

**El Impuesto Mínimo Global. Características,
importancia, efectos y utilidad**

**What you should know about the Global Minimum
Tax. Features, importance, effects and usefulness**

Jorge Aníbal Quintanilla-Gavilanes¹
Universidad de Guayaquil
anibal.quintallag@ug.edu.ec

Clemente Aladino Moreira-Basurto²
Universidad de Guayaquil
clemente.moreirab@ug.edu.ec

Jennifer del Pilar Quintanilla-Castellanos³
Universidad de Guayaquil
jennifer.quintanillaca@ug.edu.ec

Aníbal José Quintanilla-Bonilla⁴
Universidad de Guayaquil
Anibal.quintanillab@ug.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3106

V10-N3 (jun) 2025, 967-980 | Recibido: 12 de febrero del 2025 - Aceptado: 05 de mayo del 2025 (2 ronda rev.)

1 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9981-4976>. Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, Director de la Carrera Tributación y Finanzas y Director de la Carrera de Contaduría Pública Autorizada.

2 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0039-7258>. Profesor Principal Universidad de Guayaquil, Catedra Banca y Finanzas y Contabilidad Financiera, Emprendimiento e Innovación.

3 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0794-9991>. Magister en Administración de Empresas con mención en calidad y productividad Magister en Contaduría Pública.

4 ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-2500-0330>. Magister en Contabilidad y Finanzas, Ingeniero en Contabilidad y Auditoría.

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El objetivo de esta investigación se basó en analizar las características, importancia, efectos y utilidad del impuesto mínimo global. Para lograr lo propuesto, se desarrolló una metodología con un diseño bibliográfico, con apoyo documental a través de un análisis descriptivo de diferentes documentos disponibles en la web que están relacionados con la variable de estudio. Los resultados se basan en el análisis del comercio internacional y el comercio electrónico, así como aspectos relevantes del Impuesto Mínimo Global y las crisis económicas generales. Se concluye que el comercio internacional ha logrado impactar y fomentar la competencia, el intercambio tecnológico, el aprendizaje y la innovación, la generación de empleos, la transparencia y la obtención de materias primas. Todo esto ha sido posible gracias al desarrollo del comercio electrónico, facilitado por los avances tecnológicos y el acceso a Internet. Sin embargo, este comercio internacional ha sufrido efectos considerables debido a las crisis económicas globales, impactando en la sostenibilidad de las organizaciones. En consecuencia, existen mecanismos globales como las reglas GloBE, que buscan ayudar y fomentar un sistema tributario que tenga un impacto significativo, como es el Impuesto Mínimo Global. Por lo tanto, los países que deseen implementar o promover este impuesto deberán adecuar sus políticas tributarias a las establecidas por esta regla. Esto permitirá la recaudación adecuada y la satisfacción de sus propias necesidades, sin olvidar la necesidad de ejecutar estrategias para fomentar la inversión extranjera y la generación de empleos.

Palabras clave: comercio internacional; crisis global; impuesto mínimo global; regla GloBE..

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the characteristics, importance, effects, and usefulness of the global minimum tax. To achieve this objective, a methodology was developed with a bibliographic design, supported by documentary evidence through a descriptive analysis of various documents available online that are related to the study variable. The results are based on an analysis of international trade and e-commerce, as well as relevant aspects of the Global Minimum Tax and general economic crises. It is concluded that international trade has impacted and fostered competition, technological exchange, learning and innovation, job creation, transparency, and the procurement of raw materials. All of this has been possible thanks to the development of e-commerce, facilitated by technological advances and internet access. However, this international trade has suffered considerable effects due to global economic crises, impacting the sustainability of organizations. Consequently, there are global mechanisms, such as the GloBE rules, that seek to assist and foster a tax system with a significant impact, such as the Global Minimum Tax. Therefore, countries wishing to implement or promote this tax must adapt their tax policies to those established by this rule. This will allow for adequate tax collection and the satisfaction of their own needs, without forgetting the need to implement strategies to encourage foreign investment and job creation.

Keywords: international trade; global crisis; global minimum tax; GloBe rule.

Introducción

Aspectos generales de la recaudación de Impuestos

El Estado puede establecer un sistema de ingresos como los impuestos, con el propósito de solventar las diversas necesidades de la sociedad. Este mecanismo se ha utilizado durante siglos como una manera de financiar los problemas sociales de la población mediante el pago de una ganancia que los ciudadanos entregan y que es administrado por el Estado. En otras palabras, como comenta Jácome (2021), la voluntad de las personas de contribuir permite que reciban beneficios a cambio, como el desarrollo de servicios, obras públicas o bienestar social.

En este sentido, los impuestos se definen, según Beltrán et al. (2020), como contribuciones que hacen los ciudadanos al realizar actividades económicas, las cuales generan satisfacción en la comunidad; además, la recaudación tributaria está ligada al desarrollo de la economía del país. Por lo tanto, la recaudación tributaria es fundamental, y los organismos gubernamentales deben aplicar diversas estrategias las cuales según Delgado (2021) van desde las estrategias comunicativas ya que por medio de ellas difunden la información de las obligaciones tributarias en diversos medios oficiales, con el fin de que los contribuyentes conozcan los procesos y así incrementar la recaudación, asimismo las estrategias de cobranza, control y fiscalización son implementadas para que el fisco haga cumplir las obligaciones tributarias invitando a los contribuyentes a realizarlas de manera voluntaria, así como también poder identificar a aquellos contribuyentes que no cumplen con los pagos por evasión, y todo esto con el propósito de hacer que la recaudación sea más productiva y eficiente. Al respecto, Chávez et al. (2023) señalan que las recaudaciones tributarias contribuyen al crecimiento socioeconómico de la población, ya que los recursos obtenidos se invierten en productos o servicios para los contribuyentes.

