

ECONOMÍA Y TRABAJO

El negocio de las gestorías por internet, aún en ciernes en España, tiene visos de crecer gracias a sus precios competitivos y la agilidad que proporciona

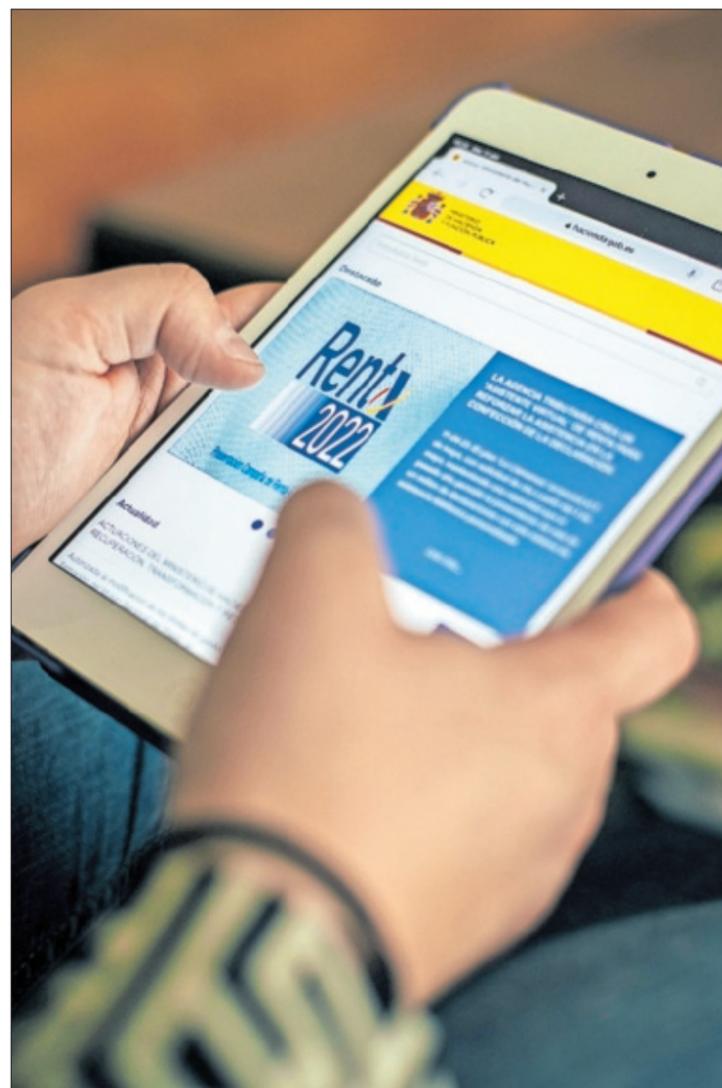
Eclosión de las plataformas para presentar la renta

LAURA DELLE FEMMINE, Madrid
Hoy en día, casi todo está al alcance de un clic. Se puede encender un coche con un dedo, pagar con el móvil, hacer la compra o pedir comida vía *app*. Con la ayuda de la tecnología también se han simplificado trámites administrativos, como la declaración de la renta. La Agencia Tributaria ha reforzado su perfil digital: permite presentar el modelo del IRPF a través de su sitio y aplicación —además de seguir ofreciendo atención telefónica y presencial a quien lo requiera—, y ha lanzado un asistente virtual para solucionar dudas. También han surgido plataformas y gestorías *online* que confeccionan la declaración para el contribuyente, que solo tiene que registrarse y pagar la tarifa que se le pida.

El negocio está aún en ciernes, pero cuenta con la ventaja de que el lenguaje para hacer la renta suele presentar complicaciones, los precios que ofrecen son competitivos y el trámite se puede gestionar sin moverse de casa. “La aplicación de la Agencia Tributaria a veces puede ser difícil de entender y la ventaja de estas aplicaciones es que te pueden ofrecer precios más económicos en comparación con una gestoría tradicional”, analiza Elisabet Ruiz-Dotras, profesora de los Estudios de Economía y Empresa en la Universidad Oberta de Catalunya (UOC). “La desventaja, como siempre ocurre en versión *online*, es que es un servicio estándar, menos especializado”, considera.

