

Según el estudio de PwC 'Impacto de un impuesto sobre los servicios digitales de la economía española' elaborado a petición de AMETIC y Adigital

La 'Tasa Digital' tendrá un impacto negativo sobre los consumidores valorado en hasta 665 millones de euros

- El coste del impuesto será transferido a las empresas usuarias de los servicios afectados, que trasladarán una parte al precio final que paga el consumidor.
- Las compañías españolas usuarias de los servicios digitales gravados verán reducidos sus beneficios entre 450 y 562 millones de euros.
- El efecto sobre el beneficio de las empresas españolas tendrá un efecto económico negativo de entre 586 y 662 millones de euros sobre el PIB.

Madrid, 29 de enero de 2019. El impuesto sobre determinados servicios digitales (IDSD) planteado por el Gobierno de España tendrá un impacto negativo sobre el bienestar de los consumidores españoles. Este perjuicio, con un valor económico estimado de entre 515 y 665 millones de euros, se deriva del incremento del precio de los productos y servicios, lo que conlleva pagar más por ellos (repercutiendo negativamente en el ahorro) e incluso, en algunos casos, no poder permitirse su adquisición y disfrute. Así se desprende del estudio de PwC 'Impacto de un impuesto sobre los servicios digitales de la economía española', elaborado a petición de AMETIC y Adigital, y cuyas conclusiones han presentado esta mañana en Madrid María Teresa Gómez Condado, directora general de AMETIC, José Luis Zimmermann, director general de Adigital, y Jordi Esteve, Socio Responsable de Economics in Strategy en PwC.

Dadas las características estructurales del sector digital, los grandes perjudicados por la 'Tasa Digital' serán precisamente los principales beneficiarios de los servicios digitales: pequeñas y medianas empresas (pymes) y consumidores. El coste del impuesto será transferido a las compañías usuarias de los servicios gravados, que trasladarán una parte al precio final que paga el consumidor. En función de la variación de la cantidad demandada de productos y servicios ante una variación en el precio, una parte del coste lo asumirán los consumidores, a través del precio, y el resto el propio vendedor, como un incremento del coste.

El informe estima que las empresas españolas usuarias de los servicios digitales verán reducidos sus beneficios entre 450 millones y 562 millones de euros, sumando el incremento del coste de uso de plataformas y marketing online y la disminución de las ventas por el traslado de parte del precio al cliente final. Este efecto en el beneficio de las empresas españolas tendrá una repercusión económica negativa de hasta 662 millones de euros sobre el PIB nacional, según PwC. Asimismo, como resultado colateral, la introducción de este impuesto tendrá un impacto neto negativo sobre la recaudación del IVA, debido a la disminución de la facturación.

Efectos a largo plazo sobre la economía

La digitalización de las empresas es fundamental para garantizar la competitividad de la economía española en el medio y largo plazo y sobrevivir en un contexto globalizado. Además, es una oportunidad para la modificación sustancial o la creación de nuevos procesos de negocio que permitan a las pymes españolas crecer de forma más rápida y sólida, y abordar nuevos segmentos de clientes.

A largo plazo, si se ralentiza este proceso, la economía nacional se situará en una posición de desventaja competitiva respecto a otros países.

Según PwC, un incremento del 10% en el índice de digitalización de un país supone un crecimiento del 0,75% en el PIB per cápita y reduce un punto porcentual la tasa de desempleo. Lastrar el proceso de digitalización con un impuesto digital impedirá estos potenciales beneficios que las tecnologías digitales pueden proporcionar a España en términos de productividad.

Con todo, la 'Tasa Digital' tendrá un efecto distorsionador sobre el mercado, creando ventajas competitivas de determinadas empresas sobre otras. El impuesto perjudicará a las compañías más digitalizadas que utilicen plataformas de terceros para vender o anunciar sus productos –principalmente pymes, por el menor coste–. Estas pymes se verán, por un lado, perjudicadas al exportar, ya que pagarán al menos la mitad del impuesto, funcionando como un arancel a la exportación. Por otro lado, en el mercado doméstico pagarán el impuesto completo, quedando en desventaja competitiva respecto a los importadores extranjeros, que pagarían solo la mitad, incentivando así la importación.