Lograr obtener una alta tasa de recaudación tributaria, permite atender las

problemáticas sociales y económicas de diversos sectores. No obstante, cuando no se logran las metas de recaudación, el desarrollo económico se ralentiza y los problemas sociales se acentúan. De esto, Echeverría y Erazo (2024) comentan que, cuando existen problemas en la recaudación, se incrementa el riesgo, afectando la gobernabilidad, la estabilidad económica y el desarrollo social. Del mismo modo, Garizabal et al. (2020) manifiestan que el proceso de recaudación es complejo, en parte porque no existe suficiente conciencia en los ciudadanos y las organizaciones sobre el cumplimiento de los deberes tributarios, lo que hace necesario aplicar estrategias que minimicen la evasión fiscal.

Para alcanzar una alta recaudación se requiere, por supuesto, el compromiso de los contribuyentes, pero también de mecanismos eficientes en el servicio de recaudación del país. Además, es indispensable que las personas involucradas en la recaudación tributaria posean ciertas cualidades, sin embargo, existen factores que inciden en el comportamiento de las personas respecto al pago de impuestos, tales como la honestidad, el compromiso, la responsabilidad y el sentido social (Chávez et al., 2023). Estas cualidades deben estar presentes tanto en los contribuyentes como en los trabajadores de la administración tributaria, permitiendo así una recaudación sólida, lo cual se logra a través de una cultura tributaria, la misma debe enfocarse en desarrollar estrategias para concienciar a la población, a las organizaciones y a las entidades responsables de la administración fiscal, creando un ambiente de confianza que permita mejorar las recaudaciones y, así, impactar positivamente en la economía del país.

Importancia de la cultura tributaria

En este sentido, la investigación de Martínez (2020) hace referencia a que el comportamiento fiscal está determinado en gran medida por una cultura tributaria en la que la población conoce las fortalezas y debilidades de los impuestos y sus mecanismos de recaudación. Esto se asocia al conocimiento de la población sobre los sistemas tributarios. De la misma manera se hace referencia a que la estrategia

tributaria comunicativa es parte fundamental para dar a conocer los beneficios que trae consigo recaudar los tributos establecidos por el Estado.

Es por ello por lo que Chávez et al. (2020) expresa que es el mismo Estado quien debe ser responsable de fomentar la cultura tributaria, comunicando y educando a los residentes de un país indicando que:

“Educar a los residentes para que paguen implica promover el cumplimiento voluntario de todas las obligaciones fiscales, garantizando que estos deberes se reflejen en participaciones conjuntas entre los sujetos activos y pasivos. Es importante recuperar la confianza de los habitantes en el proceso de asignación de recursos, ya que muchos ciudadanos son cautelosos con las autoridades al cubrir sus obligaciones, pues no ven reflejado su cumplimiento en obras que mejoren su calidad de vida. Además, es fundamental asegurar la transparencia en la información generada por las autoridades en los diferentes territorios (cantones, provincias, países). Es decir, toda la información debe ser accesible, resaltando las ventajas de las administraciones estatales en términos de bienestar, escolarización, infraestructura, vialidad, entre otros” (pág. 1061)

Sin duda, la clave para infundir una cultura tributaria en la sociedad es mejorar la educación, especialmente la educación fiscal. Echeverría y Erazo (2024) señalan que la educación fiscal es un instrumento esencial para transformar la dependencia social, permitiendo a los contribuyentes comprender y valorar la importancia de cumplir con sus deberes tributarios. Esta educación proporciona los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para entender el sistema fiscal y gestionar las propias finanzas, lo que facilita generar utilidades y, por ende, motiva a cumplir con la declaración de impuestos. Asimismo, Martínez (2020) sostiene que la educación fiscal debe integrarse en programas educativos a todos los niveles, a fin de concienciar a los ciudadanos sobre el compromiso de cumplir con sus obligaciones fiscales.

En consecuencia, la educación desarrolla nuevos hábitos en los contribuyentes, lo cual va a generar una cultura tributaria en la sociedad y en definitiva una conciencia de la importancia de los impuestos para el desarrollo social, productivo, económico y cultural de las regiones. Esta nueva cultura tributaria estaría consciente de que pueden desarrollarse nuevas formas de recaudación tributaria para mejorar las condiciones de las sociedades. Los mecanismos para incrementar la recaudación tributaria pueden ser amplia, sobre todo en organizaciones que generan grandes utilidades por el desarrollo de productos. Muchas de estas organizaciones desarrollan la exportación o lo que se denomina el comercio internacional.

Comercio internacional y el Impuesto mínimo global

Uno de los elementos de la recaudación de impuestos es el denominado Impuesto Mínimo Global, el cual se estableció para fomentar el comercio internacional entre países, dicho impuesto surgió hace más de una década, pero comenzó a aplicarse en 2023. Al respecto, Christians et al. (2023) señalan que el Impuesto Mínimo Global tiene como objetivo que los grupos multinacionales paguen una tasa impositiva mínima del 15 % en cada país donde operan. Por ello, establecer un impuesto mínimo global es un mecanismo adecuado para la realidad de los países que participan en el intercambio comercial, siempre que formen parte del Pilar Dos del Proyecto de Anti-Erosión de la Base Imponible Global (GloBE).

El Pilar Dos del Proyecto GloBE, (Anti-Erosión de la Base Imponible Global), tiene el propósito de prevenir la erosión de la base imponible, y el traslado de beneficios a jurisdicciones con impuestos más bajos, garantizando que estas empresas paguen una cantidad mínima de impuestos en todas las jurisdicciones donde operan. Según el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias CIAT (2021) este acuerdo tiene alcance en 137 países y jurisdicciones, entre estos Países de América Latina como Argentina, Brasil, Chile, México, Panamá, Perú, los países de la OCDE,

Irlanda, Hungría, Estonia, otros que están en proceso, Bélgica y Reino Unido.

