

Virus y política económica, los condicionantes

Que el primero y gran condicionante de la actividad empresarial sea la incertidumbre provocada por la pandemia, factor que mencionan el 80% de las empresas encuestadas, no es ni novedoso ni sorprendente, pero sí es muy significativo que el otro gran factor determinante sea la incertidumbre que envuelve la política económica. Es un elemento al que aluden también casi ocho de cada diez compañías, en clara referencia a la falta de visibilidad de la hoja de ruta económica del Ejecutivo. El tercer gran condicionante es el shock que el Covid-19 ha provocado sobre la demanda, lo que no solo ha repercutido en las ventas de las compañías, sino también en el precio de sus productos, declive que, una vez más, "habría tendido a ser mayor en las ramas más afectadas por la crisis"; es decir, la hostelería, el comercio o las actividades de ocio y entretenimiento. Su impacto no acaba ahí. Entre los efectos colaterales del parón provocado por la pandemia, las empresas declaran un "leve" aumento de los costes en sus procesos productivos, especialmente en los sectores más castigados, lo que estaría presionando a la baja sus márgenes. Una pérdida de rentabilidad que se prolonga ya muchos meses y que, según las propias compañías, se extenderá al primer trimestre del año que viene.

prevén que su fuerza laboral sea similar a la actual. A pesar de ello, el Banco de España advierte desde hace semanas que la utilidad de los ERTE para sostener el empleo se está agotando ante la prolongación de la crisis e insiste en la necesidad de afrontar una nueva fase de reestructuraciones por sectores y/o empresas, aunque -eso sí- concentrando los esfuerzos en los proyectos viables.

Guía: Las exigencias de Hacienda a las empresas para pagar la 'tasa Google'

REGLAMENTO/ La tasa entra en vigor el 16 de enero y su declaración se perfila como un proceso complejo en el que empresas residentes y no residentes deben registrar todas sus operaciones y clientes.

Mercedes Serraller. Madrid
La tasa Google entra en vigor el 16 de enero y su declaración se perfila como un proceso de extrema complejidad y, a casi un mes de su vigencia, lleno de lagunas. Es lo que se deduce del borrador de Reglamento que Hacienda ha presentado en audiencia pública y lo que trasladan las empresas y abogados a los que ha consultado EXPANSIÓN, que reclaman al Fisco más detalles y que ofrezca guías para negocios concretos, como en Francia o Reino Unido. El impuesto grava un 3% la prestación de servicios de publicidad online, venta de datos e intermediación en que intervengan usuarios en España a empresas residentes y no residentes con una facturación de 3 millones de euros en España y 750 en el mundo con el objetivo de recaudar 968 millones. Los contribuyentes deberán pagar el impuesto trimestralmente, con un requisito adicional para las empresas establecidas fuera de la UE, que tendrán la obligación de nombrar a un representante en España. De esta forma, a mediados de abril deberán estar liquidándolo. Y deberán presentar un registro de cada operación, lo que abarca a millones de transacciones, en una especie de Suministro Inmediato de Información (SII), el procedimiento revolucionario de declaración del IVA en tiempo real que lanzó la Agencia Tributaria (AEAT) en 2017 y para el que se dieron moratorias y suspensiones de plazos y sanciones.

• **Censo de empresarios.** Las empresas contribuyentes del impuesto deberán darse de alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores. Tanto las residentes, que ya están en el censo, como las no residentes, con lo que se crea un censo de contribuyentes de este impuesto.

• **Localización.** A efectos de considerar a los usuarios como situados en España, se establecen una serie de normas específicas para cada uno de los servicios digitales basadas en el lugar en que se han utilizado los dispositivos a partir de las direcciones IP salvo que se utilicen otros medios de prueba, dice la ley. Pues



bien, el reglamento detalla que se trata de "la dirección MAC o en la identificación de redes (como WiFi o Ethernet), la geolocalización física por satélite (con sistemas como GPS -Sistema de Posicionamiento Global-, GLO-NASS, Galileo o Beidou) o por antenas terrestres (como las del GSM -Sistema Global de Comunicaciones Móviles- o las de LPWAN). Para las entidades que pertenezcan a un grupo, los umbrales se determinan a nivel de grupo.

