

PREVISIONES SOBRE LA SUBIDA DEL IVA: ¿AYUDA O PERJUDICA A LA ECONOMÍA?

Diversas entidades como la Comisión Europea, CEOE, Cepyme o Gestha advierten del peligro del aumento de la economía sumergida y la recesión

La Comisión Europea advierte en sus previsiones para España que la incipiente recuperación, que comenzará a producirse en el segundo trimestre, se verá truncada a partir de julio por la subida del IVA anunciada por el Ejecutivo. Asimismo, se teme una subida de la economía sumergida como vía principal de evasión a los nuevos costes generados.

La Comisión Europea advierte en sus previsiones para España que la incipiente recuperación, que comenzará a producirse en el segundo trimestre, se verá truncada a partir de julio por la subida del IVA anunciada por el Ejecutivo. Precisamente España continuará la recesión en solitario -la única entre las grandes de la UE- durante el año 2010, según las últimas estimaciones realizadas desde Bruselas.

Con esta nueva medida, el Gobierno prevé obtener **más de 5.000 millones de euros de recaudación extra** este año y 6.500 a partir del próximo.

La subida del IVA será de dos puntos para el tipo general, que pasará del 16% al 18%, y un punto para el reducido, que subirá hasta el 8%.

Bajar cotizaciones

Organizaciones que antes de la crisis abogaban por subir el IVA, como CEOE, el Instituto de la Empresa Familiar o el Instituto de Estudios Económicos, se muestran ahora contrarias. Argumentan que ahora es el peor momento para ejecutar esta medida y alegan que sus propuestas consistían en bajar las cotizaciones sociales a las empresas para fomentar la creación de empleo y compensar esta caída de la recaudación con la subida del IVA. Pero en el caso de que únicamente se suba el IVA, sin tocar otros tributos, aseguran que su impacto será muy negativo para la economía.

Por su parte, Cepyme, ha manifestado que el incremento del IVA "**es contraproducente para el consumo, en particular, y para los ciudadanos, en general, en un momento en el que tenemos que reactivar la confianza**".

Asimismo, teme que la medida pueda aumentar aún más la elevada economía sumergida en nuestro país -fundamentalmente el fraude fiscal de las facturas sin IVA-, al favorecer que la gente «opte por el camino más fácil».

Precisamente, la economía sumergida es una de las amenazas presentes con la subida del IVA, sirviendo como único medio de evadir el incremento de los costes.

El peligro del fraude fiscal

Los Técnicos del Ministerio de Economía y Hacienda (Gestha) instaron al Gobierno a que, en el marco del proyecto antifraude que ha aprobado el Consejo de Ministros, ponga "la lupa" en descubrir y erradicar las actividades subterráneas, que mueven 245.000 millones anuales, y no tanto en las rentas del trabajo, las grandes

corporaciones empresariales, las sociedades instrumentales, los paraísos fiscales y las grandes fortunas.

Gestha ha elaborado un decálogo de medidas contra la economía sumergida con el que estiman se podría aflorar buena parte de ese dinero negro existente, además de mejorar la eficiencia y el control del gasto público.

Concretamente, **la Agencia Tributaria podría ingresar adicionalmente unos 38.500 millones de euros evadidos cada año** "que equilibrarían las cuentas públicas y evitarían la alternativa de subir impuestos o alargar la edad de jubilación".

Asimismo, los técnicos de Hacienda estiman que con un plan eficaz de lucha contra el fraude se podría reducir en diez puntos porcentuales la bolsa de fraude y la economía sumergida en España, actualmente estimada en el 23,3% del PIB, situándola en niveles similares a los países de la UE.

Un informe revela que la subida del IVA perjudica más a "pobres, mayores y pensionistas"

Un informe revela que la subida del IVA perjudicará más a los "pobres, mayores y pensionistas", tal y como difundió el portal Cotizalia, el pasado lunes, 1 de marzo. El estudio, elaborado por los profesores Juan Carlos Conesa (Universidad de Barcelona), Javier Díaz-Giménez (IESE Business School), Julián Díaz-Saavedra (Universidad de Granada) y Josep Pijoan-Mas, del CEMFI, el centro de estudios del Banco de España, analiza el impacto del anunciado incremento del IVA a partir del 1 de julio (del 16% al 18% el tipo general, y del 7% al 8% el tipo reducido).

