



knowsquare .

PREPARADO POR: JAVIER GARCÍA ÁLVAREZ

12 DE SEPTIEMBRE DE 2009

CON LAS MANOS EN LOS INPUESTOS

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

Tengo un amigo que es dueño de una de las panaderías con más tradición de mi ciudad. En una sesión de deporte tuvimos una conversación muy interesante. Mi amigo estaba realmente preocupado porque la actual situación de crisis económica estaba influyendo de forma severa en sus ventas de pan y pastelería. Nunca antes había observado que “hasta en el pan, afecta una crisis macroeconómica”. Los ingresos se habían reducido de forma importante mientras que sus costes no, o al menos no en la misma proporción. Y es que una empresa no afronta despidos de forma inmediata o no puede dejar de asumir aquellos costes que no dependen de cuántas barras de pan vendas, por ejemplo el alquiler del local o la hipoteca, los seguros, los préstamos... El problema es que la panadería ha entrado en un terreno peligroso, y habitual en muchas empresas: los gastos son superiores a los ingresos. Ante esta situación, mi amigo plantea lo que cree que es una buena solución a corto plazo: subir los precios de las barras de pan y de la pastelería. Ante esto le pregunto:

- ¿crees que esto mejorará tu nivel de ingresos? Su respuesta fue afirmativa: cree que aunque venda menos, lo que se vende tendría un precio superior y, por tanto, podría al menos corregir ese desfase entre ingresos y gastos.
- Sin ser experto en masa de pan, le comenté: tienes que pensar que el precio del pan no lo marcas tú, sino la disposición a pagar de tus clientes y tu competencia. Puede suceder que si el precio es superior a lo que la clientela está dispuesto a pagar por tus productos, los ingresos no solamente no aumentarán, sino que pueden disminuir.
- Mi amigo se sorprendió, y me preguntó si yo podía estar seguro de mi afirmación. Me pidió ahondar en el razonamiento. Estuvimos haciendo un repaso a su principal competencia en la ciudad: otras panaderías de prestigio, supermercados de tamaño medio y grandes superficies a escasa distancia. Todos ofrecen pan, de diferentes precios/calidades y la clientela, y más en una época de incertidumbre, toma decisiones asumiendo diversos parámetros distintos: calidad, precio, tamaño, poder comprar pan además de otros productos, etc... Le dije que, si no ofrecía “algo más”, será difícil que le sigan comprando el mismo pan, pero más caro, de forma generalizada. Le recomendé ponerse en el papel de sus clientes y no sólo pensar en su producto.
- La conversación siguió sobre qué cosas podría cambiar en su organización: horarios, personal, optimizar los costes de transporte a los clientes, subcontratar determinadas actividades, ofrecer otro tipo de productos diferentes, invertir para mejorar sus capacidades productivas, etc. Todo eso lleva mucho tiempo, concluimos. Pero es que no se puede ofrecer lo mismo por más dinero, lo contrario sí. Hay que crear la capacidad para tratar de ajustar los costes y, sobre todo, buscar formas ingeniosas para que, aun en crisis, a la clientela le interese tu pan y tu pastelería.

Esta conversación tiene al menos dos ideas fuerza: una, subir precios no es el único mecanismo para mejorar los ingresos, porque depende de qué ofreces a cambio, del mercado, la competencia y tu situación respecto a la misma. Y dos, aunque seas una panadería, hay que buscar formas para crear valor añadido a tus recursos y trasladarlo a tus clientes. Éste es el día a día de cualquier empresa, su desafío constante, mantenerse en la brecha para no desaparecer.

Esta analogía es perfectamente aplicable al actual debate en la economía española, ¿hay que subir impuestos a las rentas más altas? El gobierno, o una parte del mismo, se están haciendo las mismas preguntas que mi amigo el panadero. Evidentemente el gobierno puede decir lo siguiente:

- Nos hemos gastado una gran cantidad de dinero en el Plan E, en estimular la economía: ayudas para la adquisición de vehículos, 8.000 millones para que los ayuntamientos hagan pequeñas obras, en el alquiler y construcción de viviendas, en infraestructuras, etc.
- Además, la crisis ha destruido 1,5 millones de empleos en un año, y hay 2,5 millones de parados más. Esto significa menos cotizantes y pagadores de impuestos (ingresos) y más demandantes de prestaciones públicas (gasto). Y a eso hay que unir el hecho de que el consumo ha caído (menos recaudación por IVA) y las empresas tienen serias dificultades para cerrar en positivo (menos recaudación del Impuesto de Sociedades).