Durante la campaña de la renta 2022/23, que empezó ayer y terminará el 30 de junio, están llamados a presentar la declaración de la renta más de 22 millones de contribuyentes. TaxDown, una de las plataformas de gestión de impuestos más conocidas en España, espera confeccionar este año unos dos millones modelos, el doble que el pasado ejercicio.

La *start-up* nació en 2019 de la mano de tres jóvenes madrileños, que se dieron cuenta de que un nicho ya explotado en otros países en España seguía sin explorar. “El crecimiento ha sido exponencial”, asegura por videoconferencia Enrique García, consejero delegado y cofundador de la empresa. El año de su estreno, la firma solo contaba con seis empleados, confeccionó unas 4.000 de-



Un usuario maneja una *app* para presentar la renta en una tableta. / O. C.

claraciones y facturó unos 15.000 euros. Ahora los trabajadores son unos 90 —que crecen hasta los 150 con la campaña— y la previsión para el año es alcanzar los 10 millones de ingresos.

Al principio, la *start-up* pedía 35 euros para hacer la declaración de la renta y si no conseguía mejorar el resultado del borrador renunciaba al cobro. “Nos centrábamos mucho en declaraciones

sencillas”, explica García. Ahora tiene identificados cuatro bloques de modelos, el básico, el de propietarios, autónomos e inversores. En función del perfil y los servicios requeridos, el coste oscila desde los 35 euros hasta los 199. La empresa también ha diseñado distintas herramientas, firmado acuerdos con bancos, aseguradoras y firmas de *fintech* y se apoya cada vez más a la inteligencia artificial. “La tecnología no está lo suficientemente madura como para dejarla del todo libre, pero sí ayuda a nuestros asesores fiscales en su trabajo”, añade. La diversificación también ha sido geográfica. “Desde el año pasado lanzamos la actividad también en México, y pensamos seguir expandiéndonos. Vemos que en América Latina la oportunidad es especialmente grande”.

El proceso de Taxfix ha sido al contrario. Se creó en Alemania en 2016 y ha desembarcado el año pasado en España. También opera en Italia y Francia. “La complejidad del sistema fiscal no solo es alta en Alemania: en muchos países europeos, las personas enfrentan barreras igualmente altas e incertidumbres asociadas con respecto a sus declaraciones de impuestos, por ejemplo en España”, dijo el director ejecutivo de la firma, Martin Ott, con ocasión de la llegada a España. El desembarco fue precedido por un estudio de mercado y una encuesta, encargadas por la *start-up*, en la cual el 48% de los españoles decía tener miedo a la declaración de impuestos por posibles errores u omisiones y el 41% afirmaba estar dispuesto a gastar dinero en la presentación del modelo.

La empresa cuenta con más de cinco millones de descargas en conjunto allí donde opera y ha llegado a alcanzar el status de unicornio —valoración superior a los de 1.000 millones—. El servicio *online* que ofrece en España cuesta 39,99 euros. La plataforma, que al igual que TaxDown es colaboradora social de Hacienda —tienen firmado un acuerdo de colaboración—, se conectará con la Agencia Tributaria para obtener los datos fiscales del cliente.

Stella Raventós Calvo, presidenta de la Asociación Española de Asesores Fiscales (Aedaf), cree que la tecnología ganará cada vez más peso también en el ámbito

TaxDown, una de las más seguidas, espera realizar dos millones de declaraciones

El coste oscila entre los 35 y los 199 euros, dependiendo de cada perfil

de la asesoría fiscal y reconoce que las nuevas plataformas son útiles, aunque no siempre el mejor aliado. “Si es una persona que solo tiene un sueldo o una pensión, puede ser una vía para simplificar las cosas. Pero si hay más elementos consideramos necesario un diálogo entre el contribuyente y el asesor”, dice. “Las aplicaciones móviles y gestorías *online* suelen ofrecer respuestas rápidas a los contribuyentes como las que podrían obtener de buscadores en internet. Pero esas respuestas no son específicas para todos los hechos relevantes a la hora de resolver una cuestión tributaria concreta”, coincide José María Mollinedo, secretario general de los Técnicos de Hacienda (Gestha).