• **Sanciones.** La ley sólo prevé una sanciones por incumplir la "obligación formal de establecer los sistemas, mecanismos o acuerdos que permitan determinar la localización de los dispositivos de los usuarios en el territorio de aplicación del impuesto". Serán del 0,5% del volumen de negocio neto del año natural anterior, con un mínimo de 15.000 euros y un máximo de 400.000 euros por cada año natural en los que tuvo lugar

el incumplimiento. Pues bien, este punto no se desarrolla en el reglamento, a pesar del detalle sobre la localización que se da (ver punto anterior). "No parece suficiente esta regulación, sino más bien una mera especificación", considera Álvaro Sánchez-Herrero, socio Responsable de Servicios Legales y Fiscales para el sector *Technology, Media & Telecoms* de PwC.

• **Registro de cada operación.** Por cada período de liquidación trimestral presentada, los contribuyentes estarán obligados a la llevanza, conservación y puesta a disposición de la AEAT de registros por cada operación y de una memoria descriptiva. El borrador explicita, por cada tipo de hecho imponible (publicidad, intermediación y venta de datos) qué magnitudes deben contenerse en los registros. En todos ellos debe darse una relación de "ingresos totales", en la que se solicita la identificación de los

clientes (globales), incluyendo "nombre y apellidos, razón social o denominación completa y, si está disponible, el número de identificación a efectos del IVA o el número nacional de identificación fiscal". En los servicios de publicidad, se exige además el número de veces que aparece la publicidad en dispositivos en el territorio de aplicación del impuesto, y el número total de veces que aparece dicha publicidad en cualquier dispositivo, cualquiera que sea el lugar. En el caso de intermediación con entregas de bienes o prestaciones de servicios, el número de usuarios situados en el territorio de aplicación del impuesto; el número total de usuarios que intervengan en ese servicio, cualquiera que sea el lugar en que estén situados. En los demás servicios de intermediación, se reclama el número de cuentas abiertas durante el período de liquidación por usuarios cuyos dispositivos estuvieran situados en el te-

rritorio de aplicación del impuesto en el momento de su apertura. En lo que respecta a la venta de datos, el número de usuarios que estuvieran situados en el territorio de aplicación del impuesto en el momento de la recopilación de dichos datos, y el número total de usuarios que hayan generado dichos datos, cualquiera que sea el lugar en que estuvieran. Además, las operaciones objeto de registro "deberán hallarse anotadas en el momento en que se realice la liquidación y pago del impuesto o, en cualquier caso, antes de que finalice el plazo legal para realizar la referida liquidación y pago en período voluntario", sin que quede muy claro en qué se diferencian ambos momentos temporales.

• **Memoria descriptiva.** Al registro de operaciones se suma una memoria descriptiva que deberá aportarse, que contendrá los procesos, métodos, algoritmos y tecnologías empleadas para analizar la sujeción al impuesto de determinadas operaciones y la no sujeción de otras y localizar la prestación de cada servicio y su atribución al territorio. Es decir, un listado de todas las operaciones, sujetas al impuesto o no. Así, la memoria deberá localizar la prestación de cada tipo de servicio y su atribución al territorio de aplicación del impuesto, calcular los ingresos correspondientes a cada prestación de servicio sujeta al impuesto e identificar los ficheros, programas y aplicaciones empleados en los procesos anteriores para cada período de liquidación. Los clientes se identificarán de forma completa (ver punto anterior). Los libros o registros que, en cumplimiento de otras obligaciones fiscales, lleven los contribuyentes podrán ser utilizados en la obligación registral. Esta memoria descriptiva por mandato supondrá que el contribuyente se desnude por completo ante la AEAT, con una combinación de aspectos de negocio, técnico-fiscales y de procesos, de extracción de la información y tecnológicos, lo que le convierte en un documento extremadamente relevante, avisa Sánchez-Herrero.