

Escuela Superior Politécnica del Litoral
Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Análisis Tributario de los Ingresos de Creadores de Contenido en Redes
Sociales en Ecuador y su Impacto en la Recaudación de Tributos en el Año 2023

ADMI-952

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Auditoría y Control de Gestión

Presentado por:

Dayana Vanessa Ruales Arévalo

Marc Anthony Guamán Fernández

Guayaquil - Ecuador

Año: 2024

Dedicatoria

Dedico la culminación de este proyecto a todos quienes han iluminado mi camino y enriquecido mi travesía con su invaluable mentoría. Agradezco profundamente a mi familia y a las familias que me han brindado un sólido respaldo y un orgullo palpable, convirtiéndose en una compañía y cimiento fundamental para realizar este proyecto.

Dayana Vanessa Ruales Arévalo

Con profundo agradecimiento y amor a mi familia, quienes han sido mi constante apoyo a lo largo de mi vida. Cada día, su confianza y aliento han sido mi motivación para mejorar y esforzarme más. Gracias por ser el pilar fundamental que me sostiene, por creer en mí y por ser mi fuente de amor incondicional.

Marc Anthony Guamán Fernández

Agradecimientos

Quiero expresar mi agradecimiento a la ESPOL por la oportunidad de compartir con personas extraordinarias de diferentes campos de conocimiento, dentro y fuera de la institución. Esta experiencia ha sido la unión de grandes aportes profesionales. Mi más sincero reconocimiento para Alex, cuya contribución va más allá de ser un apoyo. Su dedicación y orientación han resultado fundamentales para profundizar en temas tanto de la carrera como del campo profesional.

Dayana Vanessa Ruales Arévalo

Mi profundo agradecimiento a Dios, quien me ha brindado la fuerza y apoyo diario, guiándome en mi camino. A ESPOL por proporcionarme los conocimientos necesarios que me han permitido ingresar al mundo laboral con confianza y preparación. Además, agradecer a mi familia quienes han sido un apoyo constante y una fuente inagotable de motivación. Esta experiencia ha sido sumamente enriquecedora.

Marc Anthony Guamán Fernández

Declaración Expresa

Nosotros Dayana Vanessa Ruales Arévalo y Marc Anthony Guamán Fernández reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores. La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de nuestra innovación, de ser el caso.

En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique los autores que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 7 de febrero del 2024.



Dayana Vanessa Ruales

Arévalo



Marc Anthony Guamán

Fernández

Evaluadores

Econ. Marlon Manyá

Profesor de Materia

CPA. Azucena Torres

Tutor de proyecto

Resumen

La presencia de creadores de contenido o *influencers* en Ecuador ha tenido un notable aumento de popularidad entre la población. Sin embargo, los ingresos generados en redes sociales, hasta este año, no tenían un control por parte del Servicios de Rentas Internas. Es por ello que en esta investigación se propone analizar la actividad económica de los *influencers* mediante la revisión de la situación tributaria actual, con el objetivo de desarrollar una guía que brinde la orientación para cumplir eficazmente con las obligaciones tributarias consignadas. Se recopiló información relevante de un grupo de 120 *influencers*, para conocer su estado tributario actual y posteriormente proponer recomendaciones y elaborar una guía con los resultados obtenidos. En los que se identificó que el 91% de los *influencers* se encuentran inscritos en el Régimen RIMPE y el grupo con mayor Impuesto a la Renta Causado en un periodo de 5 años son los *influencers* famosos. En conclusión, al elaborar una guía centrada principalmente en el Régimen RIMPE y el Régimen General, se reconoce que en el RIMPE se emplean métodos simplificados para la determinación de impuestos y el cumplimiento de obligaciones, sirviendo como un punto de partida hacia el Régimen General, donde se espera una mayor comprensión y conciencia tributaria.

Palabras Clave: tax obligations, influencer, guide.

Abstract

The presence of content creators or influencers in Ecuador has had a notable increase in popularity among the population. However, the income generated in social networks, until this year, was not controlled by the Servicio de Rentas Internas. That is why this research proposes to analyze the economic activity of *influencers* by reviewing the current tax situation, with the aim of developing a guide to provide guidance to effectively comply with tax obligations. Relevant information was collected from a group of 120 *influencers*, to know their current tax status and subsequently propose recommendations and develop a guide with the results obtained. In which it was identified that 91% of the *influencers* are registered in the RIMPE Regime and the group with the highest Income Tax Caused in a period of 5 years are the famous *influencers*. In conclusion, by preparing a guide focused mainly on the RIMPE Regime and the General Regime, it is recognized that in the RIMPE simplified methods are used for the determination of taxes and compliance with obligations, serving as a starting point towards the General Regime, where a greater understanding and tax awareness is expected.

Keywords: obligations, influencer, guide.

Índice general

Resumen	VI
Abstract	VII
Índice general	VIII
Índice de figuras	XI
Índice de tablas.....	XI
Capítulo 1	1
1.1 Introducción	2
1.2 Descripción del problema	2
1.3 Justificación del problema.....	3
1.4 Objetivos	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivos específicos	4
1.5 Marco teórico	4
1.5.1 Antecedentes internacionales.....	4
1.5.2 Marco conceptual.....	6
1.5.3 Marco Legal.....	10
Capítulo 2	13
2.1 Metodología	14
2.2 Tipo de investigación	14
2.3 Fuentes de investigación primarias y secundarias.....	14
2.4 Procedimiento de recopilación.....	15

2.4.1 Selección de los influencers.....	16
2.4.2 Variables.....	16
Capítulo 3	17
3.1 Resultados y análisis	18
3.2 Caso de estudio	18
3.3 Estado actual de la actividad económica de los influencers.....	18
3.4 Recaudación de Impuesto a la Renta proveniente de influencers.....	23
3.5 Análisis de un influencer.....	25
3.5.1 Consulta de RUC	25
3.5.2 Consulta de Impuesto Causado declarado	26
3.5.3 Estimación del Impuesto Causado.....	28
Capítulo 4	33
4.1 Conclusiones y recomendaciones.....	34
4.1.1 Conclusiones.....	34
4.1.2 Recomendaciones	35
Referencias	29

Abreviaturas

RAE	Real Academia Española
RUC	Registro Único de Contribuyentes
SII	Servicios de Impuestos Internos
SRI	Servicios de Rentas Internas
RIMPE	Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares
CIIU	Clasificación Internacional Industrial Uniforme

Índice de figuras

Figura 1 19

Figura 2 20

Figura 3 21

Figura 4 22

Figura 5 23

Figura 6 24

Índice de tablas

Tabla 1 4

Tabla 2 8

Tabla 3 10

Tabla 4 16

Tabla 5 19

Tabla 6 25

Tabla 7 25

Tabla 8 27

Tabla 9 28

Tabla 10 29

Tabla 11 6

Tabla 12 6

Tabla 13 7

Tabla 14 7

Tabla 15..... 8
Tabla 16..... 8

Capítulo 1

1.1 Introducción

El crecimiento de las redes sociales ha transformado la dinámica de la comunicación y comercialización, dando lugar a una nueva generación de creadores de contenido (CC) o *influencers* (IF) que desempeñan un papel crucial en la promoción de productos y servicios.

Las personas han explorado nuevas maneras de aprovechar las redes sociales con el objetivo de obtener recursos, además de involucrarse en la creación de contenido. En consecuencia, esta actividad se ha transformado en una forma que facilita la generación de ingresos económicos, alcanzando montos de hasta tres mil dólares al mes (Carrera, 2021).

Sin embargo, este crecimiento de la industria no ha pasado desapercibido para las autoridades fiscales. La conexión entre estos actores con marcas y su participación en transacciones comerciales plantea la necesidad de la evaluación y regulación de sus ingresos. Es así como el Servicio de Rentas Internas (SRI) estima que alrededor de 1,047 *influencers* serán sujetos a obligaciones tributarias para el año 2024 y se estima que este número siga incrementando (Diario «El Universo», 2023).

1.2 Descripción del problema

A principios del 2023, Ricardo Flores, quien ocupaba el cargo de director en SRI, expresó que el objetivo para lograr incrementar la recaudación no es el aumento de tarifas y porcentajes de impuestos, más bien se busca ampliar la base de contribuyentes en sectores que ya han sido identificados que no declaran todos los ingresos (Briones, 2023).

Dado que los CC están empezando a generar ingresos mayores al de un profesional promedio en el Ecuador, directamente de plataformas a través de la monetización de su contenido, así como actividades complementarias como publicidad y patrocinio con empresas comerciales (Carrera, 2021), el SRI se propuso regular esta actividad económica. Para lograrlo, difundió comunicados en

medios digitales y programas de radio, acompañados de una infografía, en su portal web, que conceptualiza quiénes califican como IF.

Además, se estableció un código específico de Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) con el fin de simplificar la inscripción o actualización del Registro Único del Contribuyente (RUC) destinado a este grupo. A pesar de esto, aún persiste un desconocimiento sobre los controles implementados por el SRI; hasta ahora, la administración tributaria no había controlado aquellas transferencias de dinero, bienes o servicios entre los IF y las marcas.

