

«Si somos la locomotora ante el rescate, el IVA nos frena»

El turismo se erige en gran perjudicado por el aumento del impuesto y exige congelar la medida hasta después del verano

C. URRUTIA / S. PICCIONE / Madrid
 Hoteles, aerolíneas, agencias de viaje, concesionarios, centros comerciales... Las asociaciones empresariales de los sectores más afectados por la próxima subida del IVA alternaron ayer balances sobre el coste que tendrá en su negocio el nuevo impuesto y oferta de alternativas con las que amortiguar su impacto.

► **EL TURISMO, EN GUERRA.** La industria turística es tan importante desde el punto de vista de su contribución al PIB y a la generación de empleo como atomizada, lo que en ocasiones le resta eficacia como lobby. Ayer, se mostraba contundente al denunciar la falta de coherencia del Gobierno por etiquetar al sector turístico como una industria estratégica y aplicarle una subida de dos puntos porcentuales que «supera el límite de resistencia».

«La subida de impuestos y la de las tasas aéreas en los aeropuertos –en vigor desde el 1 de julio– se superponen sobre un sector que flotaba en la crisis pero que no puede hacerlo bajo cualquier circunstancia», explicaba el vicepresidente de Exceltur, Fernando Zoreda. «Si somos el sector locomotora del rescate no parece que con estas medidas se beneficie al único sector generador de empleo», concluyó.

Las estimaciones de esta asociación de grandes empresas turísticas pasan por que se destruirán puestos de trabajo. Si se repercute sobre el consumidor final, la caída de ingresos será superior a 2.000 millones de euros. Cada punto porcentual de IVA que se aumenta –el sector turístico cotiza con un 8%– supone un coste para la facturación de 1.003 millones de euros y 9.365 empleos menos, según estas empresas.

A pesar de todo, los empresarios del sector permanecían ayer a la ex-

pectativa de cualquier noticia respecto a la aplicación definitiva del impuesto. Su esperanza es que el Gobierno muestre sensibilidad hacia el sector y, en el peor de los casos, aplaque hasta después del verano la entrada en vigor del nuevo IVA.

► **INCENTIVOS AL AUTOMÓVIL.** Falta de acuerdo entre las asociaciones del sector en cuanto a las consecuencias que la subida del IVA tendrá para el sector del automóvil. Las previsiones van desde la caída de entre 20.000 y 25.000 unidades en lo que queda de año que estima la asociación de fabricantes Anfac, lo que dejaría el mercado en unas 720.000 unidades o menos, a la más radical de la federación de concesionarios, Faconauto, que estima que se van a perder el 10% de las operaciones de venta. En medio queda Aniacam, la asociación de importadores, que calcula que las ventas se reducirán entre un 4% y un 5%, para quedarse en las 700.000 de mercado total. Todas estas cifras muy lejanas de los casi 1,7 millones que se vendieron en España en 2006 y 2007.

Según cálculos de Faconauto, el precio medio de los coches que se venden en España se incrementará en casi 700 euros, lo que va a retrasar todavía un poco más la compra de vehículos nuevos. En cambio, los vendedores de coches usados piensan que esta circunstancia va a favorecer el que España se alinee con la media de los países europeos en cuanto al número de sus ventas respecto a las de nuevo. En España se llegaron a vender tres coches nuevos por un usado, mientras que en Europa hay países en que la relación es justo la contraria.

El disgusto del sector es doble porque hace tiempo que están presentando al Gobierno como los planes Renove, Prever y 2000 E para

la renovación del parque incrementaron la recaudación por IVA, algo que no se va a lograr con una subida fiscal que reducirá las ventas.

También se señala desde las asociaciones los riesgos de que vuelva a aumentar la siniestralidad en las carreteras, no sólo porque se acentúa un poco más el envejecimiento del parque, sino porque el IVA afecta también al precio de los repuestos y el coste de las reparaciones.

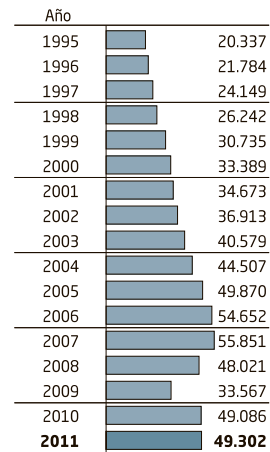
Por último, se quejan también de la rapidez de la entrada en vigor de la subida. El presidente de una de las marcas con más implantación en el mercado señalaba que con una aplicación inmediata del impuesto «nos quitan la posibilidad de ganar algo antes de que empiecen las pérdidas».

► **TRANSICIÓN EN EL COMERCIO.** El comercio detallista de alimentación reclama que se establezca un «período de transición» de 15 días para la entrada en vigor del aumento fiscal, a fin de que el sector pueda evitar «problemas de gestión» en tiendas que pueden contar con 10.000 referencias de productos. La Federación Nacional de Asociaciones Detallistas de Alimentación (Fenada) ha manifestado su rechazo a la subida del impuesto y ha expresado su convicción de que esta medida «minará el consumo», al conllevar un aumento de los precios.

► **EL TEXTIL ABSORBE LA SUBIDA.** Las grandes cadenas de moda que operan en España, como Inditex, Mango, C&A o Cortefiel, asumirán la subida del tipo general del IVA contra sus márgenes para evitar que un incremento en los precios al consumidor retraiga las ventas en un mercado que, según datos de la patronal Acotex, ha caído un 3,2% en el primer semestre y cerca de un 25% desde el inicio de la crisis.

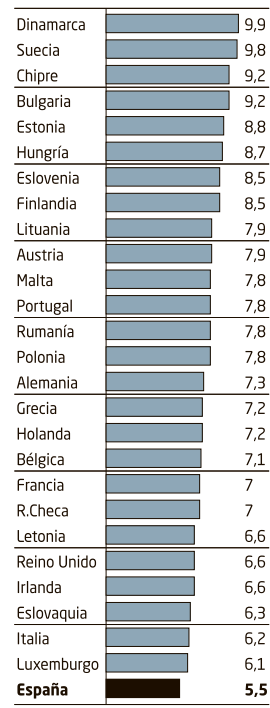
RECAUDACIÓN EN ESPAÑA

Por IVA en mill. de euros



RECAUDACIÓN EN EUROPA

Ingresos por IVA en % del PIB



FUENTE: Mº de Hacienda.

EL MUNDO