

Pedroni, Florencia; Pesce, Gabriela; Briozzo, Anahí Eugenia

MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS Y EVASIÓN TRIBUTARIA: EL CASO ARGENTINO

International Conference of Production Research

9, 10 y 11 de diciembre de 2020

Pedroni, F., Pesce, G., Briozzo, A. E. (2020). Medios de pago electrónicos y evasión tributaria: el caso argentino. International Conference of Production Research (modalidad virtual). *En RIDCA*. Disponible en:

<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6079>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-Sin Derivados 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Medios de pago electrónicos y evasión tributaria: el caso argentino

Florencia Verónica Pedroni¹[0000-0002-8896-4001], Gabriela Pesce²[0000-0003-4043-5503], Anahí Briozzo³[0000-0002-7865-2821]

¹ Universidad Nacional del Sur. Departamento de Ciencias de la Administración (UNS-DCA), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), San Andrés 800, 8000 Bahía Blanca, Argentina

² UNS-DCA, San Andrés 800, 8000 Bahía Blanca, Argentina

³ UNS-DCA, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS-CONICET), San Andrés 800, 8000 Bahía Blanca, Argentina
florencia.pedroni@uns.edu.ar

Resumen. Este trabajo compara los costos de medios de pago e impositivos asociados a ventas cobradas bajo diferentes modalidades (efectivo, medios bancarios y billeteras virtuales) y sensibiliza estos resultados ante incrementos de actividad o subdeclaración de ingresos. Metodológicamente se efectúa un análisis de caso simulado (microempresa de Bahía Blanca, Argentina) para dos regímenes tributarios: general y simplificado. Para ambos tipos de contribuyentes, el efectivo, el envío de dinero mediante billeteras virtuales y las transferencias son los medios de pago más económicos; mientras que las tarjetas de crédito, el *point* y el *link* de pago resultan los más onerosos. En términos relativos, la empresa adherida al régimen general afronta menores costos por medios de pago y mayores costos tributarios, respecto a la suscrita al régimen simplificado. La subdeclaración del 30 % de los ingresos en efectivo reduce a la mitad los costos impositivos por peso de ventas. El principal limitante a la adopción de medios electrónicos de pago en firmas pequeñas se asocia a la informalidad y no a los costos de transacción.

Palabras claves: informalidad, costos de transacción, regímenes tributarios.

1 Introducción

En la actualidad, a la tradicional opción de cancelación de una transacción en efectivo, se suman diferentes medios electrónicos de pago¹ cuya variedad y nivel de utilización experimentan desde hace tiempo un importante proceso de crecimiento, en algunos casos debido a la obligatoriedad de uso establecida por organismos fiscales. Dichos medios pueden ser bancarios -integrados por las modalidades más clásicas como las transferencias y las tarjetas de débito y crédito- o no bancarios –constituidos por las

¹ Este trabajo analiza diferentes modalidades de cobro. Sin embargo, se emplea el concepto “medios electrónicos de pago” por ser la terminología más difundida y utilizada por el BCRA, entendiéndose como inclusiva de formas electrónicas de pago o cobro. Asimismo, los adjetivos electrónicos, digitales y virtuales se emplean como sinónimos en el presente manuscrito.

alternativas ofrecidas por las billeteras virtuales: *link* de pago, envío de dinero, *point*, código QR (del inglés *Quick Response code*). La multiplicidad de opciones existentes para el pago de las operaciones implica una tarea adicional –tanto por parte de compradores como de vendedores– de evaluación de los costos y las ventajas de cada medio electrónico, y su comparación con el tradicional efectivo, a fin de optar por el más conveniente o acorde a las necesidades.

Si bien la comparación de los medios de pago disponibles puede parecer una tarea sencilla, la complejidad del análisis radica en la cantidad de factores que intervienen y la interacción entre ellos. En primer lugar, cada medio de pago conlleva costos y beneficios asociados. Las ventas en efectivo tienen bajos gastos directos, mientras que las cobradas por modalidades electrónicas implican mayores costos de transacción, pero permiten incrementar los niveles de actividad si se combina con operaciones *online*. En segunda instancia, adquiere importancia el componente impositivo porque, dependiendo de la tipología tributaria del contribuyente, los impuestos se calculan luego de deducir los gastos financieros de la modalidad de pago y, adicionalmente, ciertos medios electrónicos están sujetos a regímenes de retención.

Como tercera cuestión, en un país donde cerca de un tercio del Producto Bruto Interno (PBI) se genera en las sombras [1] y con bajos niveles de educación financiera de la población [2], resulta difícil desalentar el uso del efectivo para la instrumentación de transacciones, por tratarse de un medio de que es fácil de usar y difícil de rastrear [3]. Esta situación agrega al análisis un factor adicional: la flexibilidad que brinda el efectivo a fines de evasión tributaria por subdeclaración de ventas. Incluso, la evaluación se complejiza aún más porque los tres aspectos mencionados (costos de los medios de pago, impositivos² y ahorro fiscal por subfacturación) dependen a su vez del régimen tributario al que pertenece el contribuyente.

Además, es necesario destacar que la irrupción de la pandemia causada por el COVID-19 y las medidas de aislamiento social dictadas en consecuencia, han provocado importantes transformaciones en los factores descriptos anteriormente: se produjo un incremento exponencial del comercio electrónico y de los medios de pago digitales; y, al mismo tiempo, se redujo el uso de efectivo tanto por razones vinculadas a la modalidad de venta (plataformas en línea) como por cuestiones de higiene.

Como se describe en los párrafos precedentes, la relación entre medios electrónicos de pago, aspectos impositivos, preferencia por el efectivo, e informalidad empresarial es compleja y la interacción entre sus componentes resulta afectada por la actual pandemia. En este contexto, el presente artículo tiene por objetivo comparar los costos de medios de pago e impositivos asociados a ventas cobradas bajo diferentes modalidades (efectivo, medios bancarios y alternativas ofrecidas por billeteras virtuales) y sensibilizar estos resultados ante incrementos en el nivel de actividad o subdeclaración de parte de los ingresos. En especial, se examinan tales costos para los distintos regímenes tributarios vigentes en la Argentina (general y simplificado). Metodológicamente se trabaja sobre un estudio de caso simulado representado por una microempresa de la industria alimenticia de la ciudad de Bahía Blanca y, a partir de una serie de parámetros

² A lo largo del trabajo el adjetivo impositivo se emplea como sinónimo de tributario, siendo inclusivo de los diferentes tipos de tributos: tasas, impuestos y contribuciones.

y supuestos, se estiman los costos y resultados netos de 11 medios de pago diferentes para dos tipologías tributarias: responsable inscripto (RI) y monotributo (MT).