1.3 Justificación del problema

El presente proyecto busca proporcionar conocimiento de la situación actual en el país en lo que respecta a la relación entre los creadores de contenido y el ámbito tributario. Este tema ha provocado preocupación en la sociedad debido a los recientes pronunciamientos de la administración tributaria con respecto al control de esta actividad económica emergente. En el aspecto teórico y práctico, se fundamenta en el análisis detallado de la aplicación de la normativa tributaria en el desarrollo de la mencionada actividad económica. Asimismo, se propone ofrecer recomendaciones con el fin de orientar a los creadores de contenido en el cumplimiento de sus obligaciones, sirviendo como guía para gestionar de manera responsable los ingresos generados a través de las redes sociales y para la administración para identificar qué grupos necesitan mayor participación tributaria, contribuyendo así a la creación estrategias o medidas específicas para la regulación adecuada de esta dinámica y creciente área económica.

1.4 Objetivos

1.4.1 *Objetivo general*

Analizar la actividad económica de los creadores de contenido a través de una revisión detallada de su situación tributaria vigente para la elaboración de una guía que sirva de orientación en el cumplimiento efectivo de las responsabilidades fiscales.

1.4.2 *Objetivos específicos*

1. Recopilar información tributaria de los creadores de contenido en un período de octubre a diciembre de 2023, utilizando datos públicos proporcionados por el SRI, para la identificación de su situación fiscal.
2. Identificar las posibles fuentes de ingresos de los creadores de contenido para la comprensión del tratamiento tributario de cada una y su impacto en la declaración de impuestos.
3. Proponer recomendaciones para mejorar el cumplimiento tributario de los creadores de contenido considerando los hallazgos obtenidos en el estudio de caso.

1.5 Marco teórico

1.5.1 *Antecedentes internacionales*

Tabla 1

Resumen de legislación tributaria de los influencers en otros países

País	Año de obligación	Actividad económica	Obligaciones	Limitantes	Marco legal
España	2022	Creación y publicación de videos y fotografías en una plataforma que recibe una retribución económica.	Impuesto sobre las actividades económicas e Impuesto al Valor Añadido.	-Los ingresos de los <i>influencer</i> españoles tiene mayor complejidad en el entendimiento de la normativa fiscal.	Consulta No. V0773-22, del 11 de abril de 2022.

				-Aún existen vacíos en la normativa. -Los contribuyentes prefieren migrar a estados con menor carga impositiva.	
Estados Unidos	2020	Promoción de marcas y los generados en plataformas digitales como Instagram y YouTube.	Impuesto sobre el trabajo por cuenta propia (Seguridad Social y Seguro de Salud)		
Colombia	2020	Creación de contenido digital y servicios de publicidad.	Impuesto a la Renta e Impuesto al Valor Agregado.	No se ha encontrado una guía que facilite el tratamiento tributario de este grupo.	Comunicado de prensa No. 166 de la DIAN.
Perú	2022	Promoción de marcas, plataformas digitales, seguidores, monetización del canal o plataforma digital.	Pueden iniciar en el régimen de rentas de cuarta categoría del Régimen MYPE tributario o Régimen General de Renta.		Orden No. 642 emitida el 9 de marzo de 2021.
Chile	2023 Plan de control	Promoción de marcas.	Se encuentran sujetos a renta de segunda categoría, exento de IVA y debe emitir boleta de honorarios para cumplir con las normas de formalización de	Los Servicios de Impuestos Internos no han emitido alguna guía en específico para los tributos de los influencers.	

los respectivos
ingresos.

1.5.2 Marco conceptual

Influencer

En la era digital, la palabra *influencer* se ha convertido un término habitual en la comunicación de las personas. Según el portal lingüístico “observatorio de palabras” de la RAE (2019), un *influencer* se refiere a un individuo con capacidad para influir sobre otras personas, principalmente a través de las redes sociales.

En complemento a esta definición, los IF se definen como usuarios corrientes con historias y contenidos distintivos que, con el respaldo de un grupo de seguidores, pueden alcanzar la fama en internet y a su vez se convierten en alguien relevante para mantener acuerdos comerciales con marcas a través de las redes sociales (Khamis et al., 2017).

Esta definición amplía nuestra comprensión de los *CC* y su interacción con las marcas, resaltando la capacidad para ofrecer un espacio publicitario valioso, atraer al público y potenciar la generación de ingresos a través de la creación de contenido en plataformas digitales.

Influencer en el ámbito tributario

En Ecuador, el SRI (2023) define al IF como una persona con presencia significativa en redes sociales y capacidad de influir en sus seguidores, vinculados a actividades de creación, producción y difusión de contenido.

Tipos de Influencers en Ecuador

Los IF en el Ecuador se pueden clasificar, de acuerdo con la trayectoria televisiva, programas de farándula o *realitys*, reconocidos como “famosos de pantalla”. Así mismo como “YouTubers” a los que se dieron a conocer por crear contenido en la plataforma de YouTube y los “no famosos”, que

son aquellos que aparecieron en alguna red social como Instagram, TikTok o Facebook de manera espontánea y que por su carisma han creado una comunidad que los respalda (Rivera-Abad, 2021). Esta manera de clasificarlos refleja una manera de abordar la diversidad de IF que hay en el país y su relación con la colaboración con marcas.

En un mercado amplio, se evidencia la posibilidad de establecer colaboraciones tanto con IF que poseen grandes números de seguidores como aquellos que cuentan con comunidades más pequeñas, pero notablemente fieles. En este contexto, la relevancia de un CC no se limita solo por el tamaño de su audiencia, sino que también por la autenticidad y la conexión que mantenga con sus seguidores (Miranda, 2022).

Esta perspectiva, se alinea con la noción que el número de seguidores no es relevante en el ámbito tributario, pero si es esencial considerar que la actividad de los IF puede ser lucrativa, y por ende requiere de un control adecuado (Santamaría, 2023).

Medios para obtener ingresos como influencer

Los CC han diversificado las maneras de generar ingresos a través de la monetización en las plataformas, como YouTube, Facebook e Instagram. Además, de colaboraciones con marcas, que son una forma de complementar estas fuentes de ingresos. A continuación, se detalla las diversas maneras para generar ingresos en las plataformas digitales y con marcas.

YouTube

En esta plataforma el creador primero debe cumplir con los requisitos para postular al programa de socios de YouTube, en inglés *YouTube Partner Program* (YPP), el cual consiste en tener más de 500 suscriptores y un cierto número de horas de reproducción en sus videos.

Sin embargo, a partir de los 1,000 suscriptores y 4,000 horas de reproducciones en videos de formato largo en los 364 días o 10,000,000 de vistas en videos cortos en los últimos 90 días, el creador puede comenzar a monetizar a través de anuncios publicitarios dentro de su contenido. Así como

acceder a otras herramientas para ganar dinero como membresías del canal, biblioteca de artículos promocionales, super chat, super calcomanías y YouTube *premium* (Google Support, 2023).

A modo de ejemplificación, un CC domiciliado en Ecuador ilustra la distribución de las ganancias de su canal, donde el 70% corresponde al CC y el 30% a la empresa Google. Siguiendo esta referencia, indica que su canal con 410,000 suscriptores y 500,000 reproducciones por mes alcanzó 8,300,00 de reproducciones en el 2022 generando una ganancia neta de 12,359.65 dólares. Esto equivale a obtener 1.90 dólares por cada mil reproducciones. No obstante, el creador destaca que esta ganancia puede variar según el nicho del contenido (Torres, 2023).

Facebook

En esta red social existe una gran variedad de formas de generar ingresos como publicidad en páginas de contenido, en videos *instream*, estrellas de *Fb-gaming* y a través de las suscripciones. Para que un usuario pueda acceder a estos tipos de beneficios, debe crear una página como “creador de contenido” y elegir entre dos posibles perfiles de aplicación, *meta creator* para difundir contenido distinto a videojuegos o *meta gaming* para creadores que se dedican a difundir videojuegos y *gameplays*.

Tabla 2

Maneras de monetizar en Facebook de acuerdo al perfil de creador

Formas de monetizar	Perfil de creador	Requisitos
Publicidad en contenido	<i>Meta creador</i>	5,000 seguidores, 60,000 minutos de reproducción total en los últimos 3 meses y tener mínimo 5 videos activos para monetizar.
Micro cortes comerciales en transmisiones	<i>Meta creador</i> <i>Meta gaming</i>	10,000 o más seguidores, 600,000 minutos de reproducción y 5 videos activos donde al menos 3 sean transmisiones en vivo dentro los últimos 2 meses.
Estrellas de Facebook	<i>Meta gaming</i>	250 seguidores y pertenecer a programa Level Up

Suscripciones	<i>Meta creador</i> <i>Meta gaming</i>	Pertenecer al programa “level up” de facebook y poseer mínimo 250 espectadores recurrentes donde se contabilizan espectadores de al menos 1 minuto consecutivo dentro de 2 meses.
---------------	---	---

Nota. Datos tomados del servicio de ayuda para creadores Facebook Meta (2023).

A modo de ejemplificación, un CC domiciliado en Ecuador detalla la proporción de ganancias derivadas de su perfil de *meta gaming*. Aproximadamente el 10% proviene de la publicidad generada por Facebook y el 90% restante de estrellas. Siguiendo esta referencia, señala que su página, con 526,000 suscriptores y un promedio de 1,700,000 reproducciones, generó una ganancia neta aproximada de 48,000 dólares, equivalente a 48 dólares por cada mil reproducciones. No obstante, destaca que estas ganancias varían mensualmente, ya que no todos los meses recibe la misma cantidad de estrellas.

