

Adigital agrupa actualmente a más de 550 empresas que trabajan por el desarrollo de la economía digital en España y en los últimos meses ha estado de actualidad por su oposición al plan de Hacienda para regular los pisos turísticos. Consideramos que esta regulación es injusta y desproporcionada (...), y además pone en riesgo un modelo enormemente aceptado por los ciudada-

nos", explica José Luis Zimmermann, para quien si algo hacen estos modelos es aflorar economía sumergida. El director general de Adigital considera estamos ante una enorme fragmentación regulatoria con criterios muy diferentes que "desde nuestro punto de vista no responde al interés general, sino, entre otros, al del sector hotelero, que simplemente ve aquí una amenaza"

José Luis Zimmermann, director general de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital)

“Es falso que plataformas como Airbnb se escapen al control fiscal”

■ Ana Sánchez Arjona

— Para que se sitúen nuestros lectores, ¿qué es Adigital?

— Adigital es la Asociación Española de la Economía Digital y agrupa actualmente a más de 550 empresas que trabajan por el desarrollo de la economía digital en España.

— ¿Qué impulsó la creación de esta Asociación?

— La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) nace en julio de 2010, con la reconversión de FECEMD, la Federación Española de la Economía Digital (antigua Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo) y sus asociaciones integrantes. En aquellos momentos empezaba a despegar la actividad digital notablemente en España con la llegada incipiente de nuevos modelos de negocio y el comienzo de la preocupación por transformarse y adaptarse por parte de los modelos establecidos, Adigital nació con la intención de convertirse en el punto de convergencia. Desde ese momento, Adigital comienza a reforzar su posicionamiento como principal interlocutora en el ámbito de la economía digital en España, hasta convertirse en el referente que es hoy.

— Adigital ha estado de actualidad en estos meses por su oposición al plan de Hacienda para regular los pisos turísticos. ¿Qué es lo que no les gusta del plan?

— Consideramos que esta regulación es injusta y desproporcionada porque exige una determinada información que va mucho más allá de lo que las plataformas disponen y pone en riesgo un modelo enormemente aceptado por los ciudadanos. A nuestro juicio, se está aplicando un Decreto que se ha elaborado de forma apresurada y sin entender el modelo de negocio de las plataformas. La ausencia de diálogo y negociación con las plataformas sobre el tipo de información que, efectivamente, estas pueden recoger y ofrecer a la administración fiscal nos hace dudar sobre la verdadera finalidad de recogida en el Decreto, la lucha contra el fraude fiscal, y nos lleva a pensar que, en realidad, es una regulación encubierta de este modelo de negocio.

— Empresas como Airbnb son el soporte de una actividad comercial que, según el Ministerio, se escapa al os controles fiscales. ¿No deberían de colaborar estas plataformas con el Gobierno en este sentido?

— Falso, las plataformas no se escapan al control fiscal y cumplen con sus obligaciones y, como no podía ser de otra manera, colaboran y van a seguir colaborando. Pero si, como denunciábamos, se las intenta regular vía Decreto fiscal, con unos requie-



ALEX PUYOL

AL TIMÓN

José Luis Zimmermann es director general de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y lo ha sido igualmente bajo la denominación anterior Asociación Española de Comercio Electrónico, e igualmente de la Federación Española de Comercio Electrónico y

Marketing Directo (Fecemd). También es director general de Confianza Online. Colaborador en diferentes instituciones educativas, José Luis Zimmermann es licenciado en Economía y Máster en Periodismo y Comunicación y ha desarrollado su carrera profesional en éstos ámbitos.

Señala Zimmermann a EL NUEVO LUNES que aunque ya no lo practica con frecuencia "mis aficiones tienen que ver con todo lo relacionado con los viajes, el conocimiento, la lectura, el deporte y fundamentalmente todo el ocio que viene vinculado a disfrutar con mis cuatro hijos".

rimientos imposibles de cumplir hoy, con un régimen sancionador aplicado retroactivamente es muy posible que, o bien dejen de operar en España, o bien cambien de modelo hacia uno no transaccional (el pago se hace en la plataforma) y por lo tanto perderemos esa trazabilidad fiscal que es hoy una oportunidad para Hacienda y por tanto para todos. Este cambio de modelo ya ha ocurrido en otros países, como por ejemplo Italia.

— Los argumentos a favor de la regulación son que la base del negocio consiste en que solo las plataformas conocen la identidad de las personas que ofrecen el servicio, lo que facilita irregularidades como la inclusión de pisos

que carecen de licencia además del fraude fiscal y la economía sumergida. ¿Qué tiene que decir?

