acuñó una teoría en la que consideraba a la biología como un “organismo que se comporta como un sistema abierto, esto es, un sistema en constante intercambio con otros sistemas circundantes por medio de complejas interacciones”. A saber, los sistemas son un conjunto de elementos interconectados que funcionan como una unidad, declarando que las peculiaridades de los sistemas no pueden describirse únicamente en términos de sus elementos separados, debiendo tomar en cuenta todas las interrelaciones de sus partes. (Ronquillo Bolaños, Ballesteros López, Vera Llor, & Román Ordoñez, 2024)

Se advierte que los sistemas convergen en diferentes niveles de complejidad, y se puede expresar que lo complejo es la cualidad de los sistemas, generándose la exigencia

de ser abordado de forma transdisciplinaria. En este contexto, Bertalanffy (1968) plantea este nuevo constructo científico que contribuya a percibir el mundo y sus problemas de una forma holística y compleja, soportado en un pensamiento sistémico como paradigma disruptivo (Ronquillo Bolaños, Ballesteros López, Vera Lóor, & Román Ordoñez, 2024).

Partiendo de los postulados de la Teoría General de Sistemas, se ha logrado la interpretación de los sucesos organizacionales, en cuanto a la comprensión integral del entorno general y específico que actúa sobre las empresas como un sistema con respectivas interrelaciones que, se manifiestan continuamente y que son irrefutables sus implicaciones; sin dejar de lado la interconexión entre los elementos que conforman la empresa y que condicionan su desempeño. Esto no sólo cambia la forma como se observa a la empresa y su dinámica, además afecta la forma como se analizan sus problemas y situaciones reales, llegando a conclusiones y soluciones totalmente diferentes e innovadoras con respecto a las mismas del método mecanicista (Ronquillo Bolaños, Ballesteros López, Vera Lóor, & Román Ordoñez, 2024).

2.2.2 Teoría de la exclusión social

La categoría de exclusión social surgió entre las décadas de los sesenta y los setenta en Francia. Moreno Rubio (2023) argumentó que Émile Durkheim, Talcott Parsons y Robert Merton son los autores sociológicos que construyeron, de forma más clara, los elementos más importantes e iniciales para una posible teoría de la exclusión social.

Al acuñarse el término, en sociología se hacía referencia a este proceso o situación de estar “fuera” o “dentro” de la norma/sistema, o bien, estar “alienado”, desde las obras de Marx, Engels, Durkheim y, con más fortaleza en Robert Merton, de acuerdo a Moreno Rubio (2023).

El proceso de exclusión social posee su contrario, que es la inclusión. Como buen fenómeno estructural, según Moreno Rubio (2023) la exclusión es identificable por sus resultados al identificar a dos grupos de personas: aquellos que pueden acceder a los medios para desenvolverse como ciudadanos y aquellos que se les ha dificultado o imposibilitado alcanzar esta meta.

En 2023, Moreno Rubio manifiesta el enfoque propuesto por Castells (1999) en obra “La era de la información al abordaje de la exclusión social”, definiéndola como un proceso, ejemplificando como casos de exclusión social el de aquellas personas de la llamada sociedad red que no tienen trabajo remunerado estable o están desempleados, y que dependen constante y sistemáticamente de la asistencia social, es decir, el acceso a las oportunidades es nulo o muy limitado. Se debe destacar que la exclusión sería establecida como el resultado de un problema económico.

A su vez según Moreno Rubio (2023) la exclusión social es “un proceso multifactorial que puede o no incluir la pobreza”. Además, José Num afirma que la exclusión social es un fenómeno estructural, y que puede exhibirse, no solo en relación con el rezago económico de un grupo o grupos sociales, sino en siete dimensiones o ámbitos adicionales, como “el económico, el laboral, el formativo, el sociosanitario, el residencial, el relacional y el ámbito de la ciudadanía y la participación”.

El concepto exclusión intenta describir el proceso a través del cual una serie de actores sociales que habían sido incluidos en los frutos del desarrollo y del bienestar en los años de bonanza económica, emergencia y consolidación del Estado benefactor son excluidos, en mayor índice del mercado laboral, debido a los cambios inducidos de manera directa o indirecta por la globalización. (Moreno Rubio, 2023)

2.2.3 Teoría del costo de transacción

Según Rangel Jimenez (2021) en la década de los sesenta Ronald Coase defiende que las firmas no eran organizaciones preexistentes, sino que las firmas constituyen una manera alternativa de organización al mercado. La elección de uno u otro modo de organización no estaría en función del grado de separabilidad tecnológica de las etapas de producción, sino más bien en función de los costos de transacción. La firma satisface sus propias necesidades si los costos de transacción son menores que el mercado y produce en este último si la diferencia se revierte. Si los costos de transacción fueran despreciables, el cómo se organice la actividad económica es irrelevante.

La Teoría de los Costos de Transacción estudia la organización económica no desde el punto de vista tecnológico de la teoría neoclásica que considera la firma como una función de producción, sino a través de la mirada de las teorías de contratos y gobernanza. Además, describe que los incentivos y la coordinación son los atributos que diferencian los modos de gobernanza. (Rangel Jimenez, 2021)

De acuerdo a Rangel Jimenez (2021) la Teoría de los Costos de Transacción considera a la firma y a los mercados como formas alternativas de gobernanza que, con ventajas y desventajas, emplean mecanismos diferentes para mediar entre las etapas de producción vistas como interfaces separables tecnológicas.

Tomando como unidad de análisis la transacción, esta teoría admite el supuesto de límites cognitivos (racionalidad acotada) y neutralidad al riesgo de la teoría neoclásica e introduce supuestos más reales sobre el comportamiento de los individuos: propensión oportunista en los individuos. El oportunismo clave en el estudio de los costos de transacción, es especialmente importante para actividades económicas que involucran

inversiones específicas en capital humano y físico, como las inversiones en I + D y las relaciones de exportación. (Rangel Jimenez, 2021)

2.2.4 Teoría del consumidor

La teoría del consumidor se encarga de estudiar el comportamiento de un agente económico en la posición que ocupa al momento de adquirir bienes y servicios. La teoría del consumidor es observada para evaluar la curva de demanda del consumidor, analizando si la persona alcanza su máximo bienestar dado su presupuesto, siendo importante porque se evalúan diferentes variables externas que influyen en ese tipo de conductas o comportamientos. (Orellana Intriago, 2022, pág. 11)

A lo largo de la historia han existido varias teorías que han determinado el progreso de la teoría del consumidor, en sus inicios según Orellana Intriago (2022) se fundamentó la teoría económica desarrollada por Alfred Marshall, la cual se basa en la situación de que los consumidores requieren satisfacer sus necesidades, permitiendo definir sus decisiones de compra y tomando como referencia su poder adquisitivo para solventar los productos o servicios que le brinden mayor beneficio.

De acuerdo a Orellana Intriago (2022) las personas toman decisiones para gastar sus recursos disponibles como el tiempo, dinero y esfuerzo en asuntos relacionados con el consumo: “qué compren, por qué, cuando, donde, con qué frecuencia”, es así que, el comportamiento del consumidor se ubica bajo una gran cantidad de incógnitas, las mismas que influyen desde el punto de vista económico, psicológico y social.

En la actualidad el mercado del consumo y la producción son muy dinámicos, transformado por el avance tecnológico, los consumidores se encuentran más informados y a su vez son más exigentes, lo que hace que las decisiones de compra dependan no solo de sí mismo sino de la interacción con otros consumidores. En el presente las empresas y

los consumidores están afrontando nuevos retos, esa evolución que está teniendo el comportamiento del consumidor en su proceso de decisión de compra, brinda nueva información de un mercado físico y digital, donde incluso el cliente decide cómo y dónde quiere recibir lo que compra, cosas que hace 50 años no se realizaban. (Orellana Intriago, 2022)

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 7).

2. “El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 7).

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 7)

4. “El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 7).

5. “Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 7).

Art. 226.- Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad

estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 75)

Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre:

5. “Las políticas económica, tributaria, aduanera, arancelaria; fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 82).

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. “Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

2. “Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

5. “Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

6. “Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

7. “Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

8. “Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

9. “Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 91).

Art. 285.- La política fiscal tendrá como objetivos específicos:

1. “El financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 92).
2. “La redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 92).
3. “La generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 92).

Art. 286.- Las finanzas públicas, en todos los niveles de gobierno, se conducirán de forma sostenible, responsable y transparente y procurarán la estabilidad económica. Los egresos permanentes se financiarán con ingresos permanentes. Los egresos permanentes para salud, educación y justicia serán prioritarios y, de manera excepcional, podrán ser financiados con ingresos no permanentes. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 92)

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 95)

Art. 301.- Sólo por iniciativa de la Función Ejecutiva y mediante ley sancionada por la Asamblea Nacional se podrá establecer, modificar, exonerar o extinguir impuestos.

Sólo por acto normativo de órgano competente se podrán establecer, modificar, exonerar y extinguir tasas y contribuciones. Las tasas y contribuciones especiales se crearán y regularán de acuerdo con la ley. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 95)

2.3.2 Código tributario

Art. 1.- Ámbito de aplicación. - Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 2)

Art. 6.- Fines de los tributos. - Los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 3)

“Art. 96.- Deberes formales. - Son deberes formales de los contribuyentes o responsables”:

1. “Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria”:

a) “Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen”;

b) “Solicitar los permisos previos que fueren del caso”;

c) “Llevar los libros y registros contables relacionados con la correspondiente actividad económica, en idioma castellano; anotar, en moneda de curso legal, sus operaciones o transacciones y conservar tales libros y registros, mientras la obligación tributaria no esté prescrita”;

d) “Presentar las declaraciones que correspondan; y”,

e) “Cumplir con los deberes específicos que la respectiva ley tributaria establezca”

(Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 29).

2. “Facilitar a los funcionarios autorizados las inspecciones o verificaciones, tendientes al control o a la determinación del tributo” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 30).

3. “Exhibir a los funcionarios respectivos, las declaraciones, informes, libros y documentos relacionados con los hechos generadores de obligaciones tributarias y formular las aclaraciones que les fueren solicitadas” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 30).

4. “Concurrir a las oficinas de la administración tributaria, cuando su presencia sea requerida por autoridad competente” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 30).

“Art. 97.- Responsabilidad por incumplimiento. – El incumplimiento de deberes formales acarreará responsabilidad pecuniaria para el sujeto pasivo de la obligación tributaria, sea persona natural o jurídica, sin perjuicio de las demás responsabilidades a que hubiere lugar” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2024, pág. 30).

2.3.3 Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

“Art. 1. Objeto del impuesto. - Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o

extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 1).

“Art. 2. Concepto de renta. - Para efectos de este impuesto se considera renta”:

1. “Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 1)
2. “Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98 de esta Ley” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 1).

“Art. 3. Sujeto activo. - El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 2).

Art. 4. Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley. Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 2)

CAPÍTULO V - RÉGIMEN SIMPLIFICADO PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES – RIMPE

Régimen especial impuesto a la renta para emprendedores y negocios populares.

- Se establece el régimen RIMPE, para el pago del impuesto a la renta, a los

emprendedores y negocios populares regulados de acuerdo a las disposiciones contenidas en el presente Capítulo de esta ley. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 125)

“Art. 97.3. Ámbito subjetivo. - Se sujetan a este régimen los sujetos pasivos personas naturales y sociedades con ingresos brutos anuales hasta trescientos mil dólares de los Estados Unidos de América (US \$300.000.00)” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 126).

“Dentro de este régimen, constituyen negocios populares aquellos sujetos pasivos, personas naturales, con ingresos brutos existentes de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US \$20.000,00); todos los demás sujetos a este régimen constituyen emprendedores” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 126).

Por ingresos brutos se entenderán a los ingresos gravados percibidos por el sujeto pasivo, menos descuentos, devoluciones y sueldos a sus empleados afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social pagados por los RIMPE - Negocios Populares, siempre que hubiesen cumplido con sus obligaciones legales con la precitada institución a la fecha de presentación de la declaración del impuesto a la renta. Los sujetos pasivos dentro del régimen RIMPE pagarán el Impuesto a la Renta conforme a la correspondiente tabla progresiva, aplicable sobre los ingresos brutos del respectivo ejercicio fiscal. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 126)

“Art. 97.4.- Exclusiones del régimen. - No podrán acogerse al régimen regulado en el presente Capítulo los sujetos pasivos que realicen y/o registren en su RUC, al menos, una de las siguientes actividades”:

a. “Las previstas en los artículos 28 y 29 de la Ley de Régimen Tributario Interno” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

b. “La prestación de servicios profesionales (personas naturales y sociedades), mandatos y representaciones, comisionistas, transporte (excepto taxis), actividades agropecuarias, comercializadora de combustibles, relación de dependencia y arrendamientos de bienes muebles e inmuebles” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

c. “Las que mantengan regímenes especiales de pago de impuesto a la renta según la Ley de Régimen Tributario Interno” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

d. “Las que se desarrollen en el sector de hidrocarburos, minero, petroquímica, laboratorios médicos y farmacéuticas, industrias básicas, financiero, economía popular y solidaria y seguros” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

e. “La producción, importación y/o primera etapa de comercialización de bienes o la prestación de servicios gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales”. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127)

“En caso de que un contribuyente tenga registrado en su RUC o desarrolle cualquiera de las actividades anteriores estará excluido del presente régimen RIMPE aun cuando registre o ejerza otras actividades no excluidas” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

“No podrán acogerse al RIMPE los sujetos pasivos calificados como artesanos, ni quienes sean receptores de inversión extranjera directa, ni aquellos que desarrollen actividades en asociación público-privada” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

“Quienes perciban ingresos por dividendos, enajenación de derechos representativos de capital o rendimientos financieros deberán liquidarlos conforme al

régimen correspondiente. No obstante, la percepción de este tipo de ingresos no es causal de exclusión al régimen RIMPE” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 127).