Claramente los ingresos han caído de forma importante, y el gasto ha crecido aún más que la caída de los ingresos, por lo que el déficit está asegurado. Ante esto se cree que la solución es subir impuestos a las rentas altas, ¿por qué a las rentas altas? Porque asfixiar más a las rentas medias y bajas, las que tienen nómina y no pueden evadir ningún tipo de impuestos, sería posiblemente un gran suicidio económico. Subir impuestos a las rentas bajas y medias agravaría claramente la crisis. ¿Y a las rentas altas? A priori parece factible, pero ya se puede anticipar que los resultados serán muy modestos. Salvo en un porcentaje muy limitado, las rentas más altas coinciden con personas que poseen empresas u otros vehículos legales a través de las cuales pueden controlar qué volumen de renta cobrar y qué gastos financian con arreglo a esa renta. De hecho, las rentas altas tienen más probabilidades de evadir impuestos “jugando” con sus empresas. Algo que es totalmente legal y legítimo.

Los impuestos sirven para recaudar, pero no hay que olvidarse que son el instrumento de incentivos máspreciado que existe. La cantidad de impuestos que paga una persona puede incentivarle o no a trabajar, a consumir, a invertir, en el caso de las empresas a tener beneficios, a usar una u otra modalidad de contratos laborales, y un largo etcétera. En España, tan sólo hay un 4% de contribuyentes que declaran una renta superior a 60.000 €, pero aportan casi el 40% de la recaudación. En un contexto de ralentización en el consumo, de merma de la riqueza de las familias y de incertidumbre sobre el futuro, aumentar impuestos a esa escala de población, puede ser una mala decisión, además de poco efectiva en términos de recaudación.

El gobierno puede usar los impuestos para tratar de financiar su gasto creciente, pero posiblemente no cumpla su cometido y, a cambio, se generen una serie de efectos perversos no controlados desde el primer momento. Piense en un supuesto tenebroso: una economía en absoluta depresión con el 80% de su población en edad de trabajar en paro, en una crisis de ese estilo, ¿valdría para algo aplicar subidas de impuestos? No es que estemos en esa situación, pero al menos tenemos que buscar alternativas a la subida de impuestos, porque luego será prácticamente imposible bajarlos. Y esas alternativas pasan por las mismas a las que se enfrenta mi amigo el panadero: analizar con lupa la productividad y el impacto a corto y medio plazo de cada partida de gasto, en qué se está gastando bien y en qué no (esto implica, por ejemplo, saber si lo que queremos es gastar o invertir, que parece lo mismo pero no lo es); la productividad de los funcionarios, y evaluar la posibilidad de reajustar la plantilla (aunque ésta será una de las últimas decisiones que tomaría cualquier administración en este país). Evaluar si se están aplicando bien, en el sentido de que sean efectivas y eficientes, las desgravaciones fiscales “universales”: los famosos 400 € que suponen una pérdida de recaudación de

4.000 millones de euros, la de la vivienda, la de nacimiento de hijos, etc. También se podría revisar la utilidad y productividad de ayudas ingentes a sectores de actividad aún regulados o la efectividad de las políticas económicas. ¿Son todas las infraestructuras y ayudas igual de necesarias? Hay que crear detectores de gasto superfluo o de poco impacto y eliminarlo. El objetivo último del gobierno, en materia económica, debería ser maximizar cuántas cosas puede hacer con cada euro de ingresos.

El problema de fondo es dar por buenos dos axiomas: uno, todo gasto es necesario y, dos, además de necesario se consolida y, generalmente, no se puede bajar. Si el panadero funcionara con estos dos axiomas no sobreviviría mucho tiempo en el mercado. Y es que en términos políticos es “menos costoso” subir impuestos “a los ricos” o al consumo de determinados productos (alcohol, tabaco, gasolina...) que buscar eficiencia y productividad en el gasto. Sin embargo, o se busca esa eficiencia y esa productividad o las instituciones no tendrán todo el impacto necesario para el buen funcionamiento de las economías.

Javier García Álvarez