Instagram

Mediante el perfil de “creador” diseñado para figuras públicas, un usuario puede comenzar a monetizar, sin considerar el número de seguidores, siempre y cuando cumpla con las políticas de monetización de contenido. Dado, que en Ecuador no están disponibles las demás herramientas de monetización como insignias en videos en vivo y suscriptores solo se consideraran las colaboraciones con marcas. Esta red social, permite mantener acuerdos con anunciantes publicitarios de manera independiente, ya sea utilizando la función *creator marketplace* o fuera de esta, siempre y cuando cumpla sus políticas, como agregar la etiqueta de “colaboración pagada” en sus publicaciones (Creators instagram, 2023).

Publicidad

Los CC se han convertido en una estrategia de publicidad importante para el posicionamiento de productos, servicios o marcas de los anunciantes, dado a su mayor cercanía e interacción con el público, aludiendo a algo más natural. De esta manera, el anunciante contrata de forma directa a un

usuario para que emita el anuncio publicitario, habiendo por medio un pago o contraprestación de cualquier tipo, en dinero o especie (Indercopi, 2019).

Tabla 3

Dinámicas más utilizadas por los influencers consideradas como publicidad

Formas de monetizar	Detalle
<i>Umboxings</i>	La marca le envía productos al IF, el cual debe abrir y revelar lo que ofrece la marca anunciante. En ocasiones esta actividad esta pactada con una retribución económica, otras veces estos productos pueden ser enviados de manera gratuita y no existe un acuerdo en el que se vea obligado a promocionar.
Canjes	Consiste en el intercambio de bienes o servicios con la obligación de compartir contenido publicitario en sus redes.
Sorteos	A través de dinámicas en sus redes sociales realizan un sorteo que involucra los productos, servicios o marcas del anunciante.
Fotos o videos	Este contenido es elaborado con una serie de parámetros que el anunciante especifica, resaltando el producto o servicio de este, a cambio de una contribución monetaria.

Nota. Datos tomados de (Indercopi, 2019).

1.5.2 Marco Legal

Dentro de los aspectos legales que enmarcan este estudio, se deberá considerar los siguientes elementos presente en las normativas ecuatorianas.

Un tributo es fundamental en el financiamiento de necesidades públicas y el desarrollo de una sociedad.

“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.” (Código Tributario, 2005).

El Art. 1 establece que el Impuesto a la Renta es aquel que “el obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras” (LRTI, 2004). Así mismo, el Art. 2 numeral 1 establece que se considera renta “los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos ya sea en dinero, especies o servicios y los obtenidos en el exterior por personas naturales domiciliadas en el país” (LRTI, 2004). El Art. 8 numeral 1 menciona que “son ingresos de fuente ecuatoriana los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales, de servicios y otras de carácter económico realizadas en territorio ecuatoriano, salvo los percibidos por personas naturales no residentes en el país por servicios ocasionales prestados en el Ecuador” (LRTI, 2004).

Además, en el 2022 entró en vigencia el Régimen RIMPE, creado mediante la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID, publicado en Registro Oficial el 29 de noviembre de 2021, cuyo objetivo es facilitar el cumplimiento tributario de los contribuyentes que perciben rentas menores, con el fin de establecer mecanismos sencillos para el pago de impuestos (Raad, 2022). Este nuevo régimen considera dos clases de contribuyentes, Negocio Popular y Emprendedor, cuyos ingresos brutos anuales van de cero a los veinte mil dólares anuales (USD 20.000) y hasta los trecientos mil dólares (USD 300.000).

En el 2023, el Régimen RIMPE sufrió modificaciones con el fin de favorecer a los pequeños contribuyentes, es así como el impuesto aplicable a los negocios populares pasó de sesenta dólares, aun cuando no hayan obtenido ingresos, a un impuesto progresivo que va desde cero a sesenta dólares, dependiendo del monto de sus ingresos anuales de hasta veinte mil dólares, aplicables en el 2024 (Decreto Ley Orgánica para el Fortalecimiento de la Económica Familiar, 2023)

Otra consideración para pertenecer a este Régimen RIMPE, es que el contribuyente no permanezca o tenga registrado alguna actividad excluyente en su RUC, de acuerdo con el art. 97.4 como “prestación de servicios profesionales, transporte, actividades agropecuarias, relación de dependencia” (LRTI, 2004), entre otras. Caso contrario los contribuyentes se acogerán al régimen general de personas naturales, el cual aplica una tabla progresiva de Impuesto a la Renta a partir de los 11.722 dólares anuales.

Capítulo 2

2.1 Metodología

2.2 Enfoque de investigación

Debido a la limitación de obtener información sobre la tributación de los IF en Ecuador y que se encuentra en proceso de regulación, este estudio adopta un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque busca realizar un análisis tributario de los ingresos de los CC en redes sociales y estimar el Impuesto a la Renta de un contribuyente en específico aplicando las disposiciones tributarias del 2023.

2.3 Tipo de investigación

La investigación se clasifica como descriptiva y exploratoria. La investigación descriptiva permitió analizar detalladamente la situación tributaria de los IF, mientras que el enfoque exploratorio entendió las diferentes fuentes de ingreso y sus implicaciones tributarias en esta fase de investigación orientaron la elaboración de una guía tributaria, presentado en modo de resumen y análisis de la normativa, proporcionando pautas claras y concretas para regular las actividades de los IF en el marco normativo de las obligaciones fiscales en Ecuador.

2.4 Fuentes de investigación primarias y secundarias

Como fuente de información primaria se recopilaron datos tributarios de los IF en Ecuador desde octubre a diciembre de 2023, obtenidos de registros públicos proporcionados por el SRI. La elección de este intervalo temporal se realizó con el objetivo de contextualizar el estado de la situación fiscal de los *influencers* y controlar las posibles modificaciones en la normativa tributaria fuera de este período.

Como fuente de investigación secundaria, se analizaron las leyes fiscales y regulaciones pertinentes en Ecuador para comprender el marco legal aplicable a los ingresos generados por los CC, estos son:

- Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI), publicada el 17 de noviembre de 2004 en el Registro Oficial (R.O.) Suplemento 463 reformada el 20 de junio de 2023 y su Reglamento de Aplicación (RLRTI), publicado el 8 de junio de 2010 en el (R.O.) Suplemento 209 reformada el 24 de noviembre de 2023.
- Código Tributario publicado el 14 de junio de 2005 en el R.O. Suplemento 38 reformado el 10 de agosto de 2023.
- Reglamento de Comprobantes de Venta, Retención y Documentos Complementarios (RCVRDC) publicado el 30 de julio de 2010 en el R.O. 247 reformado el 10 de noviembre de 2022
- Ley de Registro Único de Contribuyentes, publicada el 12 de agosto de 2004.

Además, se analizaron videos de entrevistas realizadas a diferentes IF para obtener perspectivas directas sobre sus fuentes de ingresos y practicas tributarias, siendo una fuente crucial para la elaboración del caso de estudio.

2.5 Procedimiento de recopilación

Se desarrolló una base de datos propia de fuentes públicas para recopilar aspectos relevantes sobre la situación fiscal de los IF en Ecuador.

2.4.1 Selección de los influencers

Para la selección de los IF que serán objeto de estudio, se consideró la clasificación mencionada en el marco teórico, que incluyen famosos, YouTubers (YT) y no famosos, se detalla a continuación:

- Los famosos, se seleccionaron personajes de programas de la televisión ecuatoriana, por ejemplo, *realitys*, programas de la mañana, competencias, entre otros, y que cuentan con contenido publicitario en sus redes sociales.
- Los YouTubers, se seleccionaron aquellos que cuentan con un canal en la plataforma con más de 1,000 suscriptores.
- Los no famosos, se seleccionaron de acuerdo con su popularidad a nivel nacional e internacional en redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook. Además de la presencia de contenido publicitario en sus redes sociales.

2.4.2 Variables

En la construcción de la base de los *influencers*, se consideraron las siguientes variables, con el propósito de obtener una perspectiva integral del cumplimiento tributario durante el desarrollo del estudio:

Tabla 4

Resumen de variables a recopilar

N°	Variable	Tipo	N°	Variable	Tipo
1	RUC	Cualitativa	7	obligaciones.	Cuantitativa
2	Fecha de apertura del RUC	Cuantitativa	8	Obligaciones pendientes	Cuantitativa
3	Ciudad	Cualitativa	9	Deudas firmes	Cuantitativa
4	Actividad económica	Cualitativa	10	Deudas impugnadas	Cuantitativa
5	Tipo de contribuyente	Cualitativa	11	Facilidades de pago	Cualitativa
6	Estado tributario (Al día en sus obligaciones)	Cualitativa	12	Impuesto causado	Cuantitativa

Capítulo 3

3.1 Resultados y análisis

3.2 Caso de estudio

Los casos de estudio que se presentan a continuación fueron elaborados a partir de la información recopilada de los IF en Ecuador, utilizando datos públicos proporcionados por el SRI. En este análisis se evaluó el estado tributario, el monto total de impuesto a la renta causado desde el 2018 hasta 2022 (IRC) e identificación del cumplimiento de las obligaciones tributarias. Este análisis se fundamenta por la Ley de Régimen Tributario Interno y su Reglamento de Aplicación, y demás leyes detalladas en la metodología. De un total de 152 IF considerados al inicio de esta investigación, se logró obtener información del 79% de los sujetos de estudio, es decir 120 *influencers*. A continuación, se presentarán los resultados más relevantes;

3.3 Estado actual de la actividad económica de los influencers

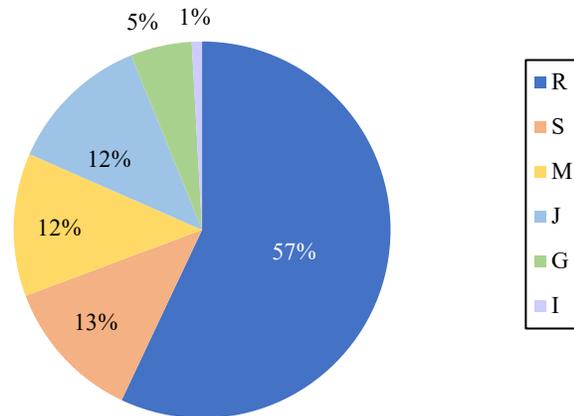
En el análisis de los 120 IF incluidos en el estudio, se observa que el 95% de ellos cuenta con un RUC activo. Este indicador positivo sugiere un alto nivel de cumplimiento tributario en la mayoría de los IF examinados. La obtención del RUC es fundamental para mantener un control adecuado y cumplimiento de las obligaciones, por ende, es vital que los personajes sin un RUC den el primer paso en sus deberes tributarios. De acuerdo con el Art. 3 y Art. 4 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes todas las personas naturales, nacionales o extranjeras, que inicien actividades económicas en el país, están obligados a inscribirse dentro de los 30 días de inicio real de sus actividades. Para el cumplimiento de esta obligación se detallan los pasos en el Anexo 1.