Art. 97.5.- Vigencia del Régimen RIMPE. - El presente régimen será de aplicación obligatoria por el plazo perentorio de tres (3) años contados desde la primera declaración del impuesto, siempre que el sujeto pasivo no perciba ingresos brutos superiores a los trescientos mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 300.000,00). En caso de que el sujeto pasivo perciba ingresos brutos superiores al monto establecido anteriormente, los sujetos pasivos acogidos al régimen deberán liquidar los impuestos dentro del régimen general del Impuesto a la Renta. Los sujetos pasivos que mantengan su condición de negocios populares se mantendrán dentro del régimen RIMPE mientras conserven dicha condición. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 128)

“Una vez que el sujeto pasivo hubiere sido excluido del régimen RIMPE, no podrá ingresar nuevamente al régimen regulado en este Capítulo” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 128).

“El Servicio de Rentas Internas dictará las resoluciones que establezcan las formalidades y requisitos para la inscripción de los sujetos pasivos en el RUC y su acogimiento al régimen RIMPE” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 128).

“Art. 97.7.- Deberes formales. - Sin perjuicio de los demás deberes formales previstos en el artículo 96 del Código Tributario, los sujetos pasivos sujetos al régimen RIMPE tendrán los siguientes deberes formales”:

a. “Los contribuyentes considerados negocios populares llevarán un registro de ingresos y gastos; y, pagarán el impuesto a la renta conforme a la tabla prevista para el efecto” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 129).

b. “Los contribuyentes considerados emprendedores estarán obligados a llevar contabilidad cuando la normativa así lo disponga, caso contrario, deberán llevar un registro de ingresos y gastos. En ambos casos, declararán los impuestos respectivos conforme a sus registros” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 129).

c. “Emitir comprobantes de venta conforme al Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios. Los negocios populares podrán emitir notas de venta o facturas electrónicas a su elección” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 129).

“Los sujetos pasivos inscritos como RIMPE por el Servicio de Rentas Internas deberán cumplir con los deberes formales atribuibles a dicho régimen durante el ejercicio fiscal corriente” (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 129).

Los sujetos pasivos bajo este régimen no se encuentran obligados a actuar como agentes de retención del Impuesto a la Renta ni del Impuesto al Valor Agregado. Sin perjuicio de lo expuesto, observarán lo previsto en el artículo 92 numeral 2 del Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, cuando corresponda. (Asamblea Nacional Constituyente, 2018, pág. 129)

2.3.4 Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos

Art. 1.- Objeto de la ley. - Esta ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2022, pág. 1).

Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos. - Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y

efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta ley y su reglamento.
(Asamblea Nacional del Ecuador, 2022, pág. 1)

Art. 14.- Efectos de la firma electrónica. - La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2022, pág. 4)

2.3.5 Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios

Art. 1.-Comprobantes de venta. - Son comprobantes de venta los siguientes documentos que acreditan la transferencia de bienes o la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos:

- a) Facturas;
- b) Notas de venta - RIMPE;
- c) Liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios;
- d) Tiquetes emitidos por máquinas registradoras;
- e) Boletos o entradas a espectáculos públicos; y,
- f) Otros documentos autorizados en el presente reglamento. (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 2)

Art. 2.- Documentos complementarios. - Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito;
- b) Notas de débito; y,
- c) Guías de remisión. (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 2)

Art. 8.- Obligación de emisión de comprobantes de venta y comprobantes de retención. - Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere. Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes, aun cuando se realicen a título gratuito, autoconsumo o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, incluso si las operaciones se encuentren gravadas con tarifa cero (0%) del impuesto al valor agregado. (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6)

“La emisión de estos documentos será efectuada únicamente por transacciones propias del sujeto pasivo autorizado” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6).

“El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución, establecerá el monto sobre el cual las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad y aquellas consideradas como negocios populares incluidas en el Régimen RIMPE, deberán emitir comprobantes de venta” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6).

“De igual manera, se establecerá la periodicidad de la emisión de un comprobante de venta resumen por las transacciones efectuadas correspondientes a valores inferiores a los establecidos en la mencionada resolución” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6).

“No obstante, lo señalado en el inciso anterior, a petición del adquirente del bien o servicio, se deberá emitir y entregar comprobantes de venta, por cualquier monto” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6).

“Los sujetos pasivos considerados como negocios populares incluidos en el Régimen RIMPE deberán sujetarse a las normas particulares de dicho régimen” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6).

“Las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deberán emitir comprobantes de venta de manera obligatoria en todas las transacciones que realicen, independientemente del monto de las mismas” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 6).

“Art. 12.- Notas de venta. - Emitirán y entregarán notas de venta exclusivamente los contribuyentes considerados como negocios populares incluidos en el Régimen RIMPE” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 8).

“Art. 17.- Oportunidad de entrega de los comprobantes de venta y documentos autorizados. - Los comprobantes de venta y los documentos autorizados, referidos en este reglamento, deberán ser entregados en las siguientes oportunidades”:

a) De manera general, los comprobantes de venta serán emitidos y entregados en el momento en el que se efectúe el acto o se celebre el contrato que tenga por objeto la transferencia de dominio de los bienes o la prestación de los servicios; (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 10)

b) En el caso de transferencia de bienes pactada por medios electrónicos, teléfono, telefax u otros medios similares, en que el pago se efectúe mediante tarjeta de crédito, débito, abono en cuenta o pago contra entrega, el comprobante de venta será entregado conjuntamente con el bien o a través de mensajes de datos, según corresponda; (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 10)

c) En el caso de pago de servicios a través de convenios de débito en cuentas corrientes, cuentas de ahorros o tarjetas de crédito, los comprobantes de venta emitidos por el prestador del servicio deberán ser obligatoriamente entregados al cliente por cualquier medio, pudiendo serlo conjuntamente con su estado de cuenta; (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 10)

Aquellos sujetos pasivos autorizados para emitir comprobantes de venta en los que no se requiera identificar al adquirente, deberán contar con comprobantes de venta en los que se lo pueda identificar, para el caso en el que este lo solicite con su identificación. (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 11)

“El Servicio de Rentas Internas, mediante resolución de carácter general, podrá establecer plazos diferentes a los indicados en el presente reglamento para la emisión y entrega de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 11).

“Art. 41.- Archivo de comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención. - Los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, deberán conservarse durante el plazo mínimo de 7 años” (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 27).

Los sujetos pasivos que fueren autorizados a emitir e imprimir sus comprobantes de venta, documentos complementarios o comprobantes de retención, por medios electrónicos, deberán mantener obligatoriamente el archivo magnético de todos esos documentos en la forma que determine el Servicio de Rentas Internas. (Asamblea Nacional Constituyente, 2024, pág. 28)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

“La vida es cuesta arriba,
pero la vista es genial”
Miley Cyrus

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se desarrolló utilizando una metodología con enfoque cuantitativo, con la finalidad de analizar la repercusión de la utilización del comercio electrónico en la evasión de los tributos por parte de los comerciantes informales del cantón Quevedo durante el año 2023, se aplicaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.1 Investigación descriptiva

Permitió detallar y especificar las características del fenómeno estudiado, enfocándose en observar y describir el comportamiento de los comerciantes informales que operan en las distintas plataformas de comercio electrónico. También ayudó a identificar prácticas frecuentes, medios utilizados y factores determinantes relacionados a la evasión tributaria en el cantón Quevedo.

3.1.2 Investigación explicativa

Se utilizó para explicar cómo y por qué el comercio electrónico incide en la evasión de tributos, contribuyendo a determinar los factores que influyen en la presente problemática, estableciendo las relaciones causales entre las variables presentadas en el estudio, el uso de plataformas digitales, el desconocimiento de las obligaciones fiscales y/o el incumplimiento tributario por parte de los comerciantes informales.

3.1.3 Investigación de campo

Se basó en la obtención de datos directos de la realidad objeto de estudio, aplicando encuestas a los comerciantes informales del cantón Quevedo que operan a través de las redes sociales y plataformas digitales, proporcionando información de fuentes primarias que sustentan los hallazgos de la investigación realizada en el cantón Quevedo, durante el año 2023.

3.2 MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

3.2.1 Método inductivo

La presente investigación utilizó el método inductivo, lo que permitió establecer conclusiones generales, iniciando de una base de conceptos y teorías particulares, acordes al comercio electrónico y evasión de tributos de los comerciantes informales, la información fue obtenida mediante las encuestas, sirviendo para determinar las conclusiones de la temática investigada.

3.2.2 Método deductivo

La aplicación del método deductivo permitió fundamentar las teorías y conceptos relacionados con el objeto de estudio, la cual se aplicó después de obtener toda la información necesaria, a fin de concluir los casos particulares basados en el comercio electrónico y la evasión de tributos, en los que se fundamenta los hallazgos de la investigación realizada.

3.2.3 Método descriptivo

En el desarrollo de la investigación se efectuó un análisis descriptivo, a partir de la revisión de la cultura tributaria y la forma de desarrollar las actividades económicas de los comerciantes informales, lo que permitió evaluar la repercusión del comercio electrónico en la evasión de tributos de los comerciantes del cantón Quevedo, realizando un análisis situacional de la problemática objeto de estudio.

3.3 CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

La construcción metodológica del objeto de investigación se fundamentó en las características y dinámicas propias del comercio informal desarrollado a través de plataformas digitales en el cantón Quevedo. Para ello, se identificaron las principales

prácticas de comercialización utilizadas por los comerciantes informales en redes sociales y, a su vez, los métodos mediante los cuales eluden sus obligaciones tributarias.

Este proceso implicó, un diagnóstico de la problemática que permitió delimitar de forma clara el fenómeno de estudio: la relación entre la ejecución del comercio electrónico y la evasión de los tributos. A partir de ello, se procedió a una revisión sistemática de literatura especializada y estudios previos relacionados con el comercio electrónico informal, la cultura tributaria y la normativa fiscal vigente en Ecuador.

3.3.1 Población y muestra

Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por los habitantes económicamente activos del cantón Quevedo, quienes son aquellos que poseen potencial de participar en actividades comerciales, incluyendo el comercio electrónico informal. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el año 2022 la Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Quevedo, fue de 145.221 personas.

Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Se asumió una proporción esperada de ocurrencia (p) de 0,5, lo que permitió obtener una muestra representativa, explorando todas las particularidades de la población. Se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{145221 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0,05)^2 \cdot (145221 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{145221 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0,0025 \cdot 145220 + 0.9604}$$

$$n = \frac{139492.83}{363.05 + 0.9604}$$

$$n = \frac{139492.83}{364.01}$$

$$n = 383.19$$

Luego de la aplicación de la fórmula estadística, el tamaño de la muestra fue de 383 personas, quienes fueron seleccionadas mediante muestreo no probabilístico, por conveniencia, enfocado específicamente en comerciantes informales que desarrollan actividades, mediante plataformas de comercio electrónico en el cantón Quevedo.

3.3.2 Técnica de investigación

Observación

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de observación directa la misma que permitió obtener conocimiento amplio del comportamiento de los comerciantes informales del cantón Quevedo, que realizan comercio electrónico y de la cultura tributaria que poseen. Esta técnica facilitó identificar patrones de conducta en relación con la informalidad digital y la evasión tributaria.

Encuesta

Se efectuó a cada uno de los comerciantes electrónicos objeto de estudio, a través de una serie de preguntas estructuradas, brindando la ayuda necesaria para recopilar mayor información y obtener una base fundamental para la presentación de los resultados de la investigación, verificando la repercusión de la evasión de los tributos de los comerciantes informales en el cantón Quevedo.

3.3.3 Instrumentos de investigación

Lista de chequeo

Se aplicó para estructurar y sistematizar los aspectos clave observados en el comportamiento y prácticas de los comerciantes informales respecto al uso del comercio electrónico y su relación con la evasión tributaria en el cantón Quevedo. Esta herramienta facilitó el registro ordenado de indicadores definidos de manera previa para su análisis.

Encuesta estructurada

A través de este instrumento se logró recopilar datos cuantitativos y estructurados, determinando tendencias y patrones en la muestra objeto de estudio, identificando métodos que utilizan para desarrollar sus actividades comerciales, enfatizando las obligaciones tributarias que deben de cumplir. La encuesta fue diseñada con preguntas cerradas, permitiendo medir de forma precisa variables relacionadas con el nivel de formalización, conocimiento tributario y uso de plataformas digitales. Además, facilitó el análisis estadístico de los resultados obtenidos fortaleciendo la validez del estudio.

3.4 ELABORACIÓN DE MARCO TEÓRICO

La elaboración del marco teórico se desarrolló en función del objeto de estudio, que enmarcan el comercio electrónico y la evasión de tributos, mediante una revisión secuencial y estructurada de fuentes académicas y legales, con el fin de sustentar científicamente la investigación. Para ello se siguieron los siguientes pasos:

1. Elaboración del marco conceptual

En esta etapa se identificaron y definieron los conceptos clave relacionados con la investigación, tales como: comercio electrónico, evasión fiscal, obligación tributaria, comercio informal, economía digital, plataformas digitales, entre otros. Se consultaron

libros, artículos académicos y fuentes confiables que permitieron establecer una comprensión adecuada de los términos utilizados.

2. Elaboración del marco teórico

Se profundizó en el análisis de teorías de diversos autores que abordan temas de comercio e informalidad desde distintas disciplinas. Esta etapa permitió establecer una base teórica sólida, identificar enfoques metodológicos previos y contrastar diferentes perspectivas a lo largo de la historia de la evolución de realizar transacciones.

3. Elaboración del marco legal

Se procedió al análisis de las normativas legales ecuatorianas relacionadas con la tributación, el comercio informal y el comercio electrónico. Se revisaron leyes y reglamentos, así como la Constitución de la República del Ecuador y el Código Tributario. Este marco legal permitió determinar los fundamentos jurídicos que regulan la actividad económica informal y las obligaciones fiscales correspondientes.

La combinación de estas tres fases permitió construir un marco teórico integral, alineado al objeto de estudio, que sirvió de base para el desarrollo de la investigación y el análisis de los resultados obtenidos.

3.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la obtención de información primaria, se utilizó el método cuantitativo, empleando encuestas estructuradas dirigidas a los comerciantes informales que realizan actividades de comercio electrónico en el cantón Quevedo. El instrumento de recolección fueron cuestionarios con preguntas cerradas, diseñado en función de los objetivos específicos del estudio.