Por lo tanto, la presente investigación se enfoca en conocer aspectos relevantes de la tributación, la cultura tributaria y los beneficios del Impuesto Mínimo Global que permitirán establecer como objetivo general analizar las características, importancia, efectos y utilidad del Impuesto Mínimo Global. Todo esto a través del desarrollo de una metodología con diseño bibliográfico, aplicando un enfoque descriptivo y documental al análisis de documentos disponibles en la web que están relacionados con la variable de investigación.

Metodología

Diseño de la investigación

El desarrollo metodológico de esta investigación tiene un diseño bibliográfico. Muñoz (2015) señala que este diseño depende del objeto o sujeto a investigar, con el propósito de explorar la información de otras investigaciones para analizar o resolver la problemática en estudio. En este sentido, la perspectiva de otras visiones a través de publicaciones de distintos autores permite analizar la situación que se desea investigar. En este sentido, Vázquez (2020) señala que incluir estas visiones aporta un nuevo sentido y significado, generando una reflexión crítica sobre el objeto de estudio.

Tipo de investigación

Del mismo modo, el procedimiento metodológico se basa en una investigación documental la cual, según Albornoz et al (2023), se fundamenta en fuentes bibliográficas que contienen información relevante y que sería imposible obtener de primera mano. Por otro lado, también se basó en una investigación descriptiva la cual Albornoz et al. (2023) sostiene que este tipo de investigación implica una recolección de datos que conforma una relación interactiva, seguida de una fase confirmativa, la cual consiste en el análisis de dichos datos. Por ello, la presente investigación necesita recopilar información sobre impuestos, impuesto mínimo

global, comercio internacional, comercio electrónico y crisis global para cumplir con las expectativas del objetivo general.

Para este fin, es fundamental analizar las fuentes primarias, las cuales según La Universidad de Guadalajara, (2024) señalan que las fuentes primarias incluyen documentos como libros, artículos científicos, trabajos de grado, reportes, informes técnicos y testimonios de expertos, los cuales contienen información relevante al tema de investigación. La búsqueda de estos documentos se realizó mediante motores de búsqueda como Google Académico y Scielo.

Criterios de inclusión y exclusión

Se utilizaron palabras clave relacionadas con el tema de estudio entre estas:

Impuesto

Recaudación

Cultura tributaria

Impuesto Mínimo Global

Comercio internacional y electrónico

Se procedió a seleccionar documentos con una antigüedad no mayor a cinco años, salvo excepciones en casos de información de gran relevancia para el desarrollo de este trabajo, y documentos en idioma inglés y español.

Se excluyeron todos aquellos documentos repetidos, sin conclusiones, y que no cumplieran con lo antes detallado.

Con los documentos recopilados, se procede a desarrollar la investigación descriptiva al respecto Sánchez et al. (2018) señalan que este tipo de investigación busca identificar las características del fenómeno o tema de estudio. De igual forma, Hernández et al. (2014) afirman que este tipo de investigación permite identificar las propiedades importantes de una situación o muestra de estudio. Así, este enfoque permite un análisis con enfoque cualitativo detallado de las características, importancia, efectos y utilidad

del impuesto mínimo global, el cual constituye el objetivo principal de este artículo.

En cuanto a las limitaciones de la investigación se menciona que por ser de tipo bibliográfico descriptivo apoyado en un análisis con enfoque cualitativo no se considera una población y muestra específica para realizar un análisis más detallado del tema, a través de un enfoque cuantitativo.

Resultado

El comercio internacional y el comercio electrónico

Desde la antigüedad, uno de los mecanismos que ha permitido el desarrollo de las sociedades ha sido el comercio. Frohmann et al. (2021) señalan que este surge por la demanda de las sociedades y la oferta de los productores o proveedores, junto con las políticas y mecanismos establecidos en cada región para facilitar el intercambio. Así, las sociedades comenzaron realizando trueques para satisfacer sus necesidades más básicas, pero con el tiempo, el intercambio evolucionó hacia el uso de monedas de valor. Esta transición marcó el inicio de las finanzas y economías de las naciones. El crecimiento de la comercialización se aceleró con la revolución industrial, ya que las personas buscaban productos o servicios de mayor calidad y eficiencia, logrados gracias a la sinergia entre el hombre y la máquina.

El ser humano desarrolló la producción de manera más rápida utilizando herramientas y maquinarias, logrando productos de mayor precisión y calidad. La evolución constante de la humanidad ha ido intensificando esta necesidad de comercio, haciéndolo cada vez más relevante e importante. La innovación tecnológica ha sido un factor clave en este desarrollo, desde las máquinas a vapor, luego eléctricas, hasta la incorporación de la inteligencia artificial para ofrecer nuevas soluciones. Raffo y Hernández (2021) sostienen que este desarrollo evolutivo y exponencial fue fundamental para el aumento de la producción en diversas economías del mundo, como resultado del esfuerzo en la generación

de conocimientos especializados en áreas específicas.

Lo anterior indica que aquellas sociedades que investigan y desarrollan conocimientos en áreas específicas pueden aumentar su producción, generando así un impacto significativo en el comercio. El comercio, como parte de esta evolución, se ha convertido en un motor de crecimiento para la humanidad. De aquí surge una vertiente del comercio que depende de la exportación: el comercio internacional, en el cual dos o más países intercambian productos de acuerdo con las políticas y recursos de cada nación. Suriaga y Hidalgo (2021) definen el comercio internacional como un acuerdo de “ganar-ganar” entre los países participantes, que logra mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Del mismo modo, Pimentel (2020) comenta que, al abrir sus fronteras, un país puede acceder a nuevos mercados, desarrollar la comercialización y mejorar su productividad, satisfaciendo las demandas de nuevos clientes.

