

Think Tank
civismo

IMPACTO ECONÓMICO DEL “IMPUESTO DIGITAL” EN ESPAÑA

**Un Estudio a partir de la propuesta del Gobierno
(Anteproyecto Ley IDSD)**

Director: Javier Santacruz Cano

17/12/2018



GUIÓN

¿DE QUÉ ELEMENTOS SE COMPONE EL ANÁLISIS?

1

MERCADO DE
SERVICIOS DIGITALES
EN ESPAÑA

2

¿EN QUÉ CONSISTE LA
NUEVA FISCALIDAD
DIGITAL?

3

IMPACTO DE LA
FISCALIDAD DIGITAL

4

CONCLUSIONES

1

MERCADO DE SERVICIOS DIGITALES EN ESPAÑA

El impuesto, un freno al “mercado digital”

- La creación de un impuesto digital supone **un reto extraordinario para la digitalización** de la economía española
- Es un mercado que está en plena fase de crecimiento (crecimientos anuales de dos dígitos) donde **la clave es tener un entorno flexible y dinámico** que permita un desarrollo de economías de escala
- Si bien la fiscalidad digital es un objetivo de la Comisión Europea, **España toma la delantera en un terreno no consensuado** por los países miembros, sin un plan claro de causas y consecuencias

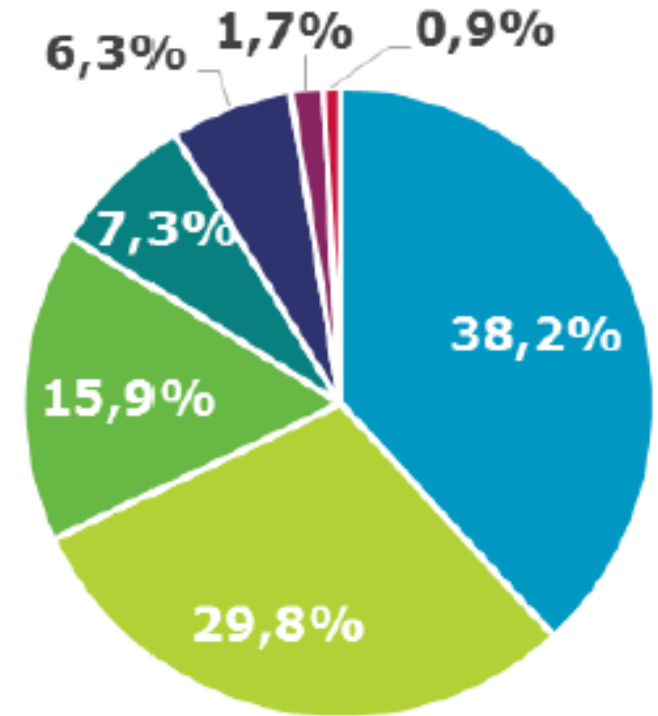
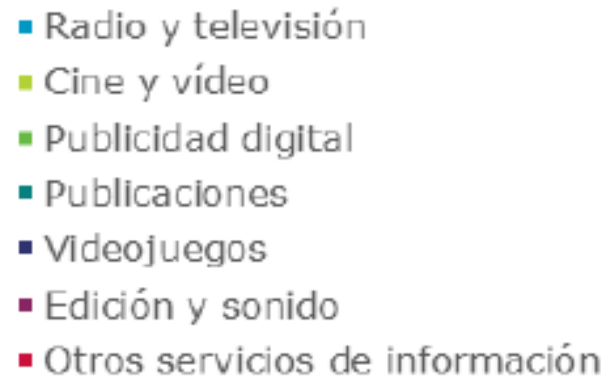
1

MERCADO DE SERVICIOS DIGITALES EN ESPAÑA

Qué entendemos por “mercado digital”: dos perspectivas

Desde la perspectiva de las ramas de actividad

- Radio y Televisión
- Publicidad Digital
- Videojuegos
- Cine y vídeo
- Publicaciones
- Edición y sonido
- Otros servicios información