Desde el 29 de junio de 2015, se implementó la versión 4.0 del CIU que clasifica a las entidades según su actividad principal y es utilizado por el SRI en Ecuador. A partir de este contexto,

se destaca que el 57% de los IF están registrados con el código alfanumérico R, que corresponde a la sección de arte, entretenimiento y recreación.

Figura 1

Tipo de actividades económicas por nivel registradas en el 2023



Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

Tabla 5

Actividades económicas por sección

Nivel	Descripción
R	Artes, entretenimiento y recreación.
S	Otras actividades de servicios.
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.
J	Información y comunicación.
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.

Nota. Datos tomados de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (2012)

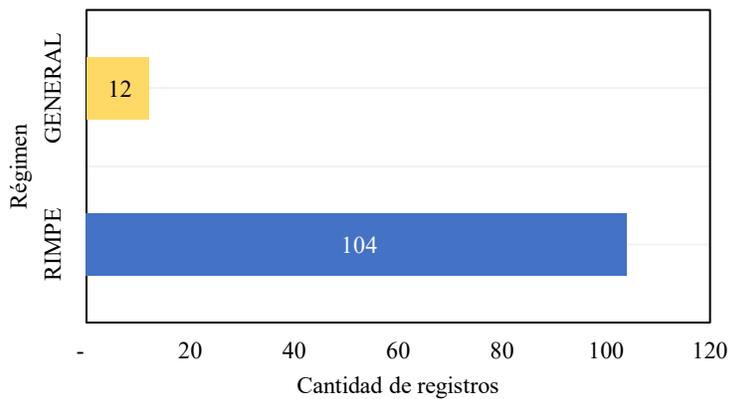
En marzo del 2023, el SRI incorporó una categoría específica para la actividad económica de los IF. Como resultado de esta iniciativa, solo 6 de los sujetos en estudio se inscribieron y actualizaron su actividad de acuerdo con las recomendaciones del SRI, utilizando el código R9000.02.06,

designado a “Actividades de creación edición, producción y difusión de contenido en las redes sociales y otras relacionadas a actividades de *influencers*” (SRI, s. f.).

Partiendo de este hallazgo, se sugiere que aquellos IF que aún no han realizado la actualización del RUC consideren llevar a cabo este proceso. De acuerdo con el Art. 14 de la Ley de Registro Único del Contribuyente, los sujetos deben actualizar su información dentro de los 30 días posteriores a cualquier cambio en los datos proporcionados en el momento de la inscripción. Dado que solo el 37% ha completado la actualización hasta el 2022, periodo en el cual aún no se incluía la actividad con el código R9000.02.06, se detallan los pasos necesarios en el Anexo 2 para realizar la actualización correspondiente. Este paso contribuirá a una mayor precisión en las actividades económicas de este grupo, permitiendo a las autoridades tomar decisiones informadas sobre políticas tributarias adaptadas a las dinámicas específicas de la creación de contenido.

Figura 2

Clasificaciones por Régimen General y RIMPE en el 2023



Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

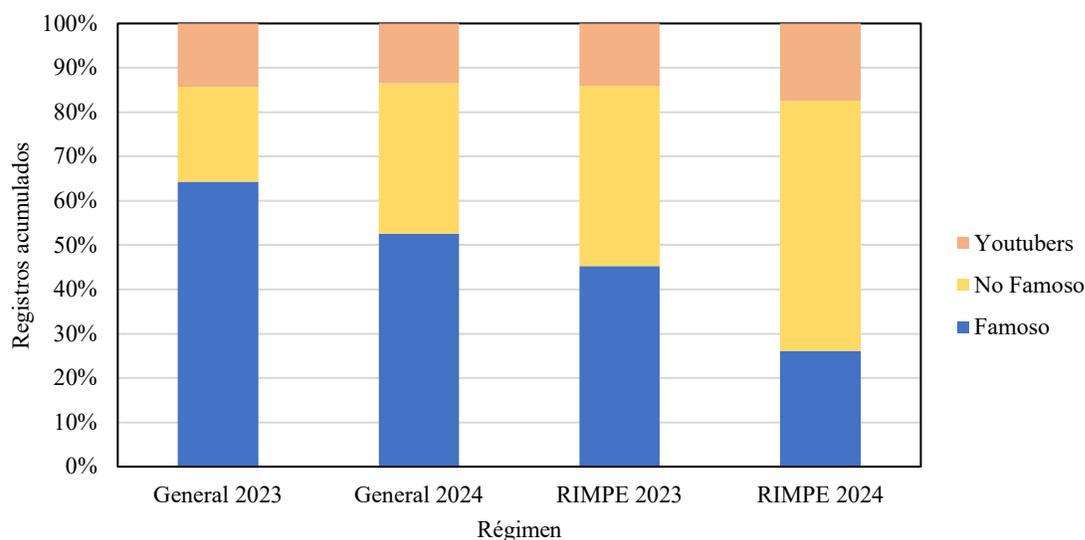
Además, durante la creación del RUC se requiere detallar la naturaleza del negocio, esta solicitud se realiza para determinar el régimen tributario que le corresponde a cada contribuyente, puesto que cada régimen conlleva un tratamiento tributario específico. De acuerdo con la información

recopilada, se destaca que 104 IF pertenecen al Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE). Este dato es de particular relevancia, ya que el RIMPE está diseñado para facilitar el cumplimiento tributario de emprendedores y pequeños negocios, simplificando los procesos fiscales y reduciendo la carga administrativa. Cabe señalar que, de acuerdo con el art. 97.4 LRTI la actividad económica de los IF no está excluida del alcance de este régimen, por lo que su clasificación resulta pertinente, además que la pertenencia de un número significativo de IF podría estar vinculada a las características específicas de sus actividades comerciales y al monto de sus ingresos.

Como actualización de este hallazgo, al 1 de enero de 2024, el SRI realizó una reclasificación de contribuyentes del Régimen RIMPE de acuerdo con sus ingresos. En términos generales hay una disminución de contribuyentes de este régimen de 106 a 23. En particular, se evidencia una clara tendencia de migración de IF clasificados como famosos y no famosos. En este sentido, la cantidad de contribuyentes famosos pasó de 48 a 6, mientras que la de los no famosos descendió de 43 a 13, tal como se visualiza en le figura 3.

Figura 3

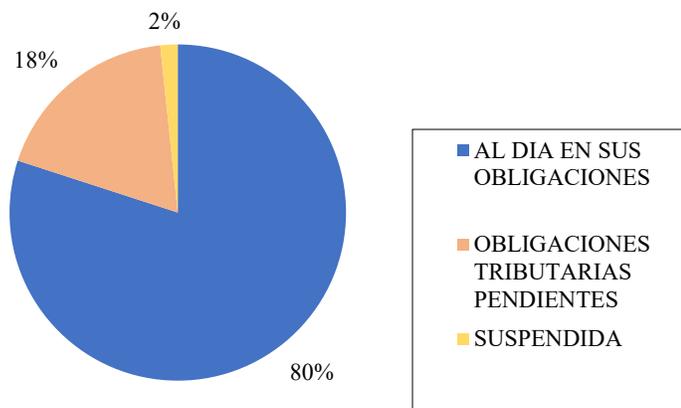
Comparación del Régimen del 2023 vs 2024 por clasificación de influencer



El Art. 96 del Código Tributario establece como un deber formal del contribuyente la presentación de declaraciones de impuestos que corresponda. En relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, se destaca que el 80% de los IF se encuentran al día en sus obligaciones tributarias, mientras que el 18% tiene pendientes obligaciones tributarias, siendo la presentación de declaraciones una de las más comunes. Este hallazgo subraya la importancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los *influencers*, con la presentación adecuada de las declaraciones siendo un componente crítico.

