



Los ejecutivos de Google Inc. y su auditor Ernst & Young volverán a ser llamados ante una comisión parlamentaria británica para testificar sobre impuestos, después de que una investigación de Reuters destacase la incoherencia en el modo en que el buscador de internet presenta sus actividades en el Reino Unido, dijo la presidenta de la comisión a Reuters.

Margaret Hodge, jefa de la comisión de cuentas públicas (PAC, por su sigla en inglés), dijo que convocaría a los representantes de las compañías para que expliquen sus anteriores comentarios después del informe.

La investigación mostró que aunque el ejecutivo de Google, Matt Brittin dijo que la firma no realiza ventas a clientes británicos desde Reino Unido, algunas personas entre su personal y clientes en el país creen que sí.

Abogados y académicos dicen que si el personal de Google en el país hizo ventas a clientes británicos, eso tendría implicaciones en la posición fiscal de Google en Reino Unido, lo que abriría la puerta a unos mayores impuestos.

Brittin, vicepresidente de Google para el norte y centro de Europa, dijo a la PAC en noviembre que «nadie (en Reino Unido) está vendiendo» y aseguró que Google emplea a «dos centenares» de personas en su sede europea de Dublín que son responsable de vender a los clientes británicos.

El propio sitio web corporativo de Google dice que los equipos de ventas están radicados en Londres, y ofrece puestos de trabajo para personal de ventas basado en la capital inglesa, cuyas tareas incluyen «negociar acuerdos», cerrar «tratos estratégicos y de ingresos» y lograr «cuotas trimestrales de ventas».

Las entrevistas con más de una docena de clientes y personal que han pertenecido a la firma, la observación de los puestos de trabajo, curriculum vitae y la promoción en el sitio web LinkedIn muestran que muchos roles van más allá del márketing para dirigir, negociar y



cerrar ventas de productos publicitarios de Google.

«Todo el mundo con el que tratas de hacer negocios está en Londres», dijo Simon Andrews, fundador de la agencia de publicidad Addictive, cuyo negocio planea y compra campañas publicitarias en representación de sus clientes.

«Nunca sabes acerca de Dublín aparte de cuando miras de cerca la dirección de las facturas. Todo el mundo está radicado en Londres», dijo.

Los perfiles de unos 150 empleados en Londres en el sitio web LinkedIn mostraron que estaban implicados en formular la estrategia de ventas, gestionar los equipos de ventas, cerrar acuerdos y otros trabajos de comercialización.

El director de relaciones externas de Google, Peter Barron, dijo que Brittin negó firmemente que hubiera engañado a la comisión y que la compañía mantenía sus comentarios de que no se dirigían ventas desde Reino Unido.

Barron rechazó decir si el personal británico negociaba o cerraba acuerdos, pero dijo que todas las ventas a clientes británicos se realizaban con Google en Irlanda.

«Cumplimos todas las normas fiscales en Reino Unido», dijo.

Los anuncios para personal en Reino Unido a menudo citan habilidades en ventas porque «buscan atraer a gente con esas habilidades», añadió.

«Aceptamos que las palabras para algunos anuncios de empleos pueden haber sido confusas y trabajamos para aclararlo», dijo.



LLAMADA A AUDITORES

En enero, representantes de las cuatro grandes empresas de consultoría y auditoras - Ernst & Young, PricewaterhouseCoopers, Deloitte y KPMG - también testificaron ante la comisión por su papel en ayudar a las grandes empresas a preparar estructuras corporativas para disminuir los impuestos.

Hodge preguntó a John Dixon, jefe de política fiscal de Ernst & Young, si su personal había visitado las oficinas de sus clientes para verificar si llevaban a cabo las actividades en sus oficinas británicas que describían en sus cuentas auditadas y sus comunicados a la autoridad fiscal. Dixon dijo que sí.

Ernst & Young rechazó ofrecer comentarios sobre Google, mencionando la confidencialidad de sus clientes, pero dijo que se atenía a las declaraciones de Dixon.

«Ernst & Young lleva a cabo auditorías de acuerdo con los estándares internacionales de auditoría», dijo su portavoz Sarah Jurado, añadiendo que esto incluía «tener conocimiento de la entidad y del entorno en el que opera».

Fuente: Eleconomista