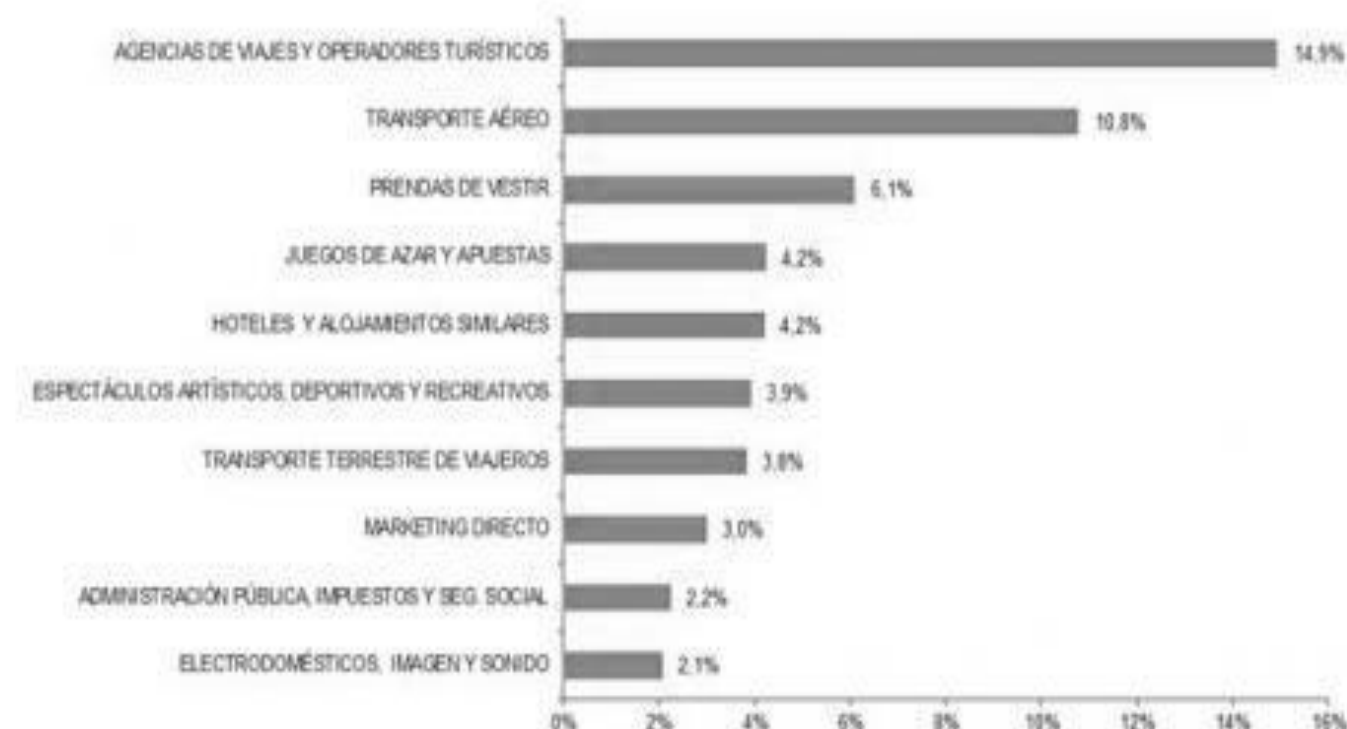


1

MERCADO DE SERVICIOS DIGITALES EN ESPAÑA

Qué entendemos por “mercado digital”: dos perspectivas

- Desde la perspectiva de la naturaleza de las transacciones (comercio electrónico) en porcentaje sobre el total de la cifra de negocios

