

# *Proyecto de Ley*

## **SERVICIOS DIGITALES EXTRANJEROS**

**ARTÍCULO 1°: OBJETO.** Se crea el impuesto sobre Servicios Digitales extranjeros que grava, en la forma y condiciones previstas en esta Ley, las prestaciones de determinados servicios digitales que sean demandados por usuarias y usuarios situados en el territorio nacional.

**ARTÍCULO 2°: GRAVAMEN.** Se gravará el 3% de la facturación bruta de aquellas empresas que lleven a cabo operaciones de publicidad online, intermediación digital y comercialización de datos y que facturen al menos 1000 millones de dólares anuales a nivel global.

**ARTÍCULO 3°. EMPRESAS ALCANZADAS.** El impuesto se limita a gravar la facturación de las personas, físicas y/o jurídicas que, a efectos de esta Ley, prestan los siguientes servicios identificados como servicios digitales:

- a) Servicio de publicidad en línea: incluidos en una interfaz digital y dirigida a las personas usuarias de dicha interfaz digital.
- b) Servicios de intermediación en línea: mediante la puesta a disposición de interfaces digitales multifacéticas que permitan a personas usuarias localizar a otras personas e interactuar con ellas, o facilitar entregas de

bienes o prestaciones de servicios subyacentes directamente entre esas personas usuarias;

- c) Servicios de comercialización de datos: incluidas la venta o cesión, de los datos recopilados de personas usuarias que hayan sido generados por actividades desarrolladas por estas últimas en las interfaces digitales.

Quedan excluidos: las entregas de bienes o prestaciones de servicios subyacentes que tengan lugar entre las personas usuarias en el marco de un servicio de intermediación en línea y las ventas de bienes o servicios, contratados en línea a través del sitio web del proveedor de esos bienes o servicios y las actividades minoristas de comercio electrónico, en las que las empresas proveedoras no actúan calidad de intermediario.

**ARTÍCULO 4°. PERÍODO DE LIQUIDACIÓN.** El período de liquidación del impuesto por parte de las empresas será trimestral.

**ARTÍCULO 5°. CONCEPTOS Y DEFINICIONES.** A efectos de esta Ley, se entenderá por:

- a) Contenidos digitales: los datos suministrados en formato digital, como programas para dispositivos, aplicaciones, música, videos, textos, juegos y cualquier otro programa informático, distintos de los datos representativos de la propia interfaz digital.
- b) Dirección de Protocolo de Internet (IP): código único que se asigna a los dispositivos interconectados para posibilitar su comunicación a través de Internet.
- c) Interfaz digital: cualquier programa, incluidos los sitios web o partes de los mismos, o aplicación incluidas las aplicaciones móviles o cualquier otro medio, accesible para las personas usuarias, que posibilite la comunicación digital.
- d) Servicios digitales: se considerarán como tales exclusivamente los de publicidad en línea, los de intermediación en línea y los de comercialización de datos.
- e) Servicios de publicidad en línea: los consistentes en la inclusión en una interfaz digital, propia o de terceras personas, de publicidad dirigida a usuarias y usuarios de dicha interfaz. Cuando la entidad que incluya la publicidad no sea propietaria de la interfaz digital, se considerará proveedora del servicio de publicidad a dicha entidad, y no a la entidad propietaria de la interfaz.

- f) Servicios de intermediación en línea: los de puesta a disposición de las personas usuarias de una interfaz digital multifacética que permita interactuar con distintas personas usuarias de forma concurrente, facilite la realización de entregas de bienes o prestaciones de servicios subyacentes directamente entre las personas usuarias, o que les permita localizar a otras personas e interactuar con ellas.
- g) Servicios de transmisión de datos: los de transmisión con contraprestación, incluidas la venta o cesión de aquellos recopilados acerca de personas usuarias, que hayan sido generados por actividades desarrolladas por estas últimas en las interfaces digitales.
- h) Personas usuarias: cualquier persona o entidad que utilice una interfaz digital.

**ARTÍCULO 6. HECHO IMPONIBLE.** Estarán sujetas al impuesto las prestaciones de los servicios digitales realizadas en el territorio nacional.