Otra forma de entender la importancia del comercio internacional es detallando las ventajas que ofrece a aquellos países que desean participar en esta forma de cooperación, tal como se muestra a continuación y expresado por (Suriaga y Hidalgo, 2021):

Ventaja Comparativa: Se refiere al desarrollo de productos y servicios más significativos de la región y del cual su producción es más eficiente, lo que permite que se genere un impacto importante, una entrega más rápida y un mejor precio, considerando el costo de oportunidad que le brinda el nuevo mercado.

Economía de escala: Un país que desea vender en nuevos mercados fuera de sus fronteras debe aumentar su producción para garantizar el abastecimiento tanto de los nuevos nichos como del mercado local. Al producir en mayor proporción, se genera un incremento en la economía de escala, impactando favorablemente a la sociedad. El costo de producir en mayor escala es menor.

Competencia: Cuando existe competencia en el mercado, aumenta la calidad y mejora el precio de los productos. La competencia beneficia la productividad, ya que impulsa a las organizaciones a esforzarse más, invirtiendo en innovación y tecnología para demostrar que su producto o servicio es superior.

Transferencia tecnológica: Con el aumento de la productividad en el comercio internacional, se incrementa la transferencia de tecnología, permitiendo que las organizaciones cuenten con el apoyo de terceros especializados en tecnología. Estas empresas tecnológicas subcontratadas suelen provenir de países con mayor desarrollo.

Aprendizaje e innovación: Con el desarrollo del comercio internacional, crece la necesidad de aprender nuevas formas de producción, lo que genera conocimientos que permiten aumentar la productividad, eficiencia y calidad. Con estos conocimientos se desarrollan innovaciones, gracias a las relaciones establecidas con organizaciones de otros países, lo que produce avances tecnológicos que, sin el comercio internacional, no podrían lograrse.

Empleos: El comercio internacional tiene como mayor impacto la generación de empleo, tanto de manera directa como indirecta, lo que resulta en un mayor rendimiento y rentabilidad económica y financiera para las sociedades.

Seguridad y transparencia: La relación entre dos países que participan en el comercio debe fundamentarse en la seguridad y la transparencia. Las regiones deben garantizar la seguridad tanto de la infraestructura como de los negocios que se desarrollan, por lo que las políticas y mecanismos implementados por los gobiernos deben estar alineados con el comercio. Es fundamental establecer estrategias que aseguren la sostenibilidad del comercio; para ello, es necesario contar con transparencia en los estados financieros, lo que generará confianza entre las partes.

Obtención de materia prima: En el proceso de producción, la materia prima juega

un papel crucial. En ocasiones, esta no se encuentra disponible en el mercado local, por lo que el comercio internacional permite establecer vínculos con organizaciones externas para obtener dicha materia prima, a menudo a precios más competitivos.

Integración: La integración entre los países que participan en el comercio internacional beneficiará diversos aspectos sociales, económicos, productivos y culturales. Cuanto mayor sea la integración, mayor será el impacto positivo en las sociedades involucradas.

Todas estas ventajas benefician en gran medida al comercio internacional, tanto para los países importadores como para los exportadores. En este sentido, el desarrollo del comercio internacional puede ser el resultado de diversas variables; sin embargo, depende de múltiples recursos, como los humanos, financieros, materiales, tecnológicos e incluso naturales. A lo largo de los años, el desarrollo de la producción ha tenido un impacto significativo en el medio ambiente, debido a la utilización de recursos naturales y a los efectos nocivos que afectan considerablemente el cambio climático. Esta situación es relevante en relación con la sostenibilidad del planeta.

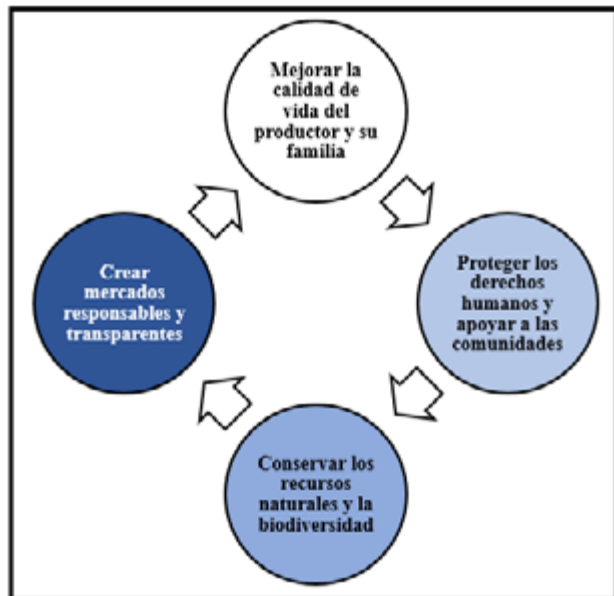
Es una debilidad y una amenaza para el comercio internacional la falta de reglas, políticas o mecanismos que desarrollen los procesos de una manera más amigable con el medio ambiente. Por ello, al implementar el comercio exterior, es necesario analizar el impacto en la sostenibilidad. Frohmann et al. (2021) señalan que se deben aplicar políticas que fomenten el desarrollo del comercio internacional sostenible, y lo primero que se debe llevar a cabo es un estudio del impacto.

Parte del estudio del impacto en el medio ambiente y de la sostenibilidad del comercio internacional debe estar asociado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados en la Agenda de las Naciones Unidas (ONU) para 2015-2030. Esta situación hace que el comercio internacional esté enmarcado en los objetivos

de estándares de sostenibilidad, tal como se visualiza en la Figura 1.

Figura 1

Objetivos de los estandares de sostenibilidad.



Nota: La información se baso en la investigación de Frohmann et al. (2021)

Impuesto Mínimo Global, importancia y características

Tabla 1

Características del Impuesto Mínimo Global.

