



Tres mujeres caminan ayer con compras por la calle de Fuencarral de Madrid. / SANTI BURGOS

Nuevo IVA pero ¿nuevo consumo?

El efecto de la subida fiscal que entra en vigor el 1 de julio se diluirá en un entorno de grave incertidumbre y recortes que lastran la reactivación

AMANDA MARS
Madrid

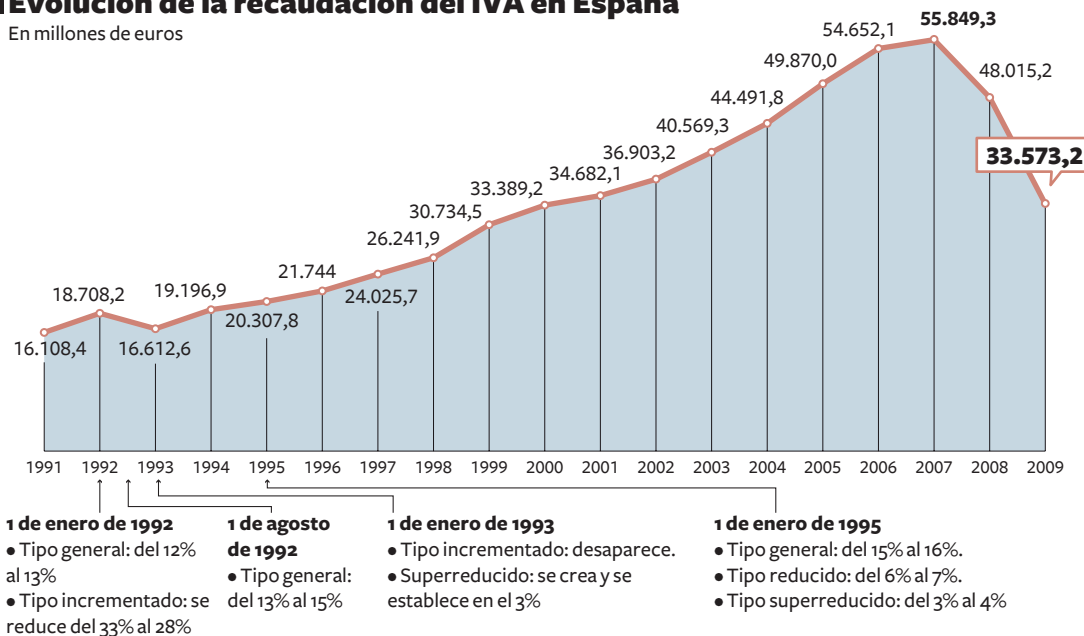
El próximo jueves ocurrirá algo especial con el coste de comer, vestirse o ir al cine. Los precios, de algún modo, pueden subir y bajar al mismo tiempo. La subida del IVA a partir del 1 de julio coincidirá —por coincidencia, o como si fuera un capricho del guión— con el inicio de las rebajas de verano. El guionista, el Gobierno, fijó la fecha del nuevo gravamen para el verano porque confiaba en que el consumo de los hogares, que es el motor de la economía española, ya habría levantado cabeza. Y sí, el trájín de las cuentas domésticas ha logrado sacar a España de la recesión en el primer trimestre del año y la mayor parte de los expertos confía en que las tasas positivas se mantendrán en el segundo trimestre, pero para el tercero vienen curvas.

Bruselas ya advirtió en su día que España sería la única de las grandes economías europeas que podía volver a decrecer, y Funcas, la fundación de análisis económico de las cajas de ahorros españolas, ha pronosticado esta misma semana la vuelta a la recesión. En otras palabras, que la curva de salida de la crisis en España no dibuje el símbolo de Nike, sino una "w" o, si resulta más largo, el zigzagante pelo de Bart Simpson.

Porque el guión, el parte meteorológico, ha cambiado de malo a peor: las dudas sobre la solvencia de España han disparado los intereses de su deuda y, por tanto, el precio del dinero para el sector

Evolución de la recaudación del IVA en España

En millones de euros



Fuente: INE e Instituto de Estudios Fiscales.

EL PAÍS

público y las empresas; el Gobierno ha aprobado el recorte social más duro de la democracia, con 2,6 millones de españoles hasta ahora inmunes a la crisis —los empleados públicos— que desde este mes ganan una media del 5% menos; y el otro gran motor económico de España, las Administraciones públicas, han decidido un drástico tijeretazo a sus gastos e inversiones.