Este cuestionario fue aplicado mediante herramientas digitales, específicamente a través de formularios de Google Forms, los cuales fueron distribuidos a los encuestados

por medio de redes sociales, como WhatsApp y Facebook, plataformas que son utilizadas de manera común por los comerciantes digitales. La utilización de software en línea permitió un mayor alcance geográfico, rapidez en la recolección de datos y facilitó el posterior procesamiento estadístico de la información.

3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para procesar la información obtenida luego de aplicar las técnicas de investigación con sus respectivos instrumentos, se implementó la utilización del Software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) el cual permitió obtener el estudio estadístico de los datos recolectados, mediante análisis de gráficos y tablas de contingencia entre varias variables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

“Siempre da más de lo que
esperan de ti”
Larry Page

4.1 PRÁCTICAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE LOS COMERCIANTES INFORMALES, EN EL AÑO 2023

4.1.1 Encuesta aplicada a comerciantes informales en las plataformas digitales

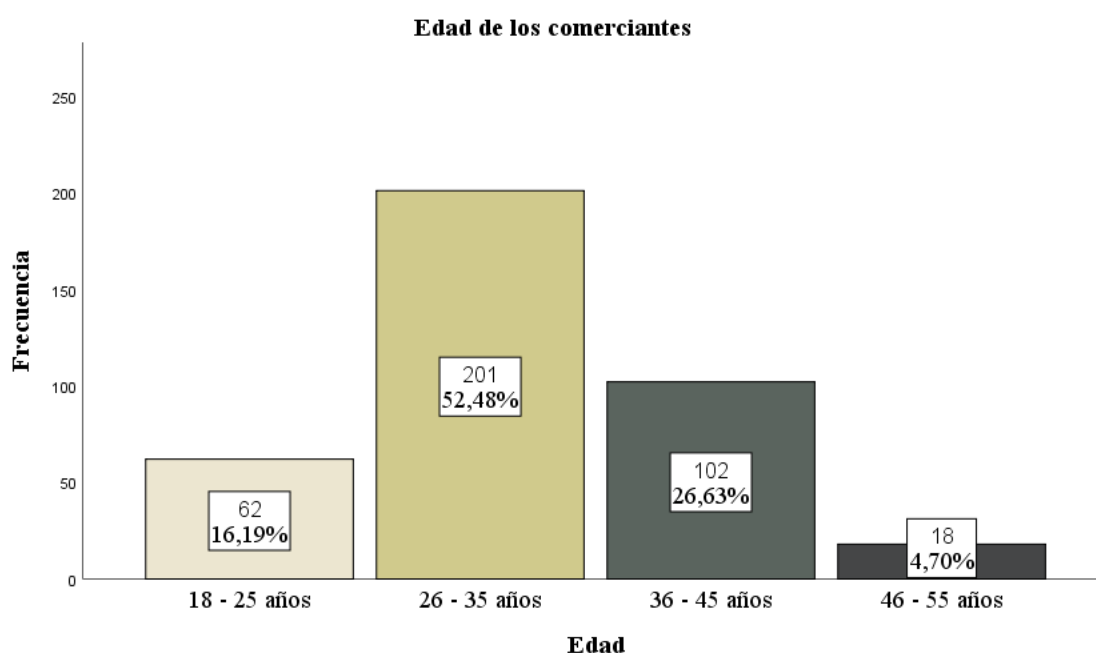
Se aplicaron encuestas estructuradas a 383 personas que operan en el medio digital del cantón Quevedo, con la finalidad de examinar las prácticas de comercio electrónico entre los comerciantes informales durante el año 2023, comprendiendo el comportamiento en el uso de las plataformas digitales, sobre las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

1. DATOS GENERALES

Pregunta 1.1: ¿Cuál es su edad?

Figura 1

Edad de los comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico



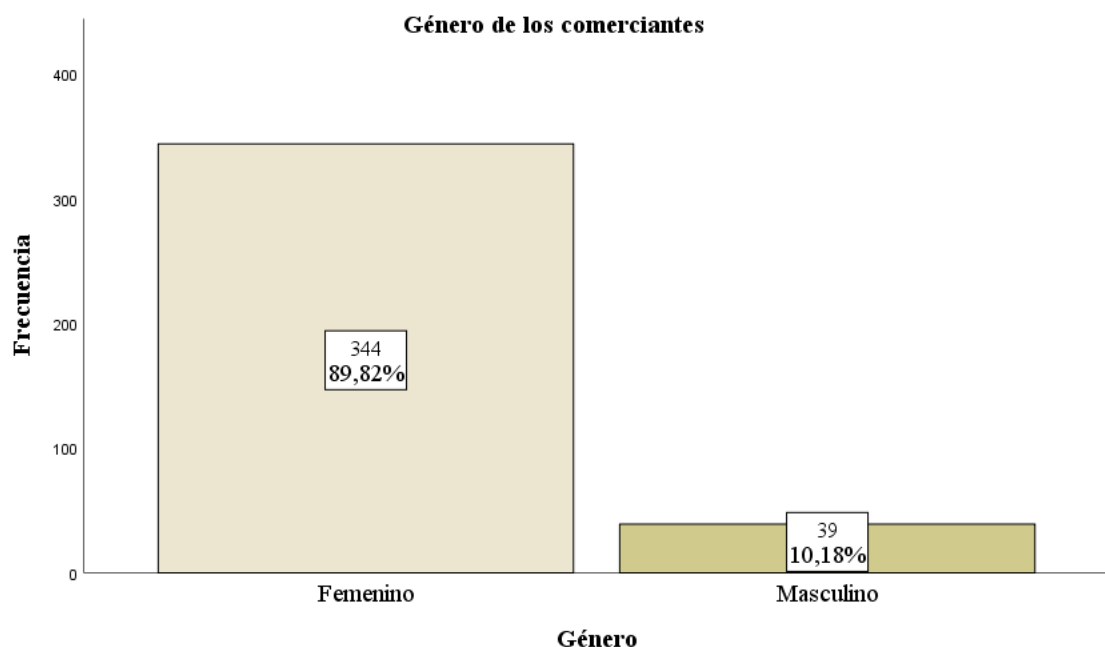
Análisis: el grupo mayoritario de comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico es de 26 – 35 años representando el 52,48% del total, lo que indica que la mayoría son jóvenes adultos; el segundo grupo representativo es de 36 – 45 años

representando el 26,63% mostrando una presencia significativa de adultos experimentados; las personas de 18 – 25 años representan el 16,19% indicando una considerable presencal juvenil y los comerciantes digitales de 46 – 55 años representa el 4,70% indicando que las actividades comerciales en línea son menos frecuentes en mayores. De acuerdo a los resultados obtenidos hasta los 35 años se concentra el 68.67% de los comerciantes informales electrónicos, confirmando que el desarrollo de las actividades mercantiles en línea predomina en personas jóvenes que poseen mayor dominio de las redes sociales, a su vez hasta los 45 años se acumula el 95,30% indicando que solo una diminuta fracción de comerciantes supera esa edad, factor determinado por la capacidad de manejo de redes sociales.

Pregunta 1.2: ¿Cuál es su género?

Figura 2

Género de los comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico

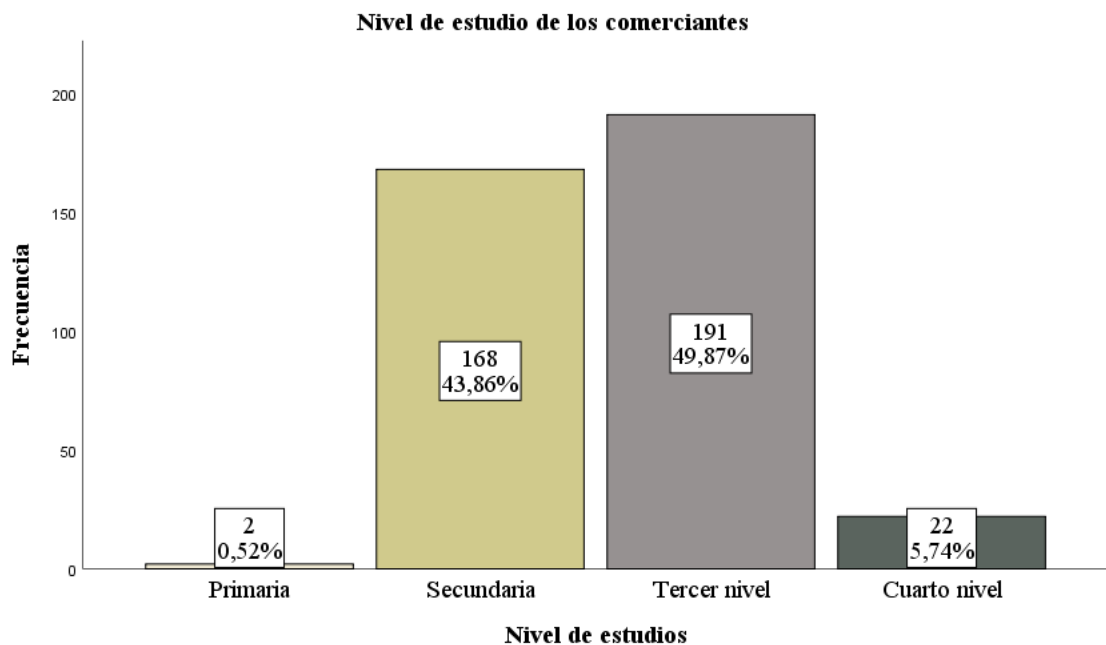


Análisis: el 89,82% de las personas que realizan comercio electrónico en las plataformas digitales son de género femenino, indicando una fuerte presencia de las mujeres en este tipo de comercio y el 10,18% de los encuestados son de género masculino, lo cual podría relacionarse con las barreras socioculturales que existen en la sociedad ecuatoriana para el desarrollo de ciertas actividades económicas.

Pregunta 1.3: Por favor, indique el último nivel de estudios que haya finalizado

Figura 3

Nivel de estudios de los comerciantes informales que ejecutan comercio electrónico



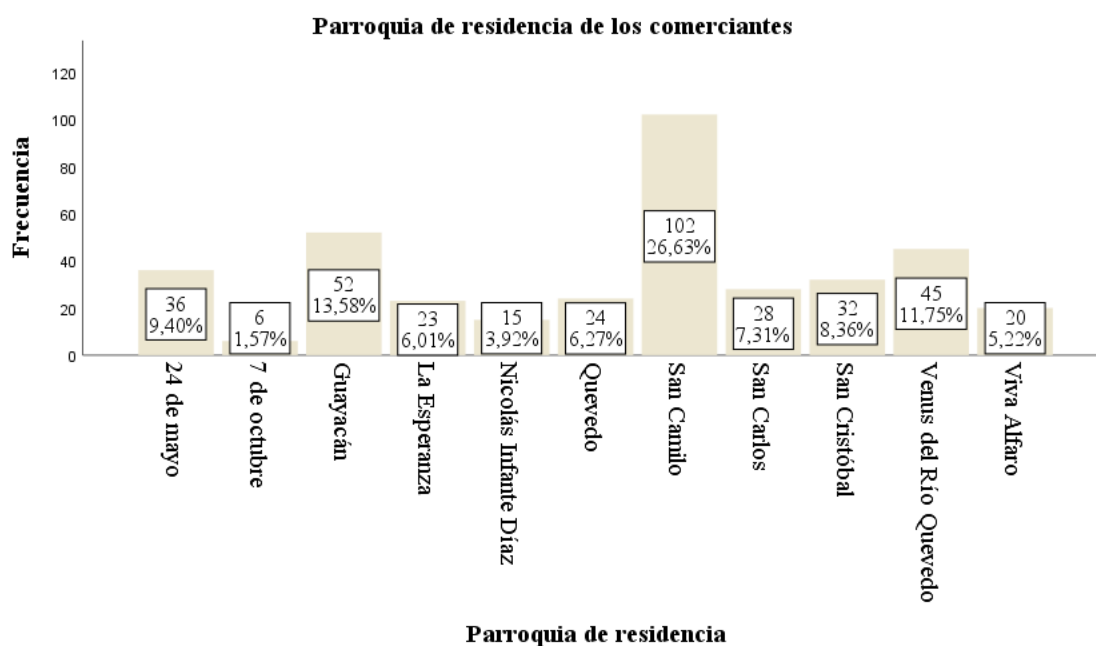
Análisis: de acuerdo a los resultados obtenidos el 49,87% de comerciantes informales poseen estudios de tercer nivel, el 43,86% tiene estudios de secundaria, el 5,74% cuenta con estudios de cuarto nivel y solo un 0,52% de comerciantes poseen estudios de primaria, evidenciando que para desarrollar comercio electrónico se requiere conocimientos básicos y alfabetización tecnológica. Es importante recalcar que un total de 55,61% de comerciantes informales que desarrollan comercio electrónico poseen estudios universitarios, y como consecuencia del alto nivel de desempleo que existe en el

Ecuador deben recurrir a actividades ajenas a sus carreras universitarias para poder superarse en el ámbito económico, a su vez destacar el 44,38% de personas que no pudieron acceder a la educación superior tienen la posibilidad de desarrollar comercio electrónico.

Pregunta 1.4: ¿En qué parroquia de Quevedo usted vive?

