

Opinión

¿HABRÁ NUEVA REFORMA TRIBUTARIA EN EEUU?



Carlos Concha Carballido

Socio de PwC Tax & Legal

El pueblo estadounidense ha votado y, aun cuando los resultados electorales aún no han sido oficialmente proclamados, los escrutinios provisionales apuntan a que el próximo 20 de enero la Casa Blanca tendrá nuevos moradores.

Durante la campaña electoral, el entonces candidato Joe Biden desgranó una serie de propuestas de reforma fiscal que, de materializarse, podrían tener un impacto significativo en la cuenta de resultados de las empresas españolas con presencia en EEUU. Entre estas medidas se incluye

la elevación del tipo federal del Impuesto sobre Sociedades desde el actual 21% hasta el 28%. Si sumamos al impuesto federal el impuesto estatal, la imposición nominal media sobre las sociedades estadounidenses se situaría en el entorno del 33%, a la cabeza de la OCDE y diez puntos porcentuales por encima de la media.

También se ha anunciado un plan para instaurar un impuesto mínimo del 15% del resultado contable (¿les suena?), así como la propuesta de doblar la imposición sobre las rentas obtenidas por las filiales extranjeras de sociedades estadounidenses, si bien esta medida tendría un impacto mucho más limitado

Las propuestas de Biden aumentarán la carga tributaria de las empresas españolas en el país

sobre los grupos españoles, que no es frecuente que tengan participaciones en terceros países a través de sus filiales americanas.

Ahora bien, pese a los relevantes poderes que la Constitución americana otorga al presidente, no conviene perder de vista que la potestad legislativa reside, principalmente, en el Congreso bicameral, compuesto por la Cámara de Representantes y el Senado. Las elecciones de la semana pasada han sido también legislativas y ambas instituciones han sido objeto de renovación parcial, siendo así que el partido demócrata conservará la mayoría, aunque disminuida, que obtuvo en la Cámara de Representantes en 2018.

La situación en el Senado está, sin embargo, menos clara. Hasta las pasadas elecciones los republicanos contaban con 53 de los

100 escaños en la cámara alta y el escrutinio hasta la fecha arroja un empate a 48 senadores con cuatro escaños pendientes de adjudicar. De estos cuatro, es muy probable que dos caigan del lado republicano y los dos restantes, correspondientes al estado de Georgia, se decidirán en una segunda vuelta, el próximo 5 de enero.

Si ambos cayeran del lado demócrata (Biden ha ganado en Georgia, si bien por un ajustadísimo margen) se produciría un empate a 50 senadores. ¿Qué sucedería entonces? Entraría aquí en juego una previsión constitucional, no muy conocida, pero de gran trascendencia práctica. El vicepresidente de EEUU, que por mandato constitucional no puede

ser miembro de ninguna de las cámaras legislativas, tiene, sin embargo, entre sus funciones la de presidir el Senado. Al no ser senador, el vicepresidente no tiene derecho de voto, salvo en un caso: cuando se produce un empate.

En consecuencia, si Joe Biden se convierte en el próximo presidente y los demócratas alcanzasen los 50 senadores, el voto de la entonces vicepresidenta Harris otorgaría a los demócratas el control del legislativo y les daría la oportunidad de implementar parte de su programa de reforma tributaria. No obstante, con tan frágil mayoría parlamentaria no se podrían permitir perder ningún voto de los senadores demócratas más centristas y tendrían, por tanto, que intentar mantener cohesionadas las huestes con propuestas quizás menos ambiciosas pero que suscitasen consenso dentro del propio campo demócrata.

Por el contrario, si los republicanos revalidan al menos uno de los dos escaños de Georgia, mantendrán el control del Senado y esta circunstancia pondrá, previsiblemente, muy difícil la aprobación de las subidas de impuestos

propuestas por el candidato demócrata, ya que cualquier medida legislativa debe ser aprobada por ambas cámaras. En esta situación, que los americanos denominan de “gobierno dividido”, las posibilidades de una reforma tributaria de calado se reducen significativamente, pero eso no significa que no vaya a haber cambios en la normativa tribu-

taria. A causa de las limitaciones impuestas por el procedimiento legislativo que se siguió para la aprobación de la reforma tributaria de 2017, muchas de sus previsiones tienen una vigencia temporal. Así, por ejemplo, y por citar solo algunas de las que más directamente pueden afectar a las multinacionales españolas, la amortización acelerada de activos se irá reduciendo paulatinamente a partir de 2023. Del mismo modo, la limitación a la deducibilidad de gastos financieros, que en la actualidad está fijada en un 30% del *ebitda*, pasará a tener el *ebit* como magnitud de referencia a partir de 2022. Es evidente que ambas medidas tienen potencial para impactar al alza la carga tributaria de los grupos españoles.