El artículo se considera de relevancia pues representa un análisis microeconómico desde la perspectiva de la oferta de los aspectos vinculados a la implementación de los medios digitales de pago considerando: sus costos -en relación al uso efectivo-, los aspectos impositivos, los beneficios esperados por el incremento de la actividad y los niveles de declaración de ingresos de la compañía. Si bien se reconocen investigaciones sobre el tema, se trata de análisis macroeconómicos realizados en el contexto europeo. Según tales estudios la tasa de penetración de los métodos de pago electrónico se relaciona de negativamente con la economía informal [3] y de forma positiva con el crecimiento económico global [4-5] o la actividad macroeconómica en la región europea [6]. Incluso se verifica que la crisis financiera de 2008 y el nivel de informalidad de un país son factores que potencian el vínculo positivo entre métodos de pago y PBI [6].

Además de este apartado introductorio, el trabajo se estructura como se describe a continuación. En la sección 2 se exponen los conceptos referidos a formas de venta, medios de pago e informalidad empresarial y se analiza la relación entre los mismos. En el punto 3 de metodología se explica el diseño del caso de estudio y se listan los parámetros y supuestos usados para calibrarlo. En la cuarta sección se exhiben los resultados descriptivos para cada sujeto tributario estudiado y los correspondientes análisis de sensibilidad. Finalmente, en las consideraciones finales se sintetiza la evidencia obtenida, se discuten sus implicancias y se plantean futuras líneas de investigación.

2 Marco de antecedentes

2.1 Formas de venta, medios de pago e informalidad empresarial

Existen cuatro modalidades de concretar operaciones de compra venta dependiendo de la combinación del contexto (presencial, *online*) y del medio empleado para cancelar la transacción (efectivo, electrónico). La distinción entre las opciones se origina en dos cuestiones. Por un lado, el uso de un espacio físico o virtual para el encuentro entre vendedores y compradores e implica -bajo la modalidad *online*- la posibilidad de atender un mercado más amplio no limitado al lugar de emplazamiento del negocio, asumiendo costos logísticos. Por otra parte, el segundo factor diferencial corresponde al medio de pago/cobro usado y representa el objeto de interés este estudio: comparar los costos y resultados asociados a distintas modalidades de cobro y sus efectos tributarios.

Todos los instrumentos de pago tienen costos, aunque los vinculados al manejo del efectivo suelen ser subestimados o poco reconocidos porque dependen del volumen de ventas y no son tan visibles como los asociados a medios electrónicos. El empleo de efectivo conlleva costos de gestión originados en la infraestructura necesaria para el conteo de billetes y el registro de transacciones, que se suman a las potenciales pérdidas por robos, hurtos, errores y riesgo de falsificación [3]. Por su parte, en el caso de las modalidades electrónicas, aparecen costos de transacción como comisiones, mantenimiento de cuenta y alquiler de equipos, aunque dependiendo del medio digital utilizado también pueden generarse costos administrativos. Las transferencias bancarias o envíos de dinero mediante billeteras virtuales, por ejemplo, implican una tarea de seguimiento

entre la operación de compraventa y los fondos recibidos; mientras que los cobros con tarjetas, código QR, botón o *link* de pago requieren menores actividades de organización. Las retenciones impositivas -practicadas por las emisoras de tarjetas, administradores de billeteras virtuales o bancos en las liquidaciones efectuadas- también son un factor de peso al optar por una modalidad electrónica porque -si bien son un crédito impositivo- generan un costo financiero por inmovilización de los fondos retenidos.

Uno de los principales beneficios del uso de medios electrónicos de pago proviene del potencial incremento de operaciones, aunque ello depende de su combinación con modalidades de venta en línea y de factores externos como el nivel de penetración de las modalidades digitales en el contexto (país o región). El impacto de la pandemia en las cuestiones mencionadas se describe en la sección 2.2.

Respecto al efectivo, su utilización puede fundamentarse, siguiendo a Keynes [7], en la teoría de preferencia por la liquidez. Según ésta los individuos eligen contar con sus activos de forma accesible y líquida frente a otras posibilidades por tres motivos: transacción (tener el dinero en efectivo -en lugar de depositarlo en una entidad bancaria- facilita las operaciones básicas y cotidianas); precaución (para afrontar gastos imprevistos de diversos tipos) y especulación (mantener dinero en mano posibilita acceder a transacciones u oportunidades de inversión para obtener beneficios). Además de tales razones, su bajo costo y simplicidad, el uso del efectivo también puede vincularse al fenómeno de la informalidad empresarial dada la dificultad de trazabilidad de las operaciones respecto a las efectuadas por medios electrónicos. En este último caso las transacciones son susceptibles de ser verificadas por el cruzamiento de datos que realizan los organismos de recaudación con las entidades del sistema financiero.

La subdeclaración de ingresos en empresas registradas -o “informalidad parcial” [8]- representa una parte del sector informal y es al mismo tiempo una forma de evasión tributaria [9-10]. Para contextualizar el fenómeno, en el caso de la Argentina cerca de un tercio del PBI se genera en la informalidad [1]; mientras que estimaciones recientes indican que las tasas de evasión ascienden al 33,5 % en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y al 49 % en el Impuesto a las Ganancias (IG) [11-12]. Uno de los principales beneficios de la subfacturación radica en el ahorro fiscal obtenido sobre las ventas no declaradas, aunque también pueden mencionarse otras ventajas como la reducción de requerimientos burocráticos o el incremento de ventas por negociación de descuentos con consumidores finales. Asimismo, la informalidad genera ciertos costos: uso limitado de servicios públicos, dificultad de acceso al financiamiento, organización de sistemas de información desdoblados (operaciones registradas y no registradas), posibles sanciones en caso de detección, exposición a coimas de funcionarios, entre otros.

