



A un clic de la transición: Economía Digital en Centroamérica y la República Dominicana

Giselle Del Carmen
Karen Díaz
Marta Ruiz-Arranz

CATALOGACIÓN EN LA FUENTE PROPORCIONADA POR LA BIBLIOTECA FELIPE HERRERA DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

Del Carmen, Giselle.

A un clic de la transición: economía digital en Centroamérica y la República Dominicana / Giselle Del Carmen, Karen Díaz, Marta Ruiz-Arranz.
p. cm. — (Monografía del BID ; 848)
Incluye referencias bibliográficas.

1. Information technology-Economic aspects-Central America. 2. Information technology-Economic aspects-Dominican Republic. 3. Electronic commerce-Central America. 4. Electronic commerce-Dominican Republic. 5. Financial services industry-Technological innovations-Central America. 6. Financial services industry-Technological innovations-Dominican Republic. I. Díaz, Karen. II. Ruiz-Arranz, Marta. III. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Países de Centroamérica, Haití, México, Panamá y la República Dominicana. IV. Título. V. Serie.

IDB-MG-848

Clasificación JEL: O3, O14, O32, O33, L81

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), digitalización, economía digital, comercio electrónico, servicios electrónicos, aplicaciones móviles, internet, fintech, COVID-19.

Copyright © 2020. Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-Si-nObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



A un clic de la transición: Economía Digital en Centroamérica y la República Dominicana

La economía digital es un concepto que ha tomado auge en los últimos años basándose en proporcionar de manera eficiente nuevos bienes y servicios con tan solo un clic. Con el internet y un mayor uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), se han desarrollado una variedad de actividades económicas que utilizan la información y conocimiento digital como factores claves en la producción, lo cual ha reducido los costos de adopción de nuevas tecnologías, ha mejorado procesos de negocios y ha reforzado la innovación en todos los sectores de la economía.

El desarrollo de la economía digital y otros términos económicos relacionados carecen de definiciones ampliamente aceptadas. Desde la década de 1990, la definición ha ido evolucionando, reflejando la naturaleza cambiante de la tecnología y su uso por las empresas y los consumidores (Barefoot et al., 2018). Bukht y Heeks (2017) la definen como “esa parte de la producción económica derivada única o principalmente de tecnologías digitales con un modelo de negocio basado en bienes o servicios digitales”. Knickrehm et al. (2016) amplían esta definición y señalan que la economía digital es la porción de la producción económica total derivada de una serie de insumos digitales amplios, tales como: habilidades digitales, equipo digital (*hardware*, *software* y equipo de comunicaciones) y los bienes y servicios digitales intermedios utilizados en la producción.

Esto es especialmente importante para los países en desarrollo en donde la economía digital ha comenzado a afectar a los sectores tradicionales, como la agricultura, el turismo y el transporte. De hecho, los cambios económicos más importantes pueden producirse mediante la digitalización de los sectores tradicionales y no mediante la aparición de nuevos sectores habilitados digitalmente (UNCTAD, 2017).

La medición de la economía digital es uno de los retos que actualmente enfrenta la estructura económica mundial. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), en este momento no hay una definición ampliamente aceptada de la economía digital o el sector digital, y el hecho de que no exista una clasificación de la industria y los productos para las plataformas de internet y los servicios asociados obstaculiza la medición de la economía digital (FMI, 2018). Como resultado, el FMI distingue entre el “sector digital” y la economía moderna cada vez más digitalizada, a menudo llamada “economía digital”, y se centra en la medición del sector digital, que abarca las actividades principales de digitalización, bienes y servicios de infraestructura común de telecomunicaciones (TIC), plataformas en línea, así como plataformas que permiten el desarrollo de actividades como la economía colaborativa (*sharing economy*). Asimismo, el FMI señala que los rápidos aumentos en los servicios digitales gratuitos¹, la producción doméstica no comercializada, aunados a la ganancia de productividad en el uso del tiempo de los hogares, podría estar expandiendo el bienestar de los hogares de formas tales que no son captadas por el consumo o la evolución del Producto Interno Bruto (FMI, 2018). Esto sugiere que se necesitan indicadores además del Producto Interno Bruto (PIB) para comprender el crecimiento en el bienestar de la producción que no proviene del mercado convencional, sino que es habilitada por la digitalización.

Por otro lado, la economía digital está tomando forma y cuestionando las nociones convencionales sobre cómo se estructuran e interactúan las empresas y cómo los consumidores obtienen servicios, información y bienes.

El Banco Mundial (2016) estima que el número de usuarios de internet se ha triplicado en los últimos diez años: desde 1.000 millones en 2005 hasta aproximadamente 3.200 millones en 2015. De hecho, en los países en desarrollo, hay mayor acceso a teléfonos móviles que a electricidad o agua potable. En síntesis, en vista de que las TIC han penetrado de forma significativa en las distintas ramas de actividad, puede existir consenso en el hecho de que ya no cabe hablar de la economía digital como un área o porción de la economía, pues cada vez más constituye una parte integral de la economía (CEPAL, 2019).

La importancia de la economía digital tiene una relación directa con el desarrollo de infraestructura digital y la adopción de las TIC. En este aspecto, persisten importantes brechas entre la región centroamericana y los países desarrollados. En la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en promedio, 84% de la población usa internet, mientras que en la región compuesta por Centroamérica, Panamá y República Dominicana (CAPARD) la cifra es claramente menor —47%— (ITU, 2018). En el Recuadro 1 se profundiza sobre la adopción de las TIC en la región de CAPARD y se incluye tanto México como el promedio de la OCDE, para tener una referencia sobre la posible evolución en la adopción de TIC en el mediano y largo plazo.

Igualmente, persiste una heterogeneidad en el desempeño de los países de CAPARD en los índices internacionales que miden las diferentes dimensiones de la digitalización. Cruz (2019) realiza una caracterización del nivel de digitalización de estos países con base en algunos índices representativos y de amplio uso internacional, tales como el Índice de Preparación en Red (*Networked Readiness Index* o NRI, por sus siglas en inglés) del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés). Este último evalúa el grado de preparación —con base en cuatro áreas: entorno, preparación, uso e impacto— de los países para aprovechar los beneficios de las TIC con orientación al desarrollo de la economía digital. En su análisis, Cruz (2019) concluye que la mayoría de los países de esta región tiene calificaciones similares o ligeramente menores a los promedios de América Latina, y todos tienen calificaciones muy inferiores a las de los países de la OCDE. Dentro de la región de Centroamérica, Nicaragua es el país con los menores niveles de digitalización, lo cual coincide con los hallazgos expuestos en el Recuadro 1. En contraste, Costa Rica y Panamá son los países de la región con mayor nivel de digitalización.

El objetivo de este reporte es presentar una visión general de la economía digital en la región compuesta por CAPARD. En particular, se analizan los ingresos, así como su evolución y la de los usuarios, brindando comparaciones entre países y con otras regiones. Para ello, el BID ha desarrollado y analizado una base de datos que incluye información sobre ingresos y usuarios de los siguientes siete subsectores de la economía digital: *eCommerce*, *eServices*, publicidad digital, FinTech, medios digitales, servicios de movilidad en línea y reservas de viaje en línea (véase el Recuadro 2). Como se planteó anteriormente, aún no existe consenso sobre la definición o cuantificación de la economía digital, por lo que los resultados de este estudio deben visualizarse como una primera estimación conservadora.

