



Dreamstime

INSPECCIÓN | LUPA SOBRE LOS CONTRIBUYENTES

¿Puede Hacienda vigilar y controlar las redes sociales?

Ignacio Faes. Madrid

¿Cómo sabe Hacienda esto? Es lo que se preguntan muchos contribuyentes cuando les llegan requerimientos de la Agencia Tributaria (AEAT). En pleno periodo estival, cuando los ciudadanos se muestran más activos en redes sociales y cuando se produce la mayoría de cambios en las residencias habituales, lo que se publica en Internet puede acabar en manos de un inspector.

La Administración debe tener un fundamento jurídico para acceder a dicha información

Los asesores fiscales se encuentran ya a menudo con estas circunstancias, en las que la AEAT accede a las publicaciones de determinados contribuyentes para demostrar

ciertos comportamientos, como altos niveles de vida o la permanencia en un territorio más tiempo del que se declara, lo que tiene implicaciones fiscales en materia de residencia.

La clave radica en si la vigilancia de las redes sociales entra dentro de los límites de control de la Administración tributaria o, por el contrario, se excede y se entromete en la vida privada de los ciudadanos.

La AEAT sí puede acceder a información de redes sociales en el contexto de la lucha contra el fraude fiscal y la verificación de datos tributarios. Este acceso se justifica en la necesidad de asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y puede incluir la obtención de datos de perfiles públicos. Sin embargo, la normativa de protección de datos establece que el tratamiento

[Sigue en página 2 >>>](#)



Dreamstime

La Agencia Tributaria cada vez cuenta con mayores datos e información.

¿Qué puede mirar?

- ▶ Hacienda accede a las redes sociales de manera pública. Es decir, revisando la información que los usuarios comparten de forma abierta. No tiene acceso a cuentas privadas a menos que haya una orden judicial.
- ▶ La normativa de protección de datos establece que el tratamiento de información personal debe ser necesario y pertinente para el desarrollo de la actividad fiscal.
- ▶ Hay revisión de publicaciones, imágenes y cualquier información que pueda revelar ingresos no declarados o actividades económicas no registradas.
- ▶ Cruzan la información con datos fiscales disponibles.

▶▶▶ Viene de página 1

de información personal debe ser “necesario y pertinente” para el desarrollo de la actividad fiscal, lo que implica que la Administración debe tener un fundamento jurídico para acceder a dicha información.

Hacienda accede a las redes sociales de manera pública. Es decir, revisando la información que los usuarios comparten de forma abierta. No tiene acceso a cuentas privadas a menos que haya una orden judicial.

Análisis de datos

La Agencia Tributaria utiliza herramientas de análisis de datos y técnicas de minería de datos para recopilar y analizar información disponible públicamente, como publicaciones, fotos y comentarios. Esto les permite identificar patrones o indicios de actividades económicas que podrían no estar declaradas. Es un proceso que busca asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y promover la equidad en el sistema tributario.

El acceso a la información

Hacienda accede a las redes sociales de manera pública, a la información que los usuarios comparten

La jurisprudencia establece que el acceso debe ser “justificado, necesario y equilibrado”

en redes sociales debe respetar los derechos fundamentales de los contribuyentes, incluyendo su derecho a la intimidad y al secreto de las comunicaciones. La jurisprudencia ha establecido que cualquier medida de control debe ser “justificada, necesaria y equilibrada”, evitando la vulneración de derechos.

Entre las acciones que realiza la Administración, está la revisión de publicaciones, imágenes y cualquier información que pueda revelar ingresos no declarados o activi-

dades económicas no registradas. Además, pueden cruzar esta información con datos fiscales disponibles para identificar discrepancias.

Huella digital

La Agencia Tributaria cuenta cada día con mayores datos e información de los contribuyentes. Sus informes tienen un grado de detalle que sorprende a los especialistas. “Cada vez más, comprobamos que hay un rastreo y seguimiento de la huella digital del contribuyente (redes sociales, interacciones, comercio electrónico, geolocalización, etc.) y, en ocasiones, me he encontrado con datos presuntamente suministrados por las plataformas digitales”, destaca Emilio Pérez Pombo, socio director de Pérez Pombo, Abogados & Economistas.

“Esta cuestión es controvertida y, con el tiempo, será una fuente de conflictos. En el ámbito digital no siempre es posible identificar quién es el usuario real y final de la interacción”, explica el especialista. “Salvo en supuestos concretos que exijan una identifi-

cación personal (por ejemplo, una red social privada), no siempre es posible conocer que quien usa el dispositivo electrónico sea su titular o propietario nominal”, argumenta Pérez Pombo.

“Pensemos en una tableta que tiene una tarjeta SIM contratada por un profesional, pero que utiliza un familiar para ver partidos de fútbol o para jugar online. Podría darse el supuesto de que el uso del dispositivo por el hijo, que vive y reside en España, sirva como base para cuestionar la residencia de un padre divorciado y residente, laboral y fiscal, en Portugal, cuando, en realidad, salvo fines de semana alternos, por motivos de discordia, no está en España”, ejemplifica. “Sin embargo, de forma creciente, esta huella digital sirve para acreditar la eventual presencia de una persona”, concluye.

El *Plan Anual de Control Tributario y Aduanero de 2021* ya recogía expresamente la utilización del *big data* por parte de la AEAT, con el objeto de, entre otros, detectar a falsos no residentes.

El ‘big data’, clave para el análisis de datos

La ingente cantidad de datos de los contribuyentes en redes sociales no servía de mucho hasta la llegada, primero, de las herramientas de análisis masivo de datos y, ahora, de la inteligencia artificial (IA). Esta nueva tecnología permite a Hacienda analizar ya de forma automática millones de contribuyentes, mapear los riesgos de una operación o, incluso, adelantarse a posibles fraudes y

errores en declaraciones de impuestos. La Agencia Tributaria es consciente del potencial de esta tecnología. De hecho, acaba de publicar, su estrategia de inteligencia artificial, con la que se prepara ya para una disrupción tecnológica sin precedentes en el ámbito del control tributario. El documento sienta las bases para una “apuesta decidida por el uso de la IA”, como tecnología transformadora

“esencial para la evolución y mejora de la eficacia y eficiencia en la consecución de objetivos, con intensidad en materia de prestación de servicios de información y asistencia al contribuyente y en el ámbito de la prevención, pero también en la lucha contra el fraude fiscal y aduanero”. El uso de estas herramientas supone también una oportunidad para las empresas.