



Las seis principales firmas españolas del sector no aumentarán a sus clientes el incremento de tres puntos del Impuesto sobre el Valor Añadido. / VALDIVIELSO

LA MODA, CONTRA EL IVA

Un grupo de empresas, la mayoría pertenecientes al sector textil, decide no encarecer sus productos y asumir la subida del impuesto anunciado por el Gobierno a partir de septiembre

OTR-PRESS / MADRID

Tal y como se encuentra el consumo familiar desde el comienzo de la crisis, bajo mínimos, lo último que quieren las empresas españolas es encarecer aún más los precios de sus productos. Así que, para evitar aplicar la subida del IVA anunciada por el Gobierno a partir de septiembre, varias firmas patrias han decidido asumir dicho incremento. Cadenas de ropa, libros electrónicos y taxistas comunicaron hace unos días que no harán pagar a sus clientes este aumento «en un momento de inestabilidad». Por su parte, los sectores turístico y del automóvil persisten en las dificultades que el nuevo impuesto les puede acarrear.

Las tiendas de moda de Inditex, Cortefiel, Pronovias, Mango, C&A y Calzedonia recalcaron que absorberán los tres puntos de subida en el tipo general.

Las seis firmas, que se cuentan entre las más importantes que operan en el país, informaron de que apuestan por mantener su estrategia de mercado y su estabilidad de cara al posible comprador.

Sin embargo, la patronal del comercio textil advirtió de que aunque las empresas no trasladen el incremento del impuesto a sus

precios, la medida «hará mucho daño al sector» porque bajará la renta disponible de las familias y tendrá un efecto psicológico sobre el consumidor

También, el sello digital B, B de Books avanzó hace unos días que no aplicará el sobrecoste en sus ebooks para «fomentar el rápido crecimiento que está disfrutando el libro digital en nuestro país».

Este tipo de productos ha sufrido un aumento de tres puntos, al estar gravado con el IVA más alto. No ocurre lo mismo con los de papel, que mantienen la tasa del 4%, catalogados como elementos de no muy alto valor individual.

Los taxistas, por su parte, decidieron no adoptar el nuevo impuesto en sus tarifas hasta 2013. El presidente de la Confederación del Taxi, José Antonio Arfura, advirtió de que el incremento del nivel impositivo de dos puntos, del 8 al 10%, no lo pagará el ciudadano.

En el sector de la distribución alimentaria, solo la cadena de congelados La Sirena ha realizado declaraciones al respecto. La empresa aseguró que no trasladará la subida a su gama de productos más populares.

Respecto a la restauración, la firma Pans & Company ha sido una de las primeras de su línea en

anunciar que asumirá la tasa cuando ésta se aplique.

Otros ámbitos de negocio aún no se han pronunciado al respecto de si sus precios subirán o no.

MIEDO EN EL TURISMO. Entretanto, los representantes de los hoteleros españoles persisten en sus quejas y advertencias sobre las consecuencias de la nueva medida sobre su gremio. El secretario general de la Confederación de Hoteles y Alojamientos Turísticos, Ramón Estalella, sostuvo esta semana que un incremento de dos puntos, hasta alcanzar el 10%, es un «mazazo» que frenará las ventas previstas para la temporada.

Estalella tachó la nueva medida como «nada positiva» y recalco

que la mayoría de los países europeos que compiten con España en el segmento de *sol y playa* tienen un IVA «reducido e inferior» a la cifra nacional. También destacó que, «aunque creamos que no hay que competir en precio, no nos queda más remedio, porque un alemán puede decidir ir a Grecia, Portugal, Italia, España o Francia de la misma forma».

El empresario resaltó el carácter «exportador» del sector turístico, y precisó que, si se grava, se están poniendo «aranceles». Igualmente, vaticinó que el aumento provocará un descenso en la calidad de los hoteles, y que favorecerá la economía sumergida.

Por su parte, la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur) alertó de que el volumen de actividad se contraerá un 1,5% en su primera caída desde 2009. Exceltur pondrá una bajada mucho mayor.

El vicepresidente del organismo, José Luis Zoreda, lamentó que se lastre de esta manera a la «única parcela productiva generadora de empleo», al tiempo que advirtió de que solo las pérdidas por los paquetes vacacionales ya vendidos supondrán unos 103 millones.

AUTOMOCIÓN

Hecatombe. El presidente de la Federación de Concesionarios de la Automoción, Antonio Romero Haupold, declaró hace unos días que con el aumento de tres puntos en el IVA, el sector del automóvil ha llegado al «nivel de hecatombe», ya que estaban esperando ayudas y, en lugar de eso, les «suben el impuesto hasta el 21%».