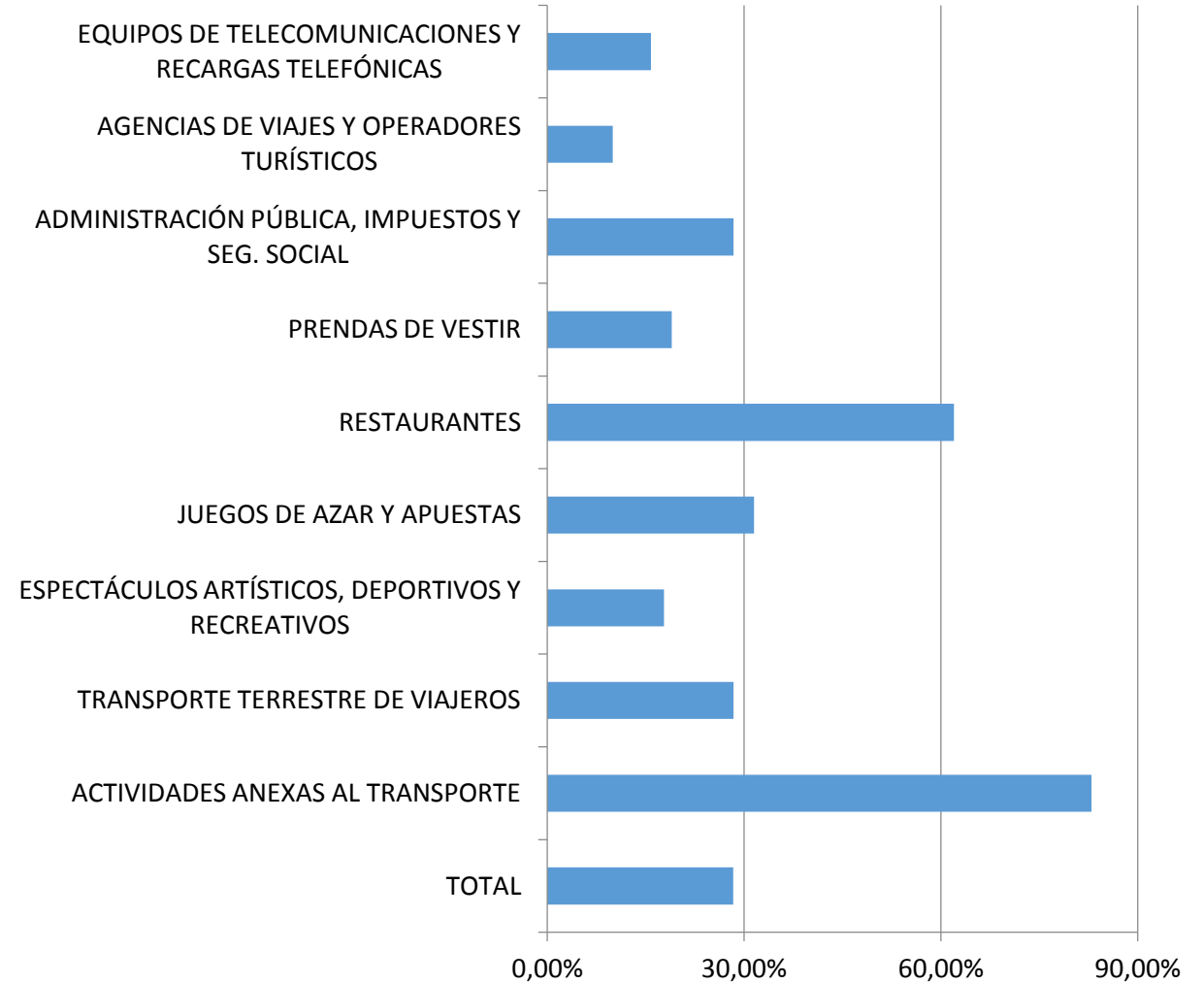


1

MERCADO DE SERVICIOS DIGITALES EN ESPAÑA

Qué entendemos por “mercado digital”: dos perspectivas

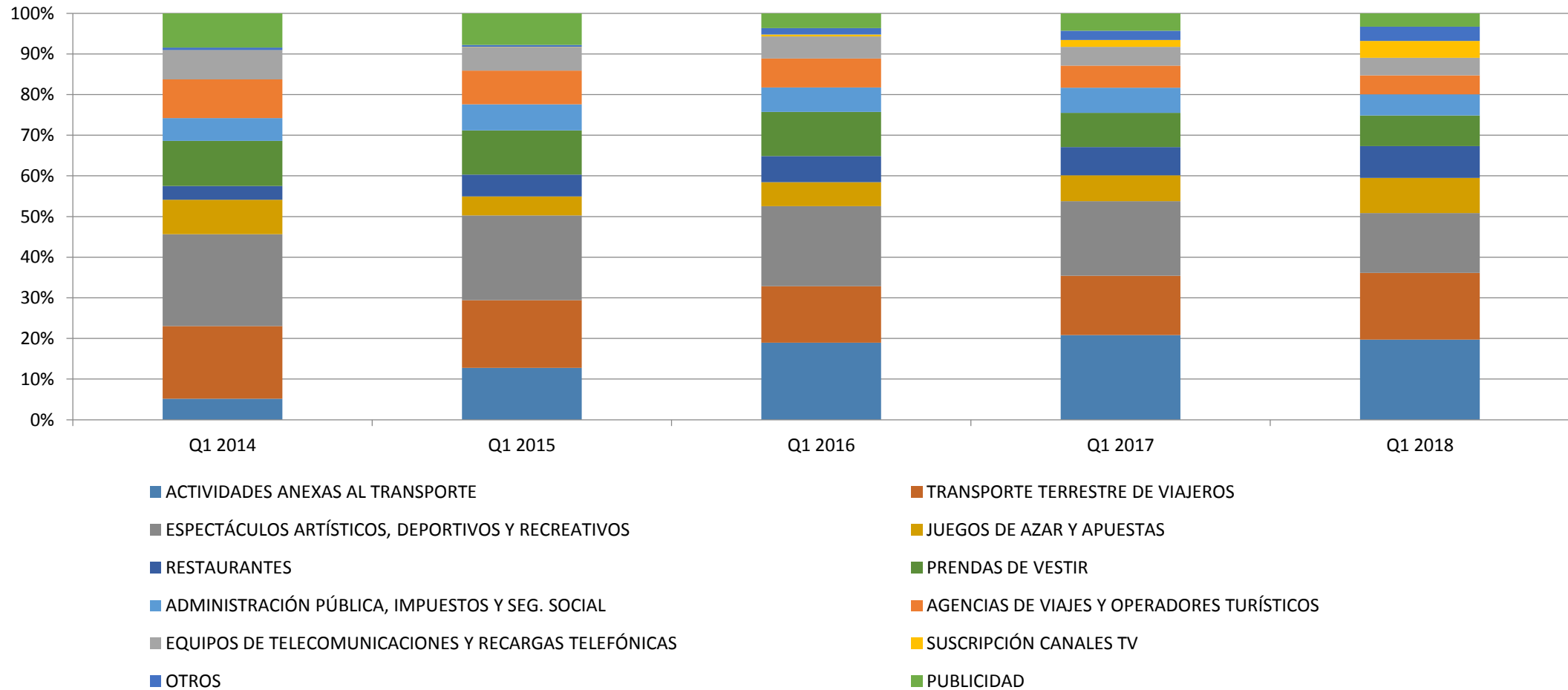
- Desde la perspectiva de la naturaleza de las transacciones (comercio electrónico)
 - En tasas de variación medias acumulativas, los sectores que más crecen son los que se verían más afectados por el impuesto