Nº	AUTOR	CARACTERÍSTICAS
1	Carra (2022)	El Impuesto Mínimo Global se establece en un 15% para las multinacionales con ingresos superiores a 750 millones de euros, con el objetivo de eliminar en parte el Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales (IDS)
2	Christians et al. (2023)	El impuesto se implementa a través del régimen de Erosión de Base Global Anti (GloBE). Si un país participante establece su tasa impositiva por debajo del 15%, otros países pueden imponer un impuesto adicional para asegurar el cumplimiento con la tasa mínima.
3	Prado (2023)	Existen dos reglas importantes para cumplir con el GloBE: una es la Regla de Inclusión de Ingresos (IIR) y regla de los pagos insuficientes gravados (UTPR).
4		El IIR significa que el país de residencia de la casa matriz de la multinacional podrá gravar con una tasa adicional hasta alcanzar el 15%, por lo que podrá solventar si en algún país donde opera no decide gravar las rentas generadas en su jurisdicción.
5		El UTPR se aplica cuando no se haya ejecutado el IIR o que en el país donde se encuentra la matriz de la multinacional no se aplica el pilar dos. Esto se logra por la vía de limitar las deducciones en las distintas entidades del grupo, de aquellos pagos que no están gravados con el impuesto mínimo por parte del país receptor de dichos pagos.
6	OCDE/BID (2024)	Los países que decidan adoptar el Impuesto Mínimo Global deben aceptar implementar y administrarlas de manera consistente con las reglas modelo. Además de que pueden aplicar cualquier regimen de protección o puerto seguro acordado.
7	Fajardo (2022)	Se deben establecer instituciones que permitan el cumplimiento del Impuesto Mínimo Global a las empresas multinacionales.

Tabla 2

Importancia del Impuesto Mínimo Global.

Nº	AUTOR	IMPORTANCIAS
1	Amar y Grondona (2021)	Busca establecer reglas o normas para una tasa mínima global que permitiría controlar o disminuir la renta de las empresas que tienen tasas muy nulas o reducidas en las jurisdicciones que se encuentran, lo que produciría que estas empresas contribuyan con la sociedad, de origen o de residencia, el pago de un impuesto sobre la renta.
2	Fajardo (2022)	La regularización de este pago de Impuesto Mínimo Global por parte de las multinacionales permite tener una competencia más justa entre las PyME, producto de que el ambiente es más justo para todos, gracias a la transparencia.

Tabla 3
Efectos del Impuesto Mínimo Global.

Nº	AUTOR	IMPORTANCIAS
1	Prado (2023)	La aplicación del Impuesto Mínimo Global coloca en riesgo los estímulos para las inversiones a futuro, anulando los mecanismos como las zonas francas y beneficios a la promoción de inversiones.
2		Representa una renuncia a la recaudación de impuestos locales, logrando impactar a los países de residencias de las casas matrices de la multinacionales para que sean garvadas allí.
3	OCDE/BID (2024)	Los resultados del enfoque común crean un marco de normas nacionales que entrelazadas apoyan la función del Impuesto Mínimo Global a los grupos multinacionales.
4		Si el sistema tributario interno de una jurisdicción fomenta la inversión en activo tangibles y en creación de empleo para los grupos transnacionales produciendo una recaudación baja, esto no puede generar ningún impuesto complementario bajo el Impuesto Mínimo Global; al contrario el grupo tiene inversiones en esa jurisdicción por lo que es exento del Impuesto Mínimo Global.
5	Portillo (2023)	La aplicación de un Impuesto Mínimo Global permitirá que las jurisdicciones deban modificar sus políticas tributarias y adaptarlos a lo que establece las reglas del GloBE. Si no se adecuan a estos nuevos cambios, entonces las recaudaciones pasaran a los países de la casa matriz del grupo trasnacional, logrando aumentar sus arcas públicas y así satisfacer las necesidades de sus ciudadanos.

Tabla 4
Utilidad del Impuesto Mínimo Global.

Nº	AUTOR	IMPORTANCIAS
1	OCDE/BID (2024)	Si un grupo multinacional no obtienen utilidades mucho mayores a lo estipulado en las reglas GloBE no se verán afectadas por el Impuesto Mínimo Global producto de que tienen suficientes costos salariales y activos tangibles en la jurisdicción.
2	Magadán y Mesas (2021)	Una vez que los grupos multinacionales y los países deseen afiliarse a las reglas del GloBE y a la aplicación del Impuesto Mínimo Global, se podrá lograr una estabilidad en el sistema tributario mundial, logrando una mayor seguridad jurídica en materia tributaria.

Discusión

El desarrollo del comercio internacional con conciencia del cumplimiento de los objetivos de los estándares de sostenibilidad no solo permitirá que las organizaciones logren perdurar en el tiempo, sino que cumpla con el desarrollo de actividades con menor impacto ambiental y

con mayor incidencia en la resolución de los problemas sociales. Estos efectos son logrados en todas las etapas de la producción, desde el inicio con la transformación de la materia prima, logrando la transición a productos terminados. Olmos (2021) manifiesta que el comercio internacional desarrolla una sostenibilidad social produce un impacto en las comunidades desde el mismo desarrollo de las cadenas de producción, comercialización, consumo de bienes y servicios, gracias a la oferta de empleo y a la protección de los trabajadores en función de sus derechos y de su seguridad laboral.