Recuadro 1. Adopción de las TIC en CAPARD

Según ITU (2020), en la región integrada por los países de CAPARD, 50% de los individuos tienen acceso a internet. Si bien México no forma parte de esta región, tiene resultados ligeramente superiores al promedio de CAPARD. En concreto, en México 64% de los individuos tienen acceso a internet, además de que 95 de cada 100 personas son suscriptores de una compañía de banda ancha móvil (frente a 114 de cada 100 en CAPARD) (véase el Gráfico 1).



BELICE:

alrededor de la mitad de la población usa internet (47%); sin embargo, existe una gran brecha con los datos regionales, pues en este país únicamente 6 de cada 100 habitantes tienen una suscripción a una empresa de banda ancha fija.



COSTA RICA:

es el país de CAPARD con un mayor porcentaje de personas que tienen internet (71%). El crecimiento en el sector de telecomunicaciones en este país ha sido significativo, lo cual se refleja en el elevado número de suscripciones de banda ancha móvil (170 de cada 100 suscripciones, y 17 de cada 100 habitantes con suscripciones de banda ancha fija).



EL SALVADOR:

una tercera parte de la población usa internet (34%), 147 de cada 100 habitantes tienen suscripciones de banda ancha móvil, y 7 de cada 100 habitantes tienen suscripciones de banda ancha fija.



GUATEMALA:

en este país, 65% de la población utiliza internet, 118 de cada 100 habitantes tienen suscripciones de banda ancha móvil.



HONDURAS:

32% de la población utiliza internet, 79 de cada 100 personas tienen suscripciones de banda ancha móvil. Estas estadísticas evidencian que el sector TIC en Honduras está en fase de desarrollo.



NICARAGUA:

es el país de CAPARD con la menor cobertura de internet pues menos de un tercio de la población lo utiliza (28%); además, únicamente 3 de cada 100 habitantes tiene una suscripción de banda ancha fija.



PANAMÁ:

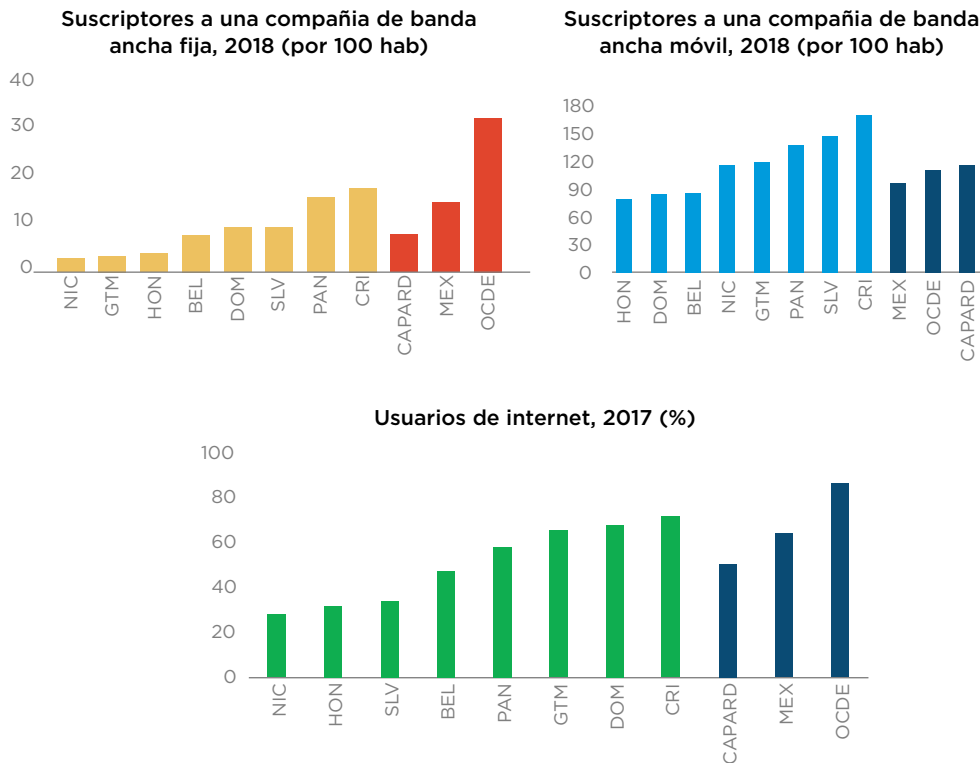
más de la mitad de la población usa internet (58%), 137 de cada 100 habitantes tiene suscripción activa de banda ancha móvil, y 13 de cada 100 habitantes tiene suscripción de banda ancha fija.



REPÚBLICA DOMINICANA:

alrededor de dos tercios de la población usa internet (68%), 84 de cada 100 habitantes están suscritos a una compañía proveedora de banda ancha móvil. Como otros países de la región, enfrenta el reto de desarrollo de infraestructura para expandir la cobertura del servicio a áreas remotas.

Gráfico 1. Adaptación de las TIC en CAPARD por país



Fuente: BID con datos de ITU (2020) y estadísticas de OCDE. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

Recuadro 2. Datos de la economía digital

Los datos provienen de estudios de mercado y algoritmos de estimación de Statista. Para el caso de los usuarios, la información que se presenta corresponde a la unión, y no a la intersección de usuarios, por lo que los datos agregados presentados podrían estar sobreestimados: por ejemplo, una misma persona puede ser usuario de Spotify y Uber; sin embargo, en este análisis los estaríamos considerando como dos usuarios distintos, en lugar de uno solo. Asimismo, los datos y proyecciones han sido ajustados por el impacto del COVID-19 en la economía global.

Mercado de comercio electrónico (eCommerce): abarca la venta de bienes físicos a través de un canal digital a un usuario final privado. Incluye compras como juguetes, multimedia, muebles, comida, etc. Este segmento no incluye medios digitales (por ejemplo, descargas de música, libros electrónicos), Mercados B2B (por ejemplo, Alibaba) y venta entre personas (por ejemplo, Craigslist).

Mercado de servicios electrónicos (eServices): se define por la venta de servicios en línea y productos digitales a través de internet. Incluye entradas para eventos reservadas en línea y emitidas digitalmente para eventos deportivos, eventos musicales y cines, servicio a domicilio ordenado en línea. eServices no incluye eCommerce, ni multimedia adquirida en línea.

Publicidad digital: utiliza el internet para entregar a sus usuarios mensajes de publicidad a través de varios formatos. Esto incluye publicidad en búsquedas, publicidad en redes sociales, publicidad en pancartas, publicidad en video y anuncios clasificados. En publicidad digital, no se incluyen el *marketing* por correo electrónico ni el patrocinio hecho por influenciadores.