1

MERCADO DE SERVICIOS DIGITALES EN ESPAÑA

Principales magnitudes del sector



*Fuente: CNMC (2018). Número de Transacciones

1

MERCADO DE SERVICIOS DIGITALES EN ESPAÑA

Principales magnitudes del sector

Las principales magnitudes del sector son las siguientes*:

- Cifra de negocios: 9.834M€ (+4,8% YoY)
- Incremento de la facturación de servicios digitales de publicidad: +21,5%
- Número de empresas: 9.749
- Empleos directos: 39.491 (aprox. 38% de la industria de contenidos)
- Inversión en contenidos digitales: 605M€

*Fuente: IDATE Y ONTSI (2017). Datos de cierre de 2016

2

¿EN QUÉ CONSISTE LA NUEVA FISCALIDAD DIGITAL?

Propuesta del Gobierno

El impuesto grava como hecho imponible únicamente las siguientes prestaciones de servicios:

- Servicios de publicidad en línea;
- Servicios de intermediación en línea
- Venta de datos recopilados a partir de información proporcionada por el usuario.

2

¿EN QUÉ CONSISTE LA NUEVA FISCALIDAD DIGITAL?

Propuesta del Gobierno

- Serán sujetos pasivos las personas jurídicas y otras entidades cuyo importe neto de la cifra de negocios supere los 750 millones € en el año natural anterior y cuyos ingresos derivados de prestaciones de servicios sujetas a este impuesto en España sean superiores a los 3 millones € en el año natural anterior.
- El impuesto se exigirá al **tipo del 3 por ciento** y el período de liquidación coincidirá con el trimestre natural.

2

¿EN QUÉ CONSISTE LA NUEVA FISCALIDAD DIGITAL?

Propuesta del Gobierno

-El planteamiento del impuesto si bien en la forma es similar al que se contempla en la propuesta de la Comisión Europea, plantea diversos puntos divergentes:

- Es un impuesto indirecto pero **también quiere introducir elementos de imposición directa** como es la identificación de las compañías que serían gravadas
- **Se hace sin consenso** entre los países miembros para evitar pérdidas de competitividad
- Asegura una serie de medios técnicos de control tributario que a día de hoy son **difíciles en países incluso más avanzados en prevención y control tributario**

2

¿EN QUÉ CONSISTE LA NUEVA FISCALIDAD DIGITAL?

Propuesta del Gobierno

- El planteamiento del impuesto parte de un diagnóstico erróneo, basado en que el mercado digital no paga los impuestos que debería y, por tanto, hay que crear una nueva figura que “atrape” el valor añadido no gravado
- La empresa digital de tamaño grande (>250 trabajadores) paga 60 de cada 100€ de margen bruto en impuestos como:
 - **Impuesto de Sociedades**
 - **Cotizaciones a la Seguridad Social**
 - **Impuestos autonómicos y municipales**

	Empresa pequeña	Empresa mediana	Empresa grande
Tipo efectivo	49,67%	51%	61,57%

Fuente: Elaboración propia

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

Las consecuencias son las siguientes (medición a corto plazo):

- a) **Coste económico a lo largo de la cadena de valor fijando la atención sobre precios y márgenes**
- b) **Impacto sobre la demanda de servicios digitales (especialmente en la elasticidad de la demanda)**
- a) **Impacto global y sobre la recaudación del impuesto**

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

A partir de los datos más actualizados procedentes de diversas fuentes (CNMC, ONTSI, informes sectoriales, INE, Eurostat, BdE,...):

1. Comercio dentro de España (el que se hace con una contraparte no residente no estaría gravado). Por tanto, definición del mercado relevante (en términos de cifra de negocio):

