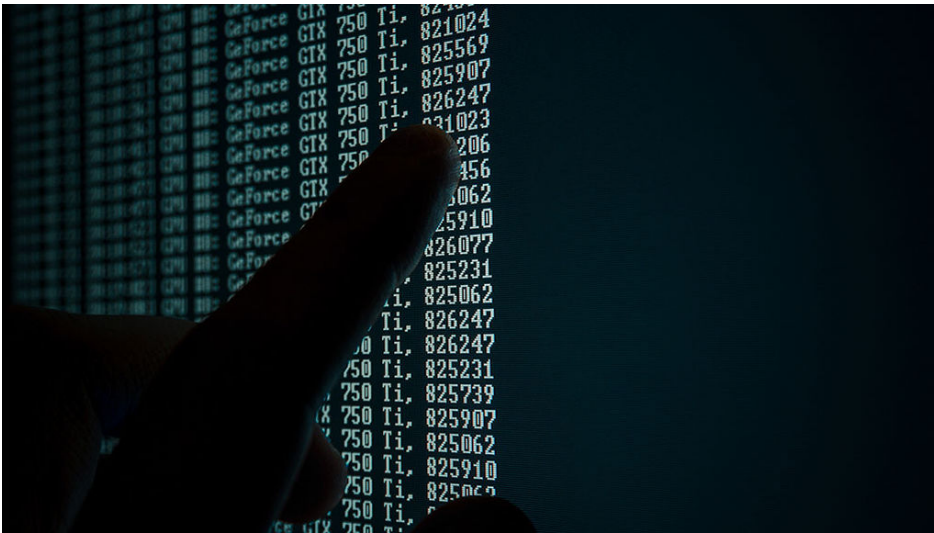


N I U S

La cara B de la ‘tasa Google’: cuadrar los presupuestos

Rebeca GimenoMadrid
22/02/2020 11:58h.



Una pantalla de ordenador PEXELS

- El Gobierno ha aprobado el proyecto de ley de esta tasa digital esta semana con el que espera recaudar casi 1.000 millones de euros al año
- Se anuncia el proyecto pero se retrasa su aplicación a diciembre a la espera de que se logre un acuerdo a nivel internacional

Imaginemos que queremos gastar más dinero y que dependemos de aprobar un examen para poder hacerlo. No hay problema: resulta

que tenemos a la persona perfecta para pasar la prueba. Algo así es lo que ocurre con los presupuestos del Gobierno, los trámites que tendrá que pasar en Bruselas y el proyecto de ley de 'tasa Google' aprobado esta semana.

“Nadia Calviño fue la directora de presupuestos de la Unión Europea y conoce perfectamente las preguntas del examen”, explica Borja Adsuara, jurista experto en derecho digital y exdirector de Red.es. “Sabe lo que tiene que decir y presentar a los socios europeos para que nos den el visto bueno a las cuentas”.

Con la llamada tasa Google el gobierno espera recaudar 1.000 millones de euros al año (antes eran 1.200 millones). Es la *excusa* perfecta sobre el papel para sostener que se puede aumentar el gasto público sin que eso ponga en peligro la corrección de los números rojos que arrastra el Estado español (el famoso déficit). A la tasa Google **se sumarían otros 850 millones del Impuesto a las Transacciones Financieras**. Total = 2.000 millones de euros de ingresos adicionales. De momento...

“Nadie discute el principio ético de que las grandes multinacionales paguen impuestos. Vamos hacia eso. Pero no creo que alguien se pueda adelantar a los demás. Se tiene que llegar a un acuerdo internacional”, opina Adsuara.

Las cuestiones técnicas

En cualquier caso, para poder aplicar este impuesto digital hace falta todo un desarrollo técnico que está un poco en el aire. Si la idea es que las tecnológicas paguen por una parte del negocio que hacen con nuestros datos, ¿cómo se mide eso? ¿Y cuál sería el mejor indicador?

“Nosotros abogamos porque se abra el debate de cuál es la mejor manera de que las tecnológicas paguen impuestos por explotar nuestros datos (Google, Facebook, etc.)”, argumenta Ángel Cuevas, profesor de Ingeniería de Telecomunicaciones en la Universidad Carlos III (Madrid). “En lugar de gravar en base a lo facturado a empresas españolas, quizá lo que habría que perseguir es gravar sobre los ingresos obtenidos a partir de datos de ciudadanos españoles”.

Y aquí la historia se complica mucho más: porque en la era del *big data* no existe, de momento, un contador virtual que permita hacer esto. Se podría tratar de desarrollar, pero no se hará de la noche a la mañana. “Se aplicarán una serie de reglas técnicas”, explica Pablo Grande Serrano, **vocal de la Asociación de Inspectores de Hacienda**. “El anteproyecto de Ley prevé unas obligaciones formales de comunicación de información relativa a sus actividades. El incumplimiento de estas obligaciones de información puede ser susceptible de ser sancionados con importes muy elevados”.

El en sector andan bastante desconcertados con todos los detalles. El impuesto gravará a empresas multinacionales (más de 750 millones de facturación a nivel global) en tres áreas de su negocio en España: publicidad, venta de datos y venta de bienes. “En un *marketplace* (tienda en internet) puede ser más fácil identificar al usuario español. Pero en publicidad, ¿cómo se sabe que el usuario que ve ese anuncio está en España?”, se pregunta José Luis Zimmermann, director general de Adigital, la Asociación Española de la Economía Digital. “Nos preocupan mucho los mecanismos de control. Si una empresa declara equis dinero de ingresos, ¿cómo va a decir Hacienda que esa cifra no es correcta?”.

El impuesto, aseguran, seguramente se trasladará a otros agentes de la cadena: subirán los precios de la publicidad *online*, por ejemplo. “A una empresa española le resultará más caro adquirir un cliente online”, argumenta Zimmermann. Por eso desde Adigital hablan de “duras consecuencias” para las empresas españolas (incluso si no son ellas a las que va dirigido inicialmente el impuesto digital).

Pero a nivel empresarial también hay otros actores que están encantados con la tasa Google. Es el caso de Telefónica. Su presidente, José María Álvarez-Pallete, considera “normal” aplicar este impuesto. “Se trata de subsanar una anomalía tributaria, no

porque se vaya contra nadie, sino porque el mundo está cambiando”.

En este último punto están de acuerdo todos los actores. La clave son los tiempos. El Gobierno es consciente de que no puede ir el plan Ilanero solitario con la tasa Google. Estados Unidos ha reiterado su amenaza de imponer aranceles a quienes lo hagan. ([Ya los sufren el sector olivarero y vinícola por otra cuestión ajena a todo esto](#)). Desde el Ejecutivo se insiste en que la relación con EEUU es “fluida” y que la administración estadounidense conocía los planes españoles. “En todo esto hay mucha declaración de cara a la galería para presentar los presupuestos en Bruselas y presionar a la OCDE para lograr un acuerdo”, explican en el sector digital.

Todo se resolverá en diciembre. Si todo va bien, se puede lograr un consenso sobre la tasa digital a nivel global. Para entonces España ya habrá pasado el examen de los presupuestos en Europa. Y si en la OCDE no hay acuerdo a final de año, veremos si el Gobierno español sigue adelante con sus planes para la tasa Google...