Medios digitales: se definen como canales de comunicación, contenidos y aplicaciones de medios audiovisuales que se distribuyen directamente a través de internet. Esto incluye contenido de video digital (por ejemplo, películas, series y programas de televisión), música digital proporcionada como descarga o transmisión por internet, así como juegos digitales para diferentes dispositivos y contenido publicado electrónicamente (por ejemplo, Netflix, Amazon Prime Video, Spotify, *eBooks*, *eMagazines*, *ePapers*, etc.). En este segmento, no se incluye ningún contenido generado por algún usuario.

Servicios de movilidad en línea: incluye vuelos, servicios de comunicación por voz, viajes de larga distancia en autobús y boletos de tren que se reservan en línea, así como alquileres de carros que se realizan a través de internet. Estos servicios se reservan directamente a través de la página web del proveedor de servicios o a través de agencias de viajes en línea (por ejemplo, *Uber* y *Lyft*). En este segmento, no se incluye las reservas en línea y por teléfono, tampoco se considera el transporte público, servicios de chófer y servicio de taxi tradicional.

Reservas de viaje en línea: son soluciones para los usuarios que hacen uso de espacios virtuales para realizar transacciones en línea sin necesidad de visitar alguna agencia, funcionan para reserva de boletos, paquetes de vacaciones, estancias en hoteles, alquileres de vacaciones privados y cruceros (por ejemplo, Expedia, Hotels.com, Booking.com y *Airbnb*).

FinTech: es la abreviatura de "Tecnología Financiera", el concepto central de cambio estructural y digitalización dentro de la industria de servicios financieros. FinTech es útil para los usuarios porque permite el uso de aplicaciones que faciliten y simplifiquen muchas operaciones. Economía digital y tecnología financiera son temas de especial relevancia ya que buscan lograr que los servicios financieros sean más eficientes, inteligentes y atractivos para los usuarios mediante la incorporación de tecnologías innovadoras. En la definición actual de "FinTech" no se incluye las comisiones de las agencias a través de motores de búsqueda, pagos de empresa a empresa, las criptomonedas ni la tecnología *blockchain*.

Cuantificación de la economía digital en CAPARD

La economía digital ha adquirido una creciente importancia en la región centroamericana. En 2019, los ingresos de la economía digital en CAPARD ascendieron a USD 21,7 mil millones, equivalentes a 6% del PIB de CAPARD en comparación con 11% del PIB para países de la OCDE² (véase el Gráfico 2). Guatemala es el país que tiene una mayor contribución en los ingresos totales de CAPARD, con 23%, seguido de República Dominicana (19%) y Costa Rica (15%) (véase el Gráfico 3).

En la región, Guatemala tuvo en 2019 ingresos por USD 4,9 mil millones (6,4% del PIB), le sigue República Dominicana, cuyos ingresos por USD 4,1 mil millones representaron 4,6% del PIB; en tanto que Costa Rica generó ingresos por USD 3,3 mil millones (5,3% del PIB). En el resto de los países de la región, los ingresos fluctuaron entre USD 81 millones (Belize) y USD 2,8 mil millones (El Salvador). En lo que concierne a la evolución de los ingresos en la región, en 2019 crecieron 16% anual, mientras que el número de usuarios se elevó a 13% anual. Como se verá más adelante, la expansión de la pandemia de COVID-19 ha favorecido el desarrollo de algunos segmentos de las empresas de servicios digitales (véase el Recuadro 4).

Gráfico 2. Ingresos de la economía digital (% del PIB)

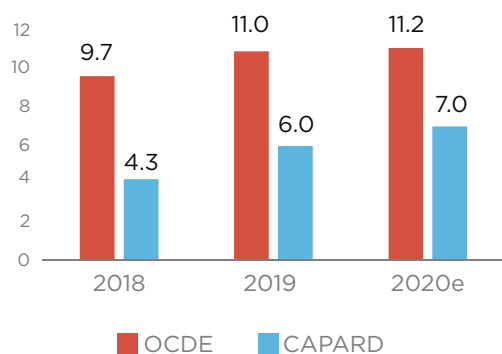
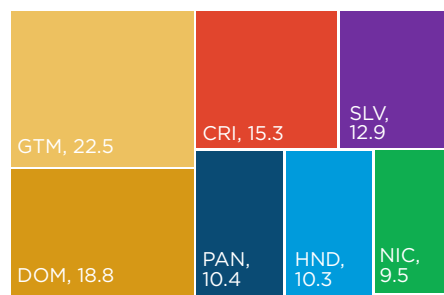


Gráfico 3. Participación en los ingresos de la economía digital por país en CAPARD, 2019 (%)



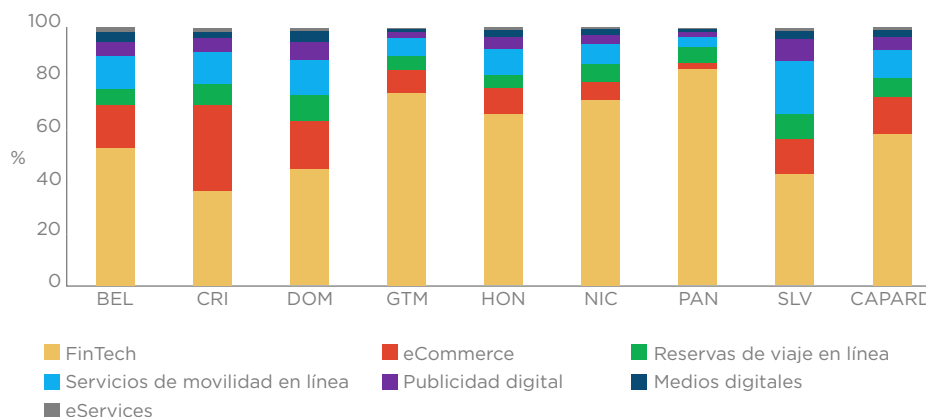
Fuente: BID con datos de Statista

De los sectores considerados, FinTech es la principal fuente de ingresos por servicios digitales, pues en 2019 tuvo ingresos por más de USD 12,8 mil millones —es decir, 59% de los ingresos totales—; le siguieron en orden de relevancia eCommerce (14%), servicios de movilidad en línea (11%) y reservas de viaje en línea (7%)³. Este mismo comportamiento se observa a nivel de país, pues para todos los países de CAPARD FinTech representa entre 37% (Costa Rica) y 84% (Panamá) de los ingresos totales (véase el Gráfico 4). El segundo mercado principal en materia de ingresos es eCommerce, que aporta entre 3% y 33% de los ingresos totales de cada país. No obstante, en Panamá, Nicaragua y El Salvador son más significativos los ingresos que obtiene el mercado de servicios de movilidad en línea, pues contribuyen con 4%, 8%, y 21% del total de ingresos, respectivamente.

²La mayor parte de estos ingresos se generan en Estados Unidos (42% de los ingresos totales).

³En la OCDE los principales sectores en términos de ingresos son FinTech y Reservas de viaje en línea, pues aportan 47% y 19% de los ingresos totales respectivamente.

