

Estimación de la importación de servicios digitales en la balanza de pagos de la Argentina

Documentos de trabajo **n° 27**

Buenos Aires, julio de 2019



Ministerio de Hacienda
Presidencia de la Nación

Instituto Nacional de
Estadística y Censos
República Argentina



Estimación de la importación de servicios digitales en la balanza de pagos de la Argentina

Documentos de trabajo n° 27

Julio de 2019

Esta publicación fue realizada por la Lic. María de las Mercedes Juaristi Llorens y la Lic. Florencia Victoria Dal Bianco de la Dirección de Bienes y Servicios Reales.

ISSN 0326-6222

ISBN 978-950-896-547-9

Instituto Nacional de Estadística y Censos - I.N.D.E.C.

Estimación de la importación de servicios digitales en la balanza de pagos de la Argentina.
- 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, 2019.

Libro digital, PDF - (Documentos de trabajo ; 27)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-896-547-9

1. Empresas de Servicios. 2. Medios Digitales. I. Título.
CDD 338.47005376

Libro de edición argentina



Esta publicación utiliza una licencia Creative Commons. Se permite su reproducción con atribución de la fuente.

Responsable de la edición: Lic. Jorge Todesca

Director técnico: Mag. Pedro Lines

Directora de la publicación: Mag. Silvina Viazzi

Coordinación de producción editorial: Lic. Marcelo Costanzo

Buenos Aires, Julio de 2019.

Publicaciones del INDEC

Las publicaciones editadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos están disponibles en www.indec.gob.ar y en el Centro Estadístico de Servicios, ubicado en Av. Presidente Julio A. Roca 609 C1067ABB, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. También pueden solicitarse al teléfono +54 11 5031-4632 en el horario de atención al público de 9:30 a 16:00. Correo electrónico: ces@indec.gob.ar

Calendario anual anticipado de informes: www.indec.gob.ar/indec/web/Calendario-Fecha-0



INDECArgentina

Índice

Introducción	4
1. Marco conceptual de los servicios digitales	6
1.1 Naturaleza de la transacción	6
1.2 Modelo de negocio en el que operan las empresas	7
2. Marco impositivo	8
2.1 Fundamentación	8
2.2 Forma de percepción	8
3. Información disponible	10
4. Metodología de estimación	11
4.1 Cálculo	11
4.2 Imputación	11
4.3 Estimación de la importación de servicios digitales para años anteriores	17
4.4 Limitaciones de la estimación	18
Anexo	19
Bibliografía	23

Introducción

El presente documento de trabajo resume la experiencia de la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales (DNCI) del Instituto Nacional Estadística y Censos (INDEC) en el registro de las importaciones de servicios digitales del sector hogares en la balanza de pagos.

Los servicios digitales han cobrado gran importancia en los últimos años a escala global y su masividad ha cambiado la forma de comunicarse, ver películas, viajar y hasta buscar pareja. Esto contribuyó a un aumento exponencial de los intercambios internacionales originados o concretados de manera digital, lo que se convirtió en foco de análisis contemporáneo para muchos organismos internacionales¹, una cuestión de gran interés para el mundo en general y particularmente para la DNCI como encargada de compilar las estadísticas de la balanza de pagos de la Argentina.

Este trabajo consta de cuatro secciones que tienen como objetivo principal definir el concepto de servicio digital, presentar las fuentes de información disponibles y exponer los fundamentos de las imputaciones a los distintos tipos de servicios dentro de la balanza de pagos.

En la primera sección se conceptualizan los servicios digitales, y se detallan los diferentes criterios específicos para su clasificación.

La segunda sección comprende una breve reseña de la legislación vigente en la Argentina a partir de la modificación que conllevó a la aplicación del impuesto al valor agregado (IVA) en los servicios digitales importados desde junio de 2018. Esto posibilitó que la DNCI obtenga datos sobre transacciones para su uso estadístico, ya que las empresas no residentes no están abarcadas en el universo de informantes del INDEC.

En la tercera sección se describe la información recibida por la DNCI, que sirvió de base para la estimación de los servicios digitales en la balanza de pagos.

La última sección detalla la metodología para el cálculo del total de los servicios partiendo de la información sobre el total del monto recaudado. También, el proceso que siguió la DNCI para determinar la correspondencia entre denominación comercial de los oferentes no residentes, país de residencia, y rubro de la balanza de pagos al que se deben imputar los diferentes servicios. Por último, se expone el proceso de estimación para años anteriores a la aplicación de la legislación vigente y las limitaciones que se contemplan en esta estimación.

¹ Entre los principales se cuentan la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Comisión Europea, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el G20, Oficina Nacional de Estadística británica (ONS) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), además de compañías privadas interesadas en colaborar en estas investigaciones.

Finalmente, en el anexo se presentan cuadros con los resultados más importantes de la estimación, participaciones del total de las importaciones de servicios digitales según el país de origen, la forma en que opera la empresa no residente y una tabla de correspondencia entre el servicio de pago que brinda cada empresa y el rubro de la balanza en donde corresponde imputar la importación. También se incluyen gráficos que muestran la evolución de la cuenta corriente, la participación de los servicios digitales en ella y el efecto de esta incorporación en la estimación.

1. Marco conceptual de los servicios digitales

Este apartado sigue el desarrollo teórico del capítulo 2 del borrador del *Manual para la medición del comercio digital*, que está siendo elaborado por el Equipo de Tareas sobre Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios (ETECIS), compuesto por expertos de diversas agencias y organismos internacionales de estadística.

Se entiende por comercio digital aquel que es facilitado por medios digitales que permiten ordenar *online* (por ejemplo, comercio electrónico) o entregar digitalmente (por ejemplo, productos descargables como *softwares* informáticos de diversa índole)². Esta definición se basa en la naturaleza de la transacción, y no en la naturaleza del producto que se comercia; la última solo permite clasificar los productos comerciados en bienes o en servicios, lo que facilita su correcta inclusión en la balanza de pagos.