- Del total de transacciones digitales, 1) el 36,5% del total sería destinatario del impuesto dado que son transacciones que se realizan entre dos contrapartes dentro del mercado nacional y 2) el 7,17% por ser demanda de un consumidor nacional de un producto proveniente de fuera

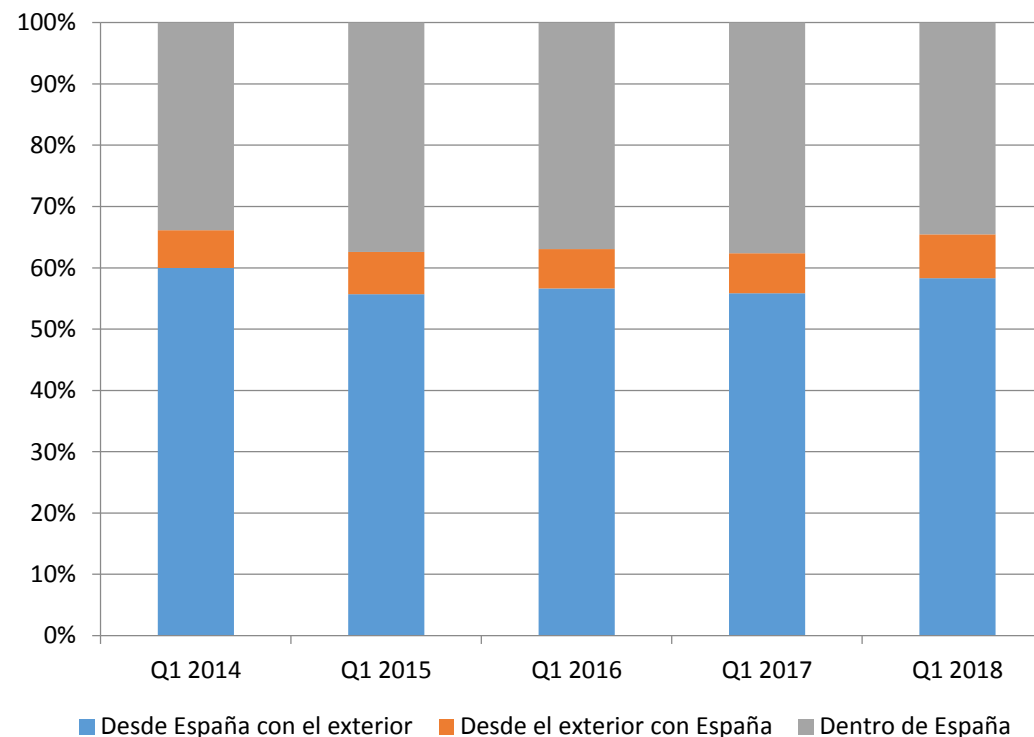
3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

- La mayor parte son transacciones con el exterior, con lo cual el impuesto discrimina entre el mercado interno y el mercado exterior (**aplicación practica de un arancel**)

Proporción de la cifra de negocio en función del origen y destino



Fuente: CNMC (2018)

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

2. En el impacto sobre los márgenes del sector, tomando los datos de Central de Balances del Banco de España y el Directorio Central de Empresas del INE, se consideran los de las empresas situadas **en el tercer cuartil por tamaño** (empresas sujetas al impuesto según el planteamiento del Anteproyecto de Ley de IDSD)

En este caso, se toma una perspectiva global del sector, **aplicando los márgenes en cada parte de la cadena de valor** a los que serían los sujetos pasivos del impuesto

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

Consecuencias

- La aplicación del impuesto supondría **una reducción *ceteris paribus* del margen bruto** (valor añadido bruto sobre cifra neta de negocios) de **2 puntos porcentuales** (del 66,8% actual al 64,8%) que se traduce en **178,14 millones de euros menos cada año**
- La posibilidad de neutralizar este efecto vía precio dependerá en la práctica del tipo de cliente tanto intermedio como final. **Pero el modelo predice que 2/3 del impuesto no se podrán repercutir y tendrán que asumirlo las empresas**
- En términos de **rentabilidad** (resultado económico bruto sobre cifra neta de negocios), **la merma es de 2,01 puntos porcentuales**

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

3. La caracterización del consumidor parte de una visión integrada de consumidores individuales, pymes y autónomos que se encuentran al final de la cadena de valor del sector

Tomando la radiografía que hace ONTSI (2017) del consumidor de servicios digitales y los datos provenientes de CNMC, se estima el gasto promedio por cada producto o servicio demandado y el **comportamiento de la demanda** en función de los precios y cantidades