Gráfico 4. Composición de los ingresos de la economía digital, país y mercado (%)



Fuente: BID con datos de Statista

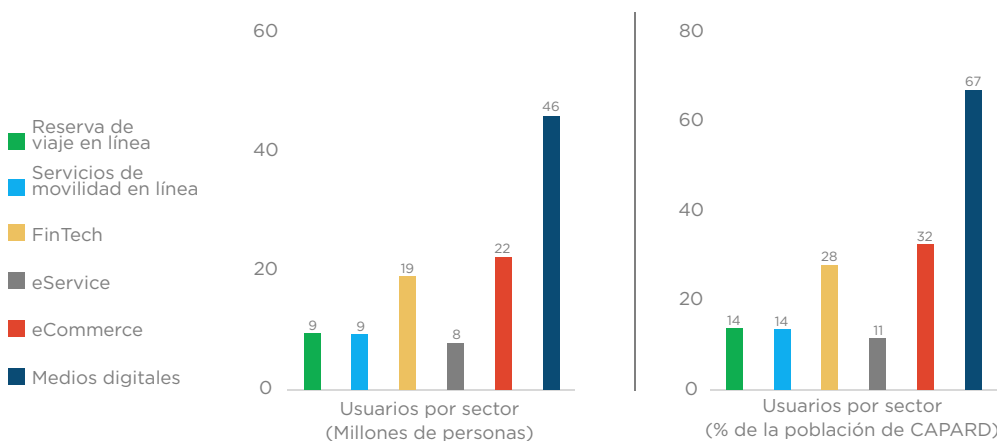
En CAPARD los sectores considerados crecieron, en promedio, 23% en 2019.

Los más dinámicos fueron FinTech (79%), eCommerce (34%) y eServices (16%), en tanto que los servicios de movilidad en línea mostraron un menor dinamismo en el ingreso con un crecimiento de solo 5%. A excepción de Panamá, al interior de los países de la región, el sector FinTech fue el que más destacó, pues los ingresos en 2019 crecieron entre 27% (República Dominicana) y 162% (Nicaragua). En contraste, para Panamá eCommerce fue el sector más dinámico en términos de crecimiento de ingresos en 2019, con un incremento de 49% anual.

Por otro lado, la expansión del número de usuarios de la economía digital refleja el impacto masivo que crea dentro de la sociedad.

En 2019, había 113 millones de usuarios en CAPARD⁴, con un crecimiento anual de 13%. Medios digitales es el sector con mayor número de usuarios en la región (45,6 millones de personas), que es equivalente a 67% de la población de esta región. eCommerce y reservas de viaje en línea siguen en orden de relevancia —con 22 y 9,4 millones de usuarios, respectivamente: 32% y 14% de la población de CAPARD, correspondientemente—(véase el Gráfico 5). La economía digital ayuda al crecimiento sostenido de los países y a mejorar la calidad de vida de los usuarios. Asimismo, la digitalización ha permitido a algunas empresas a participar activamente en las economías de varios países sin tener necesariamente presencia física en ellos.

Gráfico 5. Usuarios de la economía digital en CAPARD por sector, 2019

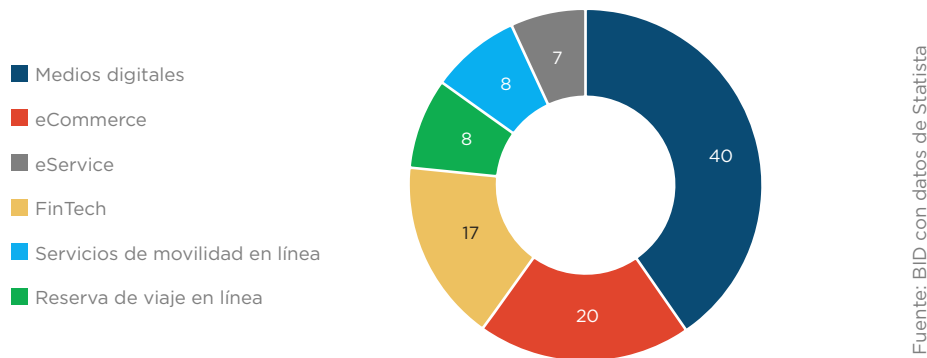


Fuente: BID con datos de Statista

⁴Es importante mencionar que en esta investigación no se pudo identificar a los usuarios del sector de Publicidad digital, por lo que dicho sector se excluye del análisis de usuarios.

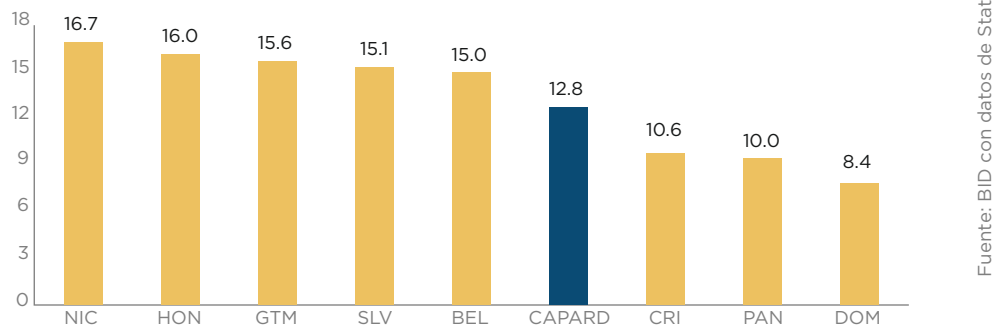
Cuatro de cada diez usuarios de la economía digital en CAPARD se concentran en el sector de medios digitales (véase los Gráficos 6 y 7). En todos los países de CAPARD, la mayoría de los usuarios de la economía digital se concentra en el sector de medios digitales con participaciones que van de 31% del total de usuarios en Costa Rica hasta 49% de los usuarios en Belice. En este sentido, los usuarios desplazan los medios tradicionales por la necesidad de mantenerse informados sobre el acontecer en la sociedad, pues a través de los medios digitales se benefician de la inmediatez, de un mayor alcance, así como de un proceso de retroalimentación. *eCommerce* se lleva la segunda posición, con un 20% del total de usuarios. En tanto que el sector FinTech, que logra que los servicios financieros sean más eficientes, inteligentes y atractivos para los usuarios, concentra cerca de 17% de los usuarios de economía digital.

Gráfico 6.
Composición de los usuarios de la economía digital en CAPARD por sector, 2019 (%)



Nicaragua y Honduras son los países de esta región en donde el número de usuarios creció más en 2019, con tasas de 16,7% y 16%, respectivamente. Se estima que en 2020 el número de usuarios en la región crezca 3% anual. El mayor incremento se prevé en Guatemala (5,8% anual).

Gráfico 7. Crecimiento de los usuarios de la economía digital, 2019 (%)



Se prevé que los ingresos de este sector han de reducirse 5% en 2020 (7% del PIB). Se estima que los sectores más golpeados serán los servicios de movilidad en línea (-43% respecto al año previo), así como viajes y turismo (-42% anual). Ello se explica por el confinamiento de la población y las restricciones de movilidad que se establecieron tanto en los países de CAPARD como a nivel internacional debido a la pandemia de COVID-19. Por su parte, el sector de *eCommerce* será uno de los sectores beneficiados por la pandemia, pues incentivará a las empresas a adoptar estrategias innovadoras a fin de que puedan entregar los artículos que la población necesita, pero de forma digital. Por tanto, se espera que los ingresos de *eCommerce* en CAPARD crezcan 11% anual en 2020.