Existe un tercer producto comercializado digitalmente, que es la información o los datos recabados por plataformas tales como Facebook o Google y que aportan sus usuarios al aceptar los términos y condiciones para el uso gratuito del servicio. Debido a que este producto no tiene valor monetario conocido, no puede ser captado en las estadísticas comerciales.

A continuación, se detalla la naturaleza de las transacciones y se clasifican los servicios digitales por modelo de negocio en el que operan las empresas no residentes respecto a sus ventas digitales.

1.1 Naturaleza de la transacción

Se pueden clasificar como transacciones de solicitud digital³ aquellas iniciadas a través de una página web, de una aplicación o del intercambio electrónico de datos (EDI, por sus siglas en inglés) y cuya recepción puede o no concretarse de manera digital. En el campo de los bienes, las compañías de *e-commerce* constituyen el ejemplo más claro de solicitud digital y entrega no digital. Estas reciben solicitudes a través de sus páginas web, acuerdan la forma de envío y el plazo, y concretan el pago para que luego el comprador reciba el producto en el hogar de forma física. Dentro de esta categoría, se pueden identificar empresas como Alibaba, Amazon o Wish. También resulta interesante mencionar ejemplos de empresas que brindan servicios relacionados con la cuenta Viajes que son ordenados digitalmente, como Booking, Airbnb y JR Pass (que permite solicitar digitalmente pases para viajar en tren dentro de Japón).

Se clasifican como transacciones con entrega digital⁴ aquellas cuyo envío se realiza a través de redes de tecnología de la información y comunicación (TIC), incluyendo internet, en un formato descargable. Los bienes, por su naturaleza, no pueden ser entregados en forma digital; pero los *softwares*, libros electrónicos y servicios de datos son ejemplos que encajan dentro de esta clasificación. Se distingue por sus

² OCDE-OMC (2019), pp. 6-13.

³ OCDE-OMC (2019), pp. 18-19.

⁴ OCDE-OMC (2019), p. 19.

características particulares el servicio brindado o habilitado en plataforma⁵. La transacción se realiza íntegramente en la aplicación o página web específica. Esto sucede en casos como Tinder, Viber, WordPress, Instagram o Dropbox.

1.2 Modelo de negocio en el que operan las empresas

Esta clasificación hace referencia al tipo o modelo de negocio en el que opera la empresa y permite categorizarla como vendedor web o plataforma intermediaria digital según las características del mercado en donde se realiza la transacción.

Los vendedores web comprenden dos tipos diferenciados:

1. Las *webshops* se caracterizan por ser propietarias de los productos o servicios que brindan a través de su página web. Hay un único vendedor que ofrece mayoritariamente productos o servicios de marca propia. Algunas compañías con las que podemos identificar a estas *webshops* son: Microsoft, Apple, One Plus, Norton, entre otras.
2. Los vendedores digitales tienen los derechos de propiedad económica sobre los productos o servicios ofrecidos, pero a diferencia de las *webshops*, cuentan con una amplia gama de productos y marcas competidoras, que pueden incluir productos propios. Algunos ejemplos son Netflix, Spotify y B&H Photo Video.

La otra categoría es la de plataforma intermediaria digital, una interfaz en línea que permite la interacción directa entre múltiples compradores y múltiples vendedores a cambio del pago de una comisión. La empresa no es propietaria o proveedora de los productos o servicios vendidos dentro de la plataforma. Las transacciones se hacen con base en una amplia gama de productos y marcas competidoras. Al no ofrecer productos propios, son consideradas mercados en línea. Algunos ejemplos de plataformas pueden ser Uber, Airbnb, Alibaba y Tinder.

⁵ OCDE-OMC (2019), pp. 19-21.

2. Marco impositivo

2.1 Fundamentación

En diciembre de 2017, la ley n° 27.430/2017⁶ de la República Argentina modificó la ley del IVA. Se estableció que, a partir de su reglamentación, se encontrarían alcanzadas por dicho impuesto las prestaciones de servicios digitales brindadas por un sujeto domiciliado en el exterior pero que se hagan efectivas dentro del país. La ley entiende por servicios digitales “cualquiera sea el dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización, aquellos llevados a cabo a través de la red Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet u otra red a través de la que se presten servicios equivalentes”, como pueden ser: suministro o alojamiento de páginas web, suministro de programas informáticos, descarga de libros digitales, soporte en línea, administración de sistemas remotos, almacenamiento de datos, acceso o descarga de imágenes, texto, información, video, música o juegos, citas en línea, periódicos en línea, y enseñanza a distancia.

La ley fue reglamentada por el decreto n° 354⁷ en abril de 2018; a través de la resolución general (RG) n° 4.240 de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP)⁸ publicada en el *Boletín Oficial* en mayo de 2018, se implementó la aplicación del IVA a los servicios digitales prestados por sujetos no residentes, con vigencia a partir de junio del mismo año. La resolución especifica los mecanismos y plazos de percepción del impuesto y provee el listado de las denominaciones comerciales de los prestatarios no residentes alcanzados (anexo II, apartados A y B)⁹.

2.2 Forma de percepción

En materia de percepción, la RG n° 4.240 establece dos mecanismos: uno para los prestatarios extranjeros registrados en calidad de responsable inscripto en el IVA, cuando no medie un intermediario residente; y otro cuando las entidades del país que faciliten o administren los pagos al exterior actúen como agentes de percepción y liquidación del impuesto. Asimismo, se diferencian las empresas prestadoras en dos tipos:

1. Prestadores cuya actividad es exclusivamente la de servicios digitales (incluidos en el apartado A del anexo II de la RG n° 4.240). A las transacciones que tengan compañías no residentes como contraparte, se les percibe el 21% aplicado sobre el total del pago del residente por el servicio importado.