— En primer lugar, las plataformas de este tipo ya están reguladas bajo la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información. Aún así estamos a favor de una regulación complementaria que ordene convenientemente el sector en función del interés general. En España las competencias en este ámbito están transferidas a las CCAA y algunos aspectos son de control municipal, con lo que nos encontramos con una enorme fragmentación regulatoria con criterios muy diferentes y que desde nuestro punto de vista no responde al interés general sino, entre otros, al del sector hotelero que simplemente ve aquí una amenaza. Y

“En el caso balear, por ejemplo, los alojamientos turísticos dejan en la isla un impacto económico indirecto de unos 900 millones de euros anuales en pequeños y medianos negocios locales”

en segundo lugar es obvio que se entienden muy poco estos modelos porque, como repetimos frecuentemente, si algo hacen estos modelos es aflorar economía sumergida ya que en muchos de ellos la transacción se produce en la plataforma y como he explicado en el punto anterior es trazable fiscalmente, luego no hay afirmación más errónea que el decir que facilitan la economía sumergida.

Esta trazabilidad permite el control de oferta, de seguridad y como hemos dicho fiscal, pero si como está sucediendo en España la administración continua con esta absurda persecución estos modelos desaparecerán y volveremos a la situación anterior de opacidad y economía sumergida.

— Desde su punto de vista, ¿cómo habría que regular estas plataformas?

— Desde la perspectiva y la singularidad del tipo de actividad que realmente prestan, que no es otra que la intermediación entre oferta y demanda. Si no prestan el servicio

directamente no pueden ser reguladas como si lo hicieran.

— Una serie de capitales europeos turísticos, entre ellas Madrid, Barcelona, París o Viena, han pedido a la Comisión un reglamento para controlar estas plataformas que, aseguran, golpean directamente al corazón de su modelo turístico

— Precisamente, fue la Comisión Europea la que en el documento "Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa" aseguraba que "estos nuevos modelos de negocio pueden aportar una importante contribución al crecimiento y el empleo en la Unión Europea si se fomentan y desarrollan de forma responsable" y lógicamente bajo estas premisas estamos a favor de una regulación que vele por el interés general. Como hemos demostrado en el caso Balear, por ejemplo, los alojamientos turísticos dejan en la isla un impacto económico indirecto de unos 900 millones de euros anuales en pequeños y medianos negocios locales, una prohibición de facto, como es lo que ha ocurrido allí se lleva por delante este impacto. Obviamente cuando se habla de modelo turístico entendemos que esto también debería contemplarse.

— Hay nueva regulación fundamental para la economía digital de la que están pendientes este año: Ley Orgánica de Protección de Datos. ¿Qué significa para el sector?

— La aplicación del Reglamento Europeo de Protección de Datos es de entrada una buena noticia porque es de aplicación uniforme en toda la UE y en principio evita las desventajas competitivas, algo que hemos sufrido en España con normativas anteriores.

Dicho eso, desde el momento en que se inician las conversaciones para su elaboración hasta su aplicación van a pasar más de 9 años y en todo este tiempo han pasado muchas cosas. Han aparecido nuevos modelos de negocio, nuevos usos de los datos, múltiples innovaciones alrededor de los datos, ha variado la percepción del ciudadano y de los riesgos. Es, por tanto, una norma que nace ya, en su aplicación, con cierta obsolescencia. El gran problema de la aplicación del GDPR es el desconocimiento y la poca formación de las empresas, especialmente las pymes y es, en este punto, donde entidades como la nuestra o la misma Agencia de Protección de Datos están realizando un gran esfuerzo.

— Además de la protección de datos, ¿cuáles son los frentes abiertos para este año 2018 que abordará Adigital?

— Queremos ayudar a las empresas que venden online a hacerlo transfronterizamente con programas específicos, trabajar para que los modelos de plataformas se entiendan bien y encontremos un balance adecuado en su regulación, formar y ayudar a las empresas en este proceso de cambio para ser más productivas y competitivas, pero principalmente queremos que España se suba al carro de los líderes mundiales en innovación y tecnología porque es una garantía de una sociedad más próspera.

— Para terminar, ¿cómo está España con respecto a otros países europeos en todo lo que a economía digital se refiere?

— Podríamos decir que estamos en la Segunda División con las mismas posibilidades de subir a Primera como de bajar a Tercera. Somos un país con unas infraestructuras digitales de primera y con algunos aspectos de la administración muy digitalizados pero con muchas dificultades en el lado de la digitalización de empresas.