Figura 4

Parroquia de residencia de los comerciantes informales



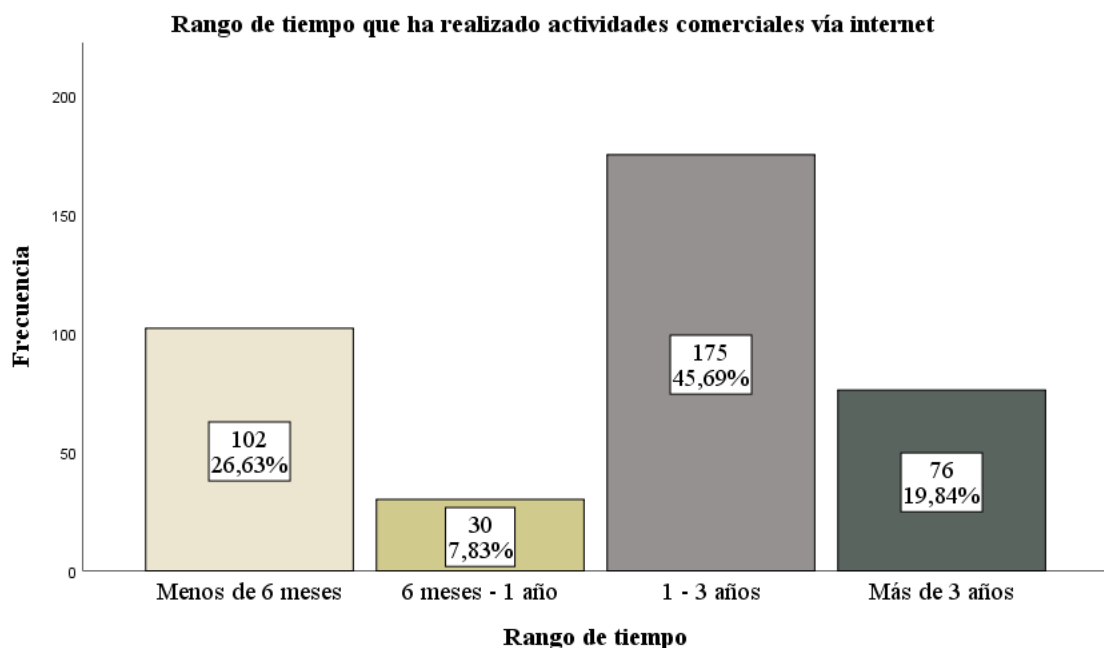
Análisis: San Camilo es la parroquia que concentra la mayor cantidad de comerciantes informales que operan en plataformas digitales, representando un 26,63%; seguida por la parroquia El Guayacán que representa un 13,58%, la parroquia Venus del Río Quevedo que ocupa un 11,75% y 24 de Mayo con 9,40% de presencia de comerciantes digitales; además otras parroquias con un porcentaje significativo son: San Cristóbal 8,36%, San Carlos 7,31%, La Esperanza 6,01% y Quevedo centro 6,27%; y aquellas parroquias que poseen una cantidad menor son Viva Alfaro 5,22%, Nicolás Infante Díaz 3,92% y 7 de Octubre 1,57%. Determinando de esta manera que la actividad

comercial informal en plataformas digitales está distribuida en todo el cantón, incluyendo las parroquias rurales, aunque se denota mayor presencia en ciertas zonas.

Pregunta 1.5: Señale el rango de tiempo que ha realizado actividades comerciales vía internet

Figura 5

Rango de tiempo que ha realizado actividades comerciales vía internet



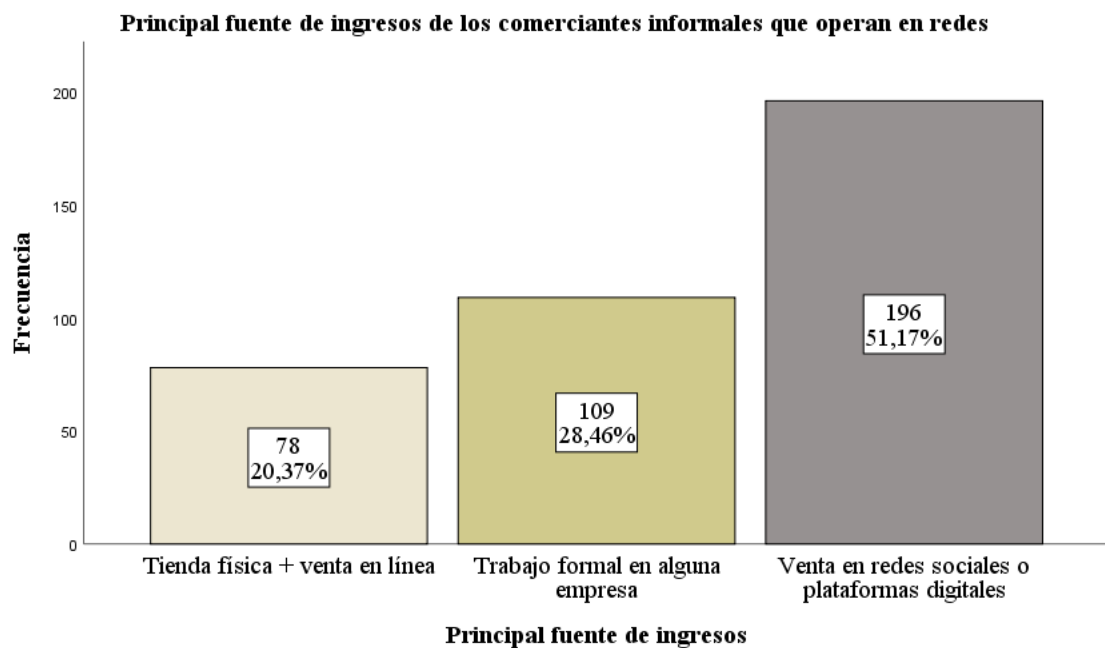
Análisis: los datos exhiben que la mayoría de comerciantes informales tienen entre 1 y 3 años de experiencia ocupando un 45,69% del total, seguido por los comerciantes que llevan más de 3 años resultando un 19,84%, las personas que empezaron hace menos de 6 meses a operar en línea alcanzan un 26,63% del total y aquellos vendedores informales que iniciaron hace de 6 meses y 1 año obtienen un 7,83%. El 65,53% de los comerciantes poseen entre 1 a 3 años realizando actividades de comercio electrónico utilizando las redes sociales, por lo cual se los puede considerar personas con una alta experticia en la comercialización en redes, logrando estabilidad en este tipo de

modelo de negocio, el 34,47% restante son comerciantes que están empezando a realizar esta actividad incitados por factores determinantes.

Pregunta 1.6: ¿Cuál es su principal fuente de ingresos?

Figura 6

Principal fuente de ingresos de los comerciantes informales que operan en redes

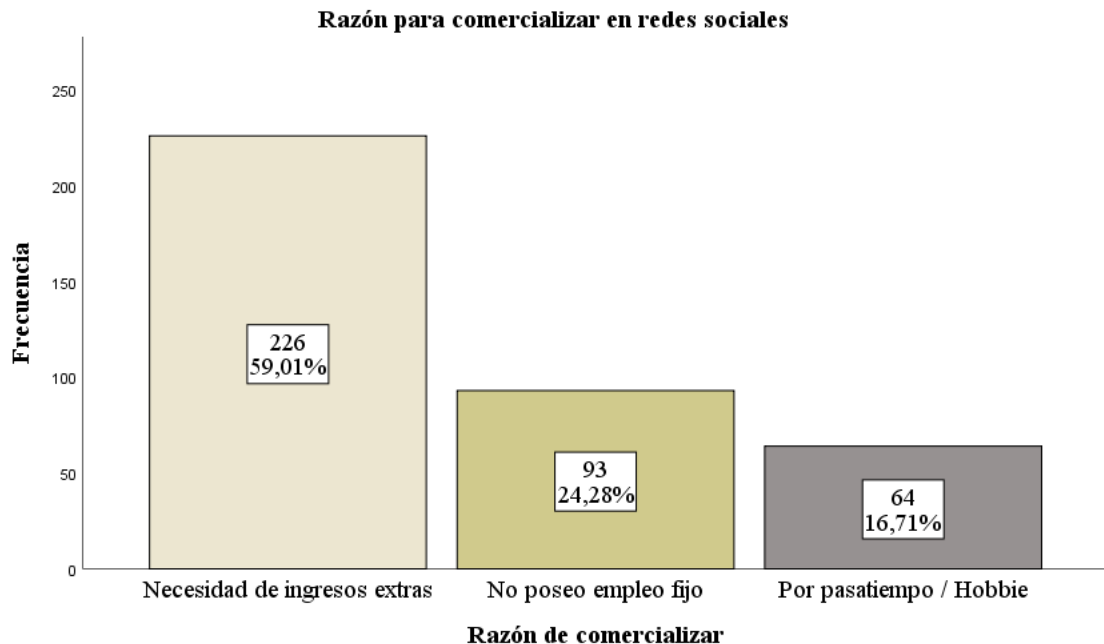


Análisis: la mayoría de comerciantes informales que realizan comercio electrónico tienen como principal fuente de ingresos las ventas en redes sociales o plataformas digitales resultando un 51,17% indicando que esta actividad no es un complemento para ellos, sino el sustento principal de sus hogares, seguido por aquellos que poseen trabajo formal en alguna empresa ocupando un 28,46% pudiendo demostrar de esta manera su deseo de emprender sin dejar la seguridad salarial y aquellos que combinan la tienda física con la venta en línea poseen un 20,37% del total, teniendo la satisfacción de tener su espacio físico para ofertar sus productos combinándolo con la practicidad de las redes sociales.

Pregunta 1.7: ¿Por qué empezó a vender mediante internet?

Figura 7

Razón para comercializar en redes sociales



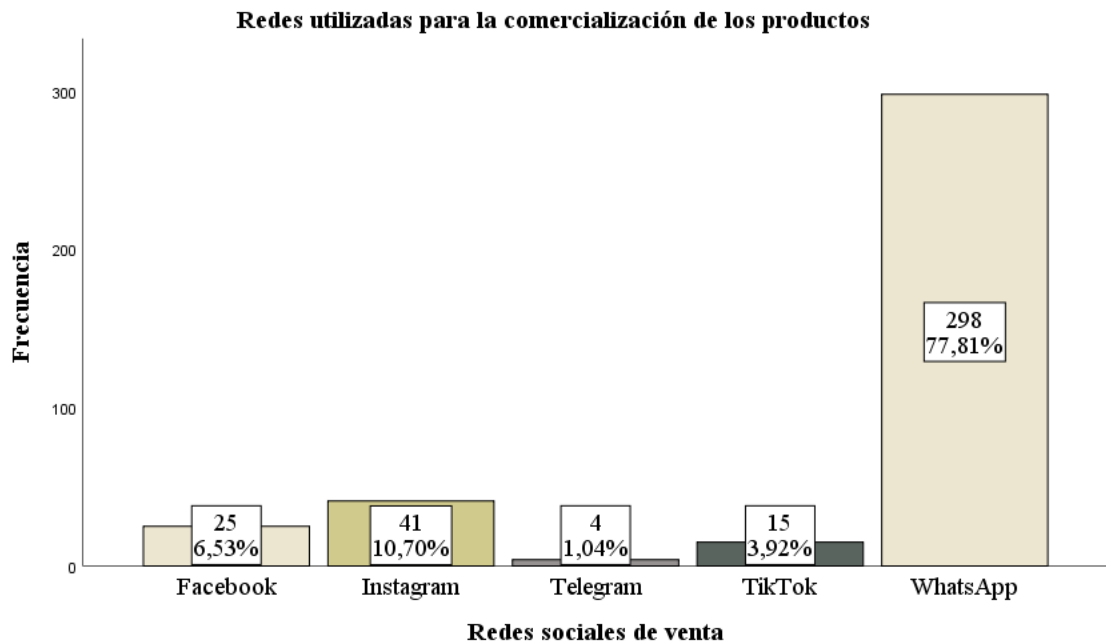
Análisis: el grupo mayoritario de encuestados significando un 59,01% manifiestan que opera en redes sociales por una “necesidad de ingresos extras” lo que sugiere que estas personas combinan esta actividad con otras en su día a día o su vez desean alcanzar una estabilidad financiera; seguido por un 24,28% de las personas que “no poseen empleo fijo” por esa razón recurren a comercializar distintos productos y servicios a través de las redes sociales; y un pequeño grupo del 16,71% revelan que realizan actividades de comercio electrónico en redes sociales “por pasatiempo o Hobbie”, sin necesidad económica directa, experimentando el ámbito del comercio electrónico pero con posibles aspiraciones de emprender de manera formal en un futuro.

2. USO DE PLATAFORMAS DIGITALES

Pregunta 2.1: ¿A través de qué medios vende sus productos o servicios?

Figura 8

Redes sociales utilizadas para la comercialización de los productos

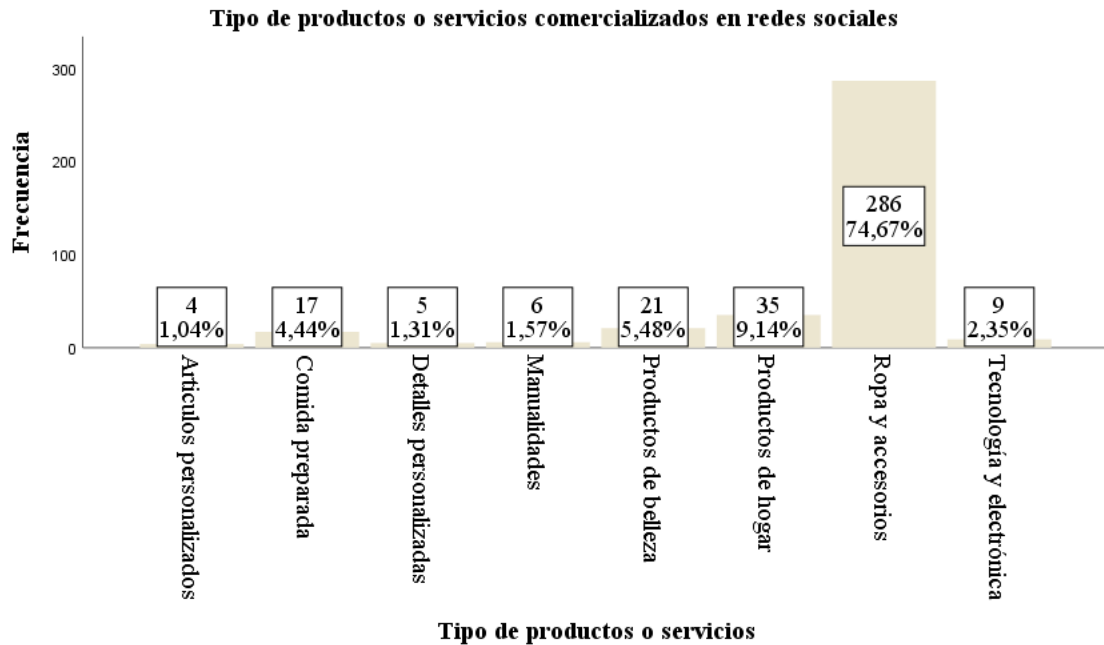


Análisis: WhatsApp es la red social que lidera la utilización por parte de los comerciantes informales de comercio electrónico puesto que un 77,81% la utilizan, prefiriendo el contacto directo con los clientes para abarcar mayor volumen de ventas; las plataformas de Instagram 10,70% y Facebook 6,53% son redes secundarias pero relevantes debido a su largo alcance hacia una comunidad más amplia y variada; la red social de TikTok posee un 3,92% en la ciudad de Quevedo, siendo menor utilizada para las ventas debido a su constante crecimiento basado aún en el entretenimiento y la plataforma menos utilizada es Telegram con un 1,04% causado por su enfoque privado.