Parte de las exigencias normativas emitidas por los organismos fiscales de control apuntan a desincentivar las prácticas ilícitas de subfacturación e informalidad obligando a los contribuyentes a emitir comprobantes electrónicos y ofrecer medios de pago digitales. Por lo tanto, en algunos casos los medios de pago ofrecidos por las empresas responden al cumplimiento de una obligación formal y no a una estrategia comercial. En ese sentido, con un cronograma de adopción gradual iniciado en el año 2018, en la Argentina, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) [13] ha generalizado la utilización obligatoria de factura electrónica y del controlador fiscal de nueva tecnología. Asimismo, en abril de 2018 finalizó la agenda de implementación que obligó a

todos los contribuyentes a contar con tarjeta de débito o algún medio electrónico de pago para operaciones de importe superior a \$ 100 (pesos argentinos cien).

2.2 Impacto de la pandemia en las modalidades de venta y medios de pago

En el marco de la pandemia por COVID-19, la cuarentena y las medidas de aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) han acelerado el proceso de digitalización de las pymes, las cuales implementaron la venta en plataformas de comercio electrónico y el cobro *online*. Según el estudio de una consultora privada, el comercio electrónico en la Argentina registró un crecimiento en facturación del 84 % en el mes de abril -en comparación con un mes promedio del primer trimestre de 2020- y pasó de representar el 2 % de los ingresos por ventas de los negocios al actual 12 % [14].

Además del incremento del *e-commerce*, la pandemia motivó la reducción del uso de efectivo: si bien no existe evidencia médica de que el dinero transmita el virus, las percepciones de que los billetes puedan propagar los patógenos afectan el comportamiento de pago de usuarios y empresas [15]. Según una encuesta reciente de RTi Research en América Latina el 72 % de los consumidores prefiere el uso de tarjetas de débito, el 63 % elige tarjetas de crédito, mientras que el 44% opta por el efectivo [16].

De esta forma, la pandemia por coronavirus cambió significativamente el uso del *e-commerce* y fue un catalizador de pagos digitales tanto desde la oferta como de la demanda. De acuerdo a un estudio de Red Link, en abril de 2020 el Uso del Dinero Electrónico (UDE)³ creció un 8,3 % respecto a marzo y un 19 % interanual [17]. Por su parte, según un relevamiento de la consultora D'Alessio IROL, durante el ASPO el 62% de los argentinos sondeados admitió haber aumentado el uso de pagos digitales. Las modalidades con mayor incremento fueron las tarjetas de débito (35%), las transferencias por *home banking* (31%), las tarjetas de crédito (22%) y Mercado Pago (17%) [16].

Desde el lado de la oferta, entre el inicio de la cuarentena y mediados de junio de 2020, se registraron 34.400 pymes que adoptaron alguna modalidad de cobro digital de Mercado Pago (web, código QR, *link* de pagos, entre otras) [18]. Específicamente, una de las formas de cobro *online* que más creció en dicha plataforma es el *link* de pagos: la cantidad de operaciones se duplicó en los días de ASPO y la cantidad de comercios creció 90 %. Por su parte, los pagos con código QR, que reducen el riesgo de contagio al evitar manipular billetes y tarjetas, también ganaron participación aunque en menor medida porque corren con la desventaja de la modalidad presencial, salvo cuando el código está en una plataforma digital o se envía por correo electrónico [19].

3 Metodología

3.1 Diseño del caso de estudio y métodos de análisis

Para abordar el objetivo propuesto se trabaja sobre un estudio de caso simulado representado por una microempresa de la industria alimenticia -con venta minorista a

³ Uso del Dinero Electrónico (UDE Link) incluye los movimientos de dinero a través de cajeros automáticos, computadora o celular, y las diversas aplicaciones para operaciones financieras.

consumidores finales- radicada en la ciudad de Bahía Blanca, Buenos Aires, Argentina⁴. A partir de un conjunto de parámetros y supuestos predefinidos (descritos en la sección 3.2), se efectúan dos análisis. El primero de carácter descriptivo donde se estiman los costos y resultados netos mensuales de 11 medios de pago diferentes para dos categorizaciones tributarias: régimen general (Responsable Inscripto [RI]) y simplificado (monotributo [MT]). Tales estimaciones contemplan: los costos tributarios y de medios electrónicos de pago -incluido el costo financiero por inmovilización de retenciones- y los beneficios impositivos por subdeclaración de ingresos. Sin embargo, no se incluyen los costos de organización administrativa de cada modalidad de pago (se plantea un nivel de operación bajo, donde los costos diferenciales serían escasos o nulos), ni tampoco se cuantifican otros resultados asociados a la informalidad (por ejemplo, multas, coimas, ventajas por menores requerimientos burocráticos).

En segundo lugar, se realiza un análisis de sensibilidad de los resultados estimados ante dos escenarios: (i) un incremento en el nivel de actividad por la implementación de medios electrónicos de pago; y (ii) la subdeclaración del 30 % de las ventas en efectivo. El porcentaje de subfacturación se define considerando las estimaciones más recientes del fenómeno para la Argentina: en 2016 la economía no oficial representó el 28,65% del PBI [1]. No se contempla otra forma de evasión (como la sobredeclaración de costos). Las sensibilidades calculadas permiten conocer para cada medio electrónico de pago analizado cuál es el incremento de ventas mensual necesario -respecto al nivel inicial- para cubrir: los costos de la modalidad digital (S1); los costos del medio de pago y el ahorro fiscal por subdeclaración del 30 % de las ventas originales en efectivo (S2); y el ahorro fiscal por subdeclaración del 30 % de las ventas de base en efectivo (S3).

3.2 Parámetros y supuestos del modelo

Los medios de pago analizados son los vigentes a mayo de 2020 en la Argentina [20]: efectivo y modalidades electrónicas (Tabla 1). Para las alternativas bancarias⁵ se consideran dos opciones: que estén asociadas a una caja de ahorro (CA) –sin costos financieros ni aplicación de tributos por débitos y créditos- o a una cuenta corriente (CC), sujeta a un costo de mantenimiento mensual de \$ 559,04 neto de IVA (promedio 10 primeras entidades bancarias según BCRA [20]). En el caso de tarjetas, se estima un importe mensual neto de \$ 880 por alquiler de la terminal POS (*Point of Sale*).

Para los medios no bancarios, se seleccionan las opciones y los costos de Mercado Pago por ser la billetera virtual con mayor penetración en la Argentina. El único cargo de la plataforma es una comisión variable que depende del momento de acreditación de las ventas y del medio de pago seleccionado dentro de la billetera electrónica. El *point* se adquiere por única vez y no tiene gasto de mantenimiento mensual. Los porcentajes de comisiones de medios no bancarios de la Tabla 1 se corresponden con la alternativa

⁴ Encuadra como microempresa según los límites de ventas anuales por sector de la Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa. Se identifica a la firma con ubicación y sector porque los tributos provinciales y municipales varían entre regiones y por actividad.