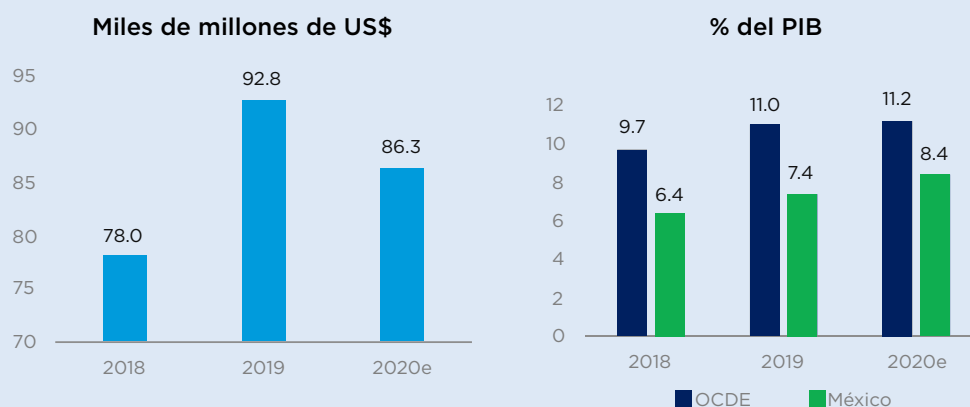
Gráfico 8. Composición de los usuarios de la economía digital en CAPARD, por país y sector 2019 (%)



Recuadro 3. **La economía digital en México**

En 2019, el ingreso por la economía digital representó un 7,4% del PIB. Los ingresos por servicios digitales en 2019 sumaron cerca de USD 93 mil millones, con un crecimiento de 19% anual respecto a 2018. Como referencia, en 2019 los ingresos de la economía digital en México fueron más de cuatro veces superiores a los de CAPARD. Además, en 2019 México fue el país 13 de los 37 miembros de la OCDE con los mayores ingresos en la economía digital (1,6% del total, misma participación que Suiza). La mayor parte de los ingresos de la OCDE se generan en Estados Unidos, a saber, 42% de los ingresos totales. Los ingresos de México fueron cuatro veces mayores a los de los países latinoamericanos que también son miembros de la OCDE: Colombia y Chile, cuyos ingresos alcanzaron USD 24,7 y USD 21,8 mil millones, respectivamente. Los ingresos presentan una tendencia creciente pasando de 6,4% del PIB en 2018 a 7,4% del PIB en 2019, y se prevé que lleguen a 8,4% del PIB en 2020 (véase el Gráfico 9).

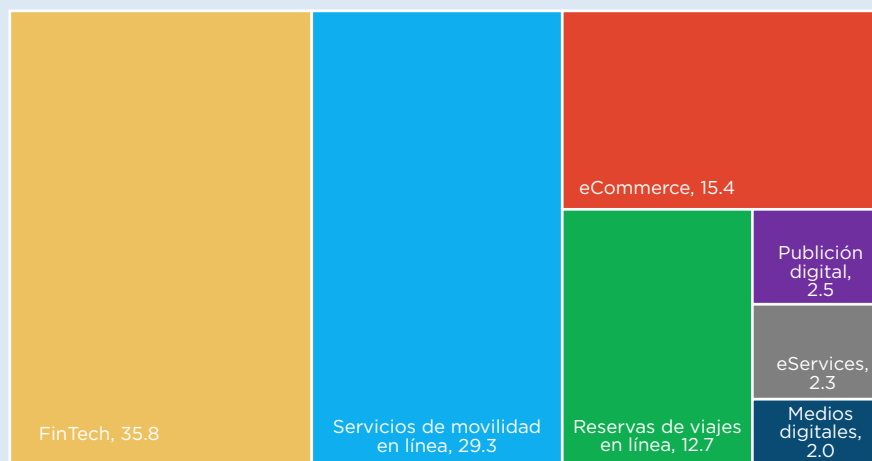
Gráfico 9. Ingresos de la economía digital en México



Fuente: BID con datos de Statista

En 2019, los sectores que más contribuyeron en el total de los ingresos de la economía digital en México fueron: FinTech (36%), servicios de movilidad en línea con un 29% del total de ingresos, *eCommerce* con 15% y las reservas de viaje en línea con 13% (véase el Gráfico 10).

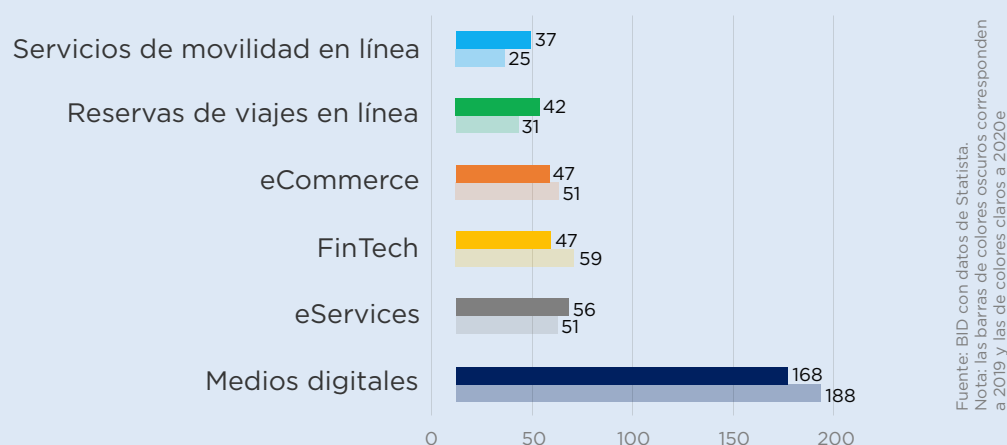
Gráfico 10. Composición de los ingresos de la economía digital en México, 2019



Fuente: BID con datos de Statista

La dinámica de los usuarios impulsa los ingresos por servicios digitales. En 2019, hubo 396,5 millones de usuarios de los sectores de la economía digital analizados (la información corresponde a la unión y no a la intersección de usuarios, por lo que los datos agregados presentados podrían estar sobreestimados: véase el primer párrafo del Recuadro 2). El crecimiento de los usuarios en México en 2019 fue de 8% anual. En 2019, los usuarios en México se concentraron en: medios digitales (42% del total), eServices (14%), FinTech (12%), eCommerce (12%), reservas de viajes en línea (11%) y servicios de movilidad en línea (9%). Los sectores que en 2019 registraron los mayores incrementos anuales en el número de usuarios fueron eServices con 15% anual, así como FinTech y eCommerce con 13% anual cada uno (véase el Gráfico 11).

