



Una nueva patronal defenderá los intereses de las empresas en Internet

La 'CEOE digital' pide al Gobierno medidas fiscales para los proyectos en la Red

RAMÓN MUÑOZ
 Madrid

Una de las bases en las que el Gobierno confía la recuperación económica es la innovación y las nuevas tecnologías como Internet. Recogiendo ese guante y, ante la falta de una organización empresarial que realmente les represente, se va a constituir la Asociación Española de Economía Digital, en la que se integrarán las principales empresas que tienen a Internet como instrumento, incluyendo bancos y grandes empresas de servicios.

Esta *CEOE digital* nace del embrión de la actual Federación Española de la Economía Digital (FECMD), pero, a diferencia de ésta, quiere integrar no sólo a las firmas de Internet, sino a todas aquellas que quieran integrar la Red en su modelo de negocio. "Se trata de provocar una reconversión digital del Estado", asegura Elena Gómez, presidenta de la FECMD. La previsión es que en dos años la asociación pueda agrupar a 800 empresas, relacionadas con el ámbito digital como plataforma de negocio, bien como usuarios, bien como proveedores.

Para calentar motores, la nueva patronal, que estará integrada en la CEOE, va a presentar un decálogo de medidas al Gobierno con el fin de impulsar la economía digital. Entre ellas, figuran algunas de carácter fiscal, que pretenden que sean introducidas en la Ley de Economía Sostenible, cuyo proyecto de ley va a tramitarse en el Parlamento.



Una usuaria de Internet consulta la página de eDreams. / ULY MARTÍN

La primera de esas medidas es la petición de armonización del IVA para las transacciones de Internet, para que no se produzcan situaciones como la del libro electrónico, que hasta hace poco estaba gravado con un IVA del 7%, frente al 4% de los libros en soporte físico.

También exigen que el Estado cofinancie al 50% con fondos de inversión privados proyectos de emprendedores para Internet, siguiendo el ejemplo de Israel, que ha permitido convertir

al Estado judío en un vivero tecnológico.

Sin embargo, entre las peticiones, la más curiosa es que la Agencia de Protección de Datos rebaje las multas por incumplimiento de la Ley de Protección de Datos. Y es que, según la asociación, ésta es una de las principales barreras para la entrada de pymes en el comercio *online*, puesto que las multas por cualquier error son desorbitadas. En 2008, la APD impuso sanciones a empresas por 20 mi-

llones de euros, el doble que las impuestas en toda la UE, según las cifras manejadas por la asociación.

Otra de las medidas es que se cambie la legislación para que las empresas que financian la puesta en marcha de *start-up* (nuevos proyectos tecnológicos) puedan desgravarse beneficios fiscales en sus cuentas por las inversiones fallidas. También piden que cambie la fiscalidad de las opciones sobre acciones (*stock options*), que ahora tribu-

tan en el IRPF, para que pasen a considerarse como rentas de capital (al 18%). Estos instrumentos financieros son fundamentales a la hora de captar talento para las *start-up* que, en su origen, no pueden ofrecer altos salarios, y cuya principal baza para atraer socios es implicarles en el capital de la empresa.

La nueva asociación también va a pedir a las administraciones que reserven en sus contratos de publicidad —representa ya el 12% del total— un porcentaje para los medios *online*.

La iniciativa de ampliar el

Llevará el nombre de Asociación Española de Economía Digital

Exigirá que la Agencia de Protección de Datos rebaje las multas

campo de la FECMD ha partido de responsables de varias empresas de Internet que se reunieron esta semana en Madrid. Entre ellos, Luis Pérez del Val (Bodaclick), Javier Pérez Tenessa (eDreams), Gustavo García Brusilovsky (BuyVip), Jesús Encinar (Idealista), Joshua Novick (Antevenio), Rodolfo Carpiñter (DAD) y Juan José Azcárate (CCC).

El comercio electrónico mueve en España alrededor de 175.000 millones de euros, de los que el canal electrónico B2C (al consumidor final) sólo ocupa 6.500 millones, el comercio entre empresas (B2B) supone alrededor de 164.000 millones de euros, y entre empresas y administraciones públicas, 3.200 millones.