⁶ Ver texto completo de la norma en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305262/norma.htm>

⁷ Ver texto completo de la norma en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/309281/norma.htm>

⁸ Ver texto completo de la norma en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/310000-314999/310227/norma.htm>

⁹ Ver apartados del anexo completos en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/310000-314999/310227/res4240-02.pdf>

2. Prestadores cuya actividad no se limita a los servicios digitales (incluidos en el apartado B del anexo II de la RG n° 4.240). Estos son principalmente compañías de comercio electrónico y plataformas de viajes, por lo que esta importación contiene un componente importante de bienes o servicios no digitales, como hotelería. Sin embargo, la transacción podría ser por la compra de un servicio digital (como libros electrónicos o juegos, por ejemplo) a una empresa que no ofrece únicamente bienes o servicios digitales. Como forma de evitar la imposición sobre productos no alcanzados por la norma (bienes o servicios no digitales), la AFIP determinó que se percibirá y liquidará el IVA solo si los pagos a las empresas contenidas dentro del apartado B no superan los 10 dólares¹⁰.

¹⁰ Forma de estimación fiscal de la importación de servicios digitales propuesta por la AFIP para diferenciar el componente de bienes y otros servicios no digitales dentro de la transacción.

3. Información disponible

La primera información que recibió la DNCI de la AFIP fue el total mensual de lo recaudado por el IVA a los servicios digitales, desagregado según haya sido percibido por intermediarios o liquidado por prestatarios no residentes directamente. Este monto es el 21% del total de la importación de los servicios.

La expansión de este monto permite obtener el total de servicios digitales importados, pero sin poder identificar desagregación por rubro o país. Por este motivo, se solicitó información adicional a los intermediarios a fin de poder desagregar el total por empresa prestadora y, con base en esto, identificar el rubro y país (según la naturaleza del servicio que da origen al pago y la residencia de la empresa), para su correcta imputación en la balanza de pagos. Debido a la forma de contratación de estos servicios y a su naturaleza, se considera que son importados en su totalidad por el sector hogares (personas humanas). Pueden existir algunas operaciones correspondientes a las personas jurídicas dentro de la estimación, pero se considera que los valores son estadísticamente despreciables. Las importaciones digitales de servicios de las personas jurídicas son captadas, junto con el resto de las importaciones de servicios, a través de encuestas.

4. Metodología de estimación

4.1 Cálculo

El procedimiento para el cálculo de los montos mensuales que corresponde imputar consiste en tomar el monto total recaudado informado por el organismo de administración de ingresos fiscales, que representa el 21% del total del servicio brindado por las empresas extranjeras (porcentaje de la alícuota que se aplica), y expandirlo para obtener el valor total de los servicios importados netos del impuesto (INDEC, 2016)¹¹.

Como lo que se obtiene aquí es un total de servicios importados sin desagregación, se aplican las participaciones mensuales por país y rubro calculadas según los datos informados por los intermediarios. Dichas participaciones se calculan con base en la actividad que da origen a los pagos para cada denominación comercial y en el país de residencia de la empresa (estos datos se obtienen de investigaciones de diversas fuentes, incluidas las páginas web de cada empresa no residente).

4.2 Imputación

Para lograr la correcta imputación de estos servicios en la balanza de pagos, la DNCI confeccionó un padrón de prestadores no residentes de servicios digitales con los siguientes datos: denominación comercial, actividad principal de cada empresa extranjera, tipo de transacción digital que da origen al pago, rubro/s de la balanza de pagos en el/los que correspondería imputar las transacciones de la empresa, naturaleza y modelo de negocio en los que se puede clasificar la actividad y país de residencia.

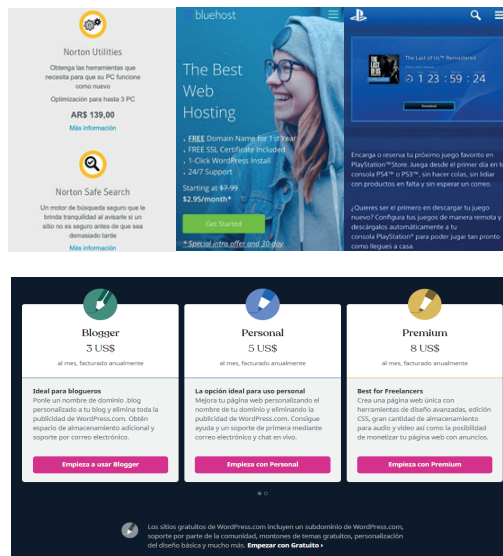
El desafío más grande fue estudiar el hecho que da origen al pago del residente por la importación del servicio digital que, en algunas ocasiones, difiere de la actividad principal de la empresa. Esto se da especialmente en los casos de plataformas de uso gratuito con algunas funciones pagas, como puede ser Instagram, que permite compartir fotos y videos e interactuar con otros participantes dentro de la red social, pero que ofrece funciones pagas. Para la Argentina, la principal es la publicidad (promocionar un perfil y algunas publicaciones, o destacar en búsquedas).

En los siguientes párrafos, se resume el análisis realizado para determinar la correspondencia entre las empresas que se dedican a determinada actividad y el rubro de la balanza de pagos en el que se deberían imputar estos egresos (débito). La nomenclatura utilizada para la clasificación de los servicios es la Clasificación Ampliada de la Balanza de Pagos de Servicios 2010 (CABPS 2010)¹².

