

Las grandes cadenas asumirán el IVA, el pequeño negocio se ahoga

Mercadona o Inditex apuestan por mantener precios para sostener las ventas

• ¿En qué productos sube el IVA?

Andrés R. Gavino / Esther Tejedor Fernández

Madrid 28 AGO 2012 - 21:21 CET274



Un mercado ambulante en El Alquián (Almería). / FRANCISCO BONILLA

La verdadera cuesta de 2012 no fue en enero, sino que empieza este sábado. El 1 de septiembre entrará en vigor la subida del impuesto sobre el valor añadido (IVA) y no habrá ciudadano que se libere. El alza aprobada por el Gobierno en julio fue de tres puntos para el tipo general (18% al 21%) y de dos para el reducido (8% a 10%). El superreducido, que afecta a productos de primera necesidad, libros o medicamentos, permanecerá en el 4%. Para mitigar las consecuencias del incremento, muchas grandes cadenas han anunciado que no cargarán la subida al precio final. Al menos, de momento. Algunos pequeños negocios también tratarán de mantener precios, pero necesitan compensarlo: en el menú del día, más pollo y menos ternera.

Mercadona, líder en el negocio de distribución en España, asumirá el margen del impuesto. Y fuentes de la empresa presidida por Juan Roig niegan que hayan subido los precios antes o lo vayan a hacer después para compensarlo. En el sector textil, desde que Inditex anunciara que el aumento no repercutiría en sus tiendas, otras grandes cadenas como Mango, H&M y Cortefiel se han sumado a la iniciativa.

Eroski promete que descontará la subida en productos de material escolar mientras que Carrefour, de momento, solo ha señalado que continuará con su promoción de eliminar el IVA a mayores de 65 años e Ikea mantendrá el precio en el 65% de sus productos. El Corte Inglés aún no se ha manifestado, aunque en junio ya inició una campaña con la que aseguraban que bajarían un 20% los productos más básicos.

¿Realidad o solo un reclamo publicitario?

La Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU) cree que se trata de una decisión "a muy corto plazo fruto del marketing", y la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) asegura que "será temporal y en un año la mayoría de superficies aplicará la subida en su totalidad".

Con los nuevos tipos impositivos, el IVA del pescado y la carne sube del 8% al 10%. Si un kilo de filetes de ternera cuesta 11,90 euros, en los próximos días subirá hasta los 12,04 euros. Leche, pan blanco o huevos se mantendrán en el tipo super reducido (4%) mientras que los electrodomésticos, ropa o coches suben desde el 18% hasta el 21%. La vivienda pasa del 4% al 10%.

Algunos restaurantes buscan alternativas como cambiar los platos de su carta

Los cálculos sobre el impacto en las economías familiares varían entre CEACCU y OCU. La primera calcula que será de casi 600 euros de media más al año mientras la OCU rebaja esa cifra hasta los 470 euros para una familia de cuatro miembros. Al alza de los productos de la cesta de la compra hay que añadirle los gastos de "la vuelta al cole", que se elevarán hasta los 640 euros por niño entre libros, transporte o comedor, según la OCU. No solo las compras más habituales se encarecerán. Las peluquerías, servicios funerarios y floristerías pasarán del 8% al 21%. La misma subida sufrirá el sector cultural.

En la hostelería, con una subida del 8% al 10%, las cafeterías mantendrán de momento los precios como tónica general. Pedro Antonio Gómez, propietario de un bar en Madrid, asegura que no subirá sus productos, por lo menos este sábado. "Seguiremos con los mismos precios, aunque cada vez estamos más ahogados", dice. Los encargados de restaurantes optan por diferentes soluciones. "Hay restauradores que llevan muchos años sufriendo la crisis y les resulta difícil no transferir el incremento a sus clientes; otros, sin embargo, disponen de recursos para reorientar su oferta y asumir la subida", explica Emilio Gallego, secretario general de la Federación Española de Hostelería. Una de las soluciones será modificar los platos de la carta.

Las asociaciones de consumidores creen no aplicar el tributo "es marketing"

El alojamiento también se incrementará. Con la demanda nacional asfixiada, la subida del IVA supone una nueva zancadilla para el turismo. Aunque el viajero internacional insufla aire al sector, los hostales y hoteles atraviesan momentos difíciles. Las escasas estancias de españoles se suman a la preferencia por establecimientos como albergues o camping así como la opción siempre presente de las casas de familiares o amigos. Antonio Catalán, presidente de AC Hotels by Marriott muestra su preocupación: "Vivimos una psicosis colectiva porque no se acaba de tocar fondo, estamos en el momento más complicado y la subida, que siempre es un recurso fácil para los políticos, será desastrosa".

Los negocios asumirán el aumento en los paquetes turísticos ya contratados. Las agencias de viajes, cuyo tipo sube del 18% al 21%, atraviesan un momento crítico. "No se puede penalizar a la principal industria de nuestro país", critica el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, Rafael Gallego.

La federación catalana de asociaciones de actividades recreativas (FECASARM) envió una carta al ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, para denunciar el "perjuicio irreparable" para el sector de la noche. Han calculado que el aumento, en su caso del 8% al 21%, acarreará la pérdida de unos 120.000 empleos. **Los datos de Exceltur son claros: el PIB turístico se contraerá un 1,5% este año, nueve décimas más de lo previsto antes de la subida del impuesto.**

Los recibos de luz, gas, teléfono, ADSL o agua que se reciban en septiembre ya incorporarán el aumento, aunque el suministro sea de julio o agosto. El transporte, que en términos generales sube del 8% al 10%, se verá afectado por la subida de los carburantes. La apreciación del euro y la aplicación de impuestos especiales pueden suponer un aumento de la gasolina por encima de 1,7 euros