

Bruselas plantea una tasa a ventas 'online' de empresas no residentes

La Comisión presenta ideas para que el comercio en Internet pague impuestos

Jorge Valero BRUSELAS.

Tras el debate abierto por los ministros de Finanzas de la UE, la Comisión Europea presentará hoy ideas para gravar el jugoso negocio de las compañías que operan en internet. Si pareció que la primera propuesta defendida por Francia, y respaldada por una decena de países, incluida España, ponía en el punto de mira a Google o Facebook, las opciones que presentará el Ejecutivo comunitario hoy podrían afectar seriamente a grandes minoristas que concentran su negocio *online* en un país, según el documento al que tuvo acceso *elEconomista*.

La Comisión coincide con esta decena de países en que no se puede esperar a soluciones internacionales para que los gigantes de Internet paguen la parte justa de impuestos, la solución ideal. Tampoco para terminar de tramitar en la UE la polémica armonización de las bases impositivas, una opción que con algunos retoques orientados a cubrir las compañías *online* podría resultar suficiente.

Por eso, el Ejecutivo comunitario también contempla soluciones

La estrategia fiscal del grupo Inditex

Los ingresos de ventas 'online' de Inditex subieron un 40 por ciento en 2016. Las ventas al mercado europeo se agrupan bajo Fashion Retail, basada en España. El impuesto de retención sugerido por la Comisión hubiera afectado a los europeos que compraran en Internet a cualquier firma del grupo desde fuera de España. Pero Inditex ha modificado su estructura fiscal y ahora cada división 'online' nacional estará afincada en el propio país.

a corto plazo, como París. Una de ellas sería una tasa de retención aplicable a las ventas *online*, calculada sobre el valor bruto de la transacción. Dado que es un primer ejercicio de exploración y no la propuesta legislativa definitiva, la Comisión da pocos detalles. Tan solo



El vicepresidente de la Comisión Europea para el Euro, Valdis Dombrovskis. EFE

dice que se aplicaría a "algunos pagos a proveedores no residentes y solicitados *online*".

Las otras dos opciones contempladas son el impuesto compensatorio sobre los ingresos a las firmas de Internet y una tasa sobre los ingresos generados por servicios o publicidad *online*. Esta opción parece ir dirigida contra el modelo de negocio de Facebook, basado en publicidad *online* vendida a compañías para sus mercados nacionales.

El documento que presentará hoy la Comisión supondrá una primera lluvia de ideas. La propuesta formal no llegará hasta la próxima primavera. La Comisión mantiene la presión en el frente internacional. Por eso, pide a la OCDE "un alto nivel de ambición" en el informe provisional sobre cómo gravar la economía digital, y que presentará a principios de 2018. En concreto, quiere normas "significativas" que aborden los desafíos que plantean estas compañías, las cuales pagan menos de la mitad de impuestos que una empresa tradicional, un 8,5 por ciento. Sobre todo, que fije para la comunidad internacional el criterio para determinar dónde se crea el valor y cómo debería ser atribuido para fines recaudatorios.

El impuesto sobre las ventas *online* tendría un impacto significativo en el comercio minorista, que ha visto en internet uno de sus principales motores de crecimiento en los últimos años. Entre 2008 y 2016, los cinco principales minoristas con presencia digital aumentaron sus ingresos un 32 por ciento.