Gráfico 11.
Usuarios de la economía digital en México, 2019, y 2020e (millones por persona)



En 2019, la mayoría de los usuarios (60%) de eCommerce y servicios de movilidad en línea en México tenía entre 25 y 44 años, lo cual supone un desafío adicional para la población mayor de México ante la emergencia sanitaria resultante de COVID-19, pues los datos recabados indican que de los usuarios de servicios de movilidad en línea solamente 1 de cada 10 tenía entre 45 y 54 años, en tanto que solo 3% de los usuarios de eCommerce en 2019 tenía entre 55 y 64 años. Por lo tanto, las empresas proveedoras de estos servicios deberán implementar estrategias que les permitan entregar valor al consumidor de manera digital, pero a la vez muy sencilla para poder alcanzar los segmentos de la población de edad avanzada.

Se prevé que la pandemia de COVID-19 reduzca los ingresos en México 7% anual, para situarse en USD 86,3 mil millones. Esta caída en los ingresos de la economía digital se acerca a la estimación de crecimiento del PIB más reciente emitida por el FMI de -6,6% en 2020 (WEO, abril de 2020). Los sectores cuyos ingresos se verían más afectados son servicios de movilidad en línea (-43% anual) y reservas de viaje en línea (-41% anual). En contraste, eCommerce y FinTech podrían registrar crecimientos de 19% anual. En épocas de crisis, las FinTech constituyen una herramienta para apoyar la inclusión financiera, sobre todo durante la pandemia. Por ejemplo, en marzo de 2020 la *startup* mexicana de FinTech Credijusto⁵ consiguió un préstamo de USD 100 millones del Credit Suisse, que le permitirá otorgar créditos a pymes a medida que los bancos evalúen cómo responder ante el impacto del COVID-19.

⁵ Ver <https://www.economista.com.mx/sectorfinanciero/Credijusto-recauda-100-millones-de-dolares-busca-aumentar-prestamos-por-la-crisis-del-coronavirus-20200323-0026.html>

Asimismo, se espera una desaceleración en el ritmo de crecimiento del total de usuarios de la economía digital (2% anual vs. 8% en 2019). Este menor crecimiento en relación con lo que se venía observando en México se explica fundamentalmente por la caída esperada de 41% anual en los usuarios de reservas de viaje en línea, así como por la reducción de 16% anual en las personas que usan servicios de movilidad en línea, todo ello como resultado de que con la pandemia se han impuesto restricciones para viajar y se ha reducido la movilidad de la población al interior del país (véase el Gráfico 11).

Perspectivas de la economía digital

La economía digital presenta una oportunidad para una mayor generación de ingresos y desarrollo productivo en la región. Primero, los negocios digitales pueden implicar una mayor apertura a una mayor inclusión social y económica, ya que hay pocas barreras de entrada para ser oferente de bienes y servicios (Buenadicha *et al.*, 2017). Por ejemplo, solo en 2016, se estima que Uber generó más de 300 empleos en Costa Rica (Agencia de Promoción de Inversiones en Costa Rica, CINDE, por sus siglas en inglés, 2016) y en Belice, se calcula que 7% del total de visitantes se hospeda en viviendas privadas (*home-sharing*) a través de plataformas digitales. Asimismo, el desarrollo de negocios digitales ha permitido a algunas empresas establecerse a bajo costo, dado que muchas pueden operar con poco personal y sin necesidad de un establecimiento físico. Aunque las plataformas digitales son utilizadas primordialmente por las clases media y alta, los estratos sociales con menores ingresos son quienes se podrían beneficiar más (Fraiberger y Sundarajan, 2016).

Segundo, la digitalización de transacciones del sector representa una herramienta para formalizar esta economía, lo que podría contribuir a reducir las altas tasas de informalidad en CAPARD. En esta región, la población con un empleo informal representa, en promedio, 65% del empleo total (OIT, 2018). Cabe destacar que Honduras, Guatemala y Nicaragua son los países de esta región con las mayores tasas de informalidad (entre 77,4% y 79,9% del empleo total). Tercero, la digitalización permite que pequeñas y medianas empresas (pymes) puedan participar de una manera más relevante en el comercio internacional, pues como señala Meltzer (2014), la digitalización les permite procesar pagos internacionales, así como enviar los productos que producen a cualquier parte del mundo. Por ejemplo, las pymes que utilizan eBay tienen casi la misma probabilidad de exportar que las grandes empresas que utilizan esta plataforma, y tienen una tasa de supervivencia de 54% (24% para las pymes no digitalizadas). Por último, la fiscalización de estos servicios podría resultar en una mayor recaudación tributaria en la región. Se estima que Uber, Netflix, Spotify y Apple tienen una recaudación potencial de USD 5,1 millones en Costa Rica (0,008% del PIB) y hasta USD 178,8 millones en México, equivalente a 0,01% del PIB (CEPAL, 2019)⁶.

⁶Para esta estimación se usa el supuesto de que el IVA se aplicaría sobre los servicios de Uber, Netflix, Spotify, y Apple; en tanto que un impuesto de 3% sobre los servicios digitales únicamente se aplicaría sobre los servicios de Uber.

Con la economía digital, las empresas pueden incrementar su capacidad competitiva, pues esta les abre más puertas a nivel global, un aspecto que conlleva el acceso a los bienes y servicios de forma más rápida. Además, todos los sectores se pueden ver beneficiados, por lo que indudablemente se presentará como una de las grandes fuentes generadoras de empleo en los próximos años, gracias a su apuesta por la tecnología y la capacidad competitiva global que genera. La Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) señala los principales beneficios que el comercio electrónico B2B y B2C⁷ ofrece a las economías y a los negocios: una mayor participación en las cadenas globales de valor, un mayor acceso a mercados y una mayor eficiencia en los procesos (UNCTAD, 2017). Además, el crecimiento del comercio electrónico incorpora eficiencias en las economías, debido a su efecto en la reducción de los costos de transacción en los mercados, y permite la creación de nuevos empleos en el sector TIC y en las industrias usuarias de este tipo de comercio.

Por otro lado, la pandemia de COVID-19 ha acelerado la transformación digital, en particular en los sectores de eCommerce y eServices. Muchos negocios se han visto obligados a optar por el teletrabajo y las ventas en línea. Asimismo, la telemedicina y el aprendizaje a distancia han sido otras herramientas adoptadas para mitigar los efectos negativos del confinamiento. México y República Dominicana han tenido un aumento en ingresos de eCommerce de 12% y 80%, respectivamente, en comparación con 2019⁸. Si bien las órdenes de confinamiento desaparecerán tarde o temprano, muchos usuarios habrán cambiado su comportamiento para generar más ventas en línea y muchos negocios verán los beneficios de implementar medidas como el teletrabajo para hacer sus empresas más eficientes (véase el Recuadro 4).

⁷Business to business, y business to consumer respectivamente.

⁸COVID-19 Commerce Insight. <https://ccinsight.org/>. Los datos son en referencia a los últimos siete días en comparación con el mismo período en 2019. Datos descargados el 4 de junio 2020.