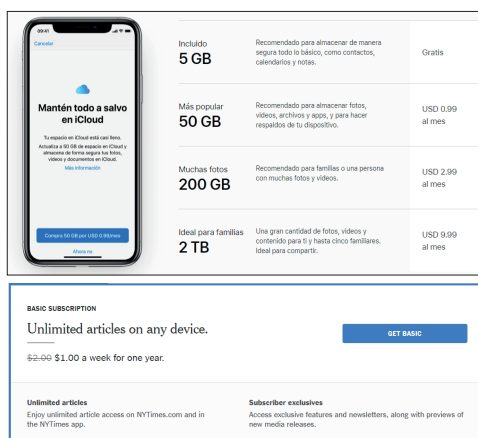
¹¹ Las importaciones de servicios digitales, en el caso de la Argentina, son registradas netas del IVA debido a que se considera que el sujeto imponible es el consumidor residente en la Argentina. Ver en *Cuentas nacionales: metodología de estimación* (INDEC, 2016, p. 9): "Con respecto al IVA, el SCN requiere que se emplee el sistema de registro neto del IVA, en el cual la producción de bienes y servicios, así como las importaciones, se valoran excluido el IVA facturado [...]".

¹² Naciones Unidas et al. (2012), pp. 163-166.

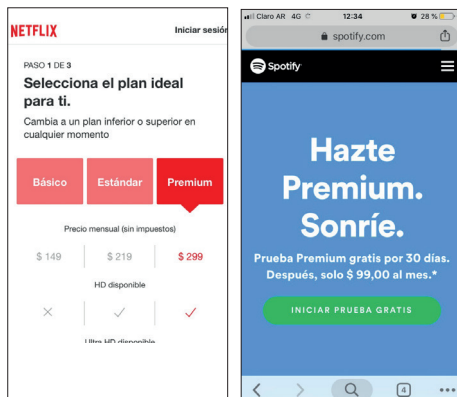
1. Se asignaron a Servicios de informática (9.2) los servicios de: a) empresas que se dedican a fabricar y distribuir *software* antivirus, como Symantec o Panda (9.2.1 Programas informáticos); b) aplicaciones que permiten crear y diseñar páginas web, como Wordpress (9.2.2 Otros servicios de informática); c) empresas que ofrecen alojamiento de páginas web (*web hosting*), servidores o dominio (por ejemplo, Bluehost) (9.2.2 Otros servicios de informática); y d) plataformas para descargas de videojuegos u otros *softwares* informáticos (como son Sega o Playstation Network), que se clasifican con el código 9.2.1 Programas informáticos.



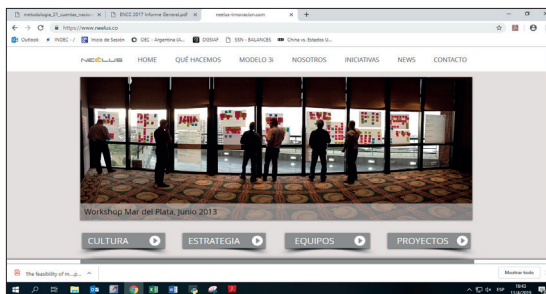
2. Se asignaron a Servicios de información (9.3): a) el servicio de almacenamiento web de información, imágenes, video u otro contenido, que brindan aplicaciones denominadas *cloud computing* o “nube” (como son Google Storage o iCloud); y b) el servicio de suscripción a periódicos o revistas de manera digital (como el *New York Times*). El código usado en ambos casos es el 9.3.2, dado que refiere a Otros servicios de información, como bases de datos, portales de búsqueda en internet, suscripciones a publicaciones periódicas, etcétera.



3. Se asignaron a Servicios audiovisuales y conexos (11.1.1 Servicios audiovisuales) los servicios de *streaming*, es decir, la transmisión o distribución digital de contenido multimedia a través de internet, que puede ser de video, música o sonido (ejemplos a nivel mundial son Spotify y Netflix).



4. Se asignaron a Servicios jurídicos, de contabilidad, de consultoría en administración de empresas y de relaciones públicas (10.2.1.3 Servicios de consultoría empresarial y en administración de empresas y de relaciones públicas), los servicios de empresas que brindan consultoría a otras a través de videoconferencias u otras modalidades (como es el caso de Neelus).



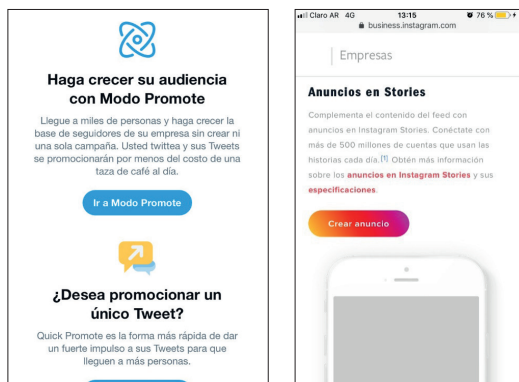
5. Se asignaron a Otros servicios personales, culturales y recreativos (11.2.2 Servicios de enseñanza/educación) los servicios de educación a distancia (por ejemplo, el servicio digital que brinda OpenEnglish).



6. Se asignaron a Otros servicios empresariales n.i.o.p.¹³ (10.3.5) las plataformas que facilitan la conexión entre oferentes y demandantes de diferentes servicios, como por ejemplo Habitissimo, que cobra para que la empresa que ofrece un servicio de construcción pueda acceder con mayor rapidez a los pedidos de presupuestos. Los servicios de oferta laboral que pueden ser gratuitos, pero cobran por servicios *premium*, como acceso a los perfiles completos de todos los oferentes, mejores avisos de búsqueda en función de las habilidades de un candidato, prioridad a su perfil para un empleo determinado, etcétera (son ejemplos DGNNet o LinkedIn), se asignaron al código 10.3.5.1. Se les asignó dicho código por tratarse de servicios de empleo (servicios de búsqueda, colocación y suministro de personal).