Pregunta 2.2: ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece?

Figura 9

Tipo de productos o servicios comercializados en redes sociales



Análisis: la tendencia en el comercio informal digital está liderada por la comercialización de ropa y accesorios resultando un 74,67% del total, posible situación dada por la alta demanda de estas categorías, seguida por la facilidad de lograr venderse sin requerir de un local físico; existe una presencia menor pero significativa de los productos de hogar 9,14% y productos de belleza 5,48% dichas áreas podrían generar mayor índice de ganancias, sin embargo pueden requerir una mayor inversión inicial; las otras áreas pasan un poco desapercibidas en el entorno Quevedeño.

4.1.2 Discusión de los resultados asociados al primer objetivo específico

Los resultados de la encuesta reflejan una alta presencia de mujeres en el desarrollo del comercio electrónico a través de las redes sociales, predominando hasta los 35 años, consideradas personas jóvenes que poseen mayor dominio de las redes sociales, logrando así estabilidad en este tipo de actividad económica desde hace más de 3 años.

Es importante destacar que el 55,61% de comerciantes informales que desarrollan comercio electrónico poseen estudios universitarios, y debido al alto nivel de desempleo existente en el país, usan acciones desligadas a sus carreras profesionales para mejorar su economía. La tendencia en el comercio informal digital está liderada por la comercialización de ropa y accesorios, a través de la aplicación de WhatsApp.

Los hallazgos identificados concuerdan con el informe desarrollado por la Universidad Espíritu Santo (2023) en alianza con la Cámara de Comercio Electrónico el cual manifiesta que existe un valioso crecimiento en el nivel de compras utilizando las redes sociales, destacando las categorías de servicio, artículos personales y entretenimiento. Destacando que las personas que desarrollan estas actividades poseen un alto nivel de estudio y pertenecen a los estratos económicos altos. A su vez enfatizan la preferencia de comercializar a través de WhatsApp, debido a la cercanía y confianza que esta red brinda.

Por otro lado, Campoverde Ochoa (2022) demuestra que la red social con mayor alcance para ejercer el comercio electrónico es Facebook, debido a su amplia gama de beneficios que posee, aprovechando las características de la información, los segmentos, el control y el alcance en contraste con otros canales de publicidad. Sin embargo, enfatiza el acelerado crecimiento que las actividades de comercialización han tenido en las redes sociales, resaltando que se deben aplicar estrategias de marketing digital para potenciar el contenido en las redes sociales, permitiendo ser innovadores, incrementando las ventas y lograr un posicionamiento en el mercado.

4.2 MÉTODOS DE EVASIÓN TRIBUTARIA EN LOS QUE INCURREN LOS COMERCIANTES INFORMALES EN PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO DEL CANTÓN QUEVEDO

4.2.1 Encuesta aplicada a comerciantes informales en las plataformas digitales

Se aplicaron tablas de contingencia, con el fin de identificar las estrategias utilizadas por los comerciantes informales del cantón Quevedo en la evasión de tributos dentro del comercio electrónico, analizando las asociaciones entre las diferentes variables relacionadas con la formalización y el cumplimiento de obligaciones tributarias. Resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a los comerciantes informales que operan en las redes sociales:

Preguntas relacionadas: ¿Lleva un registro formal de sus ventas? - ¿Cuenta con RUC para declarar sus ingresos?

Tabla 1

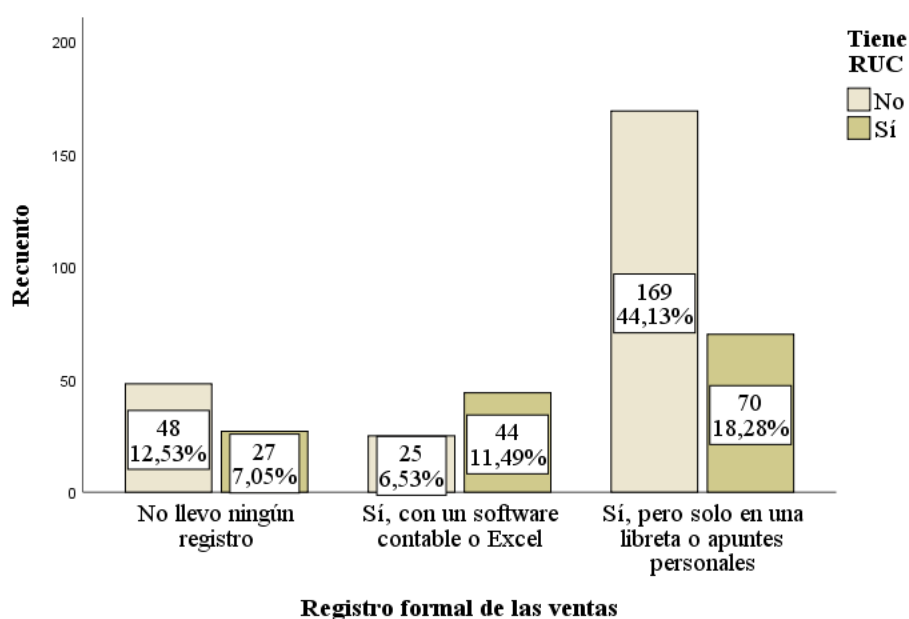
Tabla cruzada: Registro formal de ventas – Registro Único del Contribuyente (RUC)

			Tiene RUC		Total
			No	Sí	
Registro formal de las ventas		Recuento	48	27	75
	No llevo ningún registro	% de Registro formal de las ventas	64,0%	36,0%	100,0%
		% de Tiene RUC	19,8%	19,1%	19,6%
		Recuento	25	44	69
	Sí, con un software contable o Excel	% de Registro formal de las ventas	36,2%	63,8%	100,0%
		% de Tiene RUC	10,3%	31,2%	18,0%
	Recuento	169	70	239	

	Sí, pero solo en una libreta o apuntes personales	% de Registro formal de las ventas	70,7%	29,3%	100,0%
		% de Tiene RUC	69,8%	49,6%	62,4%
	Recuento		242	141	383
Total		% de Registro formal de las ventas	63,2%	36,8%	100,0%
		% de Tiene RUC	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 10

Registro formal de ventas – Registro Único del Contribuyente (RUC)



Análisis: la gran mayoría de los comerciantes encuestados no poseen RUC, 242 personas que representan el 63,20%; entre los que sí tienen RUC 141 personas que representan 36,80%, existe una mayor proporción de comerciantes que llevan un registro estructurado en software contable o Excel (63,80%) en comparación con quienes solo utilizan libreta o apuntes personales (29,30%). El 70,70% de los comerciantes que solo registran en una libreta o en apuntes personales no tiene RUC, lo que denota que un

control manual de las ventas no impulsa a la formalización de su negocio; el 63,80% de los comerciantes que utilizan un software o Excel si cuentan con un RUC, lo que indica que los comerciantes con herramientas digitales tienen una mayor tendencia a formalizar su negocio y en el grupo que no lleva ningún tipo de registro, el 64% no tiene RUC evidenciando una posible relación entre la falta de control sobre sus ventas y la informalidad.

Preguntas relacionadas: ¿Cuáles son los principales métodos de pago que acepta? - ¿Emite facturas o comprobantes de venta a sus clientes?

Tabla 2

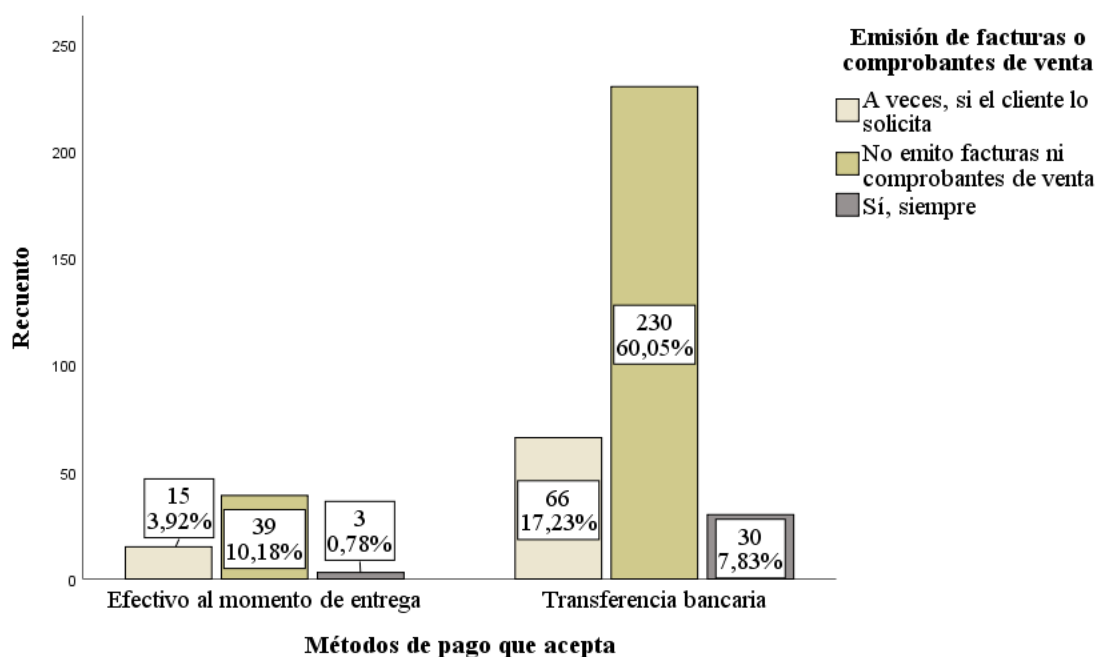
Tabla cruzada: Método de pago que acepta – Emisión de facturas o comprobantes

			Emisión de facturas o comprobantes de venta			Total	
			A veces, si el cliente lo solicita	No emito facturas ni comprobantes de venta	Sí, siempre		
			Recuento	15	39	3	57
Métodos de pago que acepta	Efectivo al momento de entrega	% de Métodos de pago que acepta	26,3%	68,4%	5,3%	100%	
		% de Emisión de facturas o comprobantes de venta	18,5%	14,5%	9,1%	14,9%	
			Recuento	66	230	30	326
	Transferencia bancaria	% de Métodos de pago que acepta	20,2%	70,6%	9,2%	100%	

Total	% de Emisión de facturas o comprobantes de venta	81,5%	85,5%	90,9%	85,1%
	Recuento	81	269	33	383
	% de Métodos de pago que acepta	21,1%	70,2%	8,6%	100%
	% de Emisión de facturas o comprobantes de venta	100,0%	100,0%	100,0%	100%

Figura 11

Método de pago que acepta – Emisión de facturas o comprobantes



Análisis: el 70,20% de los comerciantes no emiten facturas ni comprobantes de venta, solo el 8,60% emite factura siempre que realiza una venta, mientras que un 21,10% las emite solo si el cliente lo solicita. En el caso de los métodos de pago que los

comerciantes aceptan, un 85,5% acepta transferencia bancaria, en comparación con el 14,9% que solo recibe pagos en efectivo. De los comerciantes que aceptan pagos en efectivo, el 68,4% no emite facturas ni comprobantes de venta y el 5,3% emite facturas siempre, denotando que las personas que operan solo con efectivo tienden a evitar el registro formal de sus ventas; y de los comerciantes que aceptan transferencias bancarias el 70,6% no emite facturas ni comprobantes de venta, a pesar de manejar transacciones digitales solo el 9,2% emite facturas siempre, aunque las transferencias bancarias dejan un rastro financiero más visible la mayoría de los comerciantes continua siendo informal.

Preguntas relacionadas: ¿Cuánto conoce sobre sus obligaciones tributarias como comerciante digital? - ¿Qué estrategias usted utiliza para reducir el valor del pago de impuestos?

