



ECONOMÍA

Una política tributaria europea para la era digital

Stella Raventós

Presidenta de la Asociación Española de Asesores Fiscales (AEDAF)

Javier Santacruz

Investigador principal de Civismo

Miguel Marín

Socio fundador y CEO de AEI y profesor de Teoría Económica en la Universidad CEU San Pablo





La economía digital está cambiando todos los paradigmas económicos y ha provocado la obsolescencia de los conceptos y normas sobre los que hasta ahora se sustentaba la fiscalidad internacional. Este es un asunto de máxima actualidad. La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, puso el acento, en su discurso sobre el Estado de la Unión pronunciado el pasado 16 de septiembre, en el futuro de la política tributaria en la era digital. Un asunto que, por otro lado, no resulta pacífico: existe un amplio consenso sobre la necesidad de adaptar las normas tributarias por las que nos regimos al hecho digital, pero no está tan claro cómo debemos hacerlo, si a nivel multilateral, bajo los auspicios de organismos internacionales como la OCDE, o a nivel nacional, como ya ha ocurrido en países como Francia, que se han adelantado actuando por su cuenta. En España, el Gobierno ha puesto sobre la mesa un proyecto de impuesto sobre determinados servicios digitales (más conocido como “tasa Google”), una cuestión sobre la que la Fundación ya ha tenido ocasión de debatir en anteriores ocasiones.

El siguiente diálogo responde a la voluntad de la Fundación FAES de comparecer activamente ante los grandes debates económicos, como el de la fiscalidad digital, y se enmarca dentro de las jornadas “Hablamos de Europa: centrados en Europa”, celebradas en la semana del 14 al 18 de septiembre.

Sobre la fiscalidad digital: antecedentes y estado de situación

■ **Javier Santacruz.** La fiscalidad digital es, en realidad, uno de los ámbitos del debate sobre la fiscalidad del *data*, esto es, sobre la propiedad y gestión de los datos y sobre los rendimientos económicos que estos generan. Este es uno de los grandes debates de la actualidad a nivel internacional y debe abordarse con urgencia. Esto significa que debemos elegir entre dos alternativas: avanzar en la búsqueda de un acuerdo supranacional en el ámbito de la OCDE o anticiparnos a este acuerdo y adoptar soluciones unilaterales a nivel nacional.

Esto es lo que ha ocurrido en España, donde en 2018 el Gobierno planteó la creación y establecimiento de un Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales (IDSD, por sus siglas). Los aspectos técnicos, jurídicos y económicos del IDSD han sido ampliamente debatidos en los últimos tiempos y los expertos parecen concordar en que se trata de un impuesto mal diseñado, que genera inseguridad jurídica y un daño económico significativo a consumidores, empresas y la economía en general.

Por otro lado, estamos intentando abordar este cambio con herramientas, una formulación y una concepción dentro del marco fiscal que son del pasado. Con esto lo único que se consigue es emponzoñar más aún el debate, en lugar de poner soluciones sobre la mesa.



► **Los expertos parecen concordar en que el IDSD se trata de un impuesto mal diseñado, que genera inseguridad jurídica y un daño económico significativo a consumidores, empresas y la economía en general (Javier Santacruz)**

■ **Stella Raventós.** En 2018, la Comisión Europea presentó su propuesta de Directiva sobre un sistema impositivo común que grave los ingresos procedentes de la prestación de determinados servicios digitales. Se trata de un proyecto deficiente, carente de una técnica legislativa depurada, y que parte de un error de concepción básico, y es que otorga el mismo trato a todas las empresas de contenido digital, en lugar de diferenciar en función de si el contenido digital es realmente el que les aporta valor o no. Por su parte, la OCDE lleva años buscando una solución global, pero se ha topado con la oposición de Estados Unidos, que pretendía bloquear la situación, evitando así el establecimiento de reglas en un campo en el que hasta ahora no existían y garantizándose, por tanto, un nivel impositivo menor.

Por otro lado, no hay que olvidar que el impuesto respecto de la digitalización tiene un componente geopolítico de importancia no menor y la Unión Europea juega con desventaja en este sentido, en la medida en que no está dando la batalla de manera unitaria, si no que algunos países se han anticipado, diseñando sus propios impuestos.

Sobre la recaudación

■ **Miguel Marín.** Hay una idea que parece haber calado en el ideario colectivo y es que las grandes empresas digitales generan cantidades ingentes de beneficios. Sin embargo, es probable que la recaudación derivada del impuesto digital sea más reducida de lo que anticipamos.

■ **Stella Raventós.** Hay una cuestión que debe quedar clara, y es que las empresas digitales no evaden impuestos, simplemente no hay reglas sobre cómo debemos gravarlas. No hay que ser demagógicos en este asunto. Y efectivamente, coincido en que la recaudación no será tan grande como se espera.