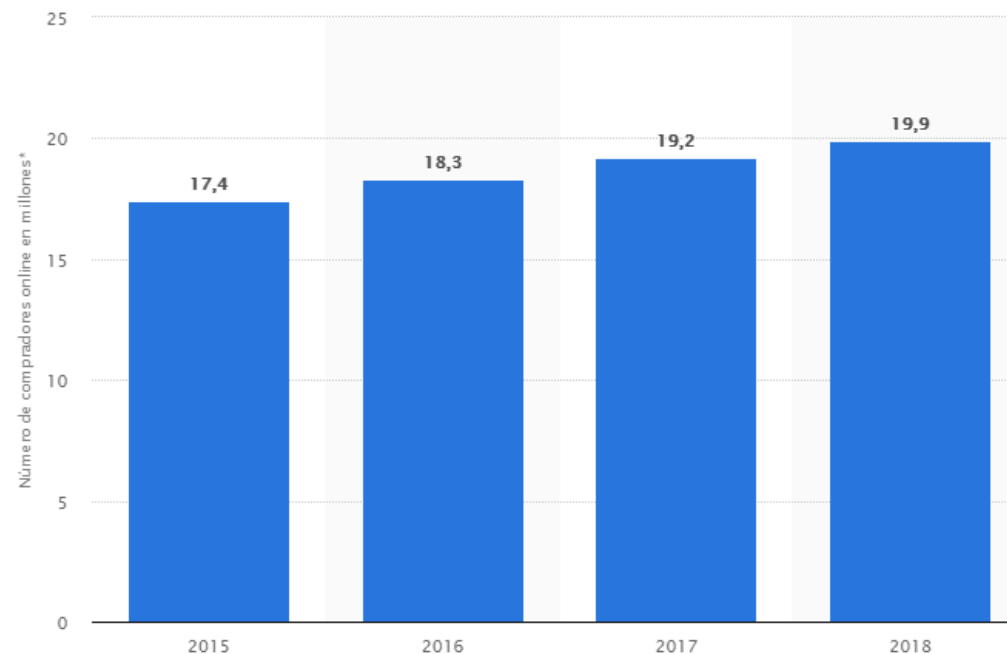
3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

- El público objetivo al que se dirigen los servicios digitales finalistas (con vocación de cliente final) recae sobre una masa en España en torno a las 20 millones de personas
- Sin embargo, cada consumidor ejerce varios actos de compra donde en cada uno sufre un sobrecoste por el impuesto (**efecto inflacionario**)
- A partir del gasto promedio por producto gravado con el impuesto, el consumidor **se enfrenta a un encarecimiento medio de 0,47€ por unidad consumida**

Número de consumidores online



Fuente: Statista

3

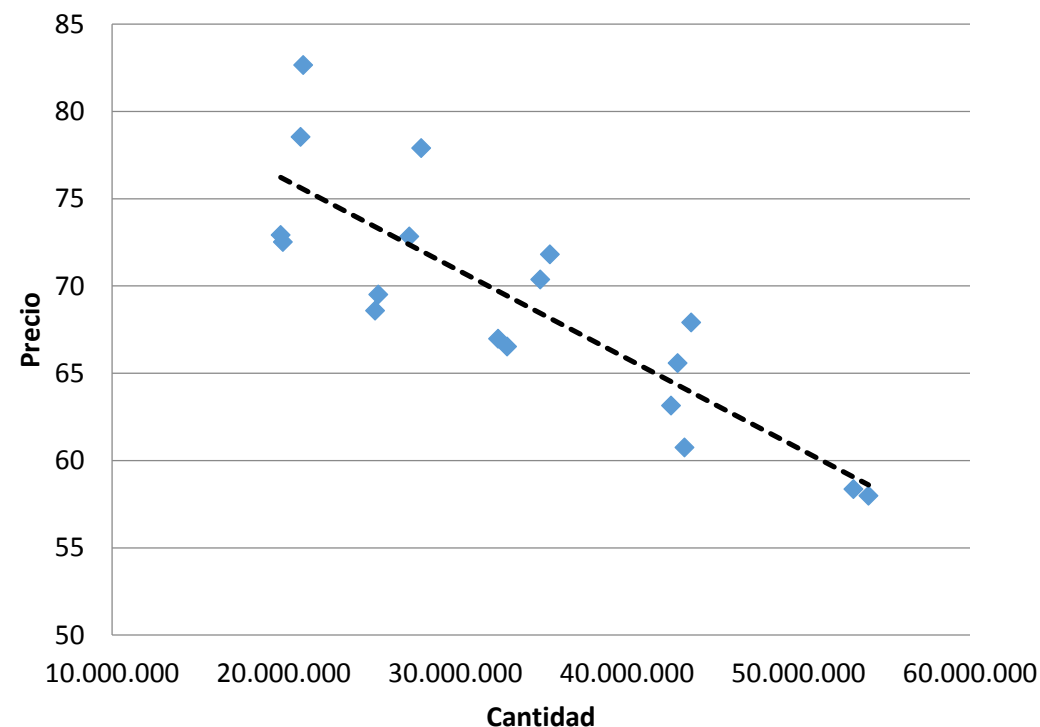
IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

