

El sector de bebidas con contenido alcohólico y su relevancia en la economía española

Noviembre de 2016

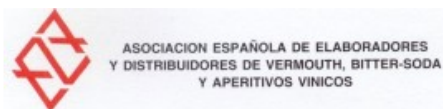


FEDERACION ESPAÑOLA
DEL VINO

Febe
Federación Española de Bebidas Espirituosas



FEDEJEREZ
federación de bodegas del marco de jerez



c/ Marqués de Villamejor, 5
28006 Madrid
Tlf.: 34-91-520 01 00
Fax: 34-91-520 01 43
e-mail: afi@afi.es
www.afi.es

Índice

1. Resumen ejecutivo.....	3
2. Introducción.....	6
2.1. Delimitación del sector de las bebidas con contenido alcohólico	6
2.1. El <i>clúster</i> de las bebidas con contenido alcohólico	7
2.1.1 Actividades agrícolas	7
2.1.2 Producción	8
2.1.3 Actividades de distribución y comercialización.....	9
3. La contribución del sector de bebidas con contenido alcohólico a la economía española	12
4. Sensibilidad del sector a cambios en la fiscalidad	17
4.1. La fiscalidad que grava el consumo de las bebidas con contenido alcohólico	17
4.2. Canales de transmisión de un incremento de la fiscalidad especial y del IVA sobre el sector de bebidas con contenido alcohólico	18
4.2.1 Canales de transmisión del impuesto especial	18
4.2.2 Canales de transmisión del IVA	21
4.3. Los efectos de la fiscalidad sobre el consumo de bebidas con contenido alcohólico. La evidencia internacional: Los casos particulares de Portugal y Dinamarca.	21
4.4. Escenarios de impacto de un incremento de la fiscalidad sobre el sector de bebidas con contenido alcohólico.....	24
4.4.1 Escenario de mantenimiento de la fiscalidad en los términos actuales.....	24
4.4.2 Escenario de incremento del impuesto especial en un 10% sobre los valores actuales y del IVA del 10% al 21% en la Hostelería.....	26
4.4.3 Balance de escenarios.....	29
5. Anexo metodológico.....	33
5.1. Metodología de estimación del peso económico del sector.	33
5.2. Metodología de simulación de escenarios	34
5.2.1 Metodología de simulación del escenario de mantenimiento de la fiscalidad en los términos actuales.....	34
5.2.2 Metodología de simulación del escenario de incremento de la fiscalidad especial en un 10% sobre los valores actuales y del IVA del 10% al 21%.	34

1. Resumen ejecutivo

- ✓ El sector de las bebidas con contenido alcohólico tiene una importancia capital en España. Las actividades que componen su cadena de valor – agrícolas, industriales y de distribución al consumidor- generan¹ un Valor Añadido Bruto (VAB) directo, indirecto e inducido que se sitúa en 39.812 millones de euros anuales (el 4% del PIB de España en 2015). Asimismo, toda la cadena de valor mencionada contribuye al mantenimiento de 740.712 puestos de trabajo (el 4,3% del empleo total) y a la recaudación impositiva de 21.013 millones de euros para las arcas públicas (el 5,8% de la recaudación impositiva total).
- ✓ Los cultivos agrícolas destinados a la industria de las bebidas con contenido alcohólico juegan un papel fundamental en la estructura económica de muchas comarcas de la geografía española. Además de los empleos directos e indirectos que generan, constituyen el medio de vida de muchas familias residentes en zonas rurales, lo que contribuye a la sostenibilidad de estos territorios por la fijación de población al territorio y su importante efecto medioambiental.
- ✓ La producción de bebidas posee un elevado efecto tractor sobre otras actividades manufactureras y de servicios. Actividades muy diversas, como la industria del vidrio, del corcho, del aluminio, las artes gráficas, la industria química y de maquinaria, la logística, la publicidad o los seguros y actividades financieras mantienen estrechos lazos con la cadena de valor de las bebidas con contenido alcohólico y especialmente con los eslabones agrario e industrial.
- ✓ Las bebidas con contenido alcohólico constituyen el input fundamental para las actividades de Hostelería y Restauración (aportan cerca de un tercio de sus ingresos totales), que son un indiscutible motor del crecimiento económico en España y de marcado carácter estratégico por su elevada vinculación al turismo, la “primera industria nacional” (con una aportación² al PIB español del 15%).
- ✓ El posicionamiento adquirido a escala mundial gracias a la diferenciación del producto español y al reconocimiento de su calidad le sitúa como uno de los sectores agroalimentarios con mayor vocación exportadora. Cerca de 4.500 empresas de todos los tamaños, formas jurídicas y orígenes geográficos están volcadas en la exportación (un 88% del total³ de empresas del sector en 2015), generando una balanza comercial⁴ netamente positiva de 2.145 millones de euros en 2015 para la economía española, cuyo déficit comercial conjunto en ese mismo año fue de 24.174 millones de euros. Además de la exportación de estos productos, su consumo en el país por docenas de millones de turistas extranjeros posiciona internacionalmente a las marcas españolas.