	Plan Profesional Premium VIP	Plan Profesional Premium Plus	Plan Profesional Premium	Plan Profesional Básico
	\$ 5.999 / mes Pago trimestral \$ 4.499/mes si cancelas pago directo anual	\$ 1.999 / mes Pago trimestral \$ 1.499/mes si cancelas pago directo anual	\$ 663 / mes Pago trimestral \$ 499/mes si cancelas pago directo anual	\$ 329 / mes Pago trimestral \$ 249/mes si cancelas pago directo anual
Posición en listado	Primeros puestos	Detrás de Premium VIP	Detrás de Premium Plus	Últimas posiciones
Visibilidad de tu negocio	900% más visible	400% más visible	visibilidad destacada	poca visibilidad
Número de provincias	2	2	2	1
Seguir tu empresa en fichas de la competencia	✓	✓	✓	✗
Servicio de página con tu propio dominio .COM	✗	✗	✗	✗
¿Quieres más? ¡Pasa a Premium!	✓	✓	✓	✗
Sello de empresa certificada	✓	✓	✓	✗
	Más ventajas >	Activar ahora	Activar ahora	Activar ahora

7. Se asignaron a Servicios de publicidad, estudios de mercado y encuestas de opinión pública (10.2.2) los servicios captados de ciertas compañías como Instagram, Facebook y Twitter debido a que las funciones pagas disponibles en dichas aplicaciones están relacionadas con la publicidad y consisten en la promoción de perfiles o productos para la venta por parte de los usuarios en estos espacios publicitarios de cada sitio web.



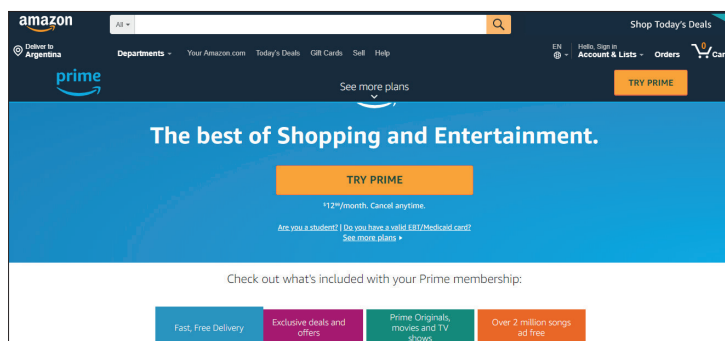
¹³ No incluidos en otra parte.

A continuación, se detallan casos para los que no se encontraron antecedentes claros a nivel internacional o en los que la imputación que se realiza en otros países no es totalmente acorde a lo que fue determinado luego de profundizar el análisis y discutir sobre la operatoria de estas empresas. Las discrepancias se encuentran principalmente en plataformas de uso masivo gratuito, pero que cuentan con ciertas funciones de pago. El criterio utilizado para determinar el rubro en el cual debería imputarse el servicio fue tomar el hecho por el que efectivamente está pagando el residente, independientemente de la actividad principal a la que se dedica la compañía.

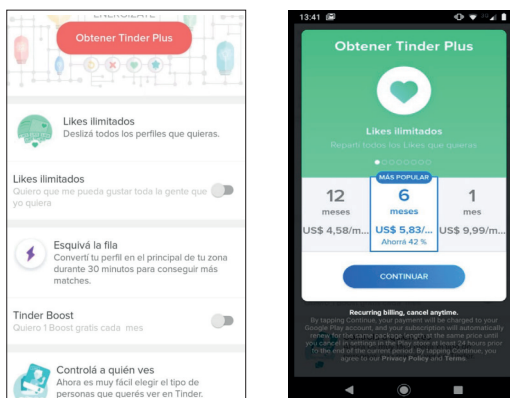
1. Se asignaron a Servicios de telecomunicaciones (9.1) las transacciones de las empresas que proveen servicios de mensajes, llamadas y videollamadas por IP (como los servicios provistos por Skype y Viber). En este caso, se decidió incluirlas en Servicios de telecomunicaciones y no en Servicios de informática porque los pagos no son por el derecho de uso de la aplicación, sino por los minutos de llamadas consumidos. Las aplicaciones son de uso gratuito para teléfonos dentro de la comunidad, pero requieren un pago para teléfonos fijos o que no están comprendidos en la comunidad.



2. Se asignaron a Otros servicios personales (11.2.4) los pagos que se hacen a una empresa por una membresía que otorga privilegios, beneficios o derechos, sin contraprestación puntual (como Amazon Prime). El pago realizado es una cuota anual que no se corresponde con ningún servicio específico, se asimila a una cuota de afiliación que da derecho a ciertos privilegios que pueden o no ser utilizados (por ejemplo, precios más bajos en ciertos productos, envíos exprés sin costo, etcétera).



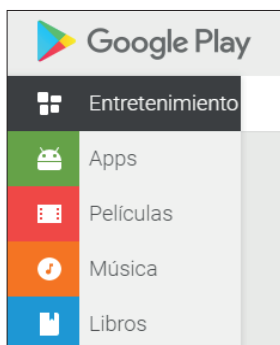
3. Se asignaron también a Otros servicios personales (11.2.4) los casos de las plataformas de citas como Tinder o Badoo. Si bien el uso de la aplicación es totalmente gratuito, los pagos surgen para tener acceso a funciones especiales o privilegios dentro de la plataforma, como aumentar la privacidad de los datos o permitir la comunicación con otros usuarios de manera directa. El hecho que da origen al pago no parece corresponder a un servicio informático, ya que el uso de la aplicación es libre, pero sí está relacionado con la función de la plataforma como agencia de citas que se corresponde con otros servicios personales.