**ARTÍCULO 7°. LUGAR DE REALIZACIÓN DE LAS PRESTACIONES.** Las prestaciones de servicios digitales se entenderán realizadas en el territorio nacional cuando la persona usuaria esté situada en ese ámbito territorial, con independencia de que haya realizado alguna contraprestación que contribuya a la generación de los ingresos derivados del servicio. Se entenderá que una persona usuaria está situada en el territorio de aplicación del impuesto:

- a) Se trate de servicios recibidos a través de la utilización de teléfonos móviles, en el país identificado por el código del teléfono móvil de la tarjeta SIM (Modulo de Identificación de Suscriptor).
- b) Se trate de servicios recibidos mediante otros dispositivos, en el país de la dirección IP de los dispositivos electrónicos de la persona receptora del servicio.

Se presumirá, sin admitir prueba en contrario, que existe utilización o explotación efectiva en la República Argentina cuando allí se encuentre:

- a) La dirección IP, del dispositivo utilizado por la clienta o cliente, o código país de tarjeta SIM, conforme se especifica en el párrafo anterior; o
- b) La dirección de facturación de la clienta o cliente o,

- c) La cuenta bancaria utilizada para el pago, la dirección de facturación de la clienta o cliente de la que disponga el banco o la entidad financiera emisora de la tarjeta de crédito o débito con que se realice el pago.

A efectos de determinar el lugar en que se han realizado las prestaciones de servicios digitales, no se tendrá en cuenta:

- a) el lugar físico donde se lleve a cabo la entrega de bienes o prestación de servicios subyacente, en los casos de servicios de intermediación en línea en que exista esta;
- b) el lugar físico desde el cual se realice cualquier pago relacionado con un servicio digital.

**ARTÍCULO 8°. DEVENGO.** El impuesto se devengará cuando se presten, ejecuten o efectúen las operaciones gravadas. No obstante, lo dispuesto en el apartado anterior, en las operaciones sujetas a gravamen que originen pagos anticipados anteriores a la realización del hecho imponible el impuesto se devengará en el momento del cobro total o parcial del precio por los importes efectivamente percibidos.

**ARTÍCULO 9. BASE IMPONIBLE.** La base imponible del impuesto estará constituida por el importe de los ingresos, excluidos, en su caso, el Impuesto sobre el Valor Agregado u otros equivalentes, obtenidos por la persona contribuyente por cada una de las prestaciones de servicios digitales sujetas al impuesto, realizadas en el territorio nacional. A efectos de determinar la base imponible, se tendrán en cuenta las siguientes reglas:

- a) En el caso de los servicios de publicidad en línea se aplicará a los ingresos totales obtenidos, la proporción que represente el número de veces que aparezca la publicidad en dispositivos que se encuentren en el territorio de aplicación del impuesto, respecto del número total de veces que aparezca dicha publicidad en cualquier dispositivo, cualquiera que sea el lugar en que estos se encuentren.
- b) En el caso de los servicios de intermediación en línea en los que exista facilitación de entregas de bienes o prestaciones de servicios subyacentes directamente entre las personas usuarias, se aplicará a los ingresos totales obtenidos la proporción que represente el número de usuarios situados en el territorio de aplicación del impuesto respecto del número total de usuarios que intervengan en ese servicio, cualquiera que sea el lugar en que estén situados. La base imponible de los demás servicios de intermediación se determinará por el importe total de los ingresos derivados directamente de los usuarios cuando las cuentas que

permitan acceder a la interfaz digital utilizada se hubieran abierto utilizando un dispositivo que se encontrara en el momento de su apertura en el territorio de aplicación del impuesto. A efectos de lo previsto en el párrafo anterior, resultará indiferente el momento temporal en que se hubiera abierto la cuenta utilizada.

- c) En el caso de los servicios de transmisión de datos, se aplicará a los ingresos totales obtenidos la proporción que represente el número de personas usuarias que han generado dichos datos que estén situadas en el territorio de aplicación del impuesto, respecto del número total de personas usuarias que hayan generado dichos datos, cualquiera que sea el lugar en que estén situadas. A efectos de lo previsto en el párrafo anterior, resultará indiferente el momento temporal en que los datos transmitidos hubieran sido recopilados.

Si el importe de la base imponible no resultara conocido en el periodo de liquidación, el contribuyente deberá fijarlo provisionalmente aplicando criterios fundados que tengan en cuenta el periodo total en el que van a generarse ingresos derivados de esas prestaciones de servicios digitales, sin perjuicio de su regularización cuando dicho importe fuera conocido, mediante autoliquidación correspondiente a ese periodo de liquidación. La regularización deberá realizarse como máximo en el plazo de los 4 años siguientes a la fecha de devengo del impuesto correspondiente a la operación. Cuando la base imponible se hubiera determinado incorrectamente el contribuyente deberá proceder a Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) para su rectificación.