Figura 4

Consultas del estado tributario de los influencers en 2023

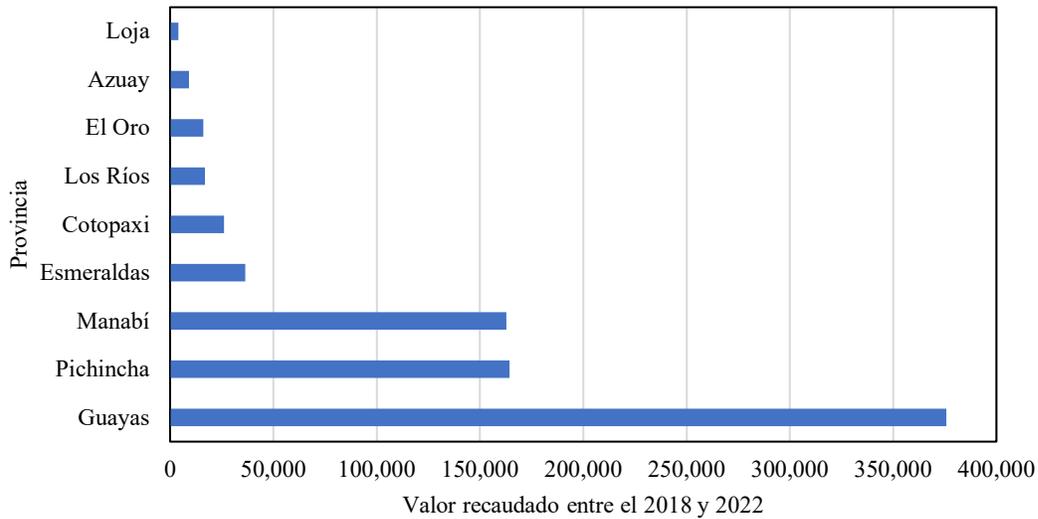


Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

3.4 Recaudación de Impuesto a la Renta proveniente de influencers

Figura 5

Impuesto a la Renta Causado por provincia desde el 2018 al 2022

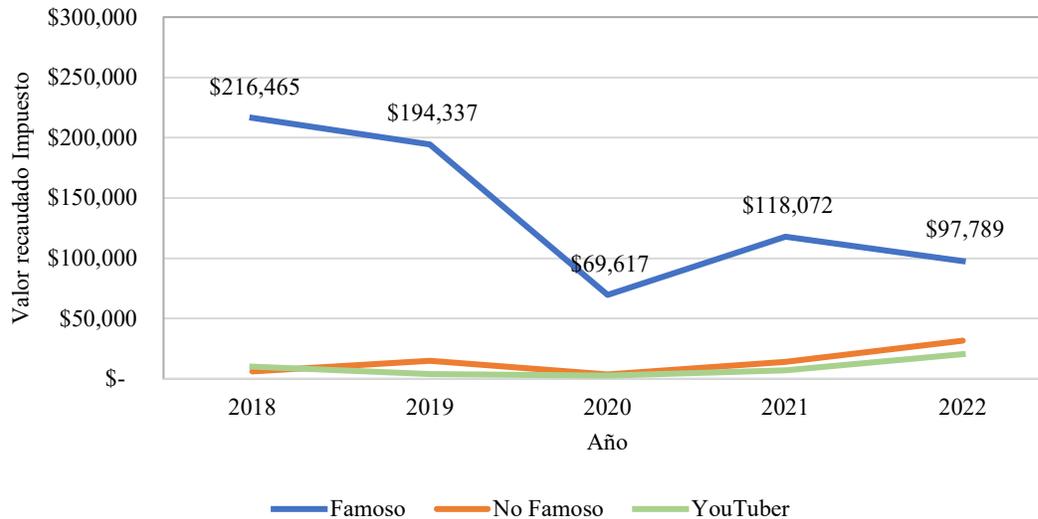


Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

En un período de 5 años desde el 2018 al 2022, el SRI ha recaudado 811,703 dólares mediante el Impuesto a la Renta. La figura 5 revela que la provincia del Guayas lidera en la recaudación de impuestos generados por los IF, totalizando 75,155 dólares. Además, se destaca que la segunda provincia con mayores ingresos tributarios es Pichincha, con un total de 32,857 dólares. Es importante señalar que no todos los IF en esas provincias presentan sus declaraciones del impuesto a la Renta. Sin embargo, el liderazgo del Guayas sugiere una concentración significativa de actividades de IF en esta región, mientras que la presencia notable de Pichincha indica la importancia de esta provincia en el panorama tributario de los creadores de contenido.

Figura 5

Impuesto a la renta causado según clasificación de influencer



Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

Cabe mencionar que dentro de los 120 IF identificados, 78 son los que anualmente tienen registro de haber generado impuesto a la renta causado, representando el 65% del total de IF. En la tabla 6, se observa que son principalmente los *influencers* famosos quienes están contribuyendo activamente a través del impuesto a la renta. Es fundamental reconocer y valorar la contribución de aquellos IF que ya están cumpliendo con sus obligaciones fiscales.

Sin embargo, con el objetivo de fortalecer aún más el cumplimiento tributario en el conjunto de la comunidad de CC, se podría considerar la exploración de incentivos o facilidades adicionales para aquellos IF que evidencien un compromiso temprano y constante con sus responsabilidades tributarias. Esta medida no solo resalta la importancia del cumplimiento tributario como un deber legal, sino también como una contribución esencial al desarrollo y sostenibilidad de la sociedad en su conjunto. De esta forma este enfoque proactivo beneficia a los IF individualmente y a fortalecer la integridad del sistema tributario.

Tabla 6*Total Impuesto a la Renta Causado por tipo de influencer*

Clasificación	Contribuyentes	IRC
Famoso	47	696.280
No Famoso	22	70.722
YouTuber	9	44.701
Total general	78	811.703

Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

3.5 Análisis de un influencer

Para obtener un análisis detallado de la situación tributaria de un IF, se ha seleccionado a un contribuyente clasificado como famoso. Este IF utiliza diversas plataformas y, en promedio, su contenido mensual acumula 12,514,000 visualizaciones en Facebook, 9,160,000 en YouTube, y cuenta con 2,800,000 seguidores en Instagram. Además, mantiene colaboraciones publicitarias.

3.5.1 Consulta del RUC

Tabla 7*Resumen Consulta de RUC*

Estado	Activo
Inicio de actividades	25/07/2017
Fecha de actualización	No se identifica
Obligado a llevar contabilidad	No
Régimen	RIMPE Emprendedor, en el 2024 se reclasificó al General
Código CIU	“Actividades de artistas individuales, como escritores, directores, escenógrafos, constructores de decorados, actrices, etcétera; escritores de todo tipo, por ejemplo, obras de ficción, de obras técnicas, etcétera”

Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023)

A través de la consulta del RUC, se evidencia que el IF se encuentra registrado bajo el Régimen RIMPE Emprendedor. De acuerdo con el Art. 97.3 y el Art. 19 LRTI (2004), esto implica que sus ingresos anuales se sitúan en un rango de 20.000,01 y 300.000,00 dólares. Además, es un

contribuyente no obligado de llevar contabilidad, de acuerdo con el Art. 37 del Reglamento, no excede los límites establecidos por la normativa.

En cuanto a la actividad económica, el IF registró su labor con la actividad específica R9000.02, fundamentando esta elección en la percepción de que sus actividades están estrechamente vinculadas a aspectos artísticos. No obstante, como parte del proceso de regularización dirigido a este segmento de contribuyentes, el SRI sugiere actualizar la clasificación de la actividad económica mediante la adopción de un código específico diseñado para contribuyentes culturales, concretamente el R90000206. Tal como se ha mencionado previamente en los párrafos anteriores, esta modificación posibilita una mayor precisión y adecuación a la naturaleza específica de las labores desempeñadas por el IF.

3.5.2 Consulta de Impuesto a la Renta Causado declarado

La revisión de la Consulta de Impuesto a la Renta declarado revela una discrepancia significativa en la información proporcionada por el IF. A pesar de haber afirmado haber iniciado la facturación hace 3 años con ingresos a través de plataformas digitales, esta información no se refleja adecuadamente en el cumplimiento de la declaración del formulario 102 correspondiente al Impuesto a la Renta para personas naturales, ya que aparece catalogada como no presentada. Esta omisión es particularmente preocupante, ya que la consulta del estado tributario indica la existencia de obligaciones pendientes relacionadas con la declaración del Impuesto a la Renta correspondiente al año 2022, así como la declaración semestral del IVA del primer semestre de 2023.

Según estas observaciones, el IF no está al día con sus obligaciones tributarias, específicamente respecto a las obligaciones asociadas al régimen al que pertenece, así como a la declaración del IVA semestral. Este incumplimiento puede acarrear consecuencias financieras, por lo que se recomienda regularizar la situación fiscal y con el propósito de evitar sanciones. De acuerdo

con lo que indica el Art. 238.3 RLTI los sujetos pasivos que efectúen los pagos atrasados serán sancionados con intereses y multas. El Art. 21 y 90 Código Tributario establece que el interés anual será equivalente a la tasa activa referencial del BCE desde su fecha de exigibilidad hasta la de su extinción o pago y recargo del 20% en el caso que la administración tributará ejerza su potestad determinadora.

De acuerdo con el décimo segundo Art. Inumerado posterior al Art. 67 del RLRTI, se establece que se considerará incremento patrimonial cuando, en uno o varios periodos fiscales, los ingresos gravados, exentos y no sujetos declarados o no por el contribuyente resulten ser inferiores en comparación con el consumo, gastos, ahorro e inversión. La discrepancia se interpretará como un aumento patrimonial derivado de ingresos no declarados, lo cual adquiere relevancia en el caso del contribuyente bajo análisis, quien tiene pendiente la declaración del impuesto a la renta desde el 2020. Ante esta situación, se podría generar un impacto significativo que requiere una evaluación cuidadosa, considerando la posibilidad de un incremento patrimonial que debe ser justificado según lo dispuesto por la administración tributaria.