Un caso especial fueron las empresas incluidas en el apartado B del anexo II de la RG n° 4.240 (prestadores cuya actividad no se limita a los servicios digitales). Para cada una de estas empresas, se analizó su operatoria al verificar la naturaleza de las transacciones (bienes o servicios). En los casos en que se detectó que una empresa no brinda ningún tipo de servicio digital, los montos correspondientes no fueron tenidos en cuenta para la estimación, debido a que se consideró que estos correspondían íntegramente a bienes con valores menores a 10 dólares. En los casos en los que se detectaron transacciones tanto en el campo de los bienes como de los servicios para una empresa, la DNCI consideró acertado el supuesto de la AFIP de que los montos menores a 10 dólares corresponden a servicios digitales y, por lo tanto, se imputaron estos montos al servicio correspondiente según el concepto del pago.



Nuevamente, cabe destacar que existen grises en la clasificación; hay casos en los que una empresa puede exportar más de un servicio y, por lo tanto, a la hora de imputar el monto de egresos de los residentes se deberá asignar una proporción del total a cada rubro que corresponda. Estas estimaciones se obtienen de investigaciones propias o de consultoras privadas que evalúan con determinada apertura los ingresos de las compañías extranjeras. Un buen ejemplo es el de las compañías que ofrecen servicios de descarga de videojuegos y de *streaming* de video o música; el primer caso debería computarse en servicios de informática, mientras que el segundo, en servicios audiovisuales y conexos. Se pueden identificar casos especiales como el de Google Play, cuyas operaciones se registran tanto en Programas informáticos (9.2.1) como en Servicios audiovisuales (11.1.1).



4.3 Estimación de la importación de servicios digitales para años anteriores

Al recibir las primeras cifras de la AFIP, la DNCI realizó un ejercicio de estimación de la serie para años anteriores, considerando las empresas más relevantes (Secretaría de Cultura y Creatividad, 2017)¹⁴. Se investigó sobre la actividad de la empresa y el año en que empezaron sus actividades en la Argentina, lo que permitió establecer el rubro, el país desde el que se importó y el año desde el que se tenía que hacer la estimación.

Con base en diversas fuentes, se obtuvieron las cantidades de suscriptores de cada aplicación o servicio, como Netflix, PlayStation, Spotify o Apple Music, y la tarifa promedio que se cobraba a los usuarios para los períodos relevados. Así se calculó un total de servicio estimado para cada período. Con base en ese total, se calculó una variación porcentual de un período a otro, que se aplicó a los datos oficiales con los que se contaba para proyectar hasta el año de inicio de actividad de la empresa en el país.

¹⁴ Información tomada de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017 de la Secretaría de Cultura y Creatividad del Ministerio de Cultura de la Nación. Con ella se pudo analizar el consumo de la población respecto a estos servicios digitales y obtener datos de consumo y pago por parte de los usuarios.

Se considera que la estimación capta una parte muy importante de los servicios digitales contratados por hogares directamente a prestadores no residentes y, por lo tanto, es una herramienta muy útil para el estudio del fenómeno. Sin embargo, cabe mencionar dos limitaciones:

1. Las comisiones de las empresas de comercio electrónico y las de las intermediarias de turismo no pueden ser estimadas a partir de esta metodología. De todos modos, dado que las comisiones de las empresas de comercio electrónico generalmente forman parte del precio *free on board* (FOB, por sus siglas en inglés, “libre a bordo”, en español) de los bienes vendidos y que las comisiones de los intermediarios de viajes se incluyen en la cuenta Viajes (estimada por encuesta), ya están incluidas en el registro de la balanza de pagos.
2. Debido al tope máximo de 10 dólares establecido para las empresas de comercio electrónico y las intermediarias de turismo (anexo II, apartado B), pueden registrarse operaciones de servicios que en realidad pertenecen a compras de bienes o viajes por montos menores a 10 dólares o pueden quedar servicios sin contabilizar (si se compran servicios por un monto mayor a 10 dólares). No se estima que este problema sea significativo, porque el número de empresas comprendidas en este listado es pequeño. Asimismo, al eliminar de la estimación los montos menores a 10 dólares de las empresas que se dedican exclusivamente al comercio de bienes, los posibles casos de error disminuyen considerablemente.

Anexo

Tabla 1. Correspondencia entre las transacciones que dan origen a los pagos por la importación de servicios digitales por el sector hogares y los rubros correspondientes de la balanza de pagos

CABPS 2010	Transacción que da origen a los pagos
9.1 Servicios de telecomunicaciones, informática e información. Servicios de telecomunicaciones	Servicios de telecomunicaciones
9.2.1 Servicios de telecomunicaciones, informática e información. Servicios de informática. Programas informáticos	Licencia de uso de programa informático
9.2.2 Servicios de telecomunicaciones, informática e información. Servicios de informática. Otros servicios de informática	Diseño páginas web Servidores de dominios web
9.3.2 Servicios de telecomunicaciones, informática e información. Servicios de información. Otros servicios de información	Almacenamiento de datos Suscripción a diarios y revistas
10.2.1.3 Otros servicios empresariales. Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas. Servicios jurídicos, de contabilidad, de consultoría en administración de empresas y de relaciones públicas. Servicios de consultoría empresarial y en administración de empresas y de relaciones públicas	Servicios de asesoría empresarial
10.2.2 Otros servicios empresariales. Servicios profesionales y de consultoría en administración de empresas. Servicios de publicidad, estudios de mercado y encuestas de opinión pública	Servicios de publicidad
10.3.5 Otros servicios empresariales. Servicios técnicos, relacionados con el comercio y con otros servicios empresariales. Otros servicios empresariales n.i.o.p.	Servicios empresariales
10.3.5.1 Otros servicios empresariales. Servicios técnicos, relacionados con el comercio y con otros servicios empresariales. Otros servicios empresariales n.i.o.p. Servicios de empleo, esto es, servicios de búsqueda, colocación y suministro de personal	Servicio de búsqueda de empleo
11.1.1 Servicios personales, culturales y creativos. Servicios audiovisuales y conexos. Servicios audiovisuales	Licencia de uso de audiovisuales
11.2.2 Servicios personales, culturales y creativos. Otros servicios personales, culturales y recreativos. Servicios de enseñanza/educación	Educación
11.2.4 Servicios personales, culturales y creativos. Otros servicios personales, culturales y recreativos. Otros servicios personales	Membresía Servicios de citas

Fuente: INDEC, DNCI.