¹ Estimaciones realizadas a partir de la información estadístico contable del Instituto Nacional de Estadística (INE) y fuentes sectoriales.

² INE

³ Directorio Central de Empresas (DIRCE), INE (2015).

⁴ Datacomex e INE.

- ✓ En definitiva, dada la relevancia de este sector en España, cualquier política que incida en el mismo tiene una repercusión extraordinaria sobre la economía, la sociedad y el territorio de nuestro país.
- ✓ En particular, un hipotético incremento de la fiscalidad sobre la existente en la actualidad -en un sector que está participando de la recuperación económica, del empleo y del consumo de los últimos años en España- incidiría de manera especialmente negativa sobre el desempeño macro y microeconómico y la competitividad del sector. E, incluso, la recaudación, inicialmente esperada al alza a causa de dicha perturbación fiscal, ya que:
 - La recaudación total podría verse reducida, puesto que un incremento de la fiscalidad por IVA e Impuestos Especiales de las bebidas con contenido alcohólico, destinado a incrementar la recaudación, sería susceptible de trasladarse a lo largo de la cadena, afectando tanto a la viabilidad y rentabilidad de las explotaciones agrícolas como reduciendo la competitividad y la facturación del sector hostelero. Asimismo, el desvío del consumo hacia productos de menor valor añadido disminuiría, en su caso, la recaudación potencial de la fiscalidad indirecta (IVA). Los efectos sobre el VAB y el empleo acarrearían, adicionalmente, pérdidas de recaudación por todo tipo de figuras impositivas, incluidas las cotizaciones sociales.
 - Existen evidencias, tanto a escala nacional como internacional (el caso de Portugal es un buen ejemplo reciente), que muestran que la fiscalidad, a partir de un cierto umbral, es un instrumento ineficaz para reducir el consumo abusivo. El aumento de precio que genera hace que éste se desvíe hacia otros canales -como los productos de marca blanca- de menor precio y menor valor añadido, hacia el consumo doméstico o, en el peor de los casos, hacia canales de consumo menos transparentes.
- ✓ Potenciales modificaciones de la fiscalidad basadas en incrementos de la imposición indirecta podrían afectar, adicionalmente, de manera regresiva. Las personas con menor renta sufren más el incremento impositivo que las de mayor capacidad adquisitiva.
- ✓ En un escenario de mantenimiento de la fiscalidad en los términos actuales, y dada la previsión de crecimiento de la economía española para 2016 y 2017, la contribución fiscal del sector de bebidas con contenido alcohólico a las arcas públicas podría incrementarse en 1.718 millones de euros entre 2014 y 2017. Asimismo, el VAB y el empleo podría aumentar en 3.448 millones de euros y 64.061 puestos de trabajo, respectivamente, por encima de las cifras antes comentadas sobre el peso actual del sector.
- ✓ En un escenario de incremento del 10% en el impuesto especial que grava las bebidas con contenido alcohólico y del IVA de la Hostelería al 21% (desde el actual tipo del 10%) se observaría un impacto negativo en la capacidad de crecimiento de la cadena de valor del sector. Así, el efecto perseguido por la política fiscal de aumento de la recaudación por impuestos especiales e IVA a las bebidas de contenido alcohólico se vería más que contrarrestado por la pérdida de contribución

fiscal asociada a la caída general de la actividad en el resto de figuras tributarias (IRPF, IVA, Impuesto de Sociedades y Cotizaciones Sociales), tanto en la cadena de valor del producto (efectos directos e indirectos) como en el conjunto de la economía (efectos inducidos). El resultado en el primer año de aplicación sería una pérdida neta de 46 millones de euros para las arcas públicas.