Tabla 8

Resumen declaración impuesto a la renta causado

Año fiscal	Impuesto a la Renta Causado	
	Formulario	Valor
2017	Formulario 102	Inicio de actividades económicas
2018	Declaración Impuesto a la Renta para personas naturales y sucesiones indivisas	Declaración no presentada
2019		Declaración en \$0
2020		Declaración en \$0
2021		Declaración en \$0
2022		Declaración no presentada
2023		Período Fiscal en curso

Nota. Datos tomados del Servicio de Rentas Internas en línea (2023).

3.5.4 Estimación del Impuesto a la Renta Causado

Dada la limitación de tener una cifra precisa de los ingresos del IF, se optó utilizar valores que el contribuyente mencionó en diversas entrevistas respecto a sus ganancias en redes sociales.

Además, se recurrió a la página *Socialbade* para la obtención de una estimación de sus números en YouTube. También se encontró información pública que detalla el presupuesto de una campaña publicitaria en la que el IF participó, dando una perspectiva adicional sobre sus ingresos.

Podemos observar que nuestra aproximación se alinea de manera consistente con el ingreso anual necesario para formar parte del régimen RIMPE Emprendedor, antes de la actualización. Sin embargo, es importante tener en consideración que estos ingresos pueden ser altamente variables y están vinculados al compromiso del IF en la creación constante de contenido, lo que pudo ser causante de su reclasificación en el 2024. No obstante, para fines de nuestro estudio, no se tomará en consideración esta variabilidad en los ingresos.

Tabla 9

Resumen ingresos mensuales aproximados

Ingreso	Números	Ingreso mensual aproximado	Ingreso anual aproximado
YouTube	13,514M visualizaciones – CPM USD 1.50	10,135.00	121,620.00
Instagram	5 posts con mención a marcas	500,00	6,000.00
Facebook	9,16k visualizaciones	4,580.00	54,960.00
Campaña publicitaria	<i>Engagement</i> 7%	3,950.00	47,400.00
Total			229,980.00

Una vez identificado el ingreso aproximado, se procedió a estimar el impuesto causado. En este caso, como RIMPE emprendedor, se tomó el ingreso anual como base imponible y se aplicó la tarifa correspondiente según la tabla progresiva establecida en el Art. 97.6 LRTI. Cabe destacar que

de acuerdo con el Art. 97.5 LRTI, que la vigencia del RIMPE es de 3 años continuos o al superar el límite establecido en sus ingresos anuales de 300 mil dólares, en caso de que suceda se acogerán al Régimen General. Por ende, a modo de comparación se realizó una estimación del Impuesto Causado con las tarifas del Régimen General.

Tabla 10

Comparación Impuesto Causado 2023 – RIMPE Emprendedor vs Régimen General

Cálculo Impuesto a la Renta				
	RIMPE Emprendedor	Régimen General	Caso 1	Caso 2
Ingreso neto anual	\$229,980.00	Ingresos	\$229,980.00	\$ 229,980.00
(-) límite inferior	\$200,000.01	(-) Costos y gastos	\$100,000.00	\$200,000.00
Valor excedente	\$29,979.99	Base imponible	\$129,980.00	\$29,980.00
Tipo marginal sobre fracción excedente %	2%	Fracción básica (FB)	\$105,508.00	\$ 25,638.00
(=)	\$599.60	Impuesto fracción excedente	37%	15%
(+) Impuesto a la Fracción Básica	\$2,797.52	(+) Impuesto a la FB	\$ 23,594.00	\$1,356.00
(=) Impuesto Causado	\$3,397.12	(=) Impuesto Causado	\$ 32,648.64	\$2,007.30

Realizado los cálculos, se estima un impuesto a la renta de 3,397.12 dólares en el 2023. Según el Art. 97.8 se establece la fecha de declaración de IR del ejercicio económico correspondiente al 2023, a partir de febrero hasta el mes de marzo del siguiente período al que se informa, es decir 2024 (LRTI, 2004). Su retraso estará sujeto a sanciones e intereses calculada en base al Código Tributario, por ende se recomienda subsanar las obligaciones tributarias pendientes mencionadas anteriormente, específicamente la declaración del Impuesto a la Renta correspondiente al año 2022 y la declaración del IVA, que de acuerdo con el Art. 97.9 LRTI y Art. 236 RLRTI establece que los sujetos del RIMPE emprendedor deberán gravar con IVA las transacciones de bienes y servicios conforme las disposiciones de la Ley y el impuesto generado deberá ser liquidado y pagado de forma semestral y acumulada, considerando como día de presentación el noveno dígito del RUC.

En el análisis comparativo del impuesto causado entre el Régimen RIMPE y el Régimen General, se resalta de manera significativa los beneficios tributarios asociados al Régimen RIMPE, particularmente para *influencers*. Como se puede observar en nuestro ejemplo , bajo el Régimen General el impuesto generado es de 32,648.64 dólares para el caso 1 y de 2,007.30 dólares para el caso 2. Al comparar el Régimen RIMPE emprendedor con el caso 1 del general, se presenta un escenario más favorable para el régimen simplificado. Por otro lado, en el caso 2, se observa un escenario más favorable para el Régimen General, ya que este último tiene en cuenta, la base imponible (ingresos menos gastos), a diferencia del régimen simplificado, que solo se consideraron los ingresos.

3.6 Principales obligaciones de contribuyentes con actividad económica de influencer

Luego examinar las implicaciones tributarias que afectan a los IF en Ecuador, se identificaron las principales obligaciones derivadas de los regímenes tributarios aplicables, destacando el Régimen RIMPE y el General. Estas obligaciones se encuentran sustentadas por disposiciones legales como el Art. 97.7 de la LRTI, el Art. 222 del RLRTI y el Art. 96 del Código Tributario.

3.6.1 Libros y registros contables

Contribuyentes obligados a llevar contabilidad

Según la LRTI y en concordancia con el Reglamento de Aplicación, el Art. 19 y Art. 37 menciona que aquellos que obtengan rentas, tanto profesionales como trabajadores independientes, estarán en la obligación de a llevar contabilidad siempre y cuando se cumpla con una o varias de estas consideraciones.

“que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan sido superiores a ciento ochenta mil (USD 180.000) dólares de los Estados Unidos de América o cuyos ingresos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior,

hayan sido superiores a trescientos mil (USD 300.000) dólares de los Estados Unidos de América o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad económica, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a doscientos cuarenta mil (USD 240.000) dólares de los Estados Unidos de América” (LRTI, 2004) .

Asimismo, aquellos que no alcancen los límites antes mencionados deben llevar una cuenta de ingresos y egresos que servirá como base para la declaración de impuestos.

Comprobantes de venta, retención y documentos complementarios

El Decreto Ejecutivo No. 742, publicado el 20 de junio de 2023 en el Suplemento R.O. 335, reformó varios aspectos del Régimen RIMPE, en cuanto a la emisión de comprobantes de venta, en el que se agrega en el Art. 97.7 LRTI, que a partir del 2024 “los contribuyentes RIMPE negocio popular podrán emitir notas de venta o facturas electrónicas a su elección” (Decreto Ley Orgánica para el Fortalecimiento de la Económica Familiar, 2023). No obstante, los demás contribuyentes pertenecientes al RIMPE emprendedor y al Régimen General están en la obligación estricta de emitir facturas electrónicas para documentar las actividades que realicen, conforme a lo establecido en la LRTI.

Por otro lado, los contribuyentes RIMPE negocio popular no actuarán como agentes de retención en ninguna circunstancia, eximiéndolos de la obligación de emitir comprobantes de retención. Sin embargo, los RIMPE emprendedor y Régimen General si están sujetos a las disposiciones del Art. 92 RLRTI que establece las condiciones en las que deben actuar como agentes de retención.

3.6.2 Declaraciones de impuestos

Impuesto a la Renta

De acuerdo con el Art. 97.6 y Art. 97.8 LRTI este impuesto debe ser declarado y pagado hasta marzo de 2023, siguiendo las tarifas para el Régimen RIMPE que se detallan en la Tabla 11. No obstante, como ya se mencionó anteriormente el Decreto No. 742 modificó la fecha de presentación del Impuesto a la Renta y las tablas progresivas del Régimen RIMPE. Por lo tanto, para el 2024 este impuesto debe ser pagado y declarado hasta el mes de junio de cada año fiscal y las nuevas tarifas aplicables corresponden a las detalladas en la Tabla 12 y 13.

De acuerdo con el art. 72 RLRTI, los contribuyentes del Régimen General deben declarar y pagar hasta marzo de 2023 de acuerdo con la tabla progresiva de impuesto a la renta aplicable.

Impuesto al Valor Agregado

Los contribuyentes del Régimen RIMPE negocio popular no presentan declaraciones de IVA, ya que el pago está incluido en la cuota establecida en la tabla progresiva de Impuesto a la Renta. En cambio, los contribuyentes del RIMPE Emprendedor deben presentar la declaración y pago del IVA de forma acumulada semestral, siguiendo las fechas de vencimiento de la Tabla 14 para el primer y segundo semestre. Los sujetos del Régimen General deben declarar el IVA de manera mensual, con fechas de vencimiento según la Tabla 15.