■ **Javier Santacruz.** Estoy de acuerdo con vosotros en que el establecimiento de un impuesto digital no se va a traducir en un gran incremento de la recaudación. En este sentido, me gustaría añadir que la recaudación, en realidad, no es más que una excusa de corto plazo para crear nuevos impuestos. Resulta comprensible, puesto que todos los Estados tienen necesidades financieras crecientes, más aún en el marco actual de crisis. Por ello creo que la cuestión de la recaudación de-



► **Debe quedar claro que las empresas digitales no evaden impuestos, simplemente no hay reglas sobre cómo debemos gravarlas. No hay que ser demagógicos en este asunto. Y efectivamente, la recaudación no será tan grande como se espera (Stella Raventós)**

bería quedarse fuera del debate sobre la fiscalidad digital, porque no constituye un argumento sólido para poder establecer nuevos pilares en materia tributaria.

Sobre las posibilidades de una solución global

■ **Miguel Marín.** La mayoría de las grandes empresas digitales son americanas. Siendo esto así, ¿creéis que es posible diseñar una política tributaria sin Estados Unidos? Y por otro lado, ¿qué papel juega China en este proceso, desde el punto de vista geopolítico? Afrontamos el debate de la fiscalidad digital cuando, en paralelo, China y Estados Unidos están enzarzados en una guerra comercial y tecnológica. Y además existen dudas sobre la voluntad de China de tener un *approach* ecuánime a este debate sobre la fiscalidad digital. ¿Creéis que necesitamos a China en un acuerdo internacional?

■ **Stella Raventós.** A nivel comunitario, la Unión Europea podría intentar refinar su propuesta de Directiva, de manera que los Estados miembros dejen de actuar por su cuenta adoptando sus propios impuestos. Pero a nivel internacional, sin Estados Unidos y China, es imposible alcanzar una solución pacífica. Lo más probable sería que Estados Unidos se vengara con la imposición de aranceles.

■ **Javier Santacruz.** Estamos abordando una nueva realidad y lo estamos haciendo en un contexto geopolítico adverso para la Unión Europea, que no ha adoptado una posición clara con respecto a esta cuestión y que, por tanto, no ha podido construir una posición fuerte en los argumentos frente a Estados Unidos y China.

Por otro lado, la Unión Europea está en clara desventaja frente a China por la distorsión que provocan sus empresas, que están participadas por el Estado, lo que les permite conseguir financiación de forma muy fácil y, por consiguiente, tienen mayor potencia financiera para abordar inversiones de calado, como la que requieren las instalaciones de 5G. Esto es algo que ocurre también dentro de la propia Unión Europea, donde países como Alemania, Francia o Italia tienen grandes empresas de titularidad pública en cuya gestión el Estado interviene directamente. Esto supone una importante distorsión también a nivel comunitario.

■ **Stella Raventós.** El mayor problema de China es que padece una falta total de transparencia, de ahí que se hable poco de este país en el ámbito de la fiscalidad.



Los debates parlamentarios que hay en los países occidentales no tienen comparación en China. En los foros internacionales, China se pronuncia muy pocas veces. Por eso el debate se centra siempre en Estados Unidos.

Sobre el hecho imponible

■ **Miguel Marín.** Se habla mucho de hechos imponibles, pero cuando hablamos de economía digital tendemos a meter todo en el mismo saco. ¿Cuál es realmente el hecho imponible que puede hacer diferente la economía digital de la economía tradicional? ¿Existe más de un hecho imponible a gravar?

■ **Stella Raventós.** Existen varios hechos imponibles. Está claro que empresas como Amazon hacen las veces de “comisionistas” que ponen en contacto a compradores y vendedores. En cambio, empresas como Facebook no venden ni intermedian productos, sino que son plataformas de conexión social. Los datos de los usuarios de estas plataformas constituyen el hecho imponible, en la medida en que son los que aportan valor a las empresas.

■ **Javier Santacruz.** El hecho diferencial es el *data* (datos personales, profesionales, industriales, de propiedad intelectual, etc. que volcamos en las plataformas digitales) y su cadena de valor. El *data* es el cuarto factor de producción de la economía, y por consiguiente tiene que gravarse del mismo modo que se gravan el resto de factores productivos. Es necesario integrar todas las partes de la cadena de valor del *data*, intentando refinar al máximo el hecho imponible, y hacerlo de forma sencilla y transparente.