- ✓ El análisis comparativo de escenarios muestra con nitidez que la mejor estrategia para maximizar la actividad económica y la recaudación fiscal del sector de bebidas con contenido alcohólico es mantener el *statu quo* fiscal actual. El balance entre ambos escenarios (mantenimiento vs incremento de la fiscalidad) refleja una diferencia de 3.977 millones de euros de VAB, de 73.879 empleos y de 709 millones de euros de recaudación fiscal que se perderían si el sector viese alterada su fiscalidad en el sentido mencionado.

2. Introducción

El sector de bebidas con contenido alcohólico tiene una relevancia muy señalada en España. Por su aportación a la actividad económica y el empleo – cuya puesta en valor es uno de los objetivos centrales de este informe- por la vertiente cultural y de tradición que arraiga en España y por su contribución a la sostenibilidad de amplios y muy característicos territorios de nuestro país.

Resulta por ello del todo necesario abordar un informe que ponga de manifiesto su valor económico y social. En este sentido, las secciones segunda y tercera contienen un análisis cualitativo y cuantitativo de sus características y de su importancia para la economía y la sociedad españolas.

No obstante, otro objetivo central del informe es estudiar la sensibilidad de la cadena de valor a cambios en la fiscalidad que le afecta, atendiendo al impacto que tendría una modificación del actual marco tributario tanto sobre el propio sector como sobre los sectores auxiliares y dependientes del mismo. A este propósito se dedica la sección cuarta, en la que se evidencia la incapacidad de una fiscalidad acrecentada sobre las bebidas con contenido alcohólico para cumplir los objetivos teóricamente perseguidos –reducción del consumo y aumento de la recaudación- dados los efectos que tendrían sobre i) los canales alternativos de venta (que eluden la carga tributaria) y ii) la competitividad de los sectores productivos que dependen en esencia de la actividad del sector.

2.1. Delimitación del sector de las bebidas con contenido alcohólico

La cadena de valor del sector de bebidas con contenido alcohólico⁵ comprende un conjunto de actividades agrícolas (producciones básicas) y de apoyo (mejora de cultivos y especies vegetales), industriales (transformación, producción y crianza) y de servicios de distribución y venta al público (consumo en el hogar y fuera de él).

Dichas actividades forman en cadena el proceso de “creación de valor”, que en cada caso – según la naturaleza y el tipo de producto final– adquiere especificidades concretas como, por ejemplo, el tipo de procesos, el tipo de actividades auxiliares o los propios canales de venta. Todo ello íntimamente ligado a los estilos de vida y manifestaciones culturales de la población. El análisis descriptivo que se presenta a continuación distingue cada uno de estos eslabones de la cadena de valor.

⁵ Las categorías de productos del sector son la cerveza, las bebidas espirituosas, el vino, la sidra y los productos intermedios.

La cadena de valor del sector de bebidas con contenido alcohólico



Fuente: Afi

2.1. El *clúster* de las bebidas con contenido alcohólico

2.1.1 Actividades agrícolas

Las actividades agrícolas vinculadas a la producción de bebidas con contenido alcohólico constituyen el principal medio de vida de muchos grupos sociales en una gran extensión de zonas rurales de la geografía española. En particular, tienen importante presencia en comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, Navarra, Asturias y La Rioja.

Las actividades de cultivo de los productos agrícolas que abastecen a la industria elaboradora constituyen el primer eslabón de la cadena de valor de las bebidas con contenido alcohólico, así como el aprovisionamiento de recursos hídricos y otros bienes y servicios afines a este eslabón de la cadena (fertilizantes, mejora de cultivos y especies vegetales, fito y zoo sanitarios, etc.).