⁵ No se incluye el cheque porque se analiza una empresa con venta minorista a consumidores finales y su uso por parte de éstos no es habitual en la Argentina. Sin embargo, los costos del cobro mediante cheques se corresponden con los de transferencias en cuenta corriente.

de disponibilidad de los fondos en el momento y con operaciones al contado (excepto en el *link* de pago que admite tarjetas de crédito o Mercado Crédito).

Tabla 1. Tipos de medios electrónicos de pago y comisiones para el vendedor

	Descripción	Comisión
Bancario	Transferencias (TR)	0 %
	Tarjetas de débito (TD), acreditación en 48 horas.	0,9 %
	Tarjetas de crédito (TC) en 1 cuota, acreditación: 10 días hábiles (máximo).	2 %
No bancario	<i>Link</i> o botón de pago (LP) enviado por aplicaciones de mensajería, redes sociales o insertos en una web.	5,99 %
	POS móvil o POINT (PO): transferencias iniciadas por medio del deslizamiento de una tarjeta por un dispositivo lector que se conecta al celular.	3,49 %
	Códigos QR (QR): pagos mediante el escaneo de un código QR desde una billetera electrónica en el celular.	0,6 %
	Envío dinero (ED) a través de una billetera electrónica.	0 %

Fuente: Datos de BCRA [20] y Mercado Pago [21]

Tabla 2. Parámetros tributarios

	RI	MT
IG	30 % sobre el resultado después de intereses y amortizaciones	Impuesto integrado (categoría según ingresos anuales): 5.392,44 (H:1.739.493,79); 10.220,77 (J: 2.348.316,62); 11.741, 58 (K: 2.609.240,69)
IIBB	1,5 % sobre ventas netas	
Tasa SH	0,59 % sobre ventas netas	
IDCB	0,06 % sobre movimientos en cuenta corriente bancaria	
	Pago a cuenta IG	No es computable como pago a cuenta
Retenciones	IIBB: tarjeta crédito 1 %, medios no bancarios 0,5 %. IIBB bancarias: 1,5 %	

Fuente: datos obtenidos de AFIP [13], ARBA [22], Municipalidad de Bahía Blanca [23].

En función a la actividad definida, la empresa resulta alcanzada por los tributos y regímenes de retención exhibidos en la Tabla 2 que varían en función a su calidad tributaria. En el RI no se considera el IVA por tratarse de un tributo trasladable a consumidores finales, mientras que en el MT dicho impuesto (21 %) se adiciona a los gastos dada su imposibilidad de traslación. La alícuota del impuesto a los Ingresos Brutos (IIBB) comprende las actividades de producción de bienes listadas en el inciso D del código fiscal 2020 de la provincia de Buenos Aires; mientras que la tasa por inspección de Seguridad e Higiene (SH) representa la moda del rubro 31 de la ordenanza fiscal de Bahía Blanca (industrias manufactureras de productos alimenticios, bebidas y tabacos). El Impuesto a los Débitos y Créditos Bancarios (IDCB) se calcula en 1,2 % considerando que comprende tanto la recepción de los fondos (crédito) como su uso (débito). Las alícuotas de retención se seleccionan considerando una categoría de riesgo fiscal e incumplimiento medio. Como se explica en el marco de antecedentes, si bien las retenciones son un crédito impositivo implican un costo financiero por los fondos inmovilizados que se calcula tomando el promedio de la tasa Badlar diaria para el primer semestre de 2020 (28,7973 %) [20] y un lapso medio de inmovilización de 15 días al mes. El mismo tratamiento se aplica para el IDCB cobrado a los RI que se computan contra los anticipos mensuales del IG, suponiendo que la empresa cuenta con el certificado

MiPyME. A fin de simplificar el análisis, no se incluyen los costos asociados al sistema previsional: pago de autónomos en RI y aportes jubilatorios del MT.

Los valores de alícuotas impositivas, gastos de comisión, y demás datos son los vigentes durante el año 2020 y son netos de IVA. Además de los parámetros mencionados, el modelo considera los siguientes supuestos. La empresa:

- a) tiene un nivel de ventas máximo en efectivo de \$175.000 en MT y \$ 315.000 en RI y solo puede aumentarlo empleando medios de pago electrónico (en casos de operaciones *online* los costos de envío y *packaging* están a cargo del comprador);
- b) cobra el 100 % de las ventas bajo la modalidad indicada en cada caso, es decir, no hay combinación de diferentes medios de pago;
- c) presenta un margen de ganancias sobre ventas del 60 %, calculado con el resultado antes de costos comerciales por modalidad de pago e impuestos;
- d) tiene capacidad instalada ociosa por lo que puede aumentar sus ventas sin incremento de costos fijos, solo cambian los variables;
- e) se financia únicamente con fondos propios: no hay intereses por deuda por solventar capital de trabajo;
- f) exhibe unidad de administración y propiedad, lo cual implica que los beneficios y costos de la evasión recaen sobre la misma persona.

4 Resultados

4.1 Resultados descriptivos

Las tablas 3 y 4 exponen las estimaciones de costos y rentabilidades para cada medio de pago por tipología tributaria. Las estimaciones muestran que, para ambos sujetos tributarios, los **costos de los medios de pago** son nulos en el caso de efectivo, transferencia a caja de ahorro (CA) y envío de dinero mediante billeteras electrónicas (BE); y alcanzan su máximo cuando se trata del *link* de pago. El ordenamiento de las formas de pago en función a su costo encuentra a las transferencias en cuenta corriente (CC), códigos QR y tarjetas de débito como las menos costosas, y continúa con las tarjetas de crédito y el *point*. Si bien dicho ranking es independiente de la tipología tributaria, en términos relativos los costos son mayores para el MT, dada su imposibilidad de trasladar el IVA de gastos y comisiones.

Además de los valores, es interesante analizar la diferencia en cantidad y tipo de ítems que componen el costo según se trate de medios bancarios o billeteras virtuales. Estas últimas sólo contienen comisiones variables, a diferencia de los primeros que también incorporan cargos fijos mensuales por mantenimiento de cuenta o alquiler de equipos. La distinción es importante en el caso de emprendimientos que adoptan un medio de pago electrónico no para atender la demanda comercial, sino para cumplir una obligación formal. Si este fuera el caso, para ciertos niveles de venta resulta más rentable optar por un *point*, por ejemplo, respecto a una terminal POS.

