

Guillem López i Casasnovas

Profesor de Hacienda Pública de la UPF

Ajustar el sistema fiscal a las nuevas realidades



De la misma manera que en el programa España 2030 el Gobierno se comprometía a la reforma de las pensiones y a la reforma laboral, se ha comprometido también a la reforma tributaria: de ahí el encargo a una comisión de personas expertas para elaborar la propuesta, tarea que fue hecha en tiempo y forma (la exigencia era a finales de febrero). Toca ahora al ministerio, cuando la tormenta amaine, decidir si lleva al BOE esa hoja de ruta. Se cubre así esta especie de *memorandum of understanding* implícito, a cambio de la inmensa ayuda europea que suponen los fondos Next Generation: fondo para el bienestar de las nuevas generaciones con un sistema de pensiones que no los condene, una regulación del mercado de trabajo que no los excluya y una fiscalidad que, a través del déficit y el endeudamiento de hoy, no traslade hacia ellos los costes a futuro.

Contrariamente a lo que algunos podían pensar (entre ellos, dos miembros dimisionarios de la comisión), no se trataba de hacer el gran *big bang* de la fiscalidad (tan grande como inútil, recordando lo que pasó con el anterior informe Lagares, que lo intentó), sino de ajustar nuestro sistema fiscal a las nuevas realidades de la economía: transacciones cada vez más digitales, mercados de segunda mano crecientes y excluidos de gravamen, compras por internet, nuevas modalidades de patrimonio (NFT, criptoactivos...), deslocalizaciones en un mundo sin fronteras, creciente incidencia de paraísos fiscales y la aparición de una nueva imposición que ha llegado para

quedarse, como es la tributación ambiental.

De eso se ocupa el libro blanco promovido desde el Instituto de Estudios Fiscales. Aunque es creciente la percepción social en favor de una mayor redistribución, resulta difícil conseguirlo con la reforma fiscal propuesta, y más todavía cuando existen presiones contra la virtualidad del impuesto de patrimonio y sucesiones. Con el respeto –a pesar de la exigencia de más control– del patrimonio empresarial familiar, el mantenimiento de una dualidad fiscal entre rentas de trabajo y de capital a favor de estas últimas y cambios en el impuesto sobre el consumo, penalizando las energías sucias en particular, de naturaleza regresiva, no se puede esperar demasiadas cosas de los cambios fiscales en materia redistributiva. Es a través de las transferencias y los servicios públicos que se tendrá que buscar el traje a medida para apaciguar la desigualdad que afecta a los más frágiles, y no a través de hacer crecer o eliminar algunos impuestos de manera indiscriminada. Y en todo caso, asegurar un sistema tributario que no deje agujeros para que algunos incumplan y funcione recaudando sin distorsionar de manera no querida el buen funcionamiento de la economía. La eficiencia asignativa requiere eliminar distorsiones entre activos y dentro de los tipos de un mismo activo (financieros o reales, convencionales o criptoactivos) o entre las formas de la actividad empresarial (societaria, personal o autónoma). También hay que neutralizar las deslocalizaciones territoriales, contra las estratificaciones de bases que reprochan el crecimiento empresarial, ante la utilización de diferentes regímenes de estimación (módulos, indirectas). Y evaluar deducciones y bonificaciones –una día introducidas y nunca más reconsideradas– o la necesidad de mantener tipos impositivos por categorías de bienes que acaban tergiversando la coherencia de las políticas de producción y consumo.

El tema estrella de toda propuesta de reforma sigue siendo la supresión o no del impuesto sobre el patrimonio. Pero ningún sistema tributario puede ser analizado por partes sin una visión del