Tabla 3

Tabla cruzada: Conocimiento de las obligaciones – Estrategias para reducir el pago

			Estrategias para reducir el valor del pago de impuestos					Total
			Fraccio mis ven en pequ cantida para no superar los mont de declar obligato	No utiliz ninguna estrategia	Registro mis ven ventas a nombre de otra persona	Solo acepto pagos en efectivo para no dejar rastros	Uso varias cuentas o perfiles para evitar ser identificado	
Conocimiento de las obligaciones tributarias como comerciante digital		Recuento	15	151	17	7	9	199
	Conozco algo, pero no en detalle	% de Conocimiento de las obligaciones tributarias como comerciante digital	7,5%	75,9%	8,5%	3,5%	4,5%	100,0%

	% de Estrategias para reducir el valor del pago de impuestos	55,6%	50,2%	100,0%	28,0%	69,2%	52,0%
	Recuento	0	93	0	5	0	98
	% de Conocimiento de las obligaciones tributarias como comerciante digital	0,0%	94,9%	0,0%	5,1%	0,0%	100,0%
	% de Estrategias para reducir el valor del pago de impuestos	0,0%	30,9%	0,0%	20,0%	0,0%	25,6%
No conozco nada, nunca he recibido información sobre esto	Recuento	12	57	0	13	4	86
	% de Conocimiento de las obligaciones tributarias como comerciante digital	14,0%	66,3%	0,0%	15,1%	4,7%	100,0%
	% de Estrategias para reducir el valor del pago de impuestos	44,4%	18,9%	0,0%	52,0%	30,8%	22,5%
Sí conozco completamente todas las obligaciones	% de Conocimiento de las obligaciones tributarias como comerciante digital	14,0%	66,3%	0,0%	15,1%	4,7%	100,0%
	% de Estrategias para reducir el valor del pago de impuestos	44,4%	18,9%	0,0%	52,0%	30,8%	22,5%
Total	Recuento	27	301	17	25	13	383

% de Conocimiento de
las obligaciones
tributarias como
comerciante digital

7,0%

78,6%

4,4%

6,5%

3,4%

100,0%

% de Estrategias para
reducir el valor del pago
de impuestos

100,0%

100,0%

100,0%

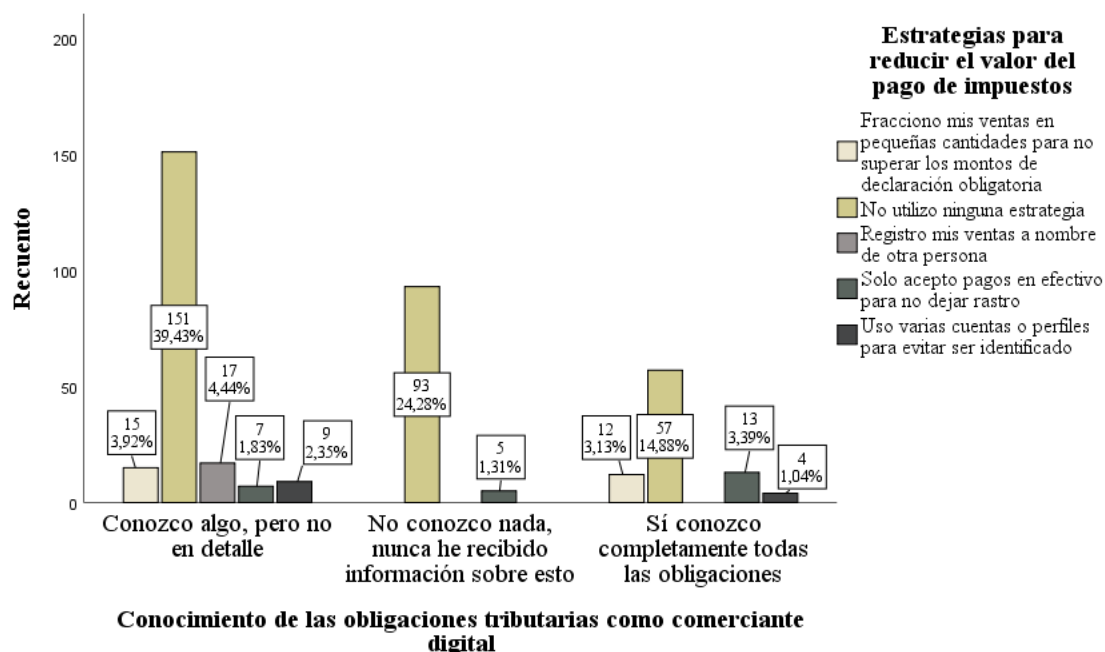
100,0%

100,0%

100,0%

Figura 12

Conocimiento de las obligaciones – Estrategias para reducir el pago



Análisis: el 78,6% de los encuestados afirma que no utiliza estrategias de evasión tributaria, el 7,0% fracciona sus ventas en pequeñas cantidades para no superar los montos de declaración el 6,5% de los comerciantes solo acepta pagos en efectivo para no dejar rastros, el 3,4% usa varias cuentas o perfiles para evitar ser identificados y el 4,4% de los comerciantes registra sus ventas a nombre de otra persona. Dentro de los comerciantes que poseen un conocimiento parcial de sus obligaciones el 75,9% no usa estrategias de evasión, en 7,5% fracciona sus ventas, el 8,5% registra ventas a nombre de otra persona, el 3,5% solo acepta pagos en efectivo y el 4,5% usa varias cuentas o perfiles, estas cifras muestran que, aunque conocen algo de las obligaciones tributarias, algunos aplican estrategias de evasión. Entre los comerciantes que no poseen ningún conocimiento tributario el 94,9% no usa estrategias de evasión y solo el 5,1% acepta pagos en efectivo para no dejar rastros, esto indica que el desconocimiento de las normativas no impulsa la evasión de manera directa, pero tampoco incentiva la formalización. En los comerciantes

con conocimiento completo de sus obligaciones el 66,30% no emplea estrategias de evasión, el 14% fracciona sus ventas, el 15,1% solo acepta pagos en efectivo y el 4,7% usa varias cuentas o perfiles para evitar ser identificado, reflejando entre estos datos que algunos comerciantes que conocen las normativas buscan la forma de evadirlas.

Preguntas relacionadas: Si no tiene RUC ¿por qué no lo ha tramitado? - ¿Cuenta con RUC para declarar sus ingresos?

Tabla 4

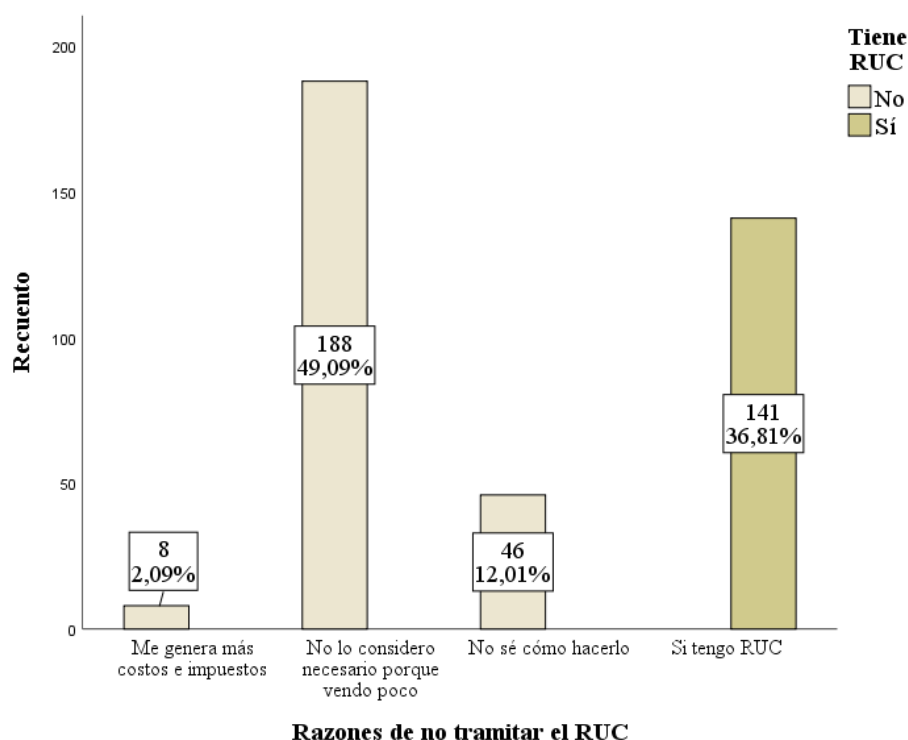
Tabla cruzada: Razones de no tramitar el RUC – Registro Único del Contribuyente

			Tiene RUC		Total
			No	Sí	
Razones de no tramitar el RUC		Recuento	8	0	8
	Me genera más costos e impuestos	% de Razones de no tramitar el RUC	100,0%	0,0%	100,0%
		% de Tiene RUC	3,3%	0,0%	2,1%
		Recuento	188	0	188
	No lo considero necesario porque vendo poco	% de Razones de no tramitar el RUC	100,0%	0,0%	100,0%
		% de Tiene RUC	77,7%	0,0%	49,1%
		Recuento	46	0	46
	No sé cómo hacerlo	% de Razones de no tramitar el RUC	100,0%	0,0%	100,0%
		% de Tiene RUC	19,0%	0,0%	12,0%
		Recuento	0	141	141
	Si tengo RUC	% de Razones de no tramitar el RUC	0,0%	100,0%	100,0%
		% de Tiene RUC	0,0%	100,0%	36,8%

	Recuento	242	141	383
Total	% de Razones de no tramitar el RUC	63,2%	36,8%	100,0%
	% de Tiene RUC	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 13

Razones de no tramitar el RUC – Registro Único del Contribuyente



Análisis: el 63,2% de los comerciantes encuestados no posee RUC, mientras que el 36,8% si cuenta con aquello. Entre las personas que no tienen RUC la razón principal es que “No lo consideran necesario porque venden poco” significando esto un 77,7%; el 19,0% menciona que no lo ha tramitado porque “No sabe cómo hacerlo” y el 3,3% no ha obtenido RUC porque “le genera más costos e impuestos”.

Preguntas relacionadas: Si el SRI hiciera un control más estricto en el comercio electrónico, ¿qué haría? - ¿Cuenta con RUC para declarar sus ingresos?

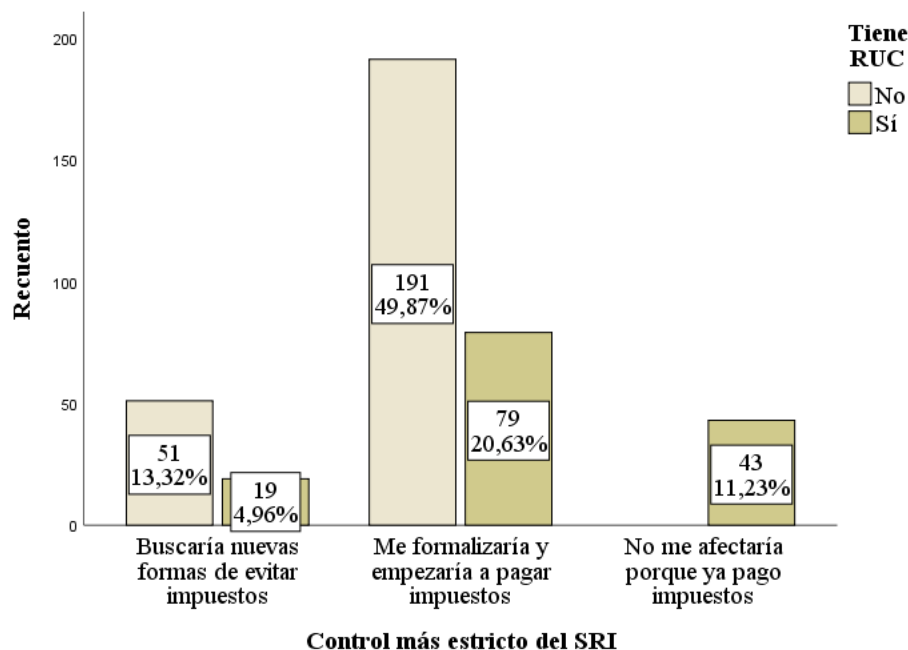
Tabla 5

Tabla cruzada: Control más estricto del SRI – Registro Único del Contribuyente

			Tiene RUC		Total
			No	Sí	
Control más estricto del SRI	Buscaría nuevas formas de evitar impuestos	Recuento	51	19	70
		% de Control más estricto del SRI	72,9%	27,1%	100,0%
		% de Tiene RUC	21,1%	13,5%	18,3%
	Me formalizaría y empezaría a pagar impuestos	Recuento	191	79	270
		% de Control más estricto del SRI	70,7%	29,3%	100,0%
		% de Tiene RUC	78,9%	56,0%	70,5%
	No me afectaría porque ya pago impuestos	Recuento	0	43	43
		% de Control más estricto del SRI	0,0%	100,0%	100,0%
		% de Tiene RUC	0,0%	30,5%	11,2%
	Recuento		242	141	383
	Total	% de Control más estricto del SRI	63,2%	36,8%	100,0%
		% de Tiene RUC	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 14

Control más estricto del SRI – Registro Único del Contribuyente



Análisis: el 70,5% de los comerciantes encuestados afirma que si el SRI realizará controles más estrictos se formalizaría y empezaría a pagar impuestos, un 18,31% buscaría nuevas formas de evitar impuestos y solo el 11,20% manifiesta que no le afectaría porque ya paga impuestos. Estableciendo la relación entre la posesión del Registro Único del Contribuyente y la reacción ante un control más estricto por parte del Servicio de Rentas Internas, entre los comerciantes que no tienen RUC que representa el 63,20% (242 personas), el 78,9% considera que se formalizaría y empezaría a pagar impuestos y el 21,1% buscaría nuevas formas de evitar impuestos; por el contrario los comerciantes que si tienen RUC que representa el 36,8% (141 personas), el 56% indica que se formalizaría y pagaría más impuestos, el 30,5% menciona que ya paga impuestos y, por lo tanto, un control más estricto no les afectaría, y un 13,5% buscaría nuevas formas de evitar impuestos; lo que demuestra que incluso dentro del grupo formalizado existe una inclinación hacia la evasión fiscal.

Preguntas relacionadas: ¿Ha pensado en formalizar su negocio para pagar impuestos y acceder a beneficios legales? - ¿Qué incentivos le motivarían a formalizarse?