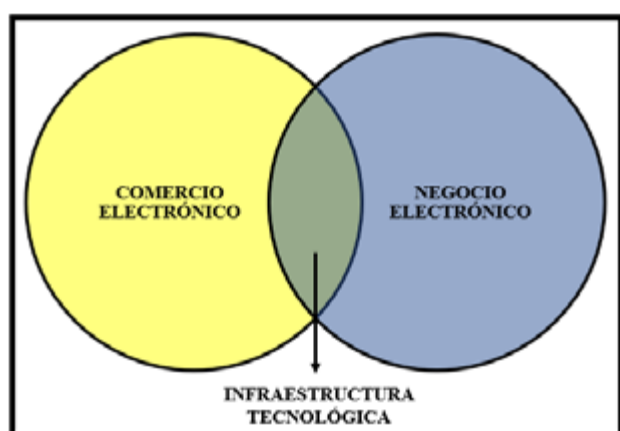
Esta realidad se ha manifestado a través de la data de impacto del comercio internacional a lo largo de los años. Según la investigación de Raffo y Hernández (2021) señala que entre el año 2000 y 2018 hubo un incremento del comercio mundial en una tasa promedio del 4,1%, así mismo se dio un incremento de las exportaciones a precios constantes, superando la década de los 80 y de los 90. De la misma forma, Ecuador presenta un crecimiento en el comercio internacional, fuera de la exportación de petróleo, impulsado por el banano, camaron blanco, aceite de palma, enre otros. Al respecto, Jiménez (2021) comenta que el Banco Central de Ecuador para el año 2020 registra datos de exportaciones no petroleras con un crecimiento del 10%; además de una caída del 24% en las importaciones. Esto refleja que el rendimiento dentro de los sectores productivos de Ecuador aumentaron, por lo que los productos y servicios cumplen con la satisfacción del mercado interno y con ello logran impactar los nichos de mercado en los demás países.

Por otra parte, este impacto de la productividad dentro de las organizaciones es consecuencia del crecimiento exponencial de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), donde el desarrollo de equipos tecnológicos y del auge del internet ha permitido el acercamiento de las organizaciones de diversas latitudes, dando origen al comercio electrónico. Chavez et al. (2020) señalan que el comercio electrónico es producto de las transacciones comerciales que se desarrollan de manera virtual, gracias al internet como

medio, logrando gran impacto por la rapidez del proceso y de la satisfacción de ambas partes, vendedor-comprador. Del mismo modo, Robayo (2020) manifiesta que hay una diferencia entre comercio electrónico de negocio electrónico, donde el primero se realiza a través del internet y el segundo utiliza las TIC para mejorar los procedimientos dentro de las organizaciones; no obstante, ambas requieren de una infraestructura tecnológica. Esta relación se detalla en la Figura 2.

Figura 2

Relación entre comercio y negocio electrónico.



Nota: Tomado de la investigación de Robayo (2020).

La infraestructura tecnológica es fundamental, así como las características que se desarrollan dentro del comercio electrónico, donde prevalece la relación entre las partes que forman el mercado: el consumidor y el comerciante. Esta relación, según Álvarez et al. (2021), está basada en la confianza, la lealtad, la seguridad, la satisfacción, la minería de datos, las redes sociales y la innovación, lo que permite un desarrollo eficiente, productivo y de calidad entre ambas partes.

Además, parte del crecimiento del comercio electrónico se debe a las características de los nuevos consumidores, quienes tienen un gran dominio sobre la infraestructura tecnológica. Heredia y Villarreal (2022) señalan que los consumidores de la era digital manejan la web y los protocolos de pago electrónicos, a diferencia de los consumidores tradicionales, quienes no se han actualizado con respecto al

desarrollo tecnológico que ha crecido de manera exponencial en los últimos años.

Esta situación de los consumidores tradicionales también se refleja en los países en vías de desarrollo, donde, en primer lugar, no tienen la motivación para desarrollar sus actividades a través de la virtualidad y, en segundo lugar, carecen de infraestructura tecnológica adecuada. El acceso a equipos tecnológicos y a Internet requiere grandes inversiones económicas, lo que dificulta su adquisición, especialmente en poblaciones que perciben salarios mínimos. Zambrano et al. (2021) determinaron en su investigación que en Ecuador existe una preferencia por el comercio tradicional; sin embargo, desde la pandemia por COVID-19, el comercio electrónico ha comenzado a desarrollarse, impulsando a los consumidores a migrar hacia la virtualidad. Además, las organizaciones han estado transformándose en negocios electrónicos, y la infraestructura electrónica continúa creciendo.

Por lo tanto, el comercio internacional ha recibido un gran impulso del comercio electrónico, permitiendo un considerable movimiento en los mercados.

Por otro lado, la infraestructura tecnológica es fundamental, así como las características que se desarrollan dentro del comercio electrónico, donde prevalece la relación entre las partes que forman el mercado: el consumidor y el comerciante. Esta relación, según Álvarez et al. (2021), se basa en la confianza, la lealtad, la seguridad, la satisfacción, la minería de datos, las redes sociales y la innovación, lo que permite un desarrollo eficiente, productivo y de calidad entre ambas partes.

Además, parte del crecimiento del comercio electrónico se debe a las características de los nuevos consumidores, quienes tienen un gran dominio sobre la infraestructura tecnológica. Heredia y Villarreal (2022) señalan que los consumidores de la era digital manejan la web y los protocolos de pago electrónicos, a diferencia de los consumidores tradicionales, que no se han actualizado con respecto al

desarrollo tecnológico, el cual ha crecido de manera exponencial en los últimos años.

Esta situación de los consumidores tradicionales también se refleja en los países en vías de desarrollo, donde, en primer lugar, no tienen la motivación para desarrollar sus actividades a través de la virtualidad y, en segundo lugar, carecen de una infraestructura tecnológica adecuada. El acceso a equipos tecnológicos y a Internet requiere grandes inversiones económicas, lo que dificulta su adquisición, especialmente en poblaciones que perciben salarios mínimos. Zambrano et al. (2021) determinaron en su investigación que en Ecuador existe una preferencia por el comercio tradicional; sin embargo, desde la pandemia por COVID-19, el comercio electrónico ha comenzado a desarrollarse, impulsando a los consumidores a migrar hacia la virtualidad. Además, las organizaciones han estado transformándose en negocios electrónicos, y la infraestructura electrónica continúa creciendo.