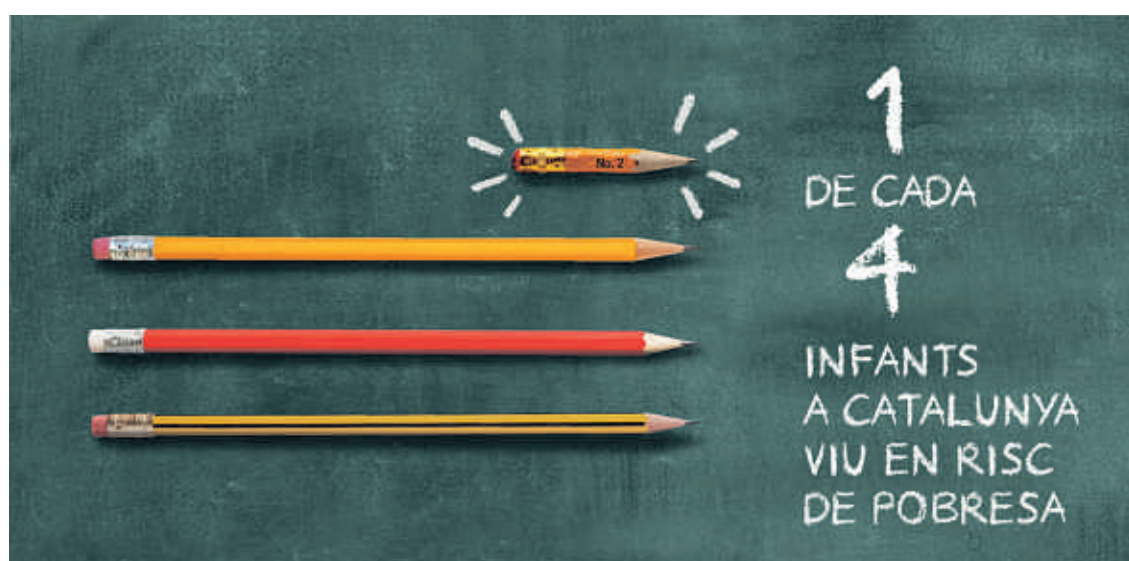
conjunto. La tributación no parte nunca de cero. Si grava menos los flujos de capital, tiene que poder hacerlo sobre el stock, en particular del patrimonio sustraído del ciclo productivo, ya sea en vida o en el momento de la sucesión. Por otra parte, todos los países gravan el patrimonio en alguna de sus formas. No es cierto que no se grave; quizá no lo hacen tanto como en España –de ahí que la propuesta del libro blanco lo reduzca–. En



SÓNIA MAURI

Discrepancias Sería inconstitucional no gravar el patrimonio como expresión que es de la capacidad económica del ciudadano

Francia cargan todavía más contra la riqueza inmobiliaria, y muchos no tienen tantas contemplaciones como aquí con rentas de activos reales, alquileres, empresa familiar, etcétera. Sería inconstitucional, además, no gravar el patrimonio como expresión que es de la capacidad económica de los ciudadanos. De ahí que no se entienda que los guardianes de la Constitución en este punto miren para otro lado, o que desde posiciones liberales uno se muestre contrario a la armonización fiscal dentro de España, pero la pida con Irlanda o los Países Bajos en la Unión Europea. No se puede estar en misa y repicando. |



Enfortim la seva educació per impulsar el seu futur. Fes-nos costat per fer-ho possible. Fes un donatiu.

Casal dels Infants
casaldelsinfants.org

Des de 1983, treballant per la igualtat d'oportunitats d'infants i joves en risc d'exclusió social. Barcelona | Badalona | Sant Adrià de Besòs | Santa Coloma de Gramenet | Salt | Mataró

El mundo bajo el reloj

David Rooney muestra el papel clave de los relojes en los imperios, el capitalismo o la revolución industrial

Justo Barranto

Vuelo 007 de Korean Airlines. Tras salir de Nueva York, hace escala en Alaska para proseguir hasta Seúl. Nunca llegará. Es 1983 y los pilotos, que conocen la ruta, charlan animadamente. Pero el piloto automático no se ha configurado bien y el avión vuela cada vez más hacia el norte. Hacia la URSS. Los rusos, que han activado un reactor Sukhoi ante un avión espía estadounidense, creen que se trata de otro. El Sukhoi lanza salvos que los pilotos coreanos no ven, y al fin dos misiles envían al avión al océano sin supervivientes. En ese momento, recuerda David Rooney en *A tiempo. Una historia de la civilización en 12 relojes*, en el cielo ya orbitan siete satélites militares estadounidenses, los Navstars. Llevan 25 relojes atómicos como parte de un experimento de navegación llamado Global Positioning System. El GPS. Emiten señales horarias precisas para la geolocalización que podrían haber salvado a los pasajeros del vuelo. De hecho, como reacción, Ronald Reagan anuncia pocos días después que los aviones comerciales podrán usar el GPS.