**ARTÍCULO 10°. RETROACTIVIDAD.** El cobro del gravamen dispuesto en esta ley tendrá como fecha de comienzo el 1° de enero de 2022.

**ARTÍCULO 11°. PAGO EN DIVISAS.** El pago del gravamen podrá hacerse girando activos que las empresas afectadas posean en el exterior. Bajo esta opción, el porcentaje del gravamen se reduce al 2% de la facturación bruta anual.

**ARTÍCULO 12°. AUTORIDAD DE APLICACIÓN.** Se creará en el ámbito Agencia Federal de Ingresos Públicos, AFIP, un área específica denominada "Servicios Digitales", encargada de hacer cumplir el texto de la presente ley.

**ARTÍCULO 13°. OBLIGACIONES FORMALES.** Los contribuyentes del impuesto estarán obligados, con los requisitos, límites y condiciones que se determinen reglamentariamente, a:

- a) Presentar declaraciones relativas al comienzo, modificación y cese de las actividades que determinen su sujeción al impuesto.

- b) Solicitar de la Administración el número de identificación fiscal y comunicarlo y acreditarlo en los supuestos que se establezcan.
- c) Presentar periódicamente, o a requerimiento de la Administración, información relativa a sus servicios digitales.
- d) Nombrar una persona representante a efectos del cumplimiento de las obligaciones impuestas en esta Ley, cuando se trate de contribuyentes no establecidos en Argentina. La persona contribuyente o su representante estarán obligados a poner en conocimiento de la AFIP el nombramiento, debidamente acreditado, antes de la finalización del plazo de declaración de las operaciones sujetas al impuesto.
- e) Traducir al castellano o a cualquier otra lengua oficial, cuando así lo requiera la AFIP a efectos de control de la situación tributaria del contribuyente, las facturas, contratos y/o documentos acreditativos correspondientes a prestaciones de servicios digitales, que se entiendan realizadas en el territorio de aplicación del impuesto.
- f) Establecer los sistemas, mecanismos o acuerdos que permitan determinar la localización de los dispositivos de los usuarios en el territorio de aplicación del impuesto.

Asimismo, las empresas prestadoras de servicios digitales estarán obligadas a cumplir cualesquiera otras obligaciones formales que se establezcan por la normativa tributaria.

**ARTÍCULO 14°. REGISTRO DE PRESTADORAS EXTRANJERAS DE SERVICIOS DIGITALES.** Se creará en el ámbito de la autoridad de aplicación prevista un registro de las empresas de servicios digitales residentes en el exterior del país, a fin de corroborar su efectiva prestación en Argentina y efectivizar el correcto cobro del gravamen.

**ARTÍCULO 15°. SANCIONES.** Las situaciones de incumplimiento sobre el gravamen de la presente Ley y sus respectivas sanciones quedarán regidas por lo dispuesto en la Ley 11.683 (t.o. 1998) y sus modificaciones.

**ARTÍCULO 16°. CARÁCTER TRANSITORIO.** Este Ley regirá hasta la entrada en vigencia de los acuerdos tributarios de cooperación internacional a los que adhiera nuestro país en el Marco Inclusivo BEPS de Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios de la OCDE, u otros acuerdos internacionales que graven los hechos imposables alcanzados en la presente norma.

**ARTÍCULO 17°.** Comunicase al Poder Ejecutivo.

## FUNDAMENTOS

Sra. Presidenta,

Durante los últimos años los servicios digitales tuvieron una acelerada expansión a nivel global, consolidando un subsistema económico transnacional, apoyado en el acceso extendido a internet, que en nuestro país llega al 87,2% de la población<sup>1</sup>.

Entre estas nuevas actividades digitales -explotadas principalmente por grandes grupos económicos con asiento fiscal en países con bajos niveles de tributación- se encuentran: la publicidad en línea a través de motores de búsqueda y redes sociales, la intermediación en la venta de productos y servicios mediante plataformas digitales que conectan oferentes con consumidoras y consumidores y la comercialización de datos de personas usuarias.