La enorme variedad de bebidas determina asimismo la diversidad de productos de origen agrícola utilizados para la producción. Uva, cereales, remolacha, manzana o caña de azúcar son los principales productos, cuyos cultivos se extienden por toda la geografía española. El total de la producción agrícola⁶ afectada a la elaboración de bebidas con contenido alcohólico ascendió a 6,1 millones de toneladas en 2015. Para ello se precisaron más de

⁶ Se han convertido todos los productos a la misma unidad de medida (toneladas) para facilitar su agregación.

1,25 millones de hectáreas, lo que equivale a cerca de 1,8 millones de campos de fútbol⁷ o más del 2,5% del total de la superficie del territorio español.

Estos cultivos juegan un papel fundamental en la estructura económica de muchas comarcas españolas, por motivos que trascienden de lo puramente económico y se extienden a aspectos sociales y medioambientales, además de culturales. Muchos trabajadores de estos entornos dependen de las cosechas agrícolas en zonas donde no siempre existen cultivos alternativos y la práctica totalidad de la economía local depende de este tipo de cultivos. Es por ello que una fórmula recurrente en el sector es la creación de cooperativas agrarias.

Los cultivos⁸ agrícolas relacionados con este sector se extienden por todo el territorio nacional. No obstante, las regiones donde mayor superficie se dedica al cultivo destinado a la producción de bebidas son Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón. Sin embargo, en términos relativos, en Navarra, Asturias y La Rioja, donde la superficie total es menor, las hectáreas destinadas a dichos cultivos representan un alto porcentaje del territorio y una parte fundamental de su actividad económica.

Dichas producciones, se encuentran supeditadas, en muchas ocasiones, a las condiciones meteorológicas (lluvias, nevadas, sequía, etc.) lo que confiere incertidumbre e inestabilidad a la actividad y una gran dificultad para mantener el necesario equilibrio entre producciones y ventas. Además desde el punto de vista medioambiental, estos cultivos se constituyen en España como actividades especialmente adaptadas y rentables, además de cómo un activo paisajístico de gran importancia para el mantenimiento de zonas rurales y creciente protagonismo en la extensión del turismo hacia el interior peninsular, permitiendo arraigar población a territorios de ámbito rural.

Por último, al margen de la propia producción agrícola, estas actividades mantienen estrechas relaciones intersectoriales con actividades también agrícolas e industriales -como la industria química (producción de levaduras, fertilizantes, productos fito y zoo sanitarios etc.), las actividades de investigación y desarrollo, laboratorios, la industria de consumibles (envases y otros), equipamientos y maquinaria- así como otros servicios como seguros, servicios financieros, gestión de residuos, etc.

2.1.2 Producción

La industria de bebidas con contenido alcohólico constituye el engarce entre las actividades agrícolas y la distribución y venta de estas bebidas al consumidor final. Además, posee un elevado efecto tractor sobre otras actividades manufactureras y de servicios, por lo que su actividad es crucial para el sostenimiento económico de un conjunto amplio de poblaciones urbanas y rurales.

Las actividades de elaboración de bebidas constituyen el engarce entre la producción agrícola y la distribución y venta al consumidor final. En España, existen alrededor de 12.500 centros de producción de todo tamaño y estructura societaria repartidos por todo el territorio nacional, aunque se sitúan en su mayor parte en Galicia, Andalucía, Madrid y Cataluña.

⁷ Se toma como referencia las dimensiones de un campo de fútbol *standard* de 105x68 metros.

⁸ Avances de superficie y producción de cultivo, MAGRAMA (Diciembre 2015) <http://www.magrama.gob.es/>

Entre los productores de bebidas se encuentran desde operadores de gran tamaño hasta pequeñas empresas de tradición familiar.

La producción posee un elevado efecto tractor sobre otras actividades manufactureras y de servicios. Mantiene una estrecha relación con otras ramas productivas que les proporcionan los materiales necesarios para el envasado – papel, corcho, vidrio, aluminio – o para la propia producción, como por ejemplo, los equipamientos necesarios para la fermentación y destilación, el almacenamiento o el embotellado. Asimismo, los servicios de artes gráficas, publicidad, financieros, inmobiliarios y de seguros también son suministradores de primer nivel de la industria. Cualquier incidencia desfavorable que afectase a este eslabón de la cadena -como una subida de impuestos- conllevaría un impacto negativo sobre una amplia serie de subsectores que dependen de esta industria.