Por lo tanto, el comercio internacional ha recibido un gran impulso del comercio electrónico, permitiendo un considerable movimiento en los mercados.

Conclusiones

El desarrollo de las actividades productivas dentro de una sociedad busca generar soluciones a las necesidades de sus ciudadanos, activando la economía, ofreciendo empleos constantes, promoviendo la capacitación, fomentando la innovación tecnológica y garantizando la eficiencia de productos y servicios, entre otros. La producción entra en los nichos de mercados internos, logrando un impacto positivo; sin embargo, hay necesidades que no son satisfechas a través de las organizaciones locales, por lo que se recurre a las importaciones para lograr una satisfacción más profunda. Del mismo modo, las empresas locales pueden acceder a otros nichos de mercado gracias a la exportación. Esta situación se denomina comercio internacional.

El comercio internacional ha sido una respuesta oportuna a lo que se conoce como

globalización, impactando a muchas sociedades a través de sus productos y servicios. Las consecuencias del comercio internacional se manifiestan en nueve áreas, destacando la competencia, el intercambio tecnológico, el aprendizaje e innovación, la generación de empleos, la transparencia y la obtención de materia prima. Además, el comercio internacional ha crecido debido al aumento exponencial del comercio electrónico, facilitado por el desarrollo de equipos tecnológicos y el acceso a Internet. El comercio electrónico ha permitido que los productos lleguen de manera más rápida, eficiente y eficaz a los consumidores, generando satisfacción.

Sin embargo, este comercio internacional ha sufrido efectos considerables debido a las crisis económicas globales y locales en las jurisdicciones donde se lleva a cabo. Las crisis económicas impactan la sostenibilidad y la viabilidad de las organizaciones, lo que lleva a naciones y gobiernos a desarrollar mecanismos para incentivar el comercio internacional. Una de las estrategias se relaciona con los sistemas tributarios. La recaudación fiscal es importante para el desarrollo local, ya que el dinero en las arcas públicas puede satisfacer las necesidades sociales de la población. En este sentido, es relevante destacar que existen mecanismos globales que buscan ayudar y fomentar un sistema tributario que impacte significativamente tanto a las jurisdicciones como a las empresas transnacionales que invierten y desarrollan comercio internacional.

El Impuesto Mínimo Global es una estrategia que busca generar mayor responsabilidad en las organizaciones y en las sociedades, estableciendo un gravamen de productividad del 15% para las organizaciones internacionales que generen ingresos mínimos de 750 millones de euros anuales. Los países que desean implementar el Impuesto Mínimo Global deben cumplir con la regla GloBE. Esta situación permite que estas grandes empresas paguen un impuesto considerable a la jurisdicción local donde desarrollan su mercado y así cumplan con su obligación tributaria. Si la jurisdicción nacional no aplica el gravamen del 15%, este

se ejecutará en los países donde se encuentra la casa matriz de la organización internacional, beneficiando así a ciudadanos ajenos a donde se desarrolla la producción. Sin duda, se ejerce una presión de cumplimiento tributario sobre las grandes empresas transnacionales. Por lo tanto, los países que deseen formar parte de o fomentar el Impuesto Mínimo Global tendrán que adecuar sus políticas tributarias a las establecidas por la regla GloBE, para así recaudar y satisfacer sus propias necesidades, sin olvidar ejecutar estrategias que fomenten la inversión extranjera y la generación de empleos.

Referencias bibliográficas

- Alvarez, E. L., Barragan, J. L., & Menendez, J. E. (2021). Comercio electrónico y estrategia de empresa a empresa (B2B): una revisión bibliométrica. *Revista Espacios*, 42(22), 33-50. Obtenido de <https://revistaespacios.com/a21v42n22/a21v42n22p03.pdf>
- Amar, A., & Grondona, V. (2021). *Economía digital y tributación: el caso argentino en el marco de la experiencia internacional*. Buenos Aires: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/9d8a366d-9ee2-480d-b460-ae24cefadf2c/content>
- Beltrán, P., Gómez, J. C., & Pico, A. L. (2020). Los impuestos directos e indirectos y su incidencia en el crecimiento económico en el Ecuador. *Identidad bolivariana*, 4(2), 103-128. Obtenido de <https://identidadbolivariana.itb.edu.ec/index.php/identidadbolivariana/article/view/153>
- Carra, M. (2022). Los Impuestos sobre determinados Servicios Digitales: ¿son incompatibles con las normas sobre ayudas de Estado de la Unión Europea? *Revista Boliviana de Derecho*(33), 482-511. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8319463>.
- Chávez, J., Bonilla, A., Monterroso, N., & Romero, R. (2023). Gestión para la recaudación de impuestos municipales: diagnóstico y propuesta. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(103), 1052-1067.
- Chavez, R. D., Aldaba, M. N., & Corrales, C. E. (2020). Una revisión teórica sobre la adopción del comercio electrónico. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 7(1), 61-66. Obtenido de https://riva.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1418
- Christians, A., Lassourd, T., Mataba, K., Ogbebor, E., Readhead, A., Shay, S., & Poug, Z. (2023). *Entender y adaptarse al impuesto mínimo global: una guía para los países en desarrollo*. Canada: The International Institute for Sustainable Development and International Senior Lawyers Project. Obtenido de <https://www.iisd.org/system/files/2023-06/guide-developing-countries-adapt-global-minimum-tax-final-es.pdf>
- Cortés, M. E., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen, Campeche, México: Colección Material Didáctico. Universidad Autónoma del Carmen.
- Dos Santos, F. (2021). Crisis financiera mundial en el periodo 1980-2008: reflexiones sobre la relación de la globalización con las posibles causas. *Revista de Ciencias Empresariales y Sociales*, 5(4), 1-33. Obtenido de <https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/empresarialesysociales/article/view/1121>
- Echeverría, C. D., & Erazo, J. C. (2024). La Educación Fiscal: su impacto en la recaudación y el cumplimiento tributario. *Revista Conrado*, 20(96), 167-181. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442024000100167&lang=es
- Fajardo, G. (2022). *El Impuesto Mínimo Global y la doble imposición empresarial: implicaciones para los Estados y las multinacionales!* Madrid: Investigación