Tabla 2. Importación de servicios digitales pagados por los hogares en el primer trimestre de 2019, por rubros de la balanza de pagos a los que se asignan

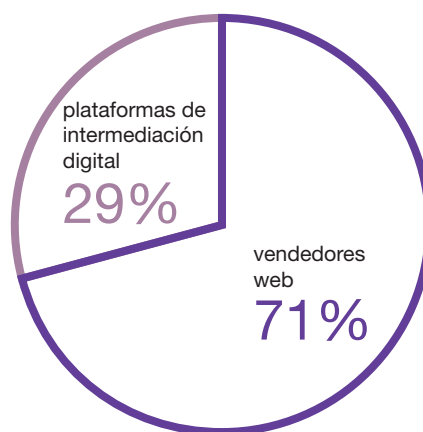
Primer trimestre 2019	US\$
Servicios audiovisuales y conexos	86.889.027
Servicios de informática	19.758.029
Otros servicios personales, culturales y recreativos	2.959.961
Servicios de información	2.718.132
Otros servicios empresariales n.i.o.p.	947.935
Servicios de publicidad	521.227
Servicios de telecomunicaciones	232.829
Total	114.027.140

Gráfico 1. Importación de servicios digitales pagados por los hogares en el primer trimestre de 2019, por país



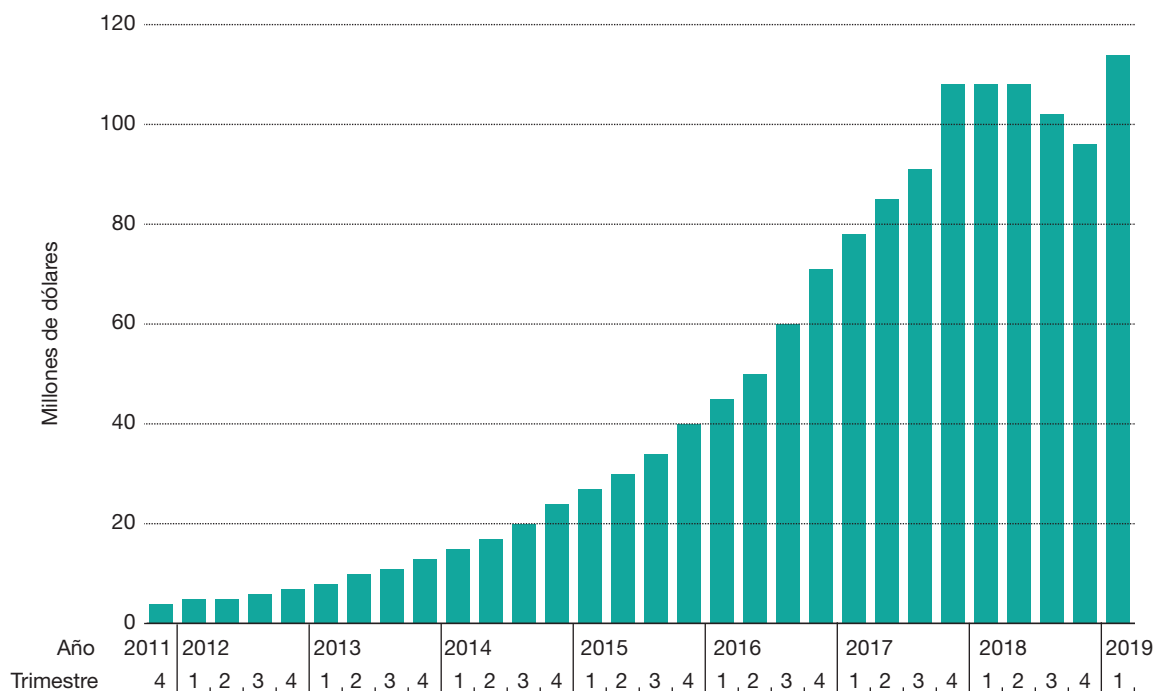
Fuente: INDEC, DNCI.

Gráfico 2. Importación de servicios digitales del sector hogares en el primer trimestre de 2019, por modelo de negocio en el que operan las empresas prestadoras