El documento, que forma parte de una beca de Investigación financiada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, reconoce que aumentar el IVA "contraerá la actividad y el empleo, que será regresivo y que muy probablemente llegue demasiado pronto", antes de que se consolide la recuperación económica. Según sus cálculos, la subida de tipos supone **"reducciones de la producción del 0,65 en 2009 y de aproximadamente el 2% en años sucesivos"**.

Los expertos también destacan el "carácter regresivo de los impuestos sobre el consumo", dado que "los aumentos del IVA tendrán un impacto relativamente mayor sobre la población más pobre y de mayor edad". Por ejemplo, en el caso de los jubilados, el IVA entre este colectivo "es una parte mucho mayor de su carga fiscal total que para los hogares que trabajan y que tienen que pagar también impuestos sobre el trabajo", ya que los pensionistas dedican prácticamente todos sus ingresos al consumo.

Según el estudio, **la caída del PIB se debe a reducciones simultáneas del empleo y del uso del capital productivo**. "El aumento del IVA encarece el consumo y, por lo tanto, rebaja el valor de cada hora trabajada medido en términos de consumo. Los hogares sustituyen las horas trabajadas en el mercado laboral por horas dedicadas a actividades no remuneradas", informa Cotizalia.

A su vez, el trabajo se enfoca en dos hipotéticos escenarios: uno con un hogar representativo y otro con un modelo de generaciones solapadas con hogares heterogéneos. En el primer escenario, se prevé un descenso del trabajo del 1% a partir del año pasado, mientras que en el segundo se estiman caídas de entre el 1,2% y el 1,3%. El aumento de la presión fiscal, "empobrece a los hogares, lo que disminuye la inversión, y esto provoca un descenso creciente en el capital

productivo". Por ejemplo, en **el modelo de un hogar representativo empieza en el 0,3% en 2010 y alcanza el 0,18 en 2016.**

Los autores también advierten de que el anuncio de la subida del IVA, produce que los hogares sustituyan anticipen su consumo, y que "en España este efecto se nota sobre todo en los bienes duraderos y en el gasto en viviendas". Así, estiman que, en 2009, en el modelo del hogar representativo el consumo se incrementa en un 0,6% y en el modelo con hogares heterogéneos en un 0,9%. Otro de los efectos del aumento del consumo en 2009 es la caída de la inversión. Así, esta contracción fue el año pasado del 3,2% en el modelo con un hogar representativo, y del 3,9% en el modelo con hogares heterogéneos.

Además, la recaudación del impuesto sobre el consumo "aumentará aproximadamente un 10,5% a partir de 2010", aunque la recaudación total tan sólo aumentará un 1,7% debido a que como se reduce la producción "los ingresos de las demás figuras impositivas disminuyen". Un aumento "muy modesto si se tiene en cuenta que el aumento del tipo impositivo es del 12,5%". Así, el estudio argumenta que **"el motivo del bajo impacto sobre los ingresos fiscales totales del aumento de los tipos del IVA es que, como reduce la producción, los ingresos de las demás figuras impositivas disminuyen"**.

Por lo tanto, el impacto de la subida del IVA en la recaudación será menor a la que prevé el Gobierno. Esto se debe, según el estudio, a tres razones. La primera de ellas es que "la base imponible de cualquier impuesto disminuye cuando aumenta el tipo de gravamen", y la segunda es que, en 2008, antes de que se anunciara la subida, "la recaudación sobre el consumo únicamente suponía un 24,6% de la recaudación total. Por último, la tercera razón es que las caídas de las recaudaciones de los impuestos sobre las rentas del trabajo y del capital reducen la recaudación tributaria total.