- del Área de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/58897>
- Frohmann, A., Mulder, N., & Olmos, X. (2021). Los incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional. En A. Frohmann, N. Mulder, & X. Olmos, *Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional* (págs. 11-45). Santiago: Documentos de Proyectos (LC/TS.2020/160) Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/af7f8614-936d-4507-bfe3-9499a81e8b52/content>
- Garizabal, L., Barrios, I., Bernal, O., & Garizabal, M. (2020). Estrategias de planeación tributaria para optimizar impuesto de los contribuyentes. *Revista espacios*, 41(8), 1-8. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n08/a20v41n08p01.pdf>
- Heredia, D. E., & Villarreal, F. L. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 13(1), 1-33. Obtenido de <https://comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/333>
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, D. F. - México: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S.A.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la investigación; Guía para una comprensión holística de la ciencia, 4ta edición*. Caracas, Venezuela: Quirón Ediciones.
- Jácome, W. (2021). Recaudación de impuestos en Ecuador: 2018–2020. *Revista Qualitas*, 22, 028-045. Obtenido de <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/103>
- Jiménez, J. (2021). Análisis a las Innovaciones de los Incoterms 2020 y la Situación Actual del Comercio Exterior del Ecuador. *Ciencias Sociales y Económicas*, 5(1), 53-71. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csy/article/view/423>
- Juárez, G., Sánchez, A., & Zurita, J. (2015). La crisis mundial financiera de 2008 y algunos de sus efectos económicos sobre México. *Contaduría y Administración*, 60(S2), 128-146. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000600128
- Jumbo, D. P., Campuzano, J. A., Vega, F. Y., & Luna, Á. E. (2020). Crisis económicas y covid-19 en Ecuador: impacto en las exportaciones. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 103-110. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000600103&script=sci_arttext
- Magadán, J. M., & Mesas, M. (2021). *Impuesto mínimo global ¿Cómo afecta a las compañías de nuestro país?* Obtenido de <https://www.pwc.com.ar/es/5-minutos-de-tu-agenda/assets/ed-2021-11-100.pdf>
- Martínez, C. (2020). La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuestos en Panamá. *Revista FAECO sapiens*, 3(2), 1-12. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/221/2211235004/>
- Muñoz, C. I. (2015). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Oxford University Press México, S.A. de C.V.
- Núñez, F. J. (2021). *Necesidad de regular en el Ecuador la imposición sobre la renta en el comercio electrónico de intangibles*. Quito, Ecuador: Trabajo de investigación de la Maestría en Planificación Tributaria y Fiscalidad Universitaria de la Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8423>
- Ocampo, J. A. (2009). Impactos de la crisis financiera mundial sobre América Latina. *Revista CEPAL*, 9-32. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cd3745a7-88a7-42aa-9edf-3a5728601f87/content>

- OCDE/BID. (2024). *Manual de Implementación del Impuesto Mínimo (Segundo Pilar): Marco Inclusivo sobre BEPS*. Paris: Proyecto de la OCDE y del G-20 sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios, OECD. Obtenido de <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/topics/policy-sub-issues/global-minimum-tax/manual-de-implementacion-del-impuesto-minimo-segundo-pilar.pdf>
- Olmos, X. (2021). Instrumentos para identificar y reducir los impactos sociales vinculados al comercio internacional. En A. Frohmann, N. Mulder, & X. Olmos, *Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional* (págs. 47-68). Santiago: Documentos de Proyectos (LC/TS.2020/160) Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/af7f8614-936d-4507-bfe3-9499a81e8b52/content>
- Pimentel, G. (2020). *La inteligencia artificial y su influencia en la eficiencia del comercio internacional, 2020*. Lima, Perú: Trabajo de grado para optar la título de Licenciado en International Business de la Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e190d249-c1ca-4006-bf5f-cf1b0d0a12cd/content>
- Portillo, I. (2023). Impuesto mínimo global: algunas controversias y perspectivas de futuro. *Zergak*, 66(2), 4-19. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9378691>
- Prado, F. (2023). *La propuesta de un Impuesto Mínimo Global*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/uy/es/pages/tax/articles/la-propuesta-de-un-impuesto-minimo-global.html>
- Raffo, L., & Hernández, E. A. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del CENES*, 40(71), 133-164. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-30532021000100133&script=sci_arttext
- Robayo, D. M. (2020). *El comercio electrónico: concepto, características e importancia en las organizaciones*. Bogotá: Generación de contenidos impresos N.º 20. Editorial de la Universidad Cooperativa de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/d3ff11ab-fda9-4b6c-a10c-7ba61ece8e8a>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma, Vicerrectorado de Investigación. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>
- Suriaga, M. A., & Hidalgo, W. A. (2021). Pinceladas del Comercio Internacional. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(13), 27-43. Obtenido de <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/142>
- Vásquez, W. (2020). *Metodología de la Investigación. Manual del Estudiante*. UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES.
- Zambrano, B., Castellanos, E. B., & Miranda, M. A. (2021). El E-Commerce en las empresas ecuatorianas: Un análisis de los informes de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el marco de la pandemia covid-19. *Revista Publicando*, 8(2), 13-20. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878149>