Tabla 6

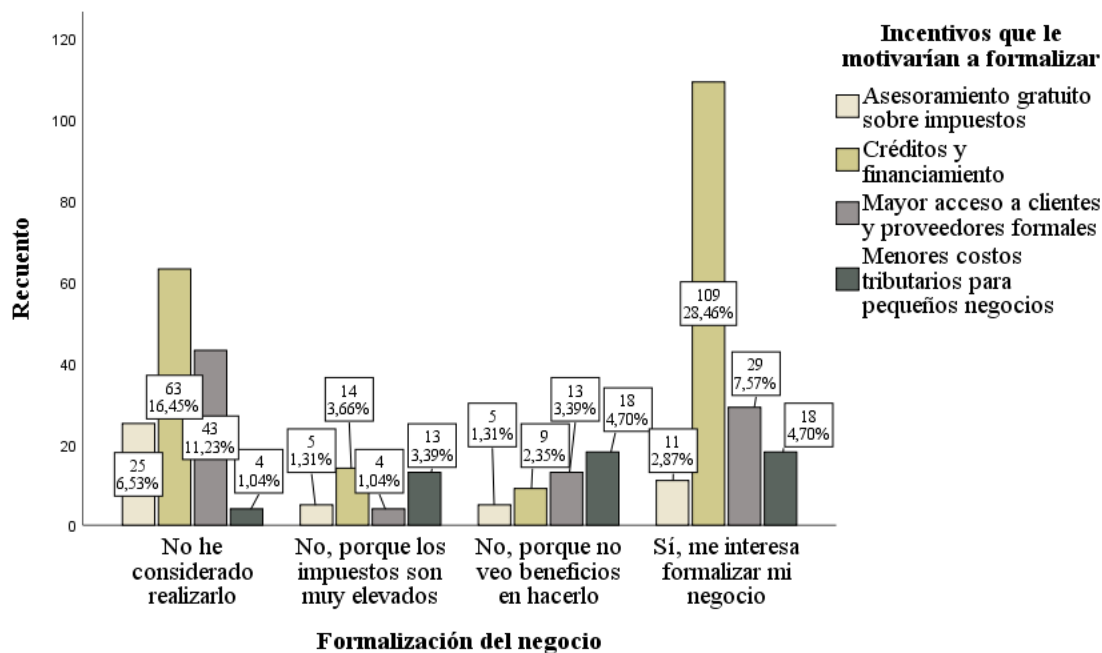
Tabla cruzada: Formalización del negocio – Incentivos que le motivarían a formalizar

			Incentivos que le motivarían a formalizar				Total
			Asesoramiento gratuito sobre impuestos	Créditos y financiamiento	Mayor acceso a clientes y proveedores formales	Menores costos tributarios para pequeños negocios	
Formalización del negocio	No he considerado realizarlo	Recuento	25	63	43	4	135
		% de Formalización del negocio	18,5%	46,7%	31,9%	3,0%	100,0%
		% de Incentivos que le motivarían a formalizar	54,3%	32,3%	48,3%	7,5%	35,2%
	No, porque los impuestos son muy elevados	Recuento	5	14	4	13	36
		% de Formalización del negocio	13,9%	38,9%	11,1%	36,1%	100,0%

	% de Incentivos que le motivarían a formalizar	10,9%	7,2%	4,5%	24,5%	9,4%
	Recuento	5	9	13	18	45
	% de Formalización del negocio	11,1%	20,0%	28,9%	40,0%	100,0%
	% de Incentivos que le motivarían a formalizar	10,9%	4,6%	14,6%	34,0%	11,7%
No, porque no veo beneficios en hacerlo	Recuento	11	109	29	18	167
	% de Formalización del negocio	6,6%	65,3%	17,4%	10,8%	100,0%
	% de Incentivos que le motivarían a formalizar	23,9%	55,9%	32,6%	34,0%	43,6%
Sí, me interesa formalizar mi negocio	Recuento	46	195	89	53	383
	% de Formalización del negocio	12,0%	50,9%	23,2%	13,8%	100,0%
	% de Incentivos que le motivarían a formalizar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total						

Figura 15

Formalización del negocio – Incentivos que le motivarían a formalizar



Análisis: el 43,6% de los comerciantes encuestados afirma que está interesado en formalizarse; el incentivo más valorado en general es el acceso a créditos y financiamiento ocupando un 50,9%, seguido de asesoramiento gratuito sobre impuestos representando un 12% y menores costos tributarios alcanzó un 13,8%; el 35,2% de los encuestados no ha considerado formalizarse y otro 11,7% indica que no lo hace por lo altos impuestos o porque no ve beneficios en ello. Los comerciantes que no han considerado formalizarse representa el 35,2% (135 personas) entre los cuales el 46,7% considera que créditos y financiamiento sería el incentivo más importante para formalizarse, el 31,9% valora el acceso a clientes y proveedores formales, pues observan a la formalización como una oportunidad de crecimiento comercial y solo el 3% se motivaría con menores costos tributarios, indicando que este grupo no percibe los impuestos como una barrera significativa. De los comerciantes que no se formalizan porque los impuestos son elevados representa el 9,4% (36 personas), el 36,1% se

formalizaría si los costos tributarios fueran menos y el 38,9% menciona que los créditos y financiamiento serían una razón para formalizarse, este grupo es el que más valora la reducción de impuestos como incentivo. De los comerciantes que no notan beneficios en formalizarse representa el 11,7% (45 personas), el 40% se motivaría con menores costos tributarios y el 28,9% manifiesta que el acceso a cliente y proveedores formales podría ser un incentivo. Entre los comerciantes interesados en formalizarse ocupan un 43,6% (167 personas), el 65,3% considera que el acceso a créditos y financiamiento es el incentivo más importante, el 17,4% manifiesta que el acceso a clientes y proveedores formales sería un motivo para formalizarse, este grupo muestra una predisposición a formalizarse, pero necesita el apoyo del sistema financiero para ejecutarlo.

4.2.2 Discusión de los resultados asociados al segundo objetivo específico

Con los hallazgos evidenciados entre los comerciantes informales en plataformas de comercio electrónico del cantón Quevedo, fue posible identificar una serie de factores que propician la evasión de sus obligaciones tributarias, destacando el principal método de evasión a la falta de tener un Registro Único del Contribuyente, a pesar de contar con un control estructurado de sus ventas en medios informáticos o manuales. Además, reconocen que la mayoría no emiten facturas ni comprobantes de venta, aunque prefieren pagos mediante transferencia bancaria dejando una huella de sus transacciones, mostrando el poco conocimiento que tienen de las leyes tributarias del Ecuador, cayendo en un déficit de cultura tributaria.

Estos resultados corresponden a la confirmación de investigaciones previas a este análisis. De acuerdo con Romero Carazas & Colmenares De Zavala (2021) las personas emprenden negocios careciendo de cultura tributaria, desconociendo sus deberes formales causado por la complejidad de las normas tributarias. Cabe mencionar que estos autores

también retribuyen la evasión de impuestos al desconocimiento que existe sobre la finalidad de los impuestos recaudados y la inadecuada administración pública.

De la misma manera Acosta Gómez et al. (2021) reconoce la alta repercusión tributaria que generan las personas que desarrollan una actividad económica en el Ecuador y no poseen un Registro Único del Contribuyente (RUC), conllevando a la no emisión de comprobantes de venta o facturas, seguido por declaraciones con valores errados, entre otras. Además, reconoce que muchos comerciantes se excusan en los altos costos de formalizarse, sin tener el conocimiento de todos los beneficios a futuro.

4.3 ESTRATEGIAS DE CONTROL FISCAL QUE PROMUEVAN LA FORMALIZACIÓN Y EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO DE LOS COMERCIANTES INFORMALES QUE OPERAN EN LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

El control fiscal es un pilar fundamental para erradicar la evasión tributaria en el desarrollo del comercio electrónico, se considera necesario que la administración tributaria actualice sus herramientas y mecanismos de supervisión, por lo cual se proponen un plan denominado **“SRI Digital: Comercio transparente y responsable”**, el mismo que enfatiza la función de fiscalización del comercio electrónico de la administración tributaria, basado en tres estrategias:

Tabla 7

Estrategias de control fiscal que promuevan la formalización y el cumplimiento tributario

SRI Digital: Comercio transparente y responsable				
Estrategia	Acciones	Recursos	Tiempo	Presupuesto estimado
Uso de la tecnología avanzada para la supervisión fiscal	• Implementar sistema de big data e inteligencia artificial para analizar las transacciones en línea y detectar patrones sospechosos de ejecución de comercio electrónico y métodos de evasión. • Monitorear plataformas de comercio electrónico y redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, TikTok) rastreando anuncios de ventas. • Identificar los vendedores recurrentes en línea y verificar su registro en el Sistema de Rentas Internas (SRI).	• Software de análisis de datos. • Plataformas de monitoreo automatizado. • Convenios con redes sociales. • Personal técnico en Tecnologías de la Información (TIC).	Mediano plazo (6-12 meses)	Alto (\$50.000,00 - \$100.000,00)
Sistema de denuncias anónimas	• Desarrollar una plataforma segura para denuncias anónimas. • Promover la participación ciudadana para reportar ventas sin comprobantes. • Implementar incentivos fiscales a usuarios cumplidores, como sorteos fiscales.	• Plataforma digital del Sistema de Rentas Internas (SRI). • Campañas comunicacionales para el colectivo en general. • Personal tributario especializado para el análisis y seguimiento.	Corto a mediano plazo (3 – 9 meses)	Medio (\$30.000,00 - \$60.000,00)

Fiscalización de publicidad en redes sociales	• Exigir que los anunciantes posean un Registro Único del Contribuyente (RUC). • Supervisar anuncios pagados en redes sociales. • Sancionar a plataformas que permitan anuncios sin verificación tributaria. • Capacitar a los comerciantes sobre el cumplimiento fiscal.	• Software de monitoreo de anuncios. • Convenios con redes sociales. • Material educativo y campañas en redes sociales. • Personal técnico y legal tributario.	Corto plazo (3 – 6 meses)	Medio (\$20.000,00 - \$50.000,00)
--	--	---	---------------------------	-----------------------------------

4.3.1 Discusión de los resultados asociados al tercer objetivo específico

La utilización de las redes sociales para desempeñar actividades económicas y su veloz crecimiento, representa un gran reto para la administración tributaria, la cual debe de estar a la vanguardia de la evolución tecnológica, actualizando sus mecanismos para ejercer su labor de determinar, recaudar y controlar los tributos. Implementar sistemas de monitoreo con ayuda de la inteligencia artificial, incluir la participación ciudadana y fiscalizando, a través de las mismas redes sociales que utilizan para operar, serían estrategias efectivas para combatir esta problemática en potencial aumento.

En este sentido Bustelo (2024) argumenta en su publicación la relevancia que representa la utilización de la inteligencia artificial en todos los ámbitos corporativos, tomando como referencia el área de estudio manifiesta que está iniciando una “nueva era de digitalización tributaria”, en el cual la administración y el cumplimiento normativo se transforma siendo más efectivo, reduciendo el error humano y optimizando el tiempo de los colaboradores. A su vez puede ofrecer un monitoreo constante de los cambios que surgen en tiempo real, actualizando diagnósticos para una pronta toma de decisiones.

La inteligencia artificial se despliega mediante algoritmos y datos, basando su éxito en la calidad y volumen de los datos, siendo así de ella la administración tributaria un campo idóneo de aplicación de acuerdo con Duarte Sánchez et al. (2023), el cual afirma dentro de sus investigaciones la gran cantidad de beneficios que ha traído consigo la aplicación de la inteligencia artificial en varios organismos públicos de control, con la finalidad de prevenir y detectar hechos de evasión fiscal, contribuyendo a la mejora continua de los procedimientos administrativos de los gobiernos. La tecnología con el pasar de los días alcanza más ámbitos de aplicación, debido a su rapidez para analizar millones de datos, recalcando que se necesita de un adulto para emitir un dictamen final.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

“Haz de tu vida un sueño, y
de tu sueño una realidad”
Antoine de Saint-Exupéry

5.1 CONCLUSIONES

En este proyecto de investigación se presenta la incidencia del comercio electrónico en la evasión de los tributos de los comerciantes informales del cantón Quevedo. Basándose en la interpretación de los resultados de la investigación se pudo determinar el comportamiento y los mecanismos de evasión de las personas que desarrollan estas actividades. De tal manera, se concluyó lo siguiente:

- La práctica del comercio electrónico informal en el cantón Quevedo es liderada por mujeres jóvenes hasta los 35 años con alto dominio de redes sociales, quienes han logrado estabilidad en esta actividad por más de tres años. Además, un alto porcentaje de los comerciantes informales que operan digitalmente posee estudios universitarios, evidenciando que el desempleo ha impulsado a personas con formación académica a incursionar en negocios informales distintos a sus carreras profesionales. La comercialización se enfoca en ropa y accesorios, siendo WhatsApp la plataforma preferida debido a la confianza y cercanía que ofrece con los clientes.
- La evasión tributaria entre los comerciantes informales que operan en plataformas de comercio electrónico en el cantón Quevedo, se debe a la falta de Registro Único del Contribuyente (RUC) y a la no emisión de comprobantes de venta, a pesar de que un alto porcentaje lleva un control estructurado de sus ventas. Además, aunque prefieren pagos por transferencias bancarias, dejando un rastro de sus transacciones, el desconocimiento de las leyes tributarias y la falta de cultura tributaria, los conlleva a incumplir con las obligaciones. Estos factores coinciden con estudios previos que evidencian cómo la complejidad de las normativas y la desconfianza en la administración pública, afectan la formalización del comercio electrónico informal.

- El crecimiento acelerado del comercio electrónico a través de redes sociales representa un desafío para la administración tributaria, la cual debe adaptarse a la evolución tecnológica para fortalecer sus mecanismos de control. La implementación de inteligencia artificial en la fiscalización tributaria ha demostrado ser una herramienta efectiva para detectar y prevenir la evasión fiscal, optimizando los procesos administrativos y reduciendo errores humanos. Además, la combinación de monitoreo automatizado con la participación ciudadana y el control directo en plataformas digitales, permitiría mejorar la formalización y el cumplimiento tributario de los comerciantes informales.

5.2 RECOMENDACIONES

Luego de haber culminado el proyecto de investigación, se emiten las siguientes recomendaciones:

- Fomentar la formalización del comercio digital a través de capacitaciones en marketing digital y estrategias de ventas en redes sociales. Además, se sugiere incentivar el uso de plataformas oficiales de pago y facturación electrónica, facilitando herramientas y beneficios para que los comerciantes puedan transitar hacia la legalidad, sin afectar su dinámica y modelo de negocio.
- Implementar programas de educación tributaria dirigidos a comerciantes informales del comercio digital, con énfasis en los beneficios de la formalización, las obligaciones fiscales y la importancia de la facturación electrónica. Estos programas deben complementarse con incentivos económicos, para motivar a los comerciantes a registrarse y cumplir con sus deberes tributarios. Además, se sugiere que sean difundidos por redes sociales para alcanzar el público deseado y fortalecer las campañas sobre la finalidad de los impuestos y su impacto en la economía del país.
- El Sistema de Rentas Internas (SRI) debe desarrollar e implementar herramientas tecnológicas basadas en la utilización de inteligencia artificial para monitorear las transacciones en redes sociales y plataformas de comercio electrónico, identificando patrones de evasión fiscal. También se sugiere fortalecer la colaboración con plataformas digitales para exigir que los anuncios de venta incluyan Registro Único del Contribuyente (RUC) verificado. Para potenciar la efectividad de estas estrategias se debe incentivar la participación ciudadana, mediante la habilitación de canales de denuncia anónima y la implementación de beneficios fiscales para los consumidores que exijan comprobantes de venta, fomentando la formalización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta Gómez, D., Acosta Gómez, C., & Meneses Aguilar, E. (2021). Afectación tributaria que genera el comercio informal en la ciudad de Santo Domingo. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 64-82.
- Albornoz Zamora, E., Guzmán, M., Sidel Almache, K., Chuga Guamán, J., González Villanueva, J., Herrera Miranda, J., . . . Arteaga Delgado, R. (2023). *Metodología de la investigación aplicada a las ciencias de la salud y la educación*. Quito: Mawil Publicaciones de Ecuador.
- Alcívar Toala, K., Carbo González, M., & Paredes Floril, P. (2024). Evasión fiscal como efecto a la carencia de cultura tributaria en los contribuyentes de Guayaquil. *Revista Multidisciplinaria Voces de América y el Caribe*, 507-549.
- Armijos González, P. (2023). El derecho a la propiedad privada frente a los tributos con efectos confiscatorios. *Foro Revista de Derecho*, 129-148.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. 1-150.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2018). Ley de Régimen Tributario Interno. 1-158.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2024). Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios. 1-158.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2022). Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. 1-17.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2024). Código Tributario. 1-102.