Imposición directa vs imposición indirecta

■ **Javier Santacruz.** Un acuerdo en materia fiscal parece difícil por la confrontación existente entre los países que potencian la recaudación por el lado de la imposición indirecta y los que lo hacen por el lado de la imposición directa. El impuesto que propone España es una mezcla de imposición indirecta (esto es, sobre las ventas de determinados servicios digitales) y directa (esto es, sobre los sujetos). Esto es un disparate en sentido económico. En este sentido, la Comisión Europea y la OCDE no han establecido las bases de un nuevo sistema fiscal den-

► **El *data* (datos personales, profesionales, industriales, de propiedad intelectual, etc. que volcamos en las plataformas digitales) es el cuarto factor de producción de la economía, y tiene que gravarse del mismo modo que el resto de factores productivos (Javier Santacruz)**



tro del marco de la digitalización, es decir, que no han decidido si debemos dirigirnos hacia la predominancia de la imposición indirecta o de la directa. No solo eso, sino que hay criterios dispares tanto a nivel europeo como de la OCDE.

■ **Stella Raventós.** El debate impuestos directos-indirectos se está viciando porque se ha generalizado. Se dice que los impuestos indirectos son regresivos, cuando no es cierto. La imposición indirecta no es regresiva, siempre y cuando se cubran las necesidades mínimas de aquellos sectores de la población que pueden quedar desprotegidos. En el caso de España, el impuesto que se propone ni es ni directo ni indirecto, aunque el proyecto de ley dice que es indirecto.

■ **Miguel Marín.** Es evidente que el objetivo principal de los impuestos es recaudar, pero no parece que esto tenga mucho sentido para la Unión Europea, puesto que la inmensa mayoría de grandes empresas digitales son estadounidenses. ¿Cuál debe ser entonces el objetivo de la fiscalidad digital?

■ **Javier Santacruz.** Los ciclos políticos se acortan cada vez más y las necesidades de recaudación son crecientes, más aún desde el estallido de la crisis pandémica. En este contexto, y en el ámbito de la fiscalidad, los Gobiernos optan por la vía más fácil, que es introducir recargos, exenciones, etc. en los impuestos ya existentes. Construir una verdadera fiscalidad digital exigiría un trabajo de años y un replanteamiento de las bases del sistema actual, y esto es muy complejo.

■ **Stella Raventós.** AEDAF tiene claro que es necesario replantear el sistema tributario español, darle sentido y unificarlo, pero no en unas circunstancias tan turbulentas como las actuales, sino que debe hacerse cuando las cosas hayan vuelto a su cauce.

Sobre la fiscalidad de los robots

■ **Miguel Marín.** Los individuos, como monopolistas de nuestro trabajo, generamos unos derechos futuros: las pensiones. En la era digital, nos hemos convertido también en monopolistas de nuestros datos, que a su vez son elementos de actividad y beneficio para otros agentes. ¿Creéis que podemos beneficiarnos personalmente de la utilización que hacen las empresas digitales de nuestros datos?

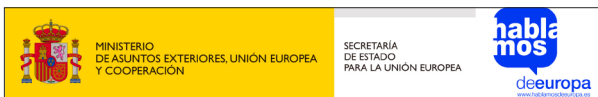
► **El impuesto que propone España es una mezcla de imposición indirecta (esto es, sobre las ventas de determinados servicios digitales) y directa (esto es, sobre los sujetos). Esto es un disparate en sentido económico (Javier Santacruz)**



► **Es necesario replantear el sistema tributario español, darle sentido y unificarlo, pero no en unas circunstancias tan turbulentas como las actuales, sino cuando las cosas hayan vuelto a su cauce (Stella Raventós)**

Y en relación con esto, se ha generado también un debate en torno a la idea de que las grandes empresas digitales deberían pagar nuestras pensiones. ¿Qué opináis al respecto?

■ **Javier Santacruz.** Esta ligazón con las pensiones fue provocada por el primer Gobierno de Sánchez cuando aseguró que el impuesto digital serviría para cubrir una parte del déficit de la Seguridad Social. Esto era un disparate monumental, fundamentalmente porque tiene que haber un principio de independencia de fuentes de financiación, lo que significa que para financiar las pensiones lo que habría que hacer es subir las cotizaciones a la Seguridad Social. En relación con esto, está el debate sobre si los robots deben pagar impuestos. Hay que partir de la base de que no sabemos si nos estamos dirigiendo hacia una economía donde el grueso de la recaudación será vía impuestos directos o indirectos. Si la vía es la de los impuestos directos, entonces los robots, si sustituyen a la fuerza laboral, tendrán que pagar impuestos.



faes
FUNDACIÓN

Suscripción a *Cuadernos de Pensamiento Político*:
www.fundacionfaes.org/pay/confirmBuy?id=6362

Suscripción a la *newsletter*:
www.fundacionfaes.org/es/newsletter

C/ Ruiz de Alarcón, 13
28014 Madrid
Tlf 915 766 857
info@fundacionfaes.org
fundacionfaes@fundacionfaes.org

DONACIONES

Multimedia