Más a corto plazo, el líder de la mayoría republicana en el Senado hizo un llamamiento la semana pasada a retomar las negociaciones para la aprobación en los próximos meses de un nuevo paquete de ayudas con las que hacer frente a los efectos económicos de la pandemia causada por el Covid-19. Las propuestas actualmente sobre la mesa difieren sustancialmente, tanto

en el monto de las ayudas como en la configuración y los destinatarios de las mismas. No obstante, hay ciertas áreas en las que las posiciones están más próximas (ambos partidos están proponiendo deducciones fiscales asociadas al empleo) y habrá que ver si las posiciones se acercan lo suficiente como para alcanzar un acuerdo antes de final de año.

Si los republicanos conservan el Senado las alzas impositivas serán difíciles de aprobar

CÓMO ES EL NUEVO USUARIO BANCARIO



José Luis Cortina

Presidente de Neovantas

En este 2020 y derivado, fundamentalmente del Covid-19, las rutinas y la forma de trabajar de los empleados del sector financiero se han remodelado de manera sustancial. En paralelo, el propio cliente de banca también ha vivido en primera persona la necesidad de adaptarse y actualizarse a un entorno totalmente nuevo. Por esta razón, se podría decir que con esta nueva era está surgiendo de forma acelerada un nuevo perfil de usuario bancario. Pero, ¿cuáles son las características de este cliente?

En primer lugar, este cliente es más digital en el sentido de que busca realizar todo tipo de operaciones y gestiones financieras a través de la *app* o *web* de las entidades, siempre y cuando no se pierda la conexión emocional y el trato humano con su gestor o asesor de confianza. De esta forma, ahorra tiempo y desplazamientos y dispone de los servicios 24/7, incluso fuera del horario de oficina. Además, conviene subrayar que este cliente considera fundamental en este frente digital que las plataformas puestas a su disposición

sean intuitivas y le inspiren fiabilidad y seguridad.

En segundo lugar, este cliente bancario busca un mayor grado de personalización, debido a que quiere vivir una experiencia totalmente única e hiperpersonalizada. Esta característica que emerge en los clientes se ha visto acentuada por el hecho de estar lejos de su gestor o asesor de confianza. Así, a mayor nivel de customización mejor será su experiencia, más satisfecho estará y, a término, mayor vínculo de confianza se forjará entre este cliente y la entidad.

Otra característica que define a este nuevo cliente es que cada vez es más exigente, y junto a la personalización, es otro de los aspectos que más se ha reforzado durante la pandemia, pues espera ser escuchado activamente y comprendido, en caso de trasladar algún problema o inconveniente. De igual manera, desea ser notificado de forma inmediata por su entidad de todo aquello que sea relevante para sus finanzas personales.

Igualmente, cabe destacar que este nuevo

usuario financiero que está emergiendo con celeridad es más omnicanal que nunca. Si bien la omnicanalidad es un término con varios años de “tradicción”, el Covid-19 ha provocado que cobrase mayor importancia ante la imposibilidad de acudir a la oficina de forma presencial. Por esta razón, el nuevo cliente demanda poder gestionar cualquier tipo de operación por el canal que desee, ya

sea *offline* u *online*, disfrutando de la misma experiencia y accediendo exactamente a la misma información por cualquiera de estas vías.

Además, subrayar que este nuevo perfil de usuario dispone de más información y está cada vez más acostumbrado a utilizarla. Así, gracias a las plataformas digitales, los clientes

tienen a su disposición cantidades de información sin límites y sin horarios para poder contrastar y comparar aquellos productos y/o servicios en los que están interesados desde una hipoteca a un préstamo consumo o a un seguro de hogar, por mencionar algunos. No obstante, conviene también subrayar que la opinión de familiares y amigos

sigue siendo de suma importancia para este nuevo cliente financiero, así como la opinión experta de su asesor o gestor.

Finalmente, destacaríamos que este nuevo cliente bancario emergente está más comprometido con causas sociales. Esta característica ha sido una de las últimas en formar parte de lo que se entiende como “nuevo cliente” y puede explicar, en parte, cómo la sostenibilidad y el compromiso con la sociedad como, por ejemplo, el medio ambiente, han pasado a posicionarse como pilares indispensables de cualquier entidad de servicios financieros de esta nueva era.

En pocas palabras, subrayaríamos que actualmente el usuario de banca se encuentra completamente empoderado y son las entidades las que se tienen que esmerar diariamente para encontrar el producto que se adecue al perfil del cliente y no al revés. Partiendo de esta base, el usuario dispone de la capacidad para decidir cómo, dónde y cuándo gestionar la economía de su día a día. Sin embargo, es conveniente no caer en el error de pensar que el terreno digital “lo es todo”, ya que son muchos los clientes que ponen como prioridad que se mantenga el contacto emocional y el trato cercano y humano a la hora de tratar un tema tan personal e importante como lo son sus finanzas.

El compromiso con la sociedad y el medio ambiente son indispensables para las entidades