

EN PORTADA



Fernando Trías de Bes
Escritor y economista

Profesor asociado de Esade,
especialista en innovación y
creatividad

“ Cuando el aumento del IVA se lo come el consumidor (la demanda), provoca un malestar por la pérdida de poder adquisitivo. Pero

cuando lo absorbe la oferta, se producen males todavía mayores”

UN BUMERÁN LLAMADO IVA



Caja de un supermercado de Mercadona en Valencia

J.M. CENCILLO

En julio está previsto el aumento del IVA (del 16% al 18% el general, y del 7% al 8% el reducido). El Gobierno estimó en su momento que esta medida proporcionaría unos 5.000 millones de euros de recaudación adicionales.

El PP se opuso, incluido amago de rebelión por parte de doña Esperanza; CiU esgrimió que no era el momento oportuno, y de ZP me quedo con dos declaraciones:

La primera, cuando afirmó que no era tan mal momento porque la inflación está en mínimos históricos. Este argumento es sangrante porque nuestra semideflación (seamos claros) no es consecuencia de un aumento de la productividad o mejora de los costes, sino de una desesperada bajada de precios de las empresas con tal de mantenerse a flote. Titular: el Gobierno sube el IVA gracias a que las empresas reducen precios para sobrevivir. Durísimo.

La segunda, cuando Zapatero declaró que algunas empresas ya habían comunicado que absorberían con sus márgenes ese aumento del IVA, dejando los precios de venta al público

como estaban. Y se congratuló: los consumidores no se verían afectados. Esto fue ratificado por el ministro Sebastián cuando a mediados de marzo estimó que tres cuartas partes de la subida del IVA no se trasladarían a los precios.

UN IMPUESTO A LA OFERTA

Cuando el aumento del IVA se lo come el consumidor (la demanda), provoca un malestar por la

El distribuidor que quiere absorber el aumento del IVA exige al fabricante parte de la rebaja

pérdida de poder adquisitivo. Pero cuando lo absorbe la oferta, se producen males todavía mayores.

Por un lado, el distribuidor que quiere absorber el aumento del IVA lo hace exigiendo al fabricante parte de la rebaja (a veces, incluso, toda). Para que un PVP final no se vea afectado, los precios deberían bajar entre un 0,9% y un 1,7% (dependiendo de si es IVA general o reducido). A

algunos les parecerá poco, pero los márgenes de contribución empresariales están muy castigados. Una eventual bajada de precios, aunque sea del 1,7%, puede afectar a la inversión y al empleo.

¿Serán casos aislados quienes absorban el IVA? No. Importantes enseñanzas que han manifestado su intención de mantener los precios finales (Mercadona, Carrefour...) son un importantísimo punto de referencia para toda la distribución en general. Sus políticas de precios afectan a muchos otros distribuidores, que se ven arrastrados a absorber el IVA, incluidos los pequeños comerciantes. Estos últimos, al no tener la misma fuerza que la gran distribución para repercutir esta absorción a los fabricantes, habrán de reducir sus márgenes.

LOS EFECTOS

Problemas empresariales aparte, la absorción del IVA por la oferta en beneficio de la demanda es buena para la gente, pero... ¡es un desastre para las arcas del Estado!

El ejercicio es sencillísimo. Suponga que quiere comprarse una tele que hoy vale 1.000 euros (precio neto sin IVA). Cuando el IVA es de 160 euros (16%), el to-

tal a pagar es 1.160 euros. Cuando se aplique el 18%, el IVA será de 180 euros y usted pagará 1.180 euros. El Estado recaudaría 20 euros más, y usted perdería algo de poder adquisitivo.

Ahora bien, si el establecimiento se propone absorber la subida del IVA y mantener el precio final de 1.160 euros, ¿qué le pasará al precio neto? Muy fácil. El ticket de compra deberá indicar: “Televisor fantástico, 983 euros”.

Si el aumento del IVA lo absorbe finalmente la oferta, ¡es un desastre para las arcas del Estado!

A renglón seguido: “IVA 18% = 177 euros”. Y la suma de ambos, “Total PVP = 1.160 euros”. La única forma de que el precio final se mantenga en 1.160 euros con un IVA del 18% es que el precio neto baje de 1.000 a 983 euros. Eso se llama deflación, y las deflaciones reducen también los ingresos del Estado. Veámoslo.

En primer lugar, el 18% de IVA de esos 983 euros son 177 euros, 3 euros menos de los 180 espera-

dos. Ya no se recaudan 20 euros más de IVA, sino 17.

En segundo lugar, está el impuesto de sociedades, cuya recaudación baja en la misma medida que los beneficios empresariales. Con tal de asegurar el mismo precio final, hemos visto que la empresa reduce el precio neto de 1.000 a 983 euros. Esta reducción del precio neto en 17 euros, bajo una productividad y costes laborales similares (que es lo que tendremos), va directa a la cuenta de explotación. 17 euros menos de beneficio, con un tipo medio del 30%-35% de impuesto de sociedades, suponen de 5 a 6 euros menos de recaudación en este concepto por cada tele vendida.

¡De los 20 euros que pretendía ganar el Estado, ya sólo quedan 11!

En definitiva, que alegrarse de que las empresas absorban el IVA es alegrarse por perder un 45% del aumento recaudatorio previsto. ¡Si el Gobierno modifica el IVA para reducir el déficit, debería preferir que las empresas no absorbiesen la subida!

Y es que los procesos deflacionarios (y la absorción del IVA por parte de la oferta lo es) reducen cualquier recaudación impositiva vinculada al nivel de precios (principalmente, IVA y sociedades). ¿En qué cuantía? Si damos por buena la proyección del ministro Sebastián, que las empresas absorberán tres cuartas partes del aumento del IVA, el ahorro previsto de 5.000 millones de euros se quedaría en unos 3.300 millones, aproximadamente.

Y esos 3.300 millones serían incluso aceptables si no fuera porque van a esfumarse íntegramente a causa de un tercer efecto: el fraude que se desata cuando se revisan al alza los tipos de gravamen del IVA.

El Sindicato de Técnicos del Ministerio de Hacienda, en octubre del 2009, publicó un informe manifestando su preocupación por este hecho. Calculaban que la crisis económica elevó el fraude en el IVA, pasando de 10.000 a 17.000 millones de euros no ingresados. Y advierten que cuando se incrementan los tipos de gravamen, el fraude suele ir a más. Si somos optimistas y el año que viene crece “sólo” en 3.500 millones (en el 2009 fueron 7.000 millones), se habrá esfumado todo lo que se esperaba ingresar de más tras subir el IVA. Si el fraude fuera mayor, lo que es bastante plausible, resultaría que con el IVA al 18% el estado ingresaría de las empresas menos dinero que con el IVA al 16%.

Utilizar el IVA para reducir déficit es peligroso porque, en tiempos de crisis, el IVA es un bumerán. Un bumerán incontrolable.