

## Los hosteleros prevén un impacto de 2.400 millones por la subida del IVA, que traerá menor consumo

### *Europa Press*

Miércoles, 11 de Julio de 2012 - 18:05 h.

El secretario general de la Federación Española de Hostelería (FEHR), Emilio Gallego, consideró este miércoles que la subida del 8% al 10% "un mal menor", pese a ser un "fuerte incremento", ante la posibilidad de que se aplicara el tipo general, si bien reconoció que será "difícil encajar" dicha subida, que supondrá "una mayor caída del consumo", con un impacto negativo para el sector de 2.400 millones de euros.

La FEHR había advertido que cada punto de aumento del IVA en la hostelería (a la que se aplica el tipo reducido del 8%) conllevaría la destrucción un impacto negativo de 1.200 millones de euros aproximadamente.

En declaraciones a Europa Press Televisión, recordó que toda subida tiene repercusión directa en el consumo final y que un incremento de los costes se traducirá siempre "en una bajada del consumo" para un sector como el hostelero, de ocio y restauración, "muy sensible" a los aumentos de precios.

"Esperamos que la subida del IVA no se traduzca en una reducción del consumo, pero seguramente tendrá ese efecto", señaló.

En cuanto a su repercusión sobre el precio final, Gallego explicó que todo dependerá de las empresas, ya que todas no están en la misma situación, pero recordó que tras más de cuatro años de crisis, el sector hostelero ya ha "ajustado mucho" sus gastos y será "muy difícil" encajar un aumento de estas características.

Asimismo, recalcó la complejidad en segmentos como la restauración social o los paquetes turísticos, ya contratados con anterioridad, con lo que confió en que su entrada en vigor sea lo "más dilatada posible" y se retrase al 1 de enero, para que no afecte a estos productos en plena temporada turística.

En definitiva, pese a que las consecuencias de la subida del IVA sobre el sector hostelero son difíciles de medir, al ser "tan atomizado", lo que dejó claro es que supondrá "mayor caída de consumo, que afectará a la confianza de los consumidores y a su disposición del gasto, lo que tendrá efectos en algunas empresas".