La británica TaxScouts, fundada en 2017, empezó a operar en España en 2021, con una atención particular para los autónomos. “La idea de TaxScouts nació de la complejidad de que representa presentar impuestos, con la visión de que debería ser tan fácil como pedir una pizza”, compara Jaume Suñol, general manager de la firma en España. La empresa ofrece a tres distintos planes en función de las exigencias, que incluyen desde la tramitación del alta en el sistema al uso de una plataforma de gestión de facturación y contabilidad.

Ruiz-Dotras, de la Universidad Oberta de Catalunya, prevé que irán apareciendo más plataformas. “Pero si todas son iguales es difícil que sobrevivan. La idea es que se vayan diferenciando”, dice. “Aunque la tendencia va a ser hacerlo todo *online*, la gente también quiere un servicio personalizado. También la tecnología tiene que avanzar”. Pero, previsiblemente, toda estará al alcance de un clic.

La Agencia Tributaria prevé ingresar un 5,6% más en esta campaña

El organismo aumenta la vigilancia sobre criptomonedas y arrendamientos

L. D. F., Madrid
La campaña de la renta 2022-2023 se inició ayer con la apertura del plazo para confeccionar el modelo 100 de manera telemática. El organismo abonará las primeras devoluciones en 48 horas, y espera recibir hasta el 30 de junio, cuando terminará la campaña, casi 22,9 millones de modelos, un 3,4% más que el año pasado. De ellos, pronostica que más de la mitad (13,6 millones) serán a devolver,

por un importe equivalente a 9,94 millones de euros, un 2,4% menos. Las declaraciones a ingresar, en cambio, serán 7,6 millones, que supondrán un importe de 16,4 millones, un 5,6% más.

La directora de la Agencia Tributaria, Soledad Fernández, señaló ayer en un acto para inaugurar el inicio de la campaña que el aumento en las declaraciones a ingresar y la disminución en las que salen a devolver

se explica por las rentas del capital mobiliario, que el año pasado avanzaron arrastradas por el crecimiento de los beneficios corporativos, el marcado dinamismo de las actividades inmobiliarias tras la pandemia y el mayor rendimiento de las actividades económicas. El resultado neto son 6.502 millones a favor del fisco, un 20% más que en la campaña anterior, cuando recaudó 5.389 millones. Las declaraciones por el impuesto sobre

el patrimonio, por otra parte, serán un 3,1% menos, estima la Agencia, con un retroceso en la cuota del 3,7%.

En cuanto al efecto de la inflación sobre el aumento de los ingresos fiscales, que en 2022 ayudó a elevar la recaudación por impuestos hasta máximos históricos —más de 255.000 millones—, Fernández señaló que no es posible calcular su impacto sobre el comportamiento del IRPF, menos expuesto a la subida

de precios en comparación con figuras como el IVA, que gravan el consumo. Hacienda estima que el impacto de la inflación en 2022 fue de cerca de un 30% sobre el conjunto del aumento de ingresos tributarios.

La Agencia ha reforzado su sistema de avisos sobre determinadas fuentes de renta como los criptoactivos (328.000 alertas), las rentas procedentes de otros países (807.000) y el alquiler de inmuebles (661.000). En el caso de las monedas virtuales, el alza en los avisos —que saltan cuando el contribuyente revisa sus datos fiscales— es del 40% respecto a la campaña anterior. “Se han incrementado, como viene siendo habitual, porque cada vez hay más actividad y se tiene más información”, dijo Fernández Doctor.