- Baque Sánchez, E., Barcia Villamar, F., & González Benítez, N. (2022). Herramientas de política fiscal para regular la actividad emprendedora del comercio informal en Jipijapa Ecuador. *Avances*, 77-89.
- Bustelo, J. (2024). La revolución de la inteligencia artificial en la práctica tributaria: Herramientas y oportunidades. *Revista de la Universidad Isabel I*, 12 - 20.
- Campoverde Ochoa, D. (2022). Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos. *Revista de la Universidad Tecnológica de Israel*, 30-43.
- Cardona Arenas, C., Quintero Renaud, S., Mora Quintero, M., & Castro Cardona, J. (2022). Influencia del comercio electrónico en el desempeño financiero de las pymes en Manizales, Colombia. *INNOVAR*, 75-96.
- De La Cruz Rodríguez, G., Méndez Fernández, A., & Méndez Fernández, R. (2023). Seguridad de la información en el comercio electrónico basado en ISO 27001 : Una revisión sistemática. *Innovación y Software*, 219-236.
- Duarte Sánchez, D., Alegre, M., & Ramírez Girett, V. (2023). Adopción de la inteligencia artificial en las administraciones tributarias. *Ciencias Económicas Salto del Guaira*, 19-29.
- García Santiago, J., Valencia López, O., Fernández Tapia, J., & Rentería Gaeta, R. (2021). Gobierno Electrónico y Economía Digital en la Sociedad de la Información y el Conocimiento: una revisión conceptual. *Encrucijada Revista Electrónica Del Centro De Estudios En Administración Pública*, 1-17.

- Jarrín Armijos, J., & Torres Palacios, M. (2021). Deducción de gastos personales de los contribuyentes en relación de dependencia: Restricciones y perspectivas. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 217-247.
- Malla Alvarado, F., Pardo Villalta, Y., Herrera Peña, J., Pardo Quezada, S., & Rodríguez Armijos, C. (2023). Los tributos en el Ecuador y su aporte al financiamiento público. *TESLA Revista Científica*, 1-12.
- Martínez Prats, G. (2022). Acercamiento al comercio electrónico desde la perspectiva económica. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 124-129.
- Martínez Valarezo, J., Uriguen Aguirre, P., & Campuzano Vásquez, J. (2022). Empleo informal y motivaciones intrínsecas para participar en la venta ambulante en la ciudad de Machala, Ecuador. *Religación Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 2-14.
- Masabanda Analuiza, G., Arcos López, C., Noriega Sanniay, M., & Aman Llerena, A. (2023). Comercio informal, los tributos y el derecho al trabajo. Caso de estudio: Provincia El Cantón Ambato, Ecuador. *Visión gerencial*, 244-256.
- Moreno Rubio, M. (2023). Las metas y medios: Fundamentación teórica de la categoría de la exclusión social. *Revista de Ciencias Sociales*, 14 - 29.
- Muñoz Valdivieso, M., & Macías Zambrano, N. (2022). Análisis de la sostenibilidad del comercio autónomo de la calle Alajuela, Portoviejo. *ECA Sinergia*, 71-82.
- Olguín Cruz, M., & Picon Aguilar, Y. (2022). La conciencia tributaria como herramienta para combatir la evasión en el Perú. *Revista Lidera*, 4-20.

- Orellana Intriago, F. (2022). Teoría de la conducta del consumidor, la producción y los costos. *Revista E-IDEA 4.0 Revista Multidisciplinar*, 10 - 21.
- Paredes Cruz, R., & García Tamayo, G. (2021). Cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en Ecuador. *Revista Eruditus*, 75-89.
- Paz, S. (2021). *Economía digital: el futuro ya llegó*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes, Unidad de Publicaciones del Departamento de Economía y Administración.
- Rangel Jimenez, A. (2021). Innovación abierta, autoselección, escala y alcance de las exportaciones: un análisis desde los costos de transacción. *Universidad de Valencia*.
- Reinoso López, D., & Quisimalín Santamaría, M. (2022). Plataformas Digitales: Diagnóstico de Aceptación del Comercio Electrónico en Pymes -Zona Urbana De Ambato. *Ciencias Económicas y Empresariales*, 734-749.
- Romero Carazas, R., & Colmenares De Zavala, Y. (2021). Análisis de la evasión tributaria en el Perú. *Revista Contacto Ciencias Sociales, Humanidades, Derechos y Ciencias Políticas*, 1-13.
- Ronquillo Bolaños, C., Ballesteros López, L., Vera Llor, R., & Román Ordoñez, F. (2024). Teoría general de sistemas. *Revista Científica Multidisciplinaria ULEAM Bahía Magazine (UBM)*, 70-79.
- Universidad Espíritu Santo. (2023). *Comportamiento de transacciones no presenciales en Ecuador: VI Medición*. Guayaquil: Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico.

- Valverde Mendoza, M., De Paz Lazaro, A., Chávez Chávez, Y., & Pineda Garay, A. (2024). Cultura Tributaria y el cumplimiento de obligaciones tributarias en el mercado modelo del distrito Barranca. *TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 150 - 162.
- Vargas Salazar, I., Motta Flores, M., Escudero Cavero, B., & Barrientos Felipa, P. (2022). Economía, Comercio Digital y el Consumo del Ciudadano de Lima Metropolitana. *Revista Lasallista de Investigación*, 7-20.

ANEXOS

Anexo 1: Certificado de COMPILATIO

MEMORANDO N° DAPG-ANDRD02

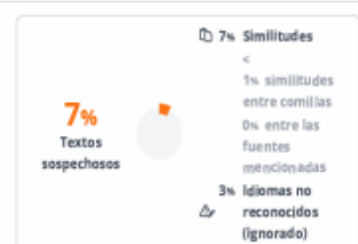
PARA : Dr. Byron Oviedo Bayas PhD. – Decano Unidad de Posgrado UTEQ
DE : Econ. Daniel Parra Gavilanes M.Sc. –
Docente Tutor Proyecto Investigación
ASUNTO : Informe plataforma COMPILATIO de Dirección de Proyecto de
Investigación
FECHA : 18/06/2025

De mis consideraciones:

Adjunto el presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: ***“COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU REPERCUSIÓN EN LA EVASIÓN DE LOS TRIBUTOS DE LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2023”***, elaborado por la **LCDA. ROSA JAMILETH CEDEÑO ANDRADE**, previo a la obtención del título de **MAGISTER EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, que fue elaborado bajo mi dirección, según lo asignado en el Memorando Nro. UTEQ-RUTEQ- 2024-0446-M de fecha 27 de diciembre del 2024, el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe del Software Antiplagio COMPILATIO, el cual avala los niveles de originalidad, en un 93% y de similitud del 7%, del trabajo investigativo.



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN - CEDEÑO
ANDRADE ROSA JAMILETH OK



Atentamente,



Creado electrónicamente por:
**DANIEL ALBERTO
PARRA GAVILANES**
Código de autenticación: 11111111111111111111

Econ. Daniel Alberto Parra Gavilanes M. Sc.
Docente – Tutor

Anexo 2: Encuesta aplicada a los comerciantes informales de comercio electrónico

	UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE POSGRADO MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA: PRÁCTICAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y CULTURA TRIBUTARIA EN COMERCIANTES DE QUEVEDO	
Instrucciones: • Marque la opción que mejor represente su situación. • La información será utilizada únicamente con fines académicos.	
<u>1. DATOS GENERALES</u>	
1.1. Edad: ☐ Menos de 18 años ☐ 18 - 25 años ☐ 26 - 35 años ☐ 36 - 45 años ☐ 46 - 55 años ☐ Más de 55 años	
1.2. Género: ☐ Masculino ☐ Femenino	
1.3. Por favor, indique el último nivel de estudios que haya finalizado: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Tercer nivel ☐ Cuarto nivel	
1.4. ¿En qué parroquia de Quevedo usted vive? ☐ 7 de octubre ☐ 24 de mayo ☐ Guayacán ☐ Nicolás Infante Díaz ☐ San Camilo ☐ San Cristóbal ☐ Quevedo Centro ☐ Venus del Río Quevedo ☐ Viva Alfaro ☐ San Carlos ☐ La Esperanza	
1.5. Señale el rango de tiempo que ha realizado actividades comerciales vía internet: ☐ Menos de 6 meses ☐ 6 meses - 1 año ☐ 1 - 3 años ☐ Más de 3 años	
1.6. ¿Cuál es su principal fuente de ingresos? ☐ Venta en redes sociales o plataformas digitales	

☐ Tienda física + venta en línea ☐ Trabajo formal en alguna empresa 1.7. ¿Qué tipo de negocio tiene? ☐ Negocio propio ☐ Venta ocasional ☐ Revendedor de productos de terceros 1.8. ¿Por qué empezó a vender mediante internet? ☐ Necesidad de ingresos extras ☐ No posee empleo fijo ☐ Por pasatiempo / Hobbie
<u>2. USO DE PLATAFORMAS DIGITALES</u> 2.1. ¿A través de qué medios vende sus productos o servicios? ☐ WhatsApp ☐ Facebook ☐ Instagram ☐ TikTok ☐ Telegram 2.2. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece? ☐ Ropa y accesorios ☐ Tecnología y electrónica ☐ Productos de hogar ☐ Comida preparada ☐ Productos de belleza ☐ Servicios profesionales (fotografía, diseño, etc.) 2.3. ¿Cómo coordina la entrega de sus productos? ☐ Entrega personal ☐ Servicios de motorizados o taxis ☐ Envíos por transporte público o privado
<u>3. MÉTODOS DE PAGO Y REGISTRO DE VENTAS</u> 3.1. ¿Cuáles son los principales métodos de pago que acepta? ☐ Transferencia bancaria ☐ Depósito en cuenta ☐ Efectivo al momento de entrega 3.2. ¿Prefiere recibir pagos en efectivo? ☐ Sí, siempre ☐ A veces ☐ No, prefiero transferencias u otros métodos ☐ No tengo problema 3.3. ¿Lleva un registro formal de sus ventas? ☐ Sí, con un software contable o Excel ☐ Sí, pero solo en una libreta o apuntes personales ☐ No llevo ningún registro
<u>4. FORMALIZACIÓN Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</u> 4.1. ¿Cuenta con RUC para declarar sus ingresos? ☐ Sí

☐ No 4.2. Si no tiene RUC ¿por qué no lo ha tramitado? ☐ No sé cómo hacerlo ☐ No lo considero necesario ☐ Me genera más costos e impuestos 4.3. ¿Emite facturas o comprobantes de venta a sus clientes? ☐ Sí, siempre ☐ A veces, si el cliente lo solicita ☐ No emito facturas ni comprobantes de venta 4.4. ¿Cuánto conoce sobre sus obligaciones tributarias como comerciante digital? ☐ Sí, completamente ☐ Algo, pero no en detalle ☐ No, nunca he recibido información sobre esto
<u>5. MÉTODOS DE EVASIÓN TRIBUTARIA</u> 5.1. Si tiene RUC, ¿declara el total de sus ventas? ☐ Sí, todas mis ventas están registradas ☐ No, solo declaro una parte ☐ No llevo registro de mis ventas 5.2. Si no emite facturas, ¿por qué no lo hace? ☐ No tengo RUC ☐ No quiero pagar impuestos altos ☐ Costos elevados en la elaboración de factureros ☐ Los clientes no me lo piden ☐ Falta de tiempo 5.3. ¿Qué estrategias usted utiliza para reducir el valor del pago de impuestos? ☐ Solo acepto pagos en efectivo para no dejar rastro ☐ Uso varias cuentas o perfiles para evitar ser identificado ☐ Registro mis ventas a nombre de otra persona ☐ Fraccio mis ventas en pequeñas cantidades para no superar los montos de declaración obligatoria ☐ No utilizo ninguna estrategia 5.4. Si el SRI hiciera un control más estricto en el comercio electrónico, ¿qué haría? ☐ Me formalizaría y empezaría a pagar impuestos ☐ Buscaría nuevas formas de evitar impuestos ☐ No me afectaría porque ya pago impuestos
<u>6. OPINIÓN SOBRE LA FORMALIZACIÓN</u> 6.1. ¿Ha pensado en formalizar su negocio para pagar impuestos y acceder a beneficios legales? ☐ Sí, me interesa formalizar mi negocio ☐ No, porque los impuestos son muy altos ☐ No, porque no veo beneficios en hacerlo ☐ No he considerado realizarlo 6.2. ¿Qué incentivos le motivarían a formalizarse? (Puede marcar más de una opción) ☐ Créditos y financiamiento ☐ Menores costos tributarios para pequeños negocios

☐ Asesoramiento gratuito sobre impuestos
☐ Mayor acceso a clientes y proveedores formales
<u>7. COMENTARIOS ADICIONALES</u>
7.1. ¿Qué desafíos cree usted que enfrenta al vender en línea? (Respuesta abierta)