Respecto a los **costos impositivos**, para el caso del RI representan un 19,64 % de las ventas (en promedio para los diferentes medios de pago), con valores mínimos de 18,31 % en el *link* de pagos y máximos de 20,11 % en las transferencias a CA y envío de dinero. El menor costo tributario en las modalidades con mayores costos obedece al

efecto de deducción de gastos financieros en la base imponible del IG. En el caso del MT, el costo impositivo medio asciende a 8,28 %, oscilando entre 7,93 % (efectivo) y 9,17 % (tarjeta de crédito en CC) y la moda en 7,95 %. Para el MT, las modalidades bancarias asociadas a CC son las que implican un mayor costo tributario porque el IDCB representa un gasto, a diferencia del RI que lo computa como un crédito. Por ello, excepto que utilicen cheques en su operatoria financiera, los MT debieran desestimar el uso de CC o reemplazarlas por CA para evitar el cargo por IDCB. De todas formas, los contribuyentes del régimen simplificado también cuentan con la posibilidad de solicitar reducción de alícuotas de dicho impuesto.

Tanto para el RI como para el MT, los costos tributarios incluyen el efecto de las retenciones de IIBB efectuadas por quienes acreditan los fondos que, si bien son un crédito impositivo, se incluyen pues implican un resultado negativo generado por la inmovilización de los importes retenidos. Incluso tales costos pueden ser mayores que los estimados, en los supuestos de empresas que tienen saldos impositivos a favor (por lo que no hay deuda contra la cual computar el crédito y por ende es mayor el plazo de indisponibilidad de los fondos) o no categorizan como *mypymes* (estando sujetas adicionalmente a regímenes de retención de IVA e IG).

En especial, los resultados del ítem tributario muestran la notable diferencia de onerosidad entre el régimen general y el simplificado: los costos impositivos para el MT representan menos de la mitad que para el RI. Ello responde fundamentalmente a la estructura del IG: en el caso del RI es un porcentaje sobre el resultado después de intereses y amortizaciones; mientras que en el MT es un monto fijo por categoría de impuesto integrado (IG, IVA). Esas diferencias también se observan en el total de costos de medios de pago e impositivos por peso vendido para cada sujeto tributario.

En relación a la informalidad, se observan dos situaciones. Por un lado, en un análisis dentro de cada tipología tributaria, se tiene un efecto directo por subdeclaración de ventas en efectivo que reduce a la mitad los costos tributarios del RI (de 20,09 % a 10,46 %) y en poco menos de la mitad los del MT (de 7,93 % a 4,54%). Es decir, una subfacturación del 30 % de las ventas en efectivo (respecto a la declaración del 100 % por el mismo medio) genera un ahorro por evasión tributaria del 9,63 % y del 3,39 % de los ingresos en los RI y MT, respectivamente. Por otra parte, al comparar entre sujetos tributarios, se detecta un segundo efecto subyacente: el importante cambio de los costos impositivos para niveles de ingresos cercanos al punto de inflexión entre los regímenes incentiva la informalidad. Por ejemplo, si el MT bajo estudio incrementara sus ventas mensuales en más de \$ 42.437 (un 24,25 %) quedaría categorizado como RI, con un aumento promedio del 11,36 % de sus costos impositivos. Es decir que incrementar su actividad en un 25 % aproximadamente, implicaría duplicar los costos tributarios por peso vendido (de 8,28 % a 19,64 %). En el mismo sentido, si el RI analizado -con un nivel de ventas mensual real de \$ 315.000- subdeclarara más del 30,97 % de sus ingresos quedaría encuadrado como MT, reduciendo casi a la mitad sus costos impositivos.

Tabla 3. Costos y resultados estimados para la microempresa adherida al régimen tributario general

CASO BASERES PONSABLE INSCRIPTO	Efectivo 30 % subdeclaración		Efectivo		Medios de pago electrónicos										Promedio de medios de pago		
	EF-sub	EF	Bancarios - cuenta corriente (cc)		Bancarios - caja de ahorro (ca)		Bancarios - No bancarios (billetes virtuales)		LP	PO	QR	ED	Envío dinero				
			Transferecia	T. Débito	TR-cc	TC-cc	Transferecia	T. Débito						TR-ca		TC-ca	Link de pago
Ventas mensuales	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000
Costos	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000
Resultado antes costos medio pago y tributos	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000
Costos medios de pago																	
Comisión (% sobre ventas)	0	0	2.835	6.300	0	2.835	6.300	0	18.869	10.994	1.890	0	0	0	0	0	0
Costo mantenimiento cuenta (\$ fijo mensual)	0	0	559	559	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler terminal POS (\$ fijo mensual)	0	0	880	880	0	880	880	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos medios de pago (\$)	0	0	559	4.274	7.739	0	3.715	7.180	18.869	10.994	1.890	0	0	0	0	0	5.020
Costos medio de pago (% ventas)	0,00%	0,18%	1,36%	2,46%	0,00%	1,18%	2,28%	5,99%	3,49%	3,49%	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,59%
Resultado antes de tributos	189.000	189.000	188.441	184.726	181.261	189.000	185.285	181.820	170.132	178.007	187.110	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000
Costos tributarios																	
Impuesto a las ganancias (IG)	28.350	56.700	55.418	54.378	56.700	55.586	54.546	51.039	53.402	56.133	56.700	56.700	56.700	56.700	56.700	56.700	56.700
Ingresos brutos (IIBB)	3.308	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725
Tasa por inspección seguridad e higiene (SH)	1.301	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859
Costo financiero inmovilización retenciones (*)	0	0	102	102	159	57	57	113	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Costos tributarios (\$)	32.958	63.284	62.103	61.121	63.340	62.226	61.243	57.680	60.042	62.773	63.340	63.340	63.340	63.340	63.340	63.340	63.340
Costos tributarios (% ventas)	10,46%	20,09%	19,72%	19,40%	20,11%	19,75%	19,44%	18,31%	19,06%	19,93%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%
Costos medios de pago y tributarios (\$)	32.958	63.284	66.377	68.860	63.340	65.941	68.423	76.548	71.036	64.663	63.340	63.340	63.340	63.340	63.340	63.340	63.340
Costos medios de pago y tributarios (% ventas)	10,46%	20,09%	21,07%	21,86%	20,11%	20,93%	21,72%	24,30%	22,55%	20,53%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%	20,11%	21,23%
Resultado neto (\$)	156.042	125.717	122.623	120.140	125.660	123.059	120.577	112.452	117.964	124.337	125.660	125.660	125.660	125.660	125.660	125.660	122.128
Resultado neto (% ventas)	49,54%	39,91%	38,93%	38,14%	39,75%	39,07%	38,28%	35,70%	37,45%	39,47%	39,89%	39,89%	39,89%	39,89%	39,89%	39,89%	38,77%
(*) Costo financiero inmovilización retenciones	0	0	3.780	3.780	3.780	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuesto a los débitos y créditos bancarios	0	0	0	4.725	0	0	4.725	0	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725
Retenciones de IIBB	0	0	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725
Retenciones bancarias IIBB	0	0	8.505	8.505	13.230	4.725	4.725	9.450	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725
Total fondos inmovilizados	0	0	102	102	159	57	57	113	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Costo financiero inmovilización retenciones	0	0	102	102	159	57	57	113	57	57	57	57	57	57	57	57	57