⁹Ver <https://centroamerica.walmart.com/1/account>

Recuadro 4. **La aceleración de la economía digital y la pandemia de COVID-19**

La pandemia de COVID-19 ha provocado una aceleración de los negocios digitales. El confinamiento de la población —medida implementada con el objetivo de contener los contagios tanto en la región CAPARD como a nivel internacional— ha presentado desafíos significativos para consumidores así como para productores. En este sentido, ha planteado la necesidad de que las empresas que aún no se habían insertado en los canales móviles lo hagan de una manera eficiente, y buscando que la experiencia de compra virtual sea sumamente sencilla, para que los sectores de la población que no están familiarizados con las transacciones en línea puedan acceder a los servicios requeridos (por ejemplo, adultos mayores). Entre los sectores más favorecidos en el contexto actual, destacan *eCommerce* y *eServices* —en particular, los servicios de entrega de comida— que permiten a las personas elegir los bienes que satisfacen sus necesidades y realizar su compra sin salir de casa. A raíz de la pandemia, la cadena de supermercados Walmart ha desarrollado una plataforma para realizar las compras en línea en Costa Rica, Honduras, Guatemala, El Salvador y Nicaragua⁹; y en México, la plataforma de compras en línea de esta y otras cadenas se ha fortalecido.

En la región CAPARD y en México, pese a que se han hecho intentos para continuar con las clases en línea, existe una marcada desigualdad en el acceso a una computadora en el hogar para las tareas de la escuela que depende del quintil de ingresos del hogar, lo cual acentúa las brechas educativas entre estudiantes ricos y pobres, con la consiguiente afectación en el capital humano. Asimismo, en lo concerniente a los docentes, la gran mayoría no cuenta con los recursos materiales ni las habilidades técnicas o pedagógicas para integrar dispositivos digitales en la instrucción de sus clases. En respuesta a esta situación, algunos países como México ajustaron los calendarios escolares con el objetivo de que los estudiantes que no pudieron participar en las clases virtuales tomaran cursos remediales. Otros países de la región han combinado distintos canales de comunicación para transmitir material educativo, incluyendo el uso de redes sociales, radio y televisión¹⁰. Por ejemplo, Costa Rica ha implementado la estrategia “Aprendo en Casa”, la cual combina plataformas digitales como Facebook, radio y televisión para transmitir contenido educativo¹¹. No obstante, en Honduras, aproximadamente la mitad de los 2,9 millones de alumnos continúa recibiendo clases virtuales y el resto no ha podido continuar por falta de acceso a computadoras o internet, principalmente en el área rural¹².

Por otro lado, la innovación aplicada a la gestión de la salud también es evidente dentro del sector público. Ciudad de México (México) desarrolló un sistema de monitoreo en línea¹³ con el objetivo de que la población pueda conocer en tiempo real la saturación de los hospitales públicos. En Honduras, algunos proveedores privados han optado por la telemedicina para reducir el riesgo de contagio¹⁴.

¹⁰ Ver <https://blogs.iadb.org/educacion/es/cierrededeescuelas/>

¹¹ Ver <http://recursos.mep.go.cr/2020/aprendoencasa/>

¹² Ver <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/la-mitad-de-los-alumnos-en-honduras-sin-clases-por-covid-19-estan-rezagados/20000013-4236192>

¹³ Ver <https://hospitales.covid19.cdmx.gob.mx/public/hospitales/EstatusHospitales.xhtml>

Ahora bien, la economía digital trae desafíos para la política tributaria y la fiscalización de los sistemas actuales. Con la digitalización, muchas empresas se han incorporado a las economías de varios países sin tener necesariamente presencia física en ellos. Esto dificulta la recaudación de impuestos y favorece la erosión de los ingresos fiscales. En particular, al no existir un establecimiento físico permanente en el país de operación, los ingresos de dicha empresa solo pueden gravarse en el país de residencia. Por ejemplo, Owyang (2016) identificó 17 empresas con operaciones superiores a USD 1.000 millones en el ámbito de la economía colaborativa a nivel mundial. No obstante, ninguna de estas se encuentra en América Latina y el Caribe: el 70% se concentra en Estados Unidos. Asimismo, esto también presenta retos para la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), ya que los consumidores finales compran bienes intangibles y servicios a empresas que no están registradas en el país de consumo final. Al respecto, conviene señalar que en América Latina los avances en la tributación de la economía digital aún están en una fase inicial: por ejemplo, en la región de CAPARD, únicamente Costa Rica está en vías de aplicar IVA a los servicios digitales.

El proyecto sobre la Erosión de la Base Imponible y el Traslado de Beneficios (BEPS, por sus siglas en inglés), liderado por la OCDE y el Grupo de los 20 (G20) considera como primer plan de acción hacer frente a los desafíos fiscales que plantea la economía digital. El informe provisional de la OCDE (2018) no presenta una solución consensuada para los desafíos tributarios del sector. No obstante, la Unión Europea y ocho países de América Latina y el Caribe han tomado medidas provisionales en materia de tributación de servicios digitales. Por ejemplo, en 2019, el Gobierno de Costa Rica, por medio de las emisoras de tarjetas de crédito o débito, comenzó a gravar el IVA a los viajes realizados a través de plataformas de movilidad colaborativa como Uber. Asimismo, en México se han introducido algunas medidas para mejorar la recaudación de impuestos sobre servicios digitales (véase el Recuadro 5). No obstante, la OCDE espera alcanzar un consenso a finales de 2020. De no alcanzarlo, es probable que los países continúen adoptando medidas unilaterales que podrían generar tensiones internacionales y resultar en pérdida de ingresos fiscales. Por lo tanto, como señala la Cámara Internacional de Comercio (ICC, por sus siglas en inglés), a medida que la digitalización continúa siendo un importante motor del crecimiento económico, las políticas relacionadas con la tributación de la economía digital deben promover, y no obstaculizar, el crecimiento económico (ICC, 2019).



Recuadro 5. Recaudación sobre servicios digitales en México en 2020

En vista del crecimiento que ha mostrado la digitalización de la economía en México, esta representa una importante área de oportunidad recaudatoria.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) incluyó en el Proyecto de Presupuestos de Egresos 2020 algunas medidas para mejorar la recaudación vía el IVA y el impuesto sobre la renta (ISR) sobre servicios digitales sin tener que crear nuevos impuestos. Las medidas quedaron establecidas en el Diario Oficial de la Federación el 9 de diciembre de 2019, y entraron en vigor el 1 de junio de 2020. En octubre de 2019, la SHCP indicó que esperaba obtener 4.300 millones de pesos extras por el gravamen a servicios digitales (USD 195 bn). Las medidas (retenciones) serán distintas dependiendo de si los servicios por gravar cumplen los roles de intermediación, o bien, de proveeduría.