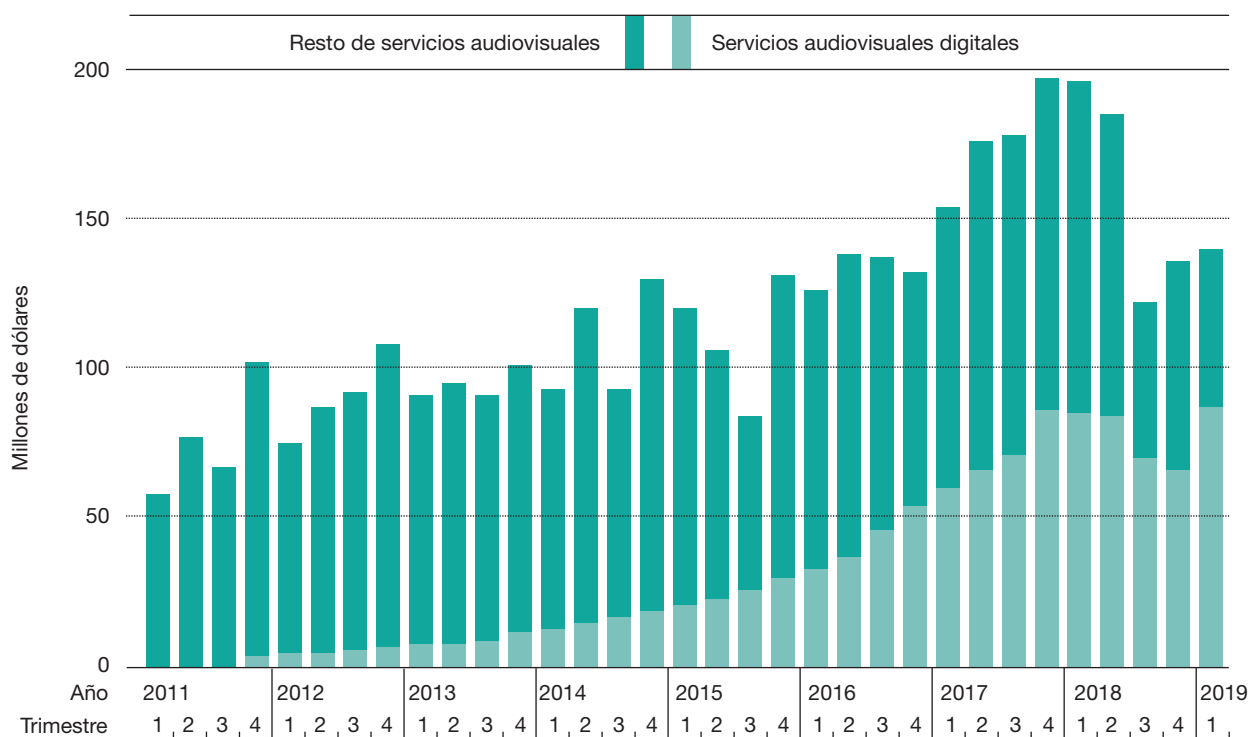
Fuente: INDEC, DNCI.

Gráfico 3. Evolución del total de las importaciones de servicios digitales por parte de los hogares en la balanza de pagos de la Argentina



Fuente: INDEC, DNCI.

Gráfico 4. Evolución de la participación de las importaciones digitales de servicios audiovisuales en el total de las importaciones de servicios audiovisuales



Fuente: INDEC, DNCI.

Bibliografía

Comisión Europea (2017). *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets. Task 4 – Case study: AirBnB* [Estudio exploratorio de problemas en el consumo a través de plataformas de mercado en línea puerto a puerto. Grupo de trabajo 4. Estudio de caso: AirBNB]. Luxemburgo: Comisión Europea.

Comisión Europea (2017). *Exploratory study of consumer issues in online peer-to-peer platform markets. Task 4 – Uber – Case study report* [Estudio exploratorio de problemas en el consumo a través de plataformas de mercado en línea puerto a puerto. Grupo de trabajo 4. Uber, informe del estudio del caso]. Luxemburgo: Comisión Europea.

Decreto n° 354. Reglamentación IVA: servicios digitales. *InfoLEG*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 23 de abril de 2018. Recuperado: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/309281/norma.htm>

INDEC (2016). *Cuentas nacionales: metodología de estimación: base 2004 y serie a precios constantes y corrientes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: INDEC.

Ley n° 17.622. Ley de estadística y censos. *InfoLEG*. Ciudad de Buenos Aires. 25 de enero de 1968. Recuperado: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/24962/norma.htm>

Ley n° 27.430. Impuesto a las ganancias (modificación). *InfoLEG*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 17 de diciembre de 2017. Recuperado: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305262/norma.htm>

Lotte, O. et al. (2019). *Measuring the Internet Economy in the Netherlands: A Big Data Analysis* [Medición de la economía de internet en los Países Bajos: un análisis de big data]. La Haya: Statistics Netherlands.

Naciones Unidas et al. (2012). *Manual de estadísticas del comercio internacional de servicios, 2010*. Ginebra, Luxemburgo, Madrid, Nueva York y Washington, D.C.: Naciones Unidas.

OCDE (2014). *Cómo abordar los desafíos fiscales de la economía digital* (Versión preliminar). S.I.: OCDE.

OCDE (2015). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015*. Ciudad de México: OCDE. Recuperado: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264259256-es>

OCDE (2018). *Resumen de los desafíos fiscales derivados de la digitalización: informe provisional 2018*. S.I.: OCDE. Recuperado: <https://www.oecd.org/tax/beps/resumen-desafios-fiscales-derivados-de-la-digitalizacion-informe-provisional-2018.pdf>

OCDE (2018). *Revisión del gobierno digital en Argentina. Acelerando la digitalización del sector público. Hallazgos claves*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: OCDE.

OCDE-BID (2016). *Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe: un manual para la economía digital*. París: OCDE. Recuperado: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264259027-es>

OCDE-OMC (2019). *Handbook on Measuring Digital Trade* [Manual para la medición del comercio digital]. París: OCDE, OMC.

ONS (2017). *The feasibility of measuring the sharing economy: November 2017 progress update* [Factibilidad de medir la economía colaborativa: actualización del progreso a noviembre de 2017]. Newport: ONS. Recuperado: <https://www.ons.gov.uk/economy/economicoutputandproductivity/output/articles/thefeasibilityofmeasuringthesharingeconomy/november2017progressupdate>

Resolución general n° 4.240. Impuesto al valor agregado. Servicios digitales prestados por un sujeto residente o domiciliado en el exterior. *InfoLEG*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 11 de mayo de 2018. Recuperado: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/310000-314999/310227/norma.htm>

Secretaría de Cultura y Creatividad (2017). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación.

UNCTAD (2015). *International Trade in ICT Services and ICT-enabled services. Proposed Indicators from the Partnership on Measuring ICT for Development* [Comercio internacional de servicios de TIC y servicios basados en TIC. Indicadores propuestos por el Grupo de Colaboración para la Medición de TIC para el Desarrollo]. S.I.: Naciones Unidas.