El fenómeno de la reconfiguración que tuvo, en este siglo, el mercado internacional a causa del crecimiento de las empresas digitales o altamente digitalizadas y sus modelos de negocios, es una preocupación global que atraviesa tanto a la planificación y la gestión política, como a la investigación académica y jurídica. Diversos estudios lo identifican como economía digital, economía inmaterial, capitalismo de datos, de vigilancia, cuarta revolución industrial y capitalismo de plataformas; en todos los casos se identifica una etapa incipiente del orden económico, que tiende a sustituir la etapa anterior hegemonizada por la economía capitalista basada en la producción de

---

<sup>1</sup> "Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación". INDEC. 2021.

manufacturas. Se trata de una reconfiguración en la que emerge una nueva hegemonía caracterizada por un modelo de negocios capaz de extraer y controlar una inmensa cantidad de datos; en un mercado en el que los datos se vuelven "cada vez más centrales para las empresas y su relación con trabajadores, clientes y otras empresas"<sup>2</sup> (Srnicek, 2018). Consecuentemente, este tipo de empresas, conlleva un nuevo modelo laboral que flexibiliza sus responsabilidades y crea cantidades mínimas de puestos de trabajo (en 2018, Facebook tenía 12.000 personas empleadas y compró WhatsApp que tenía 55). Estas empresas, además, fueron las grandes privilegiadas de la pandemia, mientras el resto de la economía mundial se desmoronaba, las empresas digitales no sólo crecieron, sino que lo hicieron exponencialmente. En Argentina, por ejemplo, durante 2020 el E-Commerce, ventas por Internet, aumentó un 84%<sup>3</sup>.

Por esto, los estados soberanos atraviesan nuevos desafíos con respecto a este sector. Con relación a lo impositivo, en la actualidad el problema central está originado en que las legislaciones tributarias a nivel internacional se basan en el criterio de la presencia física y no fueron concebidas para alcanzar actividades económicas digitales sustentadas principalmente en activos intangibles, datos y conocimientos.

Esto ha generado que algunas empresas participen de forma activa en los mercados de un número creciente de países sin tener un domicilio fiscal en ellos, eludiendo así las obligaciones tributarias que resultan de las actividades económicas que llevan adelante. En este marco, las grandes empresas de servicios digitales no reconocen tributariamente el rol indispensable que las personas usuarias de cada territorio nacional tienen en la generación de valor de sus negocios, a través del suministro de datos y la generación de contenidos.

Este esquema tributario inequitativo afecta principalmente a los países en desarrollo, mediante pérdidas en su recaudación sobre servicios digitales de

---

<sup>2</sup> Srnicek, N. *Capitalismo de Plataformas*. Caja Negra, 2021.

<sup>3</sup> Cámara Argentina de Comercio Electrónico, CACE, 2021



empresas que están domiciliadas en el extranjero, pero que tienen una presencia digital significativa en su territorio nacional<sup>4</sup>.

En el caso de Argentina, esta presencia se manifiesta en la alta penetración que la utilización de estos servicios tiene en su población. En nuestro país, 36 millones de personas utilizan regularmente plataformas de redes sociales, lo que equivale al 79,3% de la población, con un uso diario promedio de casi 4 horas. Tomando como ejemplo solamente a Facebook y Google el alcance potencial que tienen los avisos publicitarios de estas plataformas en nuestro territorio se estima en 31 millones de personas usuarias. En cuanto a los servicios de intermediación en línea, durante el año 2021 el 54,8% de las usuarias y usuarios de internet los utilizó para acceder a servicios de gastronomía, y el 21,4% para contratar servicios de transporte<sup>5</sup>.

En cuanto a la adaptación de la legislación tributaria a nivel nacional, mediante la Ley 27.430 quedó alcanzada con el Impuesto al Valor Agregado la comercialización de servicios digitales prestados por empresas domiciliadas en el exterior; lo cual generó en el año 2020 una recaudación de 110 millones de dólares por este tributo, sobre un total de ventas registradas de 520 millones de dólares anuales<sup>6</sup>. Sin embargo, queda pendiente aún establecer un gravamen en función de la renta que estas empresas obtienen por las actividades cuyo funcionamiento extendido se apoya en el ecosistema digital conformado por las personas usuarias ubicadas en el territorio nacional.

A nivel internacional, ya existen antecedentes que buscaron abordar la situación de inequidad tributaria y de elusión fiscal, configurada por este nuevo escenario de negocios digitales transnacionales. El más relevante a nivel multilateral fue la firma en el año 2021, por más de 130 países, de la iniciativa BEPS sobre la

---

<sup>4</sup> "Economía digital y tributación. El caso argentino en el marco de la experiencia internacional". CEPAL. 2021.

<sup>5</sup> "El estado general del uso de móviles, Internet y redes sociales". Alvino, Clay. 2021.

<sup>6</sup> "Economía digital y tributación. El caso argentino en el marco de la experiencia internacional". CEPAL. 2021.



*"2022 – Las Malvinas son argentinas"*

Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios, consensuada en el marco de la OCDE.