Nota. Las celdas coloreadas indican valores extremos: mínimo máximo

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Costos y resultados estimados para la microempresa adherida al régimen tributario simplificado

CASO BASE RESPONSABLE INSCRIPTO	Efectivo 30% subdeclaración		Efectivo				Medios de pago electrónicos								Promedio de medios de pago	
	EF-sub	EF	Bancarios - cuenta corriente (cc)		Bancarios - caja de ahorro (ca)		No bancarios (billetes virtuales)		Bancarios (billetes virtuales)		No bancarios (billetes virtuales)		Link de pago	Código QR	Ento dinero	ED
			TR-cc	TD-cc	TR-ca	TD-ca	TR-ca	TD-ca	TR-ca	TD-ca	PO	QR				
Ventas mensuales	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000	315.000
Costos	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000	126.000
Resultado antes costos medio pago y tributos	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000	189.000
Costos medios de pago																
Comisión (% sobre ventas)	0	0	2.835	6.300	0	2.835	6.300	18.869	10.994	1.890	0	0	0	0	0	0
Costo mantenimiento cuenta (\$ fijo mensual)	0	0	559	559	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler terminal POS (\$ fijo mensual)	0	0	880	880	0	880	880	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos medios de pago (\$)	0	0	4.274	7.739	0	3.715	7.180	18.869	10.994	1.890	0	0	0	0	0	0
Costos medio de pago (% ventas)	0,00%	0,18%	1,36%	2,46%	0,00%	1,18%	2,28%	5,99%	3,49%	0,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,59%
Resultado antes de tributos	189.000	189.000	188.441	184.726	181.261	189.000	185.285	170.132	178.007	187.110	189.000					
Costos tributarios																
Impuesto a las ganancias (IG)	28.350	56.700	55.418	54.378	56.700	55.586	54.546	51.039	53.402	56.133	56.700					
Ingresos brutos (IIBB)	3.308	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725					
Tasa por inspección seguridad e higiene (SH)	1.301	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859	1.859					
Costo financiero inmovilización retenciones (*)	0	0	102	102	159	57	57	57	57	57	57					
Costos tributarios (\$)	32.958	63.284	62.103	61.121	63.340	62.226	61.243	57.680	60.042	62.773	63.340					
Costos tributarios (% ventas)	10,46%	20,09%	19,72%	19,40%	20,11%	19,75%	19,44%	18,31%	19,06%	19,93%	20,11%					
Costos medios de pago y tributarios (\$)	32.958	63.284	63.777	68.860	63.340	65.941	68.423	76.548	71.036	64.663	63.340					
Costos medios de pago y tributarios (% ventas)	10,46%	20,09%	20,25%	21,07%	20,11%	20,93%	21,72%	24,30%	22,55%	20,53%	20,11%					
Resultado neto (\$)	156.042	125.717	125.223	120.623	120.140	123.059	120.577	112.452	117.964	124.337	125.660					
Resultado neto (% ventas)	49,54%	39,91%	39,75%	38,93%	39,89%	39,07%	38,28%	35,70%	37,45%	39,47%	39,89%					
(*) Costo financiero inmovilización retenciones impuesto a los débitos y créditos bancarios	0	0	3.780	3.780	0	0	0	0	0	0	0					
Retenciones de IIBB	0	0	0	4.725	0	0	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725					
Retenciones bancarias IIBB	0	0	4.725	4.725	4.725	4.725	4.725	0	0	0	0					
Total fondos inmovilizados	0	0	8.505	13.230	4.725	4.725	9.450	4.725	4.725	4.725	4.725					
Costo financiero inmovilización retenciones	0	0	102	159	57	57	113	57	57	57	57					

Nota. Las celdas coloreadas indican valores extremos: mínimo máximo

Fuente: elaboración propia

4.2 Análisis de sensibilidad

La tabla 5 y la Fig. 1 muestran los resultados de los análisis de sensibilidad realizados. Los hallazgos para el S1 confirman los resultados descriptivos sobre los costos de los medios pagos. El *link* de pago es la alternativa más costosa y por ende requiere un mayor incremento de ventas para cubrir los costos asociados (11,80 % y 16,06 %, RI y MT en ese orden). Por su parte, la transferencia a CA y el envío de dinero -al ser las modalidades de menor costo- implican un escaso aumento de la actividad para afrontar su implementación (0,05 % y 0,03 %, RI y MT, respectivamente), que solo responde a cubrir el costo financiero por inmovilización de las retenciones. Estos resultados, junto con el ordenamiento de los medios de pago según S1, son semejantes para ambas categorías tributarias. Sin embargo, por la imposibilidad de trasladar el IVA de los gastos financieros, los coeficientes de sensibilidad resultan mayores en el MT, es decir, el RI necesita un menor incremento en las ventas para cubrir el costo de cada medio de pago (columnas celestes –S1 RI- son menores que las naranja claro –S1 MT- en Fig. 1).

