

**Adigital rechaza rotundamente la propuesta unilateral de un impuesto a determinados servicios digitales**

• La asociación afirma que una iniciativa unilateral como la que se ha planteado aísla a España y daña severamente su competitividad

Madrid, 11 de octubre de 2018. Sin perjuicio de un análisis pormenorizado de la propuesta concreta que presentará el Gobierno para establecer un impuesto sobre determinados servicios digitales, la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) recuerda las duras consecuencias para la economía española que se derivarán de su aplicación.

Adigital suscribe la necesidad de abordar un debate dirigido a la adecuación del marco regulatorio a la economía digital, en particular, en el ámbito impositivo. Pero en todo caso, es imprescindible recordar que este debate debe abordarse desde el punto de vista internacional, especialmente dado el carácter global y digitalizado de la economía. La asociación cree, por tanto, en una **regulación aceptada y consensuada a escala global, que evite que los países aborden iniciativas unilaterales como la pretendida por el gobierno español.** Tal propuesta, cuestionada por organismos internacionales como la Comisión Europea o la OCDE, será sin lugar a dudas un elemento que fragmente el Mercado Único europeo y el Mercado Único Digital. Nuestra asociación considera que España debería apostar por este Mercado Único, el principal destinatario de las empresas españolas y europeas, en lugar de adoptar medidas que dañarán, unilateral e injustificadamente, nuestra competitividad.

Medidas fiscales temporales adoptadas en el pasado han demostrado ser altamente **distorsionantes**, generando una fuerte **inseguridad jurídica** para ciudadanos, empresas e inversores, y olvidando su provisionalidad para **devenir permanentes**. Una solución transitoria será también un claro obstáculo para nuestra participación en el debate internacional, desincentivando la búsqueda de soluciones adecuadas, duraderas y consensuadas, y **dejando a España en una situación de excepcionalidad** hasta el necesario acuerdo a nivel internacional.

“En el contexto global actual y con una economía con enormes déficits en cuanto a innovación y competitividad digital, España no puede convertirse en un país que desincentive la inversión, cualquier planteamiento en este sentido debe ser establecido internacionalmente.” Carina Szpilka, presidenta de Adigital

La asociación, que agrupa a más de 550 empresas, insiste en que la introducción de un nuevo impuesto **requiere rigor y estudio** en la definición, la delimitación del hecho imponible, o los mecanismos de cumplimiento. **Requiere también el indispensable estudio de impacto y la necesaria justificación** que respalde el establecimiento de un gravamen que discrimina la prestación de servicios por vía digital, frente a la “tradicional”, en contra de principios básicos de justicia tributaria, equidad y no distorsión. La improvisación en la delimitación del impuesto y en su implantación suponen siempre un perjuicio para los contribuyentes y para la sociedad al introducir elementos de **inseguridad jurídica**.

Adicionalmente, con un impuesto de esta índole se marca un precedente, otra vez unilateral, de graves consecuencias **en contra de principios impositivos internacionalmente aceptados, como es el de tributar por los beneficios, no por los ingresos.** Además de cuestiones obvias de doble tributación y de incumplimiento de tratados internacionales, debe recordarse que el elevado nivel de ingresos de las empresas no supone necesariamente un beneficio real. Es más, especialmente en los primeros años o en economías muy competitivas con márgenes reducidos, es frecuente que no haya beneficios o que los generados sean muy bajos, más aún en empresas intensivas en I+D. Tampoco debe olvidarse el principio que dirige la tributación corporativa, y es que las empresas pagan por el lugar donde se genera el valor, vinculado al lugar donde se asumen los costes y los riesgos de la actividad.



Debe reincidirse en el **carácter discriminatorio** de un impuesto como el planteado, con el inevitable impacto negativo que tendrá sobre la inversión, el crecimiento y la competitividad. Como apuntó la OCDE, una medida de este tipo incrementará el coste de capital y reducirá los incentivos a la inversión y la innovación de las empresas que deban soportarlo, lo que derivará en un desincentivo al crecimiento para PYMEs, start-ups y empresas de base tecnológica, ocasionando un impacto negativo en el empleo y las PYMEs.

Del mismo modo, la asociación teme **las repercusiones que el impuesto supondrá, al final, para intermediarios y consumidores finales de estos servicios digitales**. Con un impuesto de estas características, empresarios y usuarios españoles quedan en una situación de **desventaja competitiva frente al resto de Europa y del mundo**, puesto que se verán obligados a afrontar un gasto adicional en los mercados internacionales. De esta forma un impuesto así se convierte en un impuesto a la exportación.

Desde Adigital promovemos el diálogo global, constructivo, coherente y holístico para lograr un marco regulatorio moderno y adecuado a los innumerables cambios que trae consigo la digitalización. Debemos abogar por normas que sepan traducir principios internacionalmente aceptados, que han posibilitado la innovación que disfrutamos ahora, en nuevas normas que puedan adaptarse a los rápidos cambios de los últimos años, y a los que quedan por venir. Para participar en el debate internacional, y en la economía global, no podemos adoptar medidas unilaterales que nos dejen en una situación de desventaja de antemano y muestren indicios de querer frenar la digitalización de la economía.

**Sobre Adigital**

Adigital es la Asociación Española de la Economía Digital, formada por más de 500 asociados. Tiene como objetivo promover y apoyar la economía digital en España en sus diferentes aspectos, como son el desarrollo de los servicios de la sociedad de la información, el comercio electrónico, marketing y comunicación digital, las aplicaciones móviles, los contenidos digitales, la publicidad digital y otras actividades conexas como son los servicios de contact center, agencias y redes de publicidad, logística o medios de pago. Adigital es socio, junto con Autocontrol, de Confianza Online, sello de calidad al que están adheridas más de 2.000 empresas y presente en más de 2.600 sites.