La confianza del consumidor se ha hundido en 13 puntos (de 78 a 65) en un solo mes, de abril a mayo, tanto por las expectativas de futuro como por la situación actual. Los españoles, según el Eurobarómetro, son los más pesimistas respecto a su futuro laboral, hasta el punto de que tres de

MÁS PRESIÓN

- ▶ El tipo **superreducido**, que grava el pan, la prensa, el material escolar, los medicamentos y las viviendas de protección oficial, entre otros, se mantiene en el **4%** actual.
- ▶ El tipo **reducido** pasa del **7% al 8%**. Es el que se paga por una vivienda nueva y en servicios de hostelería, por ejemplo.
- ▶ El tipo **general** pasa del **16% al 18%**. Afecta a la mayoría de bienes y servicios.

cada 10 tienen poca o ninguna confianza en las posibilidades de mantener su empleo en los 12 próximos meses.

Y falta algo. Los tres principales clientes de las empresas españolas, Francia, Reino Unido y Alemania, también han lanzado programas de ajuste, con lo que no van a contribuir demasiado a animar la cartera de pedidos. Así que el IVA ya no es la preocupación. Es la guinda. Hay quien aún se lleva las manos a la cabeza por la subida de los impuestos. Pero hasta un nieto de Margaret Thatcher —se llama David Cameron y es el primer ministro británico— ha anunciado la subida de dos puntos del IVA (del 18% al 20%), a las pocas semanas de llegar al Go-

bierno. Cosas de la crisis. Cuando el credo de Zapatero migró de que bajar impuestos era de izquierdas, a anunciar la subida del IVA, el debate estribaba en si la medida era demasiado prematura, en si las arcas públicas podrían haber tirado un poco más de déficit para abonar la recuperación, antes de comenzar con las —siempre tan inoportunas— subidas de impuestos. Hoy el dilema es cuántas más medidas dolorosas van a ser necesarias.

El tipo general pasa del 16% al 18% y el reducido del 7% al 8%. “Una subida de este impuesto, en general, influye en la contracción del consumo y en la subida de la inflación, pero ahora la inflación es muy baja y el consumo de 2008 y 2009 ya ha sido muy bajo,

Los expertos creen que el gasto se resentirá sobre todo por los ajustes

El dilema hoy ya no es el IVA, sino qué medidas más serán necesarias

así que el efecto del IVA va a ser pequeño. Con el problema de crédito que tenemos, la medida parece más oportuna ahora que cuando se anunció”, reflexiona Alfredo Pastor, profesor de IESE y ex secretario de Estado de Economía.

Si el consumo se deprime de nuevo en los próximos meses se deberá sobre todo a los planes de consolidación fiscal —traducido: los recortes—, a la virica incertidumbre, y a cierto adelanto de las compras en la primera parte del año, en previsión de la subida del impuesto. El IVA es un factor más. Este es el diagnóstico que comparten los expertos consultados. Para Xavier Segura, jefe del Servicio de Estudios de Caixa Catalunya, “el consumo se puede contraer por la desconfianza, los recortes... El IVA no lo retraerá mucho más”. Tanto el Banco de España como muchos analistas, además, prevén que buena parte de las empresas asuman parte la subida fiscal y no caliente demasiado la inflación.

“Puede tener un impacto de seis a ocho décimas, pero no va a cambiar el patrón del consumo porque este ya ha cambiado con la recesión. La bajada de impuestos de 2008, por ejemplo, no tuvo efecto sobre el consumo, esos 400 euros se fueron al ahorro íntegros”, opina José Carlos Díez, economista jefe de Intermoney. “España tiene un problema de déficit estructural, y creer que se puede reducir sin subir impuestos es cine romántico”, espeta. España debe reducir su déficit del 11,2% en 2009 al 6% en 2011.

El Gobierno se ha apoyado en el hecho de que el IVA español es de los más bajos de Europa, solo por delante de Chipre y Luxemburgo, para justificar la subida.

El problema es que esta subida añade leña al fuego, “puede tener un efecto psicológico” en los consumidores, en palabras de José García Montalvo, catedrático de Economía Aplicada de

la Universidad Pompeu Fabra (UPF). Y, dentro de ese don de la inoportunidad que tiene toda subida de impuestos, el momento actual es especialmente delicado. Para Luis del Amo, gerente del Registro de Economistas Asesores Fiscales, "ahora, cualquier medida fiscal es procíclica, mala, tanto la subida de impuestos como la limitación del gasto. Lo valiente, en plena bonanza, hubiese sido aplicar medidas para aumentar ese superávit, pero entonces se hubiese criticado que se frenaba el crecimiento".

Juan José Rubio, catedrático de Hacienda Pública y ex director del Instituto de Estudios Fiscales (IEE), considera que el tributo al consumo crece en un mal momento, con la recuperación económica no cimentada, pero resulta necesario para embridar el déficit. "Se tendría que haber actuado sobre el gasto un año antes; y antes, haberse usado el déficit. El Estado se ha comprometido con una serie de nuevos gastos estructurales, como por ejemplo la Ley de Dependencia, basándose en unos ingresos coyunturales".