Los valores mínimos y máximos de S2 (alto total de columnas en Fig. 1) corresponden a los mismos medios de pago identificados según S1, al igual que su ordenamiento. Sin embargo, en este caso, es interesante comparar los valores de S2 entre categorías tributarias (columnas azuladas versus anaranjadas en Fig. 1): los niveles de aumento de ventas que necesita el RI para cubrir los costos del medio de pago y el beneficio fiscal por evasión son sustancialmente superiores a los del MT. Incluso, las modalidades más económicas (transferencias bancarias, envío de dinero, tarjetas de débito vinculadas a CA o códigos QR) implican para el RI un aumento de facturación mensual que triplica el requerido para el MT; mientras que para las restantes alternativas ese incremento es del doble entre RI y MT (tarjetas de crédito, *point* y *link* de pago). La diferencia de S2 entre RI y MT es más alta en los medios de pagos menos costosos por el efecto del componente impositivo: es mayor el impuesto porque existen menos gastos deducibles de la base imponible del IG, entonces es menor el resultado neto y por ende se requiere un mayor incremento de ventas.

Tabla 5. Sensibilidades por categoría tributaria y medio electrónico de pago

Medios de pago	TR-cc	TD-cc	TC-cc	TR-ca	TD-ca	TC-ca	LP	PO	QR	ED
S1 RI	0,39%	2,50%	4,60%	0,05%	2,15%	4,24%	11,80%	6,57%	1,11%	0,05%
MT	2,83%	5,94%	8,57%	0,03%	2,68%	5,53%	16,06%	7,90%	1,30%	0,03%
RI respecto a MT	-2,44%	-3,44%	-3,97%	0,01%	-0,53%	-1,29%	-4,27%	-1,33%	-0,19%	0,01%
S2 RI	24,53%	27,03%	29,63%	24,18%	26,67%	29,26%	38,76%	32,28%	25,50%	24,18%
MT	8,80%	13,59%	16,42%	5,88%	8,62%	13,20%	22,75%	15,83%	7,22%	5,88%
RI respecto a MT	15,73%	13,44%	13,22%	18,30%	18,05%	16,06%	16,01%	16,45%	18,27%	18,30%
S3 RI	24,14%	24,53%	25,03%	24,13%	24,52%	25,02%	26,97%	25,71%	24,39%	24,13%
MT	5,97%	7,65%	7,84%	5,85%	5,94%	7,67%	6,69%	7,93%	5,92%	5,85%
RI respecto a MT	18,17%	16,88%	17,19%	18,28%	18,58%	17,35%	20,28%	17,78%	18,47%	18,28%

Nota. S1: incremento en ventas necesario para cubrir los costos asociados a la modalidad de pago y mantener el mismo resultado neto que cobrando 100 % en efectivo (sin evasión); S2: incremento en ventas necesario para cubrir los costos asociados a la modalidad de pago y mantener el mismo resultado neto que subdeclarando 30 % de las ventas en efectivo; S3= S2-S1 es el incremento en ventas necesario para cubrir solo los costos de la informalidad.

Fuente: elaboración propia

Por último, los valores de S3 expresan el incremento de ventas necesario para cubrir el ahorro fiscal “perdido” por la subdeclaración de ingresos que no posibilitan los medios de pago electrónicos, es decir, es el efecto puro de la evasión fiscal. Nuevamente los aumentos de actividad requeridos son más altos para los contribuyentes del régimen general. Este efecto diferencial de la informalidad para el RI respecto al MT, se refleja claramente en al comparar los tramos azules –S3 RI- y naranjas –S3 MT- de las columnas en la Fig. 1. La diferencia de magnitud entre tales secciones de las columnas muestra que el RI tiene muchos más incentivos a subdeclarar ingresos por los impuestos asociados linealmente al monto de ventas.

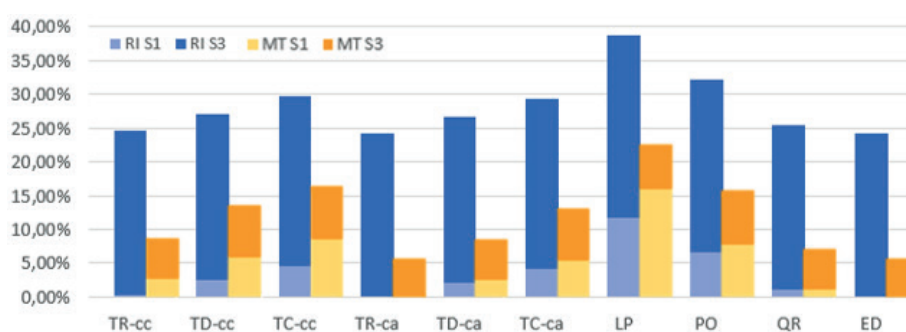


Fig. 1. Sensibilidades por categoría tributaria y medio electrónico de pago

5 Consideraciones finales

Además del efectivo, existen diversos medios electrónicos de pago cuyos costos son diferentes y, a su vez, impactan de forma disímil según la categoría tributaria de la empresa. En un esfuerzo por clarificar la relación entre modalidades digitales de pago, tributos e informalidad, a partir de un caso de estudio simulado, este trabajo compara los resultados asociados a 11 medios de pago para dos tipos tributarios (RI y MT), analizando la incidencia de la subdeclaración de ingresos sobre operaciones en efectivo.

Según los hallazgos, el ordenamiento de los medios de pago por su costo no varía entre RI y MT, aunque en términos relativos son mayores para el MT. El efectivo, el envío de dinero mediante billeteras virtuales y las transferencias a CA son los más económicos; mientras que las tarjetas de crédito, el *point* y el *link* de pago resultan los más onerosos. Asimismo, se destaca la importancia de conocer y evaluar la composición de los costos de medios bancarios y no bancarios a la luz de la organización del negocio y las disposiciones normativas vigentes a fin de seleccionar el más conveniente.

Analizando la onerosidad de los medios electrónicos de pago respecto al incremento de uso en el contexto de pandemia, se observa una tendencia al empleo de alternativas menos costosas (tarjetas de débito, transferencia, tarjetas de crédito, Mercado Pago [16]). Una excepción a esto es el *link* de pago por ser la modalidad de cobro que más creció en la plataforma [19] y en este estudio se reporta como la de mayor costo. Ello puede justificarse en que gran parte de las operaciones durante el ASPO fueron *online*, donde no existe la posibilidad de uso del *point* y el *link* resulta más cómodo frente a

otras opciones como el envío de un código QR. Sin embargo, su mayor uso también puede atribuirse a un desconocimiento de los vendedores de su costo.

Respecto los costos impositivos, la situación se invierte siendo mayores para el RI. En ese caso por la estructura del régimen, con porcentajes de IG vinculados a resultados, los medios de pago menos costosos derivan en mayores costos impositivos. Para el MT, las modalidades bancarias asociadas a CC son las que generan un impuesto más elevado, en especial por la imposibilidad de computar el IDCB como pago a cuenta de obligaciones fiscales.