Hoy, esos relojes espaciales se han convertido en parte invisible de nuestra vida, proporcionando ubicaciones precisas y sincronizadas con toda la infraestructura actual. Unos relojes que una superpotencia militar colocó sobre nuestras cabezas han cambiado el mundo técnica, política y culturalmente. Y el servicio que prestan no es inocente, subraya Rooney, especialista en historia del tiempo, que en su libro



SAUDI PRESS AGENCY / REUTERS



A TIEMPO
David Rooney
Alianza. Madrid, 2022
366 p. | Papel, 22,95 € |
E-book, 15,98 €

recuerda que desde las primeras civilizaciones se han fabricado relojes. Desde los de sol en las urbes de la antigua Roma hasta los de agua de la China imperial o los de arena que provocaron una revolución silenciosa en la edad media. La historia de los relojes es una historia de la civilización, y él la utiliza para analizar el capitalismo, el intercambio de conocimiento, la construcción de imperios y la industrialización.

Comienza con el reloj solar instalado en el Foro Romano en el 263 a.C.: Manio Valerio ha vencido a los

cartagineses en Catania y entre lo saqueado está el reloj que cambiará la vida de Roma porque sería el primero público... y le seguirían decenas más para regular las actividades de los ciudadanos. En los imperios de todo el mundo la visión y el sonido del tiempo desde altas torres empieza a organizar la vida de la gente y a proyectar un mensaje de poder y orden: las torres de reloj acompañaron la conquista británica de medio mundo.

Y por supuesto, los relojes acompañaron al capitalismo: el edificio de la Bolsa de Ámsterdam, la primera del mundo, abrió sus puertas en 1611 con un imponente reloj en la torre: a los comerciantes se les prohibió comerciar en otro lugar y se limitó a qué horas podían hacerlo, concentrando a compradores y vendedores. Su reloj anunciaba el nacimiento del capitalismo moderno. Los relojeros serían mecánicos excepcionales para la revolución industrial, cuyas fábricas convertirían los relojes en armas. Hoy los relojes electrónicos de pulsera conocen nuestros detalles más íntimos. Y como marca de los cambios geopolíticos, el mayor reloj del mundo preside la explanada de La Meca. ●

El mayor reloj del mundo, frente al corazón de La Meca

Los relojeros serían mecánicos excepcionales para impulsar la revolución industrial

UNA HISTORIA BREVE DE RUSIA
Mark Galeotti

Capitán Swing
Madrid, 2022
176 p. | Papel, 17 €



El británico Mark Galeotti sintetiza la historia de Rusia comenzando por la mítica llegada de Riúrik a las orillas del Ladooga en el siglo IX: los clanes y las tribus eslavos se matan y proponen a un vikingo que sea su rey. Conquistadores, piratas, comerciantes, su dinastía instalará sede en Kyiv y reinará hasta el XVII. La invasión de Ucrania cierra el libro. Galeotti recuerda que son los ucranianos los que podrían defender que los rusos son sus vástagos y cree que Putin se equivoca al jugar con la historia: otras guerras llevaron a Rusia a la revolución.

MANUAL DE USO DE LOS NFT
Matt Fortnow y Qu Harrison Terry

Empresa Activa
Madrid, 2022
316 p. | Papel, 15,50 € | E-book, 5,49 €



Los NFT, los tokens no fungibles, protagonizan las noticias con ventas por guarismos voluminosos para unos activos ignotos para muchos. Esencialmente son una forma de que los artistas incrusten un fragmento de código en sus obras para poder compartirlas sin miedo a la piratería y con la seguridad de que serán pagados directamente por sus seguidores y fans a perpetuidad, eliminando intermediarios. Han llegado para quedarse, pueden transformar la industria creativa, y este libro es una guía para ese nuevo mundo.