Características Básicas

- **La demanda de servicios digitales es elástica**, dado el número de bienes y servicios sustitutos en cada segmento (publicidad e intermediación sobre todo)
- Sobre el consumidor final recae una parte del impuesto vía incrementos de precios

Estimación de la curva de demanda de servicios digitales



Fuente: Elaboración propia

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

Una vez que se tiene la demanda de servicios digitales, se estima el impacto del impuesto sobre el conjunto del sector sumando los tres componentes siguientes (“pérdida muerta” o “deadweight loss”)

- **Pérdida de bienestar en el consumidor final** (individuos + pymes + autónomos)
- **Pérdida de eficiencia en los productores**, intermediarios y distribuidores de servicios digitales (calculado como impacto en los márgenes de la industria)
- **Cambios de decisiones** de inversión y empleo, especialmente de multinacionales

3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

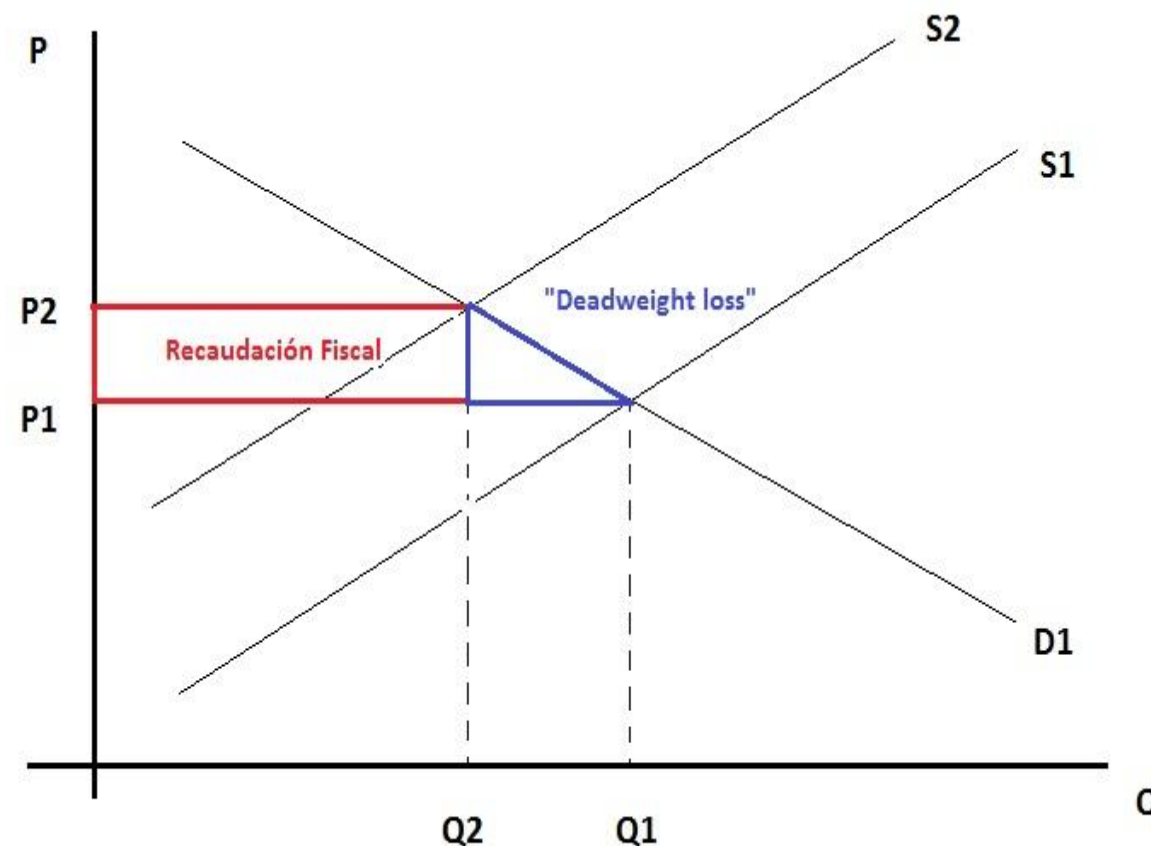
Evaluación y resultados

Pérdidas o Costes Totales para el sector en España (“deadweight loss”):

302,6 millones de euros

Recaudación Fiscal Estimada:

