

LA PATRONAL ADVIERTE DE QUE LAS TECNOLÓGICAS REPERCUTIRÁN EL IMPUESTO

Las pymes y los consumidores con menos recursos, los más perjudicados por el nuevo gravamen

La «tasa Google», una amenaza para el empleo y un sablazo de 500 millones

R. L. Vargas - Madrid

Cuando el Gobierno traspasó el pago del impuesto de Actos Jurídicos Documentados (AJD) de los hipotecados a la banca, aseguró que la medida no repercutiría en el coste de las hipotecas y que vigilaría que así fuera. Meses después, sin embargo, los préstamos para la compra de vivienda comenzaron a encarecerse sin que el Ejecutivo haya hecho mucho por impedirlo. El pasado lunes, la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, aseguró que era «un mito» que el impuesto sobre servicios digitales, la conocida como «tasa Google», vaya a acabar repercutiendo en los clientes cuando sea aprobada. Pero la realidad es que, como el AJD, el impuesto lo van a terminar pagando los consumidores. Y va a perjudicar al empleo.

La patronal de las empresas tecnológicas, Ametic, presentó ayer el estudio «Who will bear the Burden of DSTs?», elaborado por la Global Digital Foundation, cuya conclusión es que la tasa digital no sólo afectará a las grandes corporaciones como Google o Amazon a las que va dirigida, sino también a un conjunto más amplio de pequeñas empresas y, en última instancia, al consumidor que contrata sus servicios.

Efectos en cascada

Inicialmente, la tasa está pensada para gravar los ingresos de grandes corporaciones digitales con elevadas facturaciones. Sin embargo, el informe asegura que son muchas las pequeñas compañías que se están creando gracias a las plataformas digitales y otras tecnológicas de internet que también se verán afectadas por el impuesto. Dado que la tasa se basa en el uso de datos de consumidores y ciudadanos, «es previsible que el coste lo terminen soportando pequeñas empresas, autónomos, usuarios —especialmente aquellos con rentas más bajas— organizaciones sin ánimo de lucro u organismos públicos». Los cálculos de Ametic apuntan a que el impacto del impuesto para estos colectivos sea de unos 500 millones de euros.

Aunque las compañías no han tomado todavía la decisión final de si trasladarán o no la tasa al precio final de los servicios que contratan los ciudadanos, la lógica, según Ametic, es que si se gravan los ingresos, las compañías acaben repercutiendo el coste al consumidor final para mantener la facturación.

Menos productividad de las empresas afectadas, menor competitividad y menor crecimiento económico a nivel nacional e in-

Google es junto a compañías como Amazon el principal objetivo de la tasa a servicios digitales

ternacional son algunos de los efectos negativos a largo plazo de la tasa, según el estudio, que advierte de que «reducirá la capacidad de la economía para generar trabajo y riqueza».

Para impedirlo, y evitar que se perciba a España como un país incierto para hacer negocios, el director general de Ametic, Francisco Hortigüela, pidió que el Gobierno no aplique la tasa en solitario y la consensúe en el seno de la OCDE. Queda tiempo, según

Hortigüela, para que el Ejecutivo dé marcha atrás.

Entre los argumentos esgrimidos por el Gobierno para lanzar la «tasa Google» está que las compañías afectadas son más proclives a aplicar estrategias para eludir impuestos. El trabajo, sin embargo, asegura que no existen evidencias que apoyen esta afirmación y que este tipo de compañías utilizan menos estas estrategias elusivas que otras empresas.



REUTERS

Solo otros cuatro países han implantado el impuesto digital

R. L. V. - Madrid

Sólo cuatro países en todo el mundo, Francia, Italia, Chile e India, han dado hasta ahora el paso de implantar en solitario un impuesto sobre determinados servicios digitales, según explicó ayer el director ejecutivo de Global Digital Foundation,

Paul McDonnell. Si el Gobierno persiste en sus planes, España se convertirá en el quinto país.

El Ejecutivo de Pedro Sánchez está decidido a dar el paso y argumenta para implantar la tasa que las compañías tecnológicas a las que va dirigida la tasa no pagan impuestos en proporción a la actividad que desarrollan en

España. Sin embargo, Francisco Hortigüela, director general de Ametic, aseguró ayer que la tributación de estas empresas es en este momento proporcional a lo que facturan y que, por tanto, se ajusta a la legalidad.

En la última cumbre del G-7 celebrada en Biarritz, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump; y el francés, Emmanuel Macron, acordaron crear un grupo en el seno de la OCDE para diseñar una tasa digital de carácter global. Su intención es

tenerla lista para la cumbre que el G-20 de ministros de Finanzas que se celebrará el 17 de octubre. El Ejecutivo español, sin embargo, parece tener prisa por implantarla, aunque sea en solitario y aunque los perjuicios de esta decisión sean evidentes. La patronal del sector considera que las compañías afectadas tendrían evidentes desventajas competitivas con respecto a otras de países en los que no se aplique impuesto alguno, con el perjuicio que eso supondría.

Las claves

- El impuesto a los servicios digitales está pensado para gravar los ingresos de grandes compañías del sector.
- Francia y Estados Unidos han acordado crear un grupo de trabajo en el seno de la OCDE para estudiar su implantación global.
- Sin embargo, España está decidida a implantar la medida en solitario, haya o no acuerdo internacional.
- El Gobierno de Sánchez considera que es un impuesto necesario para gravar de forma justa la actividad de estas firmas.