En relación a la informalidad, el efecto directo muestra que una subdeclaración de 30 % de las ventas en efectivo reduce los costos tributarios en 9,63 % para el RI y en 3,39 % para el MT. Es decir, cuantitativamente y en términos relativos, los incentivos a evadir son mayores para el RI. Por su parte, el efecto subyacente indica la existencia de estímulos a subfacturar en niveles de ingresos cercanos al punto de inflexión entre los regímenes tributarios, evitando un cambio brusco en los costos por impuestos.

Todos los resultados descriptivos comentados, son confirmados y refinados por los hallazgos del análisis de sensibilidad: los incrementos de ventas necesarios para solventar los costos de los medios electrónicos de pago son mayores en el MT (S1), mientras que los incrementos de actividad requeridos para cubrir los gastos de modalidad digitales y el ahorro fiscal por subdeclaración son más altos en el RI (S2). Esto marca nuevamente la onerosidad del régimen general con su consecuente incentivo a mayor subfacturación. Incluso, analizando S3 respecto a S2 (Fig. 1), los resultados indican que el principal limitante a la adopción de medios de pago electrónicos en empresas pequeñas está mayormente asociado a la informalidad y no a los costos de transacción.

A nivel teórico, el estudio presentado contribuye a profundizar la comprensión del fenómeno de la evasión tributaria y el nivel de adherencia a los medios electrónicos de pago, colaborando con el diseño de políticas públicas tendientes a reducir la informalidad empresarial e incrementar la inclusión financiera en un contexto donde tales tópicos representan problemáticas actuales. Por ejemplo, podría pensarse en exenciones de IVA a MT sobre las comisiones por cobros electrónicos que desincentiven la informalidad y beneficien al Estado generando un potencial incremento de la recaudación fiscal. Desde el punto de vista práctico, los resultados del artículo resultan de interés para empresarios al momento de evaluar los efectos asociados a diferentes medios de pago.

Los hallazgos del presente trabajo provienen de un estudio de caso y, por ende, no pueden ser generalizados a empresas con actividades diferentes, radicadas en otros distritos o no sujetas a los supuestos del modelo. Además de tales limitaciones, puede mencionarse la falta de consideración de otros costos y beneficios asociados al fenómeno pero no cuantificados. Dentro de las futuras líneas de investigaciones se pretende estudiar los incentivos de los contribuyentes a la informalidad en el punto de inflexión entre los regímenes tributarios.

Referencias

1. Schneider, F., Boockmann, B. Die Größe der Schattenwirtschaft. Methodik und Berechnungen für das Jahr 2017. Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung (IAW) (2017)

2. Ministerio Hacienda Argentina. Plan nacional educación financiera. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/3.2_pnef-_plan_nacional_de_educacion_financiera-vf.pdf (2019).
3. Schneider, F. The shadow economy in Europe (2010).
4. Singh, V., Zandi, M. The Impact of Electronic Payments on Economic Growth. Moody's Analytics (2010).
5. Zandi, M., Koropeckyj, S., Singh, V., Matsiras, P. The impact of electronic payments on economic growth. Moody's Analytics 31 (2016).
6. Zhang, Y., Zhang, G., Liu, L., De Renzis, T., & Schmiedel, H. Retail payments and the real economy. *Journal of Financial Stability*, 44, 100690, 1-16 (2019).
7. Keynes, J.: La teoría general del empleo, el interés y el dinero. Fondo cultura económica, México (1965).
8. Perry, G. E., Maloney, W. F., Arias, O. S., Fajnzylber, P., Mason, A. D., Saavedra-Chanduvi, J., Bosch, M. Informalidad: escape y exclusión. Banco Mundial (2007).
9. La Porta, R., & Shleifer, A. The Unofficial Economy and Economic Development. *Brookings Papers on Economic Activity*, otoño, 275-352 (2008).
10. Slemrod, J., Weber, C. Evidence of the invisible: toward a credibility revolution in the empirical analysis of tax evasion and the informal economy. *International Tax and Public Finance*, 19(1), 25–53 (2012).
11. Blanco-Gómez, D. Cuccioli: "El principal problema de evasión en Argentina son las facturas apócrifas". *Ámbito*. <https://www.ambito.com/cuccioli-el-principal-problema-evasion-argentina-son-las-facturas-apocrifas-n5030420> (2019).
12. Pecho-Trigueros, M., Longinotti, F., Vecorena, J. Estimación del Incumplimiento Tributario en América Latina (2012).
13. Sitio web de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), <http://www.afip.gob.ar>, último acceso 17/07/2020.
14. Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), Kantar. Los argentinos y el *e-commerce*: ¿cómo compramos y vendemos online? <https://cace.org.ar/uploads/estudios/estudio-anual-comercio-electronico-2019-resumen.pdf> (2020).
15. América Retail. Argentina: Adiós al dinero en efectivo, una realidad cotidiana no muy lejana. <https://www.america-retail.com/argentina/argentina-adios-al-dinero-en-efectivo-una-realidad-cotidiana-no-muy-lejana/#> (13 julio 2020).
16. Slotnisky, D. Por la pandemia, se revolucionan los medios de pago en la Argentina. <https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/por-pandemia-se-revolucionan-medios-pago-argentina-nid2394822> (11 julio 2020).
17. RedLink, Informe Uso Dinero Electrónico (UDE) LINK, 15, (2020).
18. Velázquez, J. Pymes: el 92% seguirá usando el canal online en la pospandemia. *Ámbito*. <https://www.ambito.com/pymes/el-92-seguira-usando-el-canal-online-la-pospandemia-n5111512> (22 junio 2020).
19. Barragan, F. Nuevas formas de pago para sortear la cuarentena. *Página12*. <https://www.pagina12.com.ar/260776-nuevas-formas-de-pago-para-sortear-la-cuarentena> (20 abril 2020).
20. Sitio web del Banco Central de la República Argentina (BCRA), <https://www.bcra.gob.ar>, último acceso 17/07/2020.
21. Sitio web de Mercado Pago, <https://www.mercadopago.com.ar>, último acceso 17/07/2020.
22. Sitio web Agencia de Recaudación de Buenos Aires, <https://www.arba.gov.ar>, último acceso 17/07/2020.
23. Sitio web municipalidad Bahía Blanca, <https://www.bahia.gob.ar>, último acceso 17/7/2020.