Importancia de los servicios digitales para pymes y consumidores

Las plataformas *online* de intercambios de productos y servicios (*marketplaces*), bien entre empresas (B2B) o de empresas a consumidores finales (B2C), son una de las actividades que se verán afectadas por este impuesto. Se trata de una solución asequible para que las empresas de menor tamaño, de reciente creación o *startups* realicen la venta online de sus productos sin necesidad de desarrollar una plataforma propia. Una prueba de ello es que la mitad de las ventas de empresas españolas a través de estas plataformas digitales se corresponden con empresas de pequeño tamaño.

Asimismo, los *marketplaces* facilitan la internacionalización de las pymes, permitiendo expandir su mercado fuera del territorio nacional. El IDSD también afectará a las plataformas de intermediación para el intercambio de bienes o servicios entre particulares (P2P), la venta de datos de los usuarios y las plataformas de publicidad *online*.

Para María Teresa Gómez Condado, directora general de AMETIC, “el impuesto sobre determinados servicios digitales supone una penalización a la industria digital, el primer sector generador de crecimiento y empleo. Además, el planteamiento del impuesto, al gravar los ingresos y no los beneficios, contradice el tradicional principio internacional de gravar los beneficios corporativos y puede dar lugar a situaciones de doble imposición. Con todo, para llevar a cabo una correcta fiscalización de los ingresos digitales se precisan medidas globales y coordinadas en el seno de la OCDE que eviten efectos distorsionadores sobre el mercado y países beneficiados y perjudicados”.

Por su parte, José Luis Zimmermann, director general de Adigital, ha coincidido en la necesidad de una regulación aceptada y consensuada a escala global, basada en el diálogo constructivo, coherente y holístico: “Se trata de lograr un marco regulatorio moderno y adecuado, que incorpore los principios internacionales que han posibilitado la innovación hasta ahora, pero que se adapte también a los numerosos cambios que trae consigo la digitalización. España no puede adoptar medidas unilaterales que nos dejen en una situación de excepcionalidad, y por tanto de desventaja, en el contexto político y económico internacional. Estamos hablando no solo del impacto en la competitividad y la inversión en nuestro país, sino también sobre la fragmentación del Mercado Único Digital”.

Sobre AMETIC

AMETIC, Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales, lidera, en el ámbito nacional, los intereses empresariales de un hipersector tan diverso como dinámico, el más innovador -concentra más de un 30% de la inversión privada en I+D+i y el que cuenta con mayor capacidad de crecimiento de la economía española. En constante evolución, nuestras empresas asociadas, son el gran motor de convergencia hacia la Economía Digital. AMETIC representa un sector clave para el empleo y la competitividad con un importante impacto en el PIB nacional, al tiempo que ofrece posibilidades de externalización muy positivas para otros sectores productivos. Su transversalidad deriva de la digitalización de todos los procesos empresariales. Representamos un conjunto de empresas que constituyen una palanca real de desarrollo económico sostenible, que incrementan la competitividad de otros sectores, que generan empleo de calidad, que incrementan nuestra tasa de exportación y que revalorizan a nuestro país y a su industria.

Más información: www.ametic.es

Sobre Adigital

Adigital es una asociación de empresas innovadoras y transformadoras que creen y trabajan por el desarrollo de la economía basada en Internet, el Medio Digital y las Nuevas Tecnologías. Pymes y Grandes Empresas unidas por un mismo objetivo: el crecimiento de la Economía Digital en España. Adigital integra a empresas y entidades interesadas en el desarrollo de la economía digital para el impulso y la defensa de sus intereses. La economía digital está en permanente transformación. En Adigital se trabaja en áreas para responder mejor a las necesidades de nuestros asociados.

Más información: www.adigital.org

Más información: Román y Asociados. Tel. 91 591 55 00
Carmen del Álamo: c.delalamo@romanyasociados.es
Manu Portocarrero: m.portocarrero@romanyasociados.es