- Proveeduría: en los servicios digitales que involucran el acceso o descarga a películas, imágenes, video, texto, almacenamiento de datos, etc., donde el usuario final es importador del servicio, el proveedor del servicio retendrá el IVA al usuario (16%), en virtud de que, pese a que los usuarios en México están fungiendo como importadores, no están pagando impuestos por dicha importación.
- Intermediación: en este caso, la plataforma digital media la transacción entre el oferente y el receptor del servicio; por ejemplo, servicios de entrega de comida, de transporte o de alquiler de habitaciones. En este tipo de servicios, las personas morales —plataformas de intermediación—, residan o no en México, serán las que retengan el ISR, siguiendo las tasas de retención indicadas en el Cuadro 1. Además del ISR, se propone que la plataforma digital intermediaria retenga 50% del importe de IVA generado en cada transacción.

Cuadro 1. Retención de ISR en México, por la enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares

| Prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros y entrega de bienes | | Prestación de servicios de hospedaje | | Enajenación de bienes y servicios | |
|--|-------------------|--------------------------------------|-------------------|-----------------------------------|-------------------|
| Ingreso mensual (pesos mexicanos) | Tasa de retención | Ingreso mensual (pesos mexicanos) | Tasa de retención | Ingreso mensual (pesos mexicanos) | Tasa de retención |
| Hasta 5.500 | 2% | Hasta 5.000 | 2% | Hasta 1.500 | 0,4% |
| Hasta 15.000 | 3% | Hasta 15.000 | 3% | Hasta 5.000 | 0,5% |
| Hasta 21.000 | 4% | Hasta 35.000 | 5% | Hasta 10.000 | 0,9% |
| Más de 21.000 | 8% | Más de 35.000 | 10% | Hasta 25.000 | 1,1% |
| | | | | Hasta 100.000 | 2,0% |
| | | | | Más de 100.000 | 5,4% |

Fuente: Diario Oficial de la Federación. 9 de diciembre de 2019.
 Nota: al 1 de junio el tipo de cambio es 22,01 pesos/US\$.

Como respuesta a esta medida, desde mayo de 2020, diferentes plataformas informaron a sus usuarios sobre el incremento de precio en sus servicios. Por ejemplo, a partir de mediados del 2020, Netflix incrementó 8% el precio de las suscripciones para acceder a su contenido: el plan básico pasó de 129 a 139 pesos. Netflix indicó que el nuevo precio refleja los nuevos impuestos y dentro del plan elemental, absorberán la mitad del IVA (8%).

También persisten barreras no menores que dificultan una mayor integración de la economía digital en CAPARD, como el bajo gasto en investigación y desarrollo de estos países y el déficit de infraestructura y banda ancha. Como se evidenció en el Recuadro 1, persisten importantes brechas en el desarrollo de infraestructura digital y la adopción de las TIC entre la región y los países desarrollados; además, hay un bajo gasto en investigación y desarrollo —en promedio, 17% del PIB en la región¹⁵— (UNESCO, 2015); una oferta limitada de financiamiento al emprendimiento, y una baja disponibilidad de capital humano para la innovación digital, pues según la UNESCO (2015), un bajo porcentaje del total de investigadores en la región se enfoca en investigaciones sobre ingeniería y tecnología¹⁶.



¹⁵No se incluye Belice, República Dominicana, ni Panamá en el cálculo puesto que no hay datos disponibles para 2015.

¹⁶En 2016, 16% y 20% de los investigadores en El Salvador y en Costa Rica correspondientemente hacia investigaciones sobre ingeniería y tecnología.

Referencias

Ahmad, N., Ribarsky, J. y Reinsdorf, M. (2017). “Can Potential Mismeasurement of the Digital Economy explain the Post-Crisis Slowdown in GDP and Productivity Growth?”. OECD Statistics Working Papers, 2017/09. <http://dx.doi.org/10.1787/a8e751b7-en>

Banco Mundial (2016). World development indicators 2016 (English). World Development Indicators. Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/805371467990952829/World-development-indicators-2016>

Barefoot, K., Curtis, D., Jolliff, W., Nicholson, J.R. y Omohundro, R. (2018). Defining and measuring the digital economy. Working paper. Bureau of Economic Analysis, United States Department of Commerce, Washington, D.C. Disponible en: <https://www.bea.gov/system/files/papers/WP2018-4.pdf>.

Brennen, S. y Kreiss, D. (2014). Digitalization and digitization. Culture digitally, 8.

Buenadicha, C., Cañigueral Bagó, A. y De León, I.L. (2017). “Retos y posibilidades de la economía colaborativa en América Latina y el Caribe”. Documento para discusión No. IDB-DP-518.

Bukht, R. y Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. GDI Development Informatics Working Papers, no. 68. University of Manchester: Manchester.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe, 2019 , Santiago de Chile.

Costa Rican Investment Promotion Agency (2016). “Uber announces the creation of its Center for Excellence in Costa Rica, investing and creating jobs in the country”. Disponible en: <https://www.cinde.org/en/news/press-release/uber-announces-the-creation-of-its-center-for-excellence-in-costa-rica-investing-and-creating-jobs-in-the-country>

Diario Oficial de la Federación. México. 9 de diciembre de 2019. Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley del impuesto sobre la Renta, de la Ley del Impuesto al valor Agregado, de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios y del Código Fiscal de la Federación. Disponible en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5581292&fecha=09/12/2019&utm_source=vendedores&utm_medium=referral&utm_campaign=Core_SATRetenciones&utm_content=nuevodecretonacional

Fondo Monetario Internacional (FMI). (2018). Measuring the Digital Economy. IMF Staff Report. 28 de febrero de 2018. Washington, D.C.: FMI.

Fraiberger, S. y Sundarajan, A. (2016). “Peer-to-peer rental markets in the sharing economy.” Disponible en: http://www.hbs.edu/faculty/conferences/2016-dids/Documents/Fraiberger_Sundarajan_March2016.pdf

International Chamber of Commerce (ICC). (2019). “Las empresas exigen un enfoque global y unificado en la tributación de la economía digital” (30 de julio de 2019). Recuperado de <https://iccpanama.org/2019/07/25/las-empresas-exigen-un-enfoque-global-y-unificado-en-la-tributacion-de-la-economia-digital/>.

International Telecommunications Union (ITU). (2018). Measuring the Information Society report Volume 2 2018.

Knickrehm, M., Berthon, B. y Daugherty, P. (2016). “Digital disruption: the growth multiplier. Optimizing digital investments to realize higher productivity and growth, Accenture Strategy”. Oxford Economics.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2018). Tax Challenges Arising from Digitalisation – Interim Report 2018: Inclusive Framework on BEPS, OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, OECD Publishing, Paris en: <https://doi.org/10.1787/9789264293083-en>.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). Women and men in the informal economy: A statistical picture. Ginebra: OIT..

Owyang, J. (2016). Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion. Disponible en: <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborativeeconomy-market-expansion-sxsw/>.

Statista. <https://www.statista.com/>

Statista 2019. Statista Digital Market Outlook: Product & Methodology. Disponible en: <https://cdn.statcdn.com/static/img/emarkets/dmo-methodology-en.pdf>

UNCTAD (2017). Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development. Publicación de las Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra.

UNESCO (2015). eAtlas of Research and Experimental Development. Disponible en: <https://www.tellmaps.com/uis/rd/#!/tellmap/187250920>



BID

Banco Interamericano
de Desarrollo