"En las épocas de expansión, cuando la demanda está disparada, es cuando debes hacer política fiscal, porque el objetivo de la política económica no es hacer que la economía crezca siempre de la forma más rápida, sino a un ritmo asumible. No puedes permitir que tu economía crezca por encima de tu productividad", agrega el profesor García Montalvo.

La subida del impuesto debuta en temporada de rebajas y con baja inflación

El Gobierno espera recaudar 5.150 millones de euros más al año

A. M.
Madrid

Las grandes cifras macroeconómicas aguardan el compás que marquen los millones de decisiones de cada animal consumidor. Si se notará la subida del IVA en el bolsillo, si se ajustarán más el cinturón, y si supone más recaudación.

» Comerciantes, a temblar.

Los economistas creen que el factor IVA queda diluido en el resto de problemas que frenan las decisiones de consumo, pero los comerciantes, que toman el pulso directo del consumidor, no están tranquilos. Para Miguel Ángel Fraile, secretario general de la Confederación Española de Comercio, "el mensaje de subir un impuesto como el IVA es negativo para la recaudación porque se manda el mensaje de que los precios suben y la gente está instalada en la compra de precio bajo".

La economía avanzó una décima de un trimestre a otro, con un alza de medio punto del gasto final de los hogares. El Gobierno mantiene sus previsiones de consumo para lo que queda de año.

» Efecto adelanto de ventas.

Fraile quita hierro al adelanto de las compras para ahorrar la subida del IVA que se conocía desde el otoño, salvo en el comercio entre empresas y en las grandes adquisiciones. Automóvil y vivienda son los sectores que han experimentado durante los seis primeros meses del año algo parecido a unos brotes verdes algo efímeros. En el caso del automóvil, la anticipación de ventas no solo se debió a la próxima subida del IVA, sino también al fin de las ayudas a la compra del automóvil, del Plan 2000-E. El pasado abril se vendieron un 40% más vehículos que en el mismo mes de 2009. Algo parecido ocurrirá con las viviendas en 2011, ya que las nuevas también pagan IVA. Las ventas de pisos nuevos subió en febrero por primera vez en dos años, hasta un 14%. En el empuje de las ventas también influye que las desgravaciones fiscales terminan este año.

» Incertidumbre en los precios.

Eroski, Mercadona, Ikea, Zara, Ford... Muchas empresas se han afanado en las últimas semanas en anunciar que no

aplicarán la subida del IVA a los precios finales de sus productos. Más allá del efecto marketiniano de la promesa, la mayor parte de analistas coincide en que, en un entorno de demanda tan débil, las compañías tratarán de asumir parte del aumento del tributo para mantener sus ventas. Además, el efecto tardará en aflorar porque la campaña de rebajas ayudará a camuflarlo. Pero precisamente el pasado viernes el Gobierno pactó con la oposición aplazar la subida de la factura eléctrica.

Intermoney considera que los dos puntos que crecerá el tipo general impactarán seis u ocho décimas en la inflación. Otras instituciones como el Instituto Flores de Lemus, de la Universidad Carlos III de Madrid, atribuyen al incremento del IVA un repunte de precios que acercaría la inflación al 2%.

En general, mientras las rebajas de los tipos impositivos produce un traslado inmediato e íntegro en forma de bajadas de precios, el efecto de las subidas se diluye mucho más en el tiempo o no se reproduce íntegramente. La última subida del

IVA, de un punto en los tres tipos en 1995, fue acompañada de rebajas en los tipos de la Seguridad Social, lo que contribuyó a contener el impacto —del entorno de un punto— en un contexto mucho más inflacionista que el actual, según un informe del Instituto de Estudios Fiscales (IEF). La subida de este año se produce en un entorno de baja inflación (un 1,8% después de meses a la baja).

» ¿Cuánto recaudarán las arcas públicas?

El Gobierno mantiene su previsión de recaudar 5.150 millones de euros adicionales gracias a la subida en un ejercicio completo y 1.900 en lo que queda de 2010. El incremento de un año completo se situaría en el 15% más respecto a los 33.573 millones recaudados por IVA en 2009. También hay que tener en cuenta el posible fraude fiscal que se produzca. La última subida, la de 1995, supuso una mejora de la recaudación del 5%. Un estudio de IESE calcula que el actual incremento del impuesto subirá entre un 10% y un 11% los ingresos por este impuesto a partir de 2010.

**TU CASA EN LA PLAYA
MÁS CERCA QUE NUNCA.**

**COMPROMISO VIVIENDA
BANCAJA 2010**

Disfrútala ya y no pagues nada a Bancaja por tu hipoteca durante 3 años.

Bancaja

www.bancajahabitat.es