EL MÉTODO CREA DE LAS OPORTUNIDADES
Oriol Brutau

Libros de Cabecera. Barcelona, 2022
194 p. | Papel, 19 € | E-book, 10 €



El consultor en comunicación comercial y marketing Oriol Brutau arranca el libro en el 2014, sentado en un banco de Barcelona. Le sobra tiempo para la cita con un cliente, pero no puede ni pagarse un café tras cerrar su agencia en la crisis. Su libro, dice, nació allí porque pronto se dio cuenta de que tenía en él y a su alrededor los recursos que necesitaba para salir adelante y volver a crear oportunidades para él. Cree que con la estrategia adecuada, de la que habla en el libro, cualquiera puede crearlas sin esperar a que la vida se las brinde.

Ignacio Jiménez Soler
José María San Segundo

Director de comunicación
de Endesa y
director de Merco

CEO, escucha a tu dircom

Es fácil confundir la reputación corporativa con la reputación de marca, especialmente cuando la marca comercial coincide con la marca corporativa, pero es importante abordar las diferencias. Conocerlas determina tanto el papel de los responsables de una y de otra como el sentido y el alcance de las estrategias. Lo paradójico es que esa confusión se produce cuando la sociedad traslada cada día con más intensidad sus reivindicaciones y rechazos hacia la parte corporativa. Es fácil identificar multitud de casos en los que la crisis reputacional ha afectado seriamente a la parte corporativa y ha tenido un impacto menor en las ventas a los clientes. Algo que está sucediendo actualmente en el sector energético. Se habla mucho de reputación y de riesgo reputacional y cabe preguntarse por qué la reputación corporativa y los responsables de protegerla y hacerla crecer, los directores de comunicación, pierden peso en las organizaciones; en ocasiones, en el organigrama, y la mayoría, en la dotación de presupuestos y recursos para poder desarrollar su trabajo con garantías.

¿Qué falla y qué puede hacerse para revertir esta situación? La primera causa la encontramos en la prioridad que se da a la comunicación del primer ejecutivo. Sin duda, cuidar la reputación del líder es una de las tareas fundamentales del dircom, pero no pocas veces se convierte en una tarea hegemónica en cuanto a tiempo y en cuanto a criterio de valoración. Tener el reconocimiento del máximo responsable pasa de ser un objetivo a ser lo único que importa, desplazando a un segundo plano la acción de desplegar una estrategia de comunicación holística. Como consecuencia de ello está la prioridad que adquieren los medios de comunicación y los periodistas como grupo de interés prioritario. Esto reduce drásticamente el peso específico de otros

Transversalidad
Dejar a comunicación el simple papel de emisión de noticias es perder buena parte de sus posibilidades

públicos que son prescriptores y que forman parte de nuestro mapa reputacional. Y la gestión de la comunicación en torno a comunidades de afinidad, muchas de ellas núcleos muy endogámicos, pero con alta capacidad de prescripción, es absolutamente crítica para construir reputación corporativa. Otra de las razones que explica este

desacople entre reputación corporativa y de marca es la debilidad y el poco énfasis en las métricas. Es frecuente que la comunicación, apoyada muchas veces en valoraciones cualitativas, se vea desplazada por la solvencia de las métricas de marketing.

Una integración insuficiente de los apartados de responsabilidad corporativa es otra de las claves que explican esta situación. Comunicación no puede estar alejada de la estrategia ética y de responsabilidad de la compañía. Es posible que la responsabilidad no dé resultados a corto, pero es clave en el posicionamiento empresarial, en la reputación social y en la respuesta que una corporación puede dar ante una situación crítica. Dejar a comunicación el simple papel de emisión de noticias es perder buena parte de los esfuerzos y posibilidades que ofrece la responsabilidad corporativa como palanca y actitud a la hora de hacer negocio de manera responsable y sostenible. |