

# El futuro de la tasa Google en el marco del libre comercio con EE.UU

Noviembre 2021

## Ponte en contacto con PwC Tax & Legal:

### Enrique Tejedor de la Fuente

Socio de Fiscalidad Indirecta en PwC Tax & Legal

[enrique.tejedor.de.la.fuente@pwc.com](mailto:enrique.tejedor.de.la.fuente@pwc.com)

### Javier Manso Juarez

Abogado en el área de Impuestos Indirectos en PwC Tax & Legal

[javier.manso.juarez@pwc.com](mailto:javier.manso.juarez@pwc.com)

En los últimos días se ha sellado definitivamente el Acuerdo entre Estados Unidos y distintos países europeos (España, Francia, Italia, Austria y Reino Unido) a los efectos de restaurar la libertad comercial entre estos territorios.

En concreto, por medio del acuerdo, se ha obtenido un **importante compromiso por parte de Estados Unidos para eliminar las barreras comerciales** impuestas sobre la entrada de productos de los citados países europeos en el mercado estadounidense en los próximos dos años, desde el 1 de enero de 2022.

Sin duda, este acuerdo representa una buena noticia para la economía española, sometida en algunas industrias a importantes tasas arancelarias durante la legislatura de la Administración Trump. Más si cabe cuando **este fin de la guerra arancelaria se produce en un momento de cierta tensión en relación con los aranceles estadounidenses impuestos sobre determinados productos españoles**. El pasado viernes, la Organización Mundial de Comercio (OMC) emitió una resolución en la que ha consideraba que la Administración Trump no había cumplido con las normas

internacionales de comercio cuando impuso derechos compensatorios y antidumping combinados, entre el 30% y el 44%, sobre las importaciones de las aceitunas negras españolas.

Ahora bien, el acuerdo con la Administración Biden viene acompañado del **compromiso de los países europeos de suprimir**, antes de que finalice el ejercicio 2023, **sus respectivas tasas sobre determinados servicios digitales implementadas**, con el aparente fin de evitar la deslocalización artificial de los beneficios de las grandes tecnológicas a países de baja tributación, conocidas popularmente como Google Tax.

Recordar en el caso español, que dicho impuesto de naturaleza indirecta, grava al tipo del 3% las operaciones de publicidad online, intermediación digital y venta de datos de usuarios, realizadas por parte de aquellas compañías que facturan, al menos, **750 millones de euros a nivel internacional**, siendo referidos al territorio español, al menos, 3 millones de los mismos.



Textualmente nuestro ejecutivo, ha calificado este acuerdo como una "solución pragmática" adoptada por los países europeos, en una orientación sin precedentes hacia el acuerdo global respecto a la tributación mínima exigible a estas grandes corporaciones, en el marco de los compromisos de la OCDE y el G20.

De facto, la retirada del impuesto, que había supuesto una adaptación a la fiscalidad del siglo XXI en palabras del propio Gobierno español, **podría también ser consecuencia de un extraordinario déficit de recaudación respecto a lo presupuestado desde su entrada en vigor** (tan solo se ha recaudado aproximadamente una quinta parte de lo

que se esperaba una vez cumplido el primer semestre).

En definitiva, **parece que el acercamiento a nivel comercial es cada vez más acentuado** entre Europa y Estados Unidos, pese a la elevada tensión que caracterizó el pasado y, con ello, el compromiso a nivel internacional de gravar los servicios digitales donde efectivamente se han producido es prácticamente total.

Por tanto, lo que parece un relativo fracaso de las tasas unilaterales impuestas por cada país europeo, se traduce en un compromiso férreo de su derogación en dos años, y ello en un ambiente actual de buena sintonía entre ambos continentes.