Efectos directos de la subida del IVA

En cuanto a los efectos más inmediatos que se prevén que tenga la subida tributaria, está el del previsible aumento de las compras en los meses previos a la subida, lo que resultaría positivo para el conjunto de la economía, si bien no se descarta un alza de los precios antes de julio de 2010. El temor al incremento del IVA animaría las ventas antes del verano, pero también provocaría una subida de los costes. A pesar de ello, es conveniente adelantar las adquisiciones de productos de alto coste y realizar las plusvalías correspondientes a rentas de capital antes de la entrada en vigor de la medida.

Si la subida se lleva a cabo demasiado pronto, tendrá un impacto negativo sobre el ya maltrecho consumo nacional, puesto que acarrearía un freno a la recuperación económica y el beneficio esperado podría tornarse en perjuicio. Los expertos recomiendan retrasar la entrada en vigor de la medida si para esas fechas no hay muestras de mejoría. En esto coinciden Antonio Piña, de Analistas Financieros Internacionales (AFI), Juan Ortín, asociado senior de Ernst & Young, y Miguel Buñuel, profesor de Economía y Hacienda Pública de la Universidad Autónoma de Madrid.

Según datos de la OCDE, el IVA representa alrededor del 17% del total de ingresos tributarios del conjunto de administraciones públicas y la tendencia apunta a que aumentará su peso relativo con el paso del tiempo. En los países de la Unión Europea, llega al 19%. Este impuesto es uno de los pilares de los sistemas fiscales actuales, por lo que "elevar este impuesto resulta más eficiente que aumentar otros tributos".

Previsiones de subida por sectores:

Sector inmobiliario: La Asociación de Promotores y Constructores de España (APCE) alerta de que el precio de una vivienda nueva libre será más caro, debido a la subida del IVA reducido que se aplica a las casas. Para una vivienda de 300.000 euros situada en la Comunidad de Madrid, se estima que la subida será de unos 3.000 euros, de acuerdo al precio medio de la vivienda en la región (2.863 euros por metro cuadrado).

Industria del automóvil: Los vendedores de coches también han alertado de las consecuencias del aumento. Para el presidente de la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Juan Antonio Sánchez Torres, la medida "canibalizará" parte de la ayuda económica del Plan 2000E, que asciende a 500 euros. Si el precio medio de un automóvil ronda 21.000 euros, la subida de un 2% en el IVA supondría un encarecimiento de 420 euros.

Comercio: El secretario general de la Confederación Española de Comercio (CEC), Miguel Ángel Fraile, opina que la subida fiscal no favorecerá la reactivación del consumo. El alza de impuestos debería implicar incentivos fiscales a las familias para la adquisición de bienes duraderos para el hogar, así como para la reforma y la rehabilitación de viviendas. Un televisor que cuesta 1.299 euros se encarecerá en 25 euros, ya que se aplica un 16% de IVA.

Restauración: A este sector se le aplica el tipo reducido. En un menú de 10 euros, la subida sería sólo de 10 céntimos. Cada establecimiento decidirá si la carga en el importe final.

Turismo: El incremento del IVA supondrá el encarecimiento de los servicios turísticos para los consumidores españoles. A los viajes organizados se aplica un IVA reducido del 7%, por lo que la subida para un viaje que costase cerca de 1.000 euros rondaría los 10 euros.

Los tipos de IVA con que se grava el consumo en España son:

General: para la mayor parte de productos y servicios. Pasa del 16% al 18%.

Reducido: alimentos (excepto los de primera necesidad), viviendas de primera mano, transportes de viajeros, hoteles y restaurantes, teatros, conciertos, espectáculos deportivos y museos. Pasa del 7% al 8%.

Superreducido: alimentos de primera necesidad (harinas, leche, huevos, frutas, verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos y pan), medicamentos, libros y prensa, vehículos para personas con movilidad reducida, prótesis e implantes y viviendas VPO. Mantienen intacta su tributación.

Libre de IVA: determinados productos y servicios permanecen exentos, como los servicios financieros, la sanidad, la asistencia social y la educación. No obstante, se incrementará el coste de sus compras debido a la subida, que se trasladará previsiblemente al consumidor a través del precio de los productos.