929,12 millones de euros

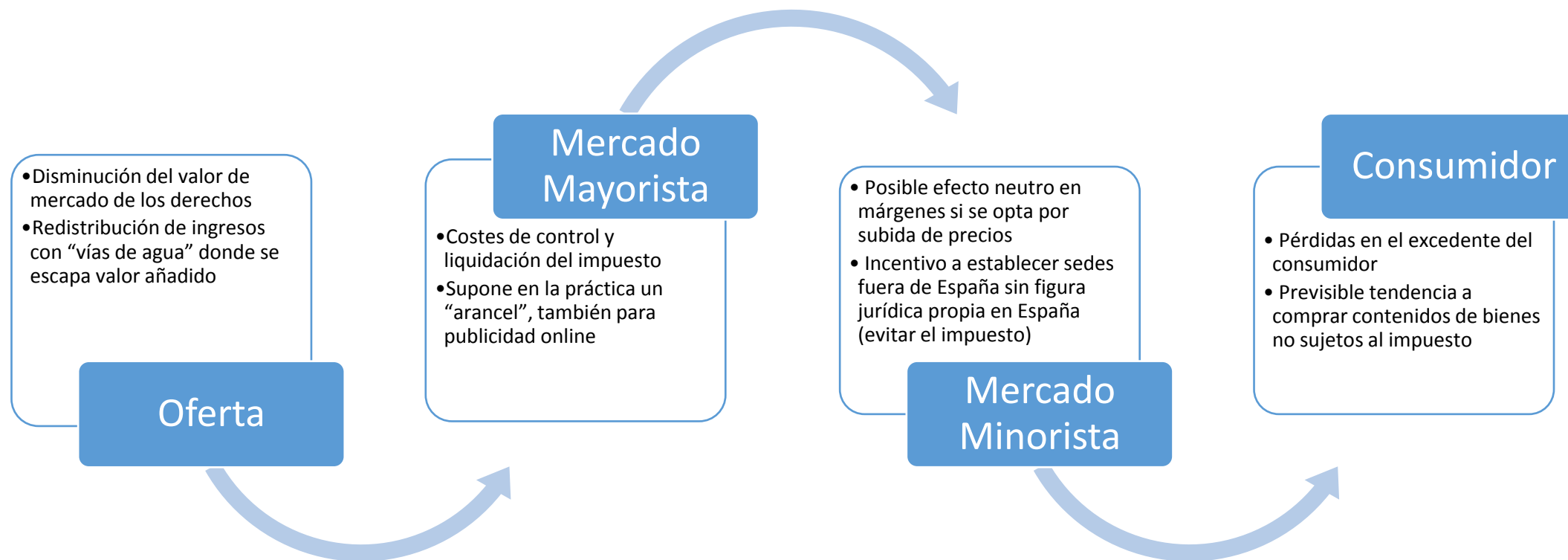


3

IMPACTO DE LA FISCALIDAD DIGITAL

Evaluación y resultados

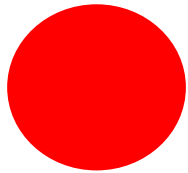
Las pérdidas que genera el impuesto a lo largo de la cadena de valor:



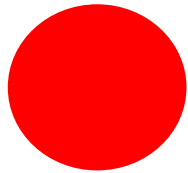
4

CONCLUSIONES

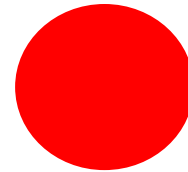
EFFECTOS NEGATIVOS DE LA APLICACIÓN DEL IMPUESTO DIGITAL



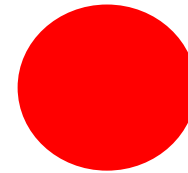
Pérdidas permanentes en la cadena de valor



Incentivos a menor inversión y deslocalización de innovación



Perjuicio económico a la demanda



Efecto sustitución entre contenidos gravados por el impuesto por otros que no lo están

¿QUÉ ESTRATEGIA SEGUIR ANTE LA PROPUESTA?

**Esperar un
consenso
entre países a
nivel
internacional**

**Contribuir en el
período de
consulta pública
con estos datos
del sector**

**En caso de
aplicación, optar
por la banda baja
de tipo impositivo**

**Explicar a la
opinión pública el
perjuicio que
causaría el
impuesto**

Algunos
materiales
de
referencia:
Think Tank

https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/proposal_common_system_digital_services_tax_21032018_en.pdf

https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/fair_taxation_digital_economy_ia_21032018.pdf

<http://ecipe.org/publications/five-questions-about-the-digital-services-tax/>

4

BIBLIOGRAFIA BÁSICA Y BASE DE DATOS

- Central de Balances del Banco de España. Datos de cierre 2014.
- “Informe Anual del Sector de los Contenidos Digitales en España”. ONTSI, 2017
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Comercio Electrónico. Datos última actualización 1T 2018
- Uso y Actitudes de Consumo de Servicios Digitales. ONTSI, 2017.
- “The proposed EU Digital Services Tax”. Copenhagen Economics
- “Estudio de la Economía Digital: Los contenidos y servicios digitales”. Ametic, PwC y U-tad

Think Tank
civismo