Este acuerdo tiene como objetivo gravar las ganancias de las grandes empresas de servicios digitales estableciendo mecanismos tributarios de cooperación internacional que reconozcan el mayor impacto negativo que la pérdida de estos tributos tienen sobre los países en desarrollo.

Dado que la implementación efectiva de este acuerdo entrará en vigencia hacia el año 2024, varios países han adaptado ya sus legislaciones locales con gravámenes de diverso tipo sobre las actividades que estas empresas llevan adelante en sus territorios. Tal es el caso de Uruguay, España, Austria, Francia, Italia, Turquía, Reino Unido, Hungría, India y Polonia.

El presente proyecto de Ley tiene criterios similares a los de la legislación aprobada por Francia<sup>7</sup> y España<sup>8</sup>, en los años 2019 y 2020 respectivamente. En dichos países se estableció un tributo sobre los servicios de intermediación digital, publicidad en línea y transmisión de datos de usuarias y usuarios prestados por empresas cuyos ingresos globales sean superiores a los 750 millones de euros anuales, lo cual en la práctica alcanza a alrededor de las 30 compañías de servicios digitales más grandes a nivel global.

Estas iniciativas consideran como cálculo general para la determinación de la base imponible al volumen total de ingresos de cada empresa en proporción al número de personas usuarias situadas en el territorio nacional, respecto a la cantidad total de usuarios/as que intervengan en ese servicio, aplicando sobre ello una alícuota del 3%. En cuanto al criterio utilizado para determinar la cantidad de personas usuarias situadas en el territorio nacional, en ambos países, se considera el lugar en que se han utilizado los dispositivos a partir de

---

<sup>7</sup> LOI n° 2019-759 du 24 juillet 2019 portant création d'une taxe sur les services numériques et modification de la trajectoire de baisse de l'impôt sur les sociétés.

<sup>8</sup> Ley 4/2020, de 15 de octubre, del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales.

las direcciones de protocolo de internet (IP) de los mismos y otros instrumentos de geolocalización.

Frente al escenario de inequidad tributaria descrito y considerando los antecedentes internacionales y el espíritu de los convenios multilaterales a los que adhirió nuestro país, se hace necesario actualizar la legislación nacional con el fin de reparar esta situación de injusticia económica mediante un gravamen a los servicios digitales realizados por los grandes grupos económicos transnacionales, toda vez que sus ingresos son posibilitados por la utilización que de estos servicios hacen las y los habitantes del territorio argentino.

En Argentina, además, la evasión y la elusión fiscal en general provocan un problema serio en las cuentas públicas; por esto nuestro bloque, así como los gobiernos populares que llevó adelante nuestra fuerza política, vienen trabajando en distintas herramientas para luchar contra estas prácticas nocivas, a sabiendas de que además de la desfinanciación pública, estos mecanismos en cabeza de las grandes multinacionales horadan la soberanía nacional.

A modo de ejemplo, sabemos que la tasa legal del impuesto que tienen que pagar las empresas (las que sí están registradas como operadoras en el país) difiere significativamente de la tasa efectiva, la que realmente pagan. La tasa legal era en 2018 del 30 %, pero el tipo impositivo efectivo sobre sus beneficios fue del 7,8 %. Esto ocurre debido a que, aprovechándose de la letra pequeña y los huecos de ley, logran desarrollar una ingeniería fiscal diseñada por sus equipos técnicos que les permite eludir sus responsabilidades tributarias. Vale aclarar que estos mecanismos elusivos siempre son operados por las grandes empresas, no así por las pequeñas y medianas. Entre estas y otras prácticas elusivas, en Argentina se deja de pagar en impuestos el equivalente a un 2,74 % del PIB; es decir, se pierde un 9 % del total de recaudación<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup><https://www.telam.com.ar/notas/202104/551753-lo-que-se-deja-de-pagar-en-impuestos-en-argentina.html>



*"2022 – Las Malvinas son argentinas"*

Por eso proponemos la sanción de la presente Ley, que está sustentada jurídicamente en las atribuciones que la Constitución Nacional le confiere a este Congreso en los incisos 1° y 2° de su artículo 75 y legitimada políticamente en el ejercicio de la soberanía nacional y la obligación que el Estado tiene en resguardar los intereses de su pueblo. En ese sentido y de acuerdo a los fundamentos expuestos, solicitamos a las Diputadas y Diputados de la Nación que apoyen esta iniciativa.

**Florencia Lampreabe**

**Pablo Carro**

**Marisa Uceda**