

**Aseguran que incidirá en los precios y la rentabilidad**

## Las agencias se unen para denunciar el golpe que les supondrá la subida del IVA

**HOSTELTUR • 18.03.2010**

La anunciada subida del IVA para el 1 de julio ha conseguido un hecho tan poco habitual como poner de acuerdo a todo el sector. Ayer todas las asociaciones de agencias de viajes convocaron a la prensa para trasladar su malestar por la medida. Esta protesta se suma a las manifestadas por otros actores del sector turístico español.



De izda. a dcha.: Alfonso Cuadrillero, gerente de UCAVE; Francisco Carnerero, presidente de ACAV; David Gómez, asesor de Deloitte; Rafael Gallego, presidente de FEAAY; y Pedro Fernández, director de AEDAVE.

**AEDAVE, FEAAY, ACAV, UCAVE, AMAVE y ADETURE** se pusieron de acuerdo para trasladar su rechazo al incremento del IVA, por considerar que la subida del 16% al 18% en el margen de la agencia de viajes incidirá negativamente en su rentabilidad.

Este efecto negativo en el sector de agencias es argumentado por las asociaciones en base a que, o bien supondrá un aumento de los precios que incidirán negativamente en el consumo, o bien lo asumirá la agencia para evitar subir precios, incidiendo negativamente en sus márgenes.

Las mencionadas asociaciones coinciden en que esta subida es especialmente grave, ya que se suma a los efectos de la crisis, que ha “producido sustanciales descensos de las ventas, con los consiguientes cierres de oficina y pérdidas de puestos de trabajo”, añadiendo que “bajo esta perspectiva, resultan fácilmente concebibles los efectos negativos que tendrá, a partir del próximo 1 de julio, la subida del IVA, tanto en el sector turístico como en el de las agencias de viajes”.

Un subida que será del 7% al 8% en los productos de transporte y alojamiento, y del 16% al 18% en otros conceptos, como en el margen de rentabilidad que se lleva la agencia por su labor de intermediación.

**Agravio comparativo**

En este sentido, el presidente de **ACAV, Francisco Carnerero**, considera que es “un agravio comparativo” para la agencia de viajes frente a otros sectores, y advirtió del “negativo efecto” que puede tener para “ese 50% del sector compuesto por medianas y pequeñas empresas, y también por microempresas”.

Por su parte, el presidente de **FEAAV, Rafael Gallego**, advirtió que el efecto negativo será “tanto para el sector emisor como para el receptor”, mientras que **David Gómez**, asesor de **Deloitte** y experto en normativa tributaria, incidió en “lo anómalo de esta normativa, que grava con un 16% (a partir de julio un 18%) las ventas de las agencias de viajes, frente al tipo reducido del 7% (el 8% en julio) de los hoteles o las aerolíneas”.

Todos los representantes sectoriales coincidieron también en el efecto que la subida del IVA tendrá en los precios, ya que asumirlo a costa de los márgenes es prácticamente renunciar a la rentabilidad de las ventas.

#### **Clamor de todo el sector**

Esta postura de las asociaciones de agencias de viajes se suma a las protestas manifestadas por otras voces del sector, como las de la **Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR)**, que reclamó al Gobierno que reconsidere la subida del IVA, ya que, en su opinión, es un “frenazo” al consumo y a la recuperación del sector.

Mientras que empresarios como el presidente del **Instituto de la Empresa Familiar (IEF)**, el hotelero **Simón Pedro Barceló**, advirtió ayer de que el incremento del IVA “tendrá efectos y muy negativos” sobre los resultados de las empresas turísticas, y estima que el incremento del IVA, aunque no afectará al empleo del sector turístico, sí lo hará al beneficio de las empresas, que, según dijo, se podría reducir entre el 10 y el 15 por ciento. Por su parte, el lobby Exceltur calificó de “desfavorable” la subida del IVA para el turismo, sobre todo porque todavía no se ha consolidado la recuperación del turismo, y pidió que se retrase dicho aumento.