Capítulo 4

4.1 Conclusiones y recomendaciones

4.1.1 Conclusiones

1. Al realizar el análisis de los datos recopilados, hemos identificado que a esta fecha al menos el 80% de los *influencers* tiene un RUC activo. Sin embargo, aunque la mayoría, tiene registrada la actividad dentro del mismo grupo R90000, que corresponde a actividades creativas, artísticas y de entretenimiento, aún falta realizar la actualización de sus actividades para incluir la actividad que el SRI creó en específico, “R90000206”, el cual representa el 5%.
2. Además, hemos identificado que inicialmente 104 de los *influencers* se encontraban inscritos en el Régimen RIMPE. Sin embargo, al 2024, 91 *influencers* fueron reclasificados al Régimen General, en su mayoría, integrado por famosos y no famosos que tienen más tiempo en el medio y el RUC activo. Este cambio cumple con el propósito de ampliar la base de contribuyentes, considerando que el Régimen RIMPE actúa como un paso hacia la regularización de la actividad económica. Al seguir normativas tributarias más simples en el cálculo de impuestos y aplicar una tarifa impositiva menor, este cambio empodera a los contribuyentes y les permite asumir un papel más activo en la gestión de sus obligaciones fiscales.
3. En un periodo de 5 años, los *influencers* han contribuido a través del impuesto a la renta con un total de USD 811,703.00, siendo las personas reconocidas como 'famosas' los principales contribuyentes de este impuesto. Lo cual muestra una mayor conciencia y cumplimiento tributario.

4. Mediante el análisis de los datos recopilados, se elaboró una guía para personas naturales consideradas como *influencers* con un mayor enfoque en el Régimen RIMPE y sus principales obligaciones.

4.1.2 Recomendaciones

1. Se propone mantenerse informado sobre las regulaciones que puedan surgir en el ámbito de los *influencers*. Dado que es un tema emergente, es esencial estar atento a posibles cambios normativos, ya que aún existen vacíos en la normativa que dan lugar a diferentes interpretaciones.
2. Es importante comprender que no hay un impuesto específico para los *influencers*, más bien se busca ampliar el grupo de contribuyentes para una mejor recaudación tributaria. Por ende, se invita a este grupo a llevar a cabo sus actividades de manera transparente y en orden, fomentando la cultura tributaria en el país que contribuya a una mejor sociedad.
3. Se recomienda llevar a cabo investigaciones adicionales en este ámbito, dado que el tema de la tributación de *influencers* es innovadora en el país y aún no se han examinado aspectos como beneficios o deducciones específicas para este grupo.

Referencias

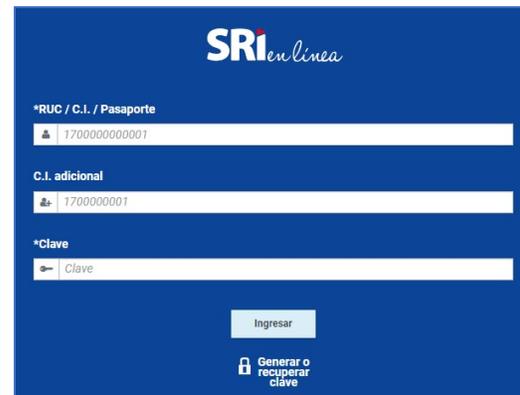
- Briones, F. (2023, abril 18). SRI busca aumentar la base de contribuyentes de 2,5 millones a 3 millones, pero las ventas se desaceleran y más ecuatorianos buscan reducir su pago de impuestos [La Hora]. *Pais*. <https://www.lahora.com.ec/pais/sri-aumento-base-contribuyentes-ventas-pago-impuestos-2023/>
- Carrera, A. J. (2021). El creador de contenido digital, un oficio alentado por la pandemia de COVID-19. *Pandemia y nuevas realidades para la comunicación en Ecuador*, 57.
- Código Tributario, Pub. L. No. R.O. 28 SU1er (2005).
- Creators instagram. (2023). *Muestra tu creatividad y gana dinero en Instagram*. Instagram for Creators. <https://creators.instagram.com/earn-money/>
- Decreto Ley Orgánica para el Fortalecimiento de la Económica Familiar, Pub. L. No. R.O. 335, 21 (2023).
- Diario «El Universo». (2023). *SRI ya tiene 1.047 'influencers' registrados como contribuyentes en la actividad económica de creadores de contenido en redes sociales | Economía | Noticias | El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/sri-ya-tiene-1047-influencers-registrados-como-contribuyentes-en-la-actividad-economica-de-creadores-de-contenido-en-redes-sociales-nota/>
- Google Support. (2023). *¿Cómo ganar dinero en YouTube? - Ayuda de YouTube*. <https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=es-419>
- Indercopi. (2019). *Guía de publicidad para Influencers*. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3749438/Gu%C3%ADa+de+Publicidad+para+Influencers+VF+13.11.19.pdf/66da0113-9071-36a8-da91-a81d123c6a42>

- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Ley de Régimen Tributario Interno, Pub. L. No. R.O. 463 SU2do, 140 (2004).
- Ley de Registro Único de Contribuyente, Pub. L. No. R.O. 298 (2004).
- Raad, E. (2022, enero 31). *Todo lo que tienes que saber sobre el RIMPE*. Datil.
<http://datil.com/blog/todo-lo-que-tienes-que-saber-sobre-el-rimpe/>
- Rivera-Abad, S. L. (2021). Estrategias utilizadas por los influencers ecuatorianos como agentes del marketing digital, para promover la venta de productos y servicios en la red social Instagram. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 11(3), 146-176.
<https://doi.org/10.31207/rch.v11i3.272>
- Santamaría, N. (2023, febrero 16). Cuánto pueden ganar los 'influencers' y cómo paga impuesto este grupo que está en la mira del SRI [Ecuavisa]. *Redacción y televistazo*.
<https://www.ecuavisa.com/noticias/economia/500-influencers-deben-pagar-impuesto-a-la-renta-en-el-sri-YG4459753>
- SRI. (s. f.). Soy influencer y pago impuestos. *Plataforma Gubernamental Financiera*.
<https://www.sri.gob.ec/soy-influencer-y-pago-impuestos>
- Torres, A. (2023). *He Creado un Canal de Youtube Para Ganar Dinero desde Ecuador—YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?si=axu0wJoAilSEamF9&v=k05EwtWXI24&feature=youtu.be>

Anexos

5.1 Inscripción del Registro Único de Contribuyentes (RUC) en línea

1. Ingresar al portal web <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/consulta/1> y hacer clic en inscripción (acceder servicio).



2. Hacer clic en generar clave de acceso (es necesario contar con firma electrónica) e ingresar el número de cedula del solicitante.



3. Completar una serie de cinco pasos correspondiente a la generación de clave que abarcan la verificación, registro, confirmación, aplicación de firma electrónica y obtención del resultado final.

(1) Verificación: es crucial asegurarse de que los datos proporcionados automáticamente a través del número de identificación coincidan con la información del contribuyente solicitante

Inicio > Generación

Datos del contribuyente

1 Verificación 2 Registro 3 Confirmación 4 Firma electrónica 5 Resultado

Tipo de identificación: Cédula
Número de identificación: 0954

Apellidos y nombres: ALEX JHONN

Cancelar Siguiente >

(2 y 3) **Registro y confirmación:** completar la información correspondiente de ubicación y medios de contacto. Posteriormente hay que confirmar que los datos sean correctos.

1 Verificación 2 Registro 3 Confirmación 4 Firma electrónica 5 Resultado

En caso de que sea requerido, registre los apellidos y nombres como consta en el documento de identidad del solicitante. Complete la dirección y medios de contacto. Los campos con (*) son obligatorios.

Ubicación

* Provincia: [dropdown] * Cantón: [dropdown]
* Calle: CALLE PRINCIPAL * Número: 1007 113
* Intersección: CALLE UNO * Referencia: DIAGONAL AL PARQUE BIODIVERSARIO

Medios de contacto

* Correo electrónico: [input] * Celular: [input]
* Volver a escribir el correo electrónico: [input]

Anterior Cancelar Siguiente >

1 Verificación 2 Registro 3 Confirmación 4 Firma electrónica 5 Resultado

Confirme que los datos ingresados sean correctos y presione continuar para generar la clave.

Datos del contribuyente

Tipo de identificación: Cédula
Número de identificación: 0954

Apellidos y nombres: ALEX JHONN

Medios de contacto

Correo electrónico: joi@outlook.com
Celular: 0992...

Anterior Cancelar Siguiente >

(4) **Firma electrónica:** en este punto se deberá aceptar los términos y condiciones.

1 Verificación 2 Registro 3 Confirmación 4 Firma electrónica 5 Resultado

Para continuar la solicitud deberá firmar electrónicamente a través de la aplicación FirmasEOL, en caso de no disponer de esta aplicación gratuito puede descargarla desde: www.firmasol.gub.ec.

Política de términos de uso

Confiere que:

- No mantenga registros para realizar trámites públicos.
- El uso de su identificación de firma electrónica vigente y válida.
- La información proporcionada para realizar este trámite se verá y actualizará.
- Está de acuerdo con los términos y condiciones del trámite.
- Acepta que esta es la última versión de los datos personales para poder brindar el servicio.

Acepto los términos y condiciones de uso del aplicativo FirmasEOL.

Firmar solicitud

Si no se abrió la ventana para firmar, es probable que necesite instalar FirmasEOL. En caso de cerrar la ventana de firma por error, presione nuevamente el botón "Firmar Solicitud".

Anterior Cancelar Siguiente >

(5) **Resultado:** hemos concluido el proceso y ahora debemos aguardar a que el enlace de activación llegue a la dirección de correo electrónico proporcionada.

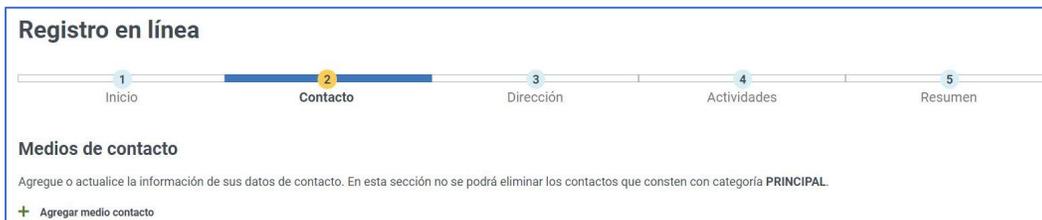


4. Después de haber generado la clave, procedemos al registro del RUC, siguiendo cinco pasos que comprenden la introducción de información del solicitante, contacto, dirección, actividades y resumen.

(1) Inicio:



- (2 y 3) Contacto y dirección:** proporciona formas de contacto, como correo electrónico y número de celular. Además, agrega la dirección del establecimiento principal donde realizas tu actividad económica.



- (4 y 3) Actividades y resumen:** ingresar el código generado para la actividad de *influencers* “R90000206” y el valor esperado de los ingresos anuales.

Registro en línea

1 Inicio 2 Contacto 3 Dirección **4 Actividades** 5 Resumen

Registro de actividades económicas

Ingrese las actividades que va a realizar en su establecimiento matriz y escoja cual de ellas será la principal.

Importante:
Haga clic en cualquier opción de la columna **Actividad Principal**, para seleccionar la suya.

+ Agregar actividades económicas

Detalle de actividades económicas - 1 registro

Actividad principal	Actividad económica CIU	Código CIU	Eliminar
<input checked="" type="radio"/>	ACTIVIDADES DE CREACION EDICION PRODUCCION Y DIFUSION DE CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES Y OTRAS RELACIONADAS A ACTIVIDADES DE INFLUENCERS	R90000206	

* Ingresos anuales

Registre el valor total que estima obtener como ingresos al año, por todas sus actividades

Recuerde que si seleccionó un título profesional al inicio del proceso, debe escoger una actividad asociada a su título en la opción **Agregar actividades económicas**.

Registro en línea

1 Inicio 2 Contacto 3 Dirección 4 Actividades **5 Resumen**

Resumen de su registro en el RUC

Verifique su información ingresada y en el caso de existir errores, haga clic en el botón **Anterior**. También puede ingresar en el botón **Modificar** habilitado en cada una de las siguientes secciones:

Número de cédula: 0950 Fecha de nacimiento: / /

Nombre: ALEX JHONN

Medios de contacto

Matriz

Actividades económicas

Ingresos anuales: USD 8.000,00

Detalle de actividades económicas - 1 registro

Actividad económica CIU	Código CIU
ACTIVIDADES DE CREACION EDICION PRODUCCION Y DIFUSION DE CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES Y OTRAS RELACIONADAS A ACTIVIDADES DE INFLUENCERS	R90000206

Detalle de actividad económica principal - 1 registro

Actividad económica CIU	Código CIU
ACTIVIDADES DE CREACION EDICION PRODUCCION Y DIFUSION DE CONTENIDO EN LAS REDES SOCIALES Y OTRAS RELACIONADAS A ACTIVIDADES DE INFLUENCERS	R90000206

[Modificar: Actividades](#)

[Anterior](#) [Cancelar](#) [Enviar](#)

5. Para el ejemplo de creación del RUC el contribuyente estimó un promedio de ingresos de diez mil dólares, por ende, pertenecerá al régimen RIMPE – negocio popular.

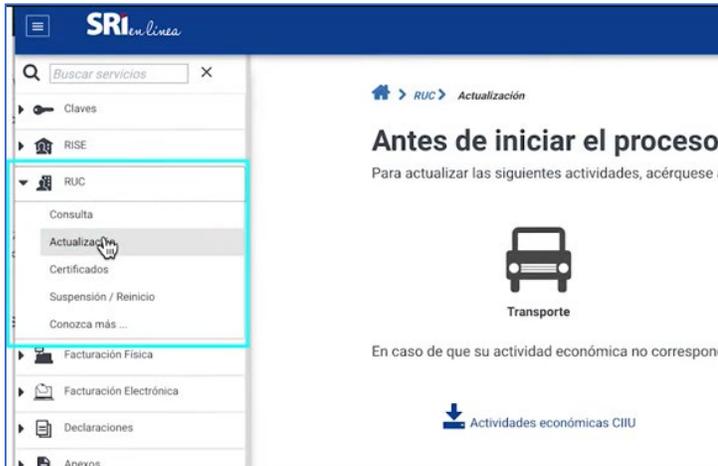
Registro en línea

El contribuyente se acogerá al RÉGIMEN DE EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES RIMPE.

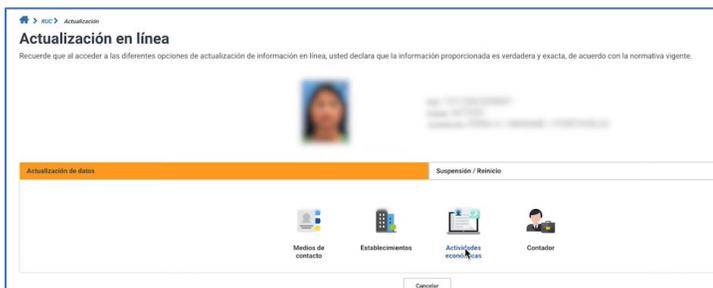
[Aceptar](#) [Cancelar](#)

5.2 Actualización del Registro Único de Contribuyentes

1. Ingresar al portal web <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/consulta/1> y RUC (actualización).



2. Escoger la información que se desea actualizar, en este caso actividades económicas



3. Luego, haga clic en la opción "Agregar Actividades Económicas" y elija la actividad que desea incorporar.



4. Hemos concluido el proceso y ahora debemos aguardar a que llegue el mensaje de confirmación a la dirección de correo electrónico proporcionada.



5.3 Tablas fechas de declaraciones de impuestos

Tabla 11

Tarifa IR RIMPE aplicable para el ejercicio fiscal 2023

Régimen RIMPE			
Límite inferior	Límite superior	Impuesto a la Fracción Básica	Tipo marginal sobre fracción excedente
-	20,00.00	60.00	0.00%
20,000.01	50,000.00	60.00	1.00%
50,000.01	75,000.00	360.00	1.25%
75,000.01	100,000.00	672.00	1.50%
100,000.01	200,000.00	1,047.50	1.75%
200,000.01	200,000.00	2,797.52	2.00%

Nota. Datos tomados de (LRTI, 2004)

Tabla 12

Tarifa Impuesto a la Renta negocio popular para el ejercicio fiscal 2024

Negocios populares		
Límite inferior	Límite superior	Impuesto a pagar
0	2,500.00	0.00
2,500.01	5,000.00	5.00
5,000.01	10,000.00	15.00
10,000.01	15,000.00	35.00
15,000.01	20,000.00	60.00

Nota. Datos tomados de (LRTI, 2004)

Tabla 13*Tarifa Impuesto a la Renta Emprendedor 2024*

Emprendedor			
Límite inferior	Límite superior	Impuesto a la Fracción Básica	Tipo marginal sobre fracción excedente
20,000.01	50,000.00	60.00	1.00%
50,000.01	75,000.00	360.00	1.25%
75,000.01	100,000.00	672.00	1.50%
100,000.01	200,000.00	1,047.50	1.75%
200,000.01	200,000.00	2,797.52	2.00%

Nota. Datos tomados de (LRTI, 2004).

Tabla 14*Tarifa del impuesto a la renta de personas naturales*

Año 2023			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	Impuesto fracción excedente
0	11,722	0	0%
11,722	14,930	0	5%
14,930	19,385	160	10%
19,385	25,638	606	12%
25,638	33,738	1,356	15%
33,738	44,721	2,571	20%
44,721	59,537	4,768	25%
59,537	79,388	8,472	30%
79,388	105,580	14,427	35%
105,580	En adelante	23,594	37%

Nota. Datos tomados de (LRTI, 2004)

Tabla 15*Declaración IVA semestral*

Declaración semestral		
9no dígito del RUC	Vencimiento 1er semestre	Vencimiento 2do semestre
1	10 de julio	10 de enero
2	12 de julio	12 de enero
3	14 de julio	14 de enero
4	16 de julio	16 de enero
5	18 de julio	18 de enero
6	20 de julio	20 de enero
7	22 de julio	22 de enero
8	24 de julio	24 de enero
9	26 de julio	26 de enero
0	28 de julio	28 de enero

Nota. Datos tomados de (LRTI, 2004).

Tabla 16*Declaración IVA mensual*

Declaración mensual	
9no dígito del RUC	Vencimiento 1er semestre
1	10 del siguiente mes
2	12 del siguiente mes
3	14 del siguiente mes
4	16 del siguiente mes
5	18 del siguiente mes
6	20 del siguiente mes
7	22 del siguiente mes
8	24 del siguiente mes
9	26 del siguiente mes
0	28 del siguiente mes

Nota. Datos tomados de (LRTI, 2004).