Por otra parte, el posicionamiento adquirido a escala mundial gracias a la diferenciación del producto español y al reconocimiento de su calidad le sitúa como uno de los sectores agroalimentarios con mayor vocación exportadora. Cerca de 4.500 empresas de todos los tamaños, formas jurídicas y orígenes geográficos están volcadas en la exportación (un 88% del total⁹ de empresas del sector en 2015), generando una balanza comercial¹⁰ netamente positiva de 2.145 millones de euros en 2015 para la economía española, cuyo déficit comercial conjunto en ese mismo año fue de 24.174 millones de euros.

Su actividad, por último, es crucial para el sostenimiento económico de un conjunto amplio de poblaciones urbanas y rurales. Además, el posicionamiento adquirido a escala mundial gracias a la diferenciación de producto y al reconocimiento de calidad le confiere un carácter altamente estratégico para la economía y la sociedad españolas.

2.1.3 Actividades de distribución y comercialización

Las bebidas con contenido alcohólico constituyen uno de los inputs fundamentales para las actividades de Hostelería y Restauración, que son un indiscutible motor del crecimiento económico en España y actividades estratégicas por su elevada vinculación al turismo.

Los últimos eslabones¹¹ de la cadena de valor del sector son las actividades de distribución y comercialización, que consisten en la aplicación de un margen sobre el precio del producto suministrado por la industria para su venta al consumidor final. Dicho margen depende en buena medida del canal de distribución – Hostelería y Restauración (HORECA) y comercio – así como de la competencia existente.

Del total de litros¹² consumidos de bebidas con contenido alcohólico en 2015, alrededor del 57% se consume en los hogares, mientras que el otro 43% restante corresponde al canal HORECA. No obstante, esta distribución cambia significativamente cuando se realiza en términos de valor económico en euros de las ventas de ambos canales. Así, cerca del 75%

⁹ Directorio Central de Empresas (DIRCE), INE (2015).

¹⁰ Datacomex e INE.

¹¹ De manera intermedia, existe otro eslabón, que es la principal actividad que une la fabricación de bebidas y su venta al público que es el transporte y la logística, pero que por razones de simplicidad se suponen actividades auxiliares de la cadena y no dentro del propio sector.

¹² Informe del consumo de alimentación en España 2015, MAGRAMA

del total del consumo (en euros) se realiza en el canal HORECA, mientras que el otro 25% correspondería a los hogares.

Las bebidas de contenido alcohólico constituyen, además, uno de los inputs fundamentales para las actividades HORECA, que son un indiscutible motor del crecimiento económico en España y actividades estratégicas por su elevada vinculación al turismo, la “primera industria nacional”. Efectivamente, el sector turístico es uno de los pilares de la economía española: representó un 15% del PIB y del empleo total de 2015, sensiblemente por encima del promedio mundial (10% del PIB y 9% del empleo).¹³ España está consolidado como referente a escala mundial en este sector pues, en 2014, fue el tercer país en afluencia de turistas internacionales, con 65 millones de visitas, tan solo superado por Francia y EE. UU. Además, registró una tasa de crecimiento del 7,1%, superior a la de sus competidores directos (0,1% en Francia, 1,8% en Italia o 6,8% en EE.UU.) y a la del turismo mundial (4,3%), incrementando así su cuota de mercado del total mundial.

La buena marcha del sector turístico español se encuentra muy vinculada con su elevado grado de competitividad internacional, como muestra el hecho de que España ocupe el primer lugar en el *ranking* de competitividad turística y de viajes del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés). Dicho *ranking* evalúa el desempeño de los distintos países en 14 categorías. Si bien es cierto que a nivel global la principal ventaja de España se encuentra en la infraestructura y en los recursos naturales y culturales, a nivel local, comparado con otros destinos maduros similares -Francia, Italia, Alemania o Reino Unido- el turismo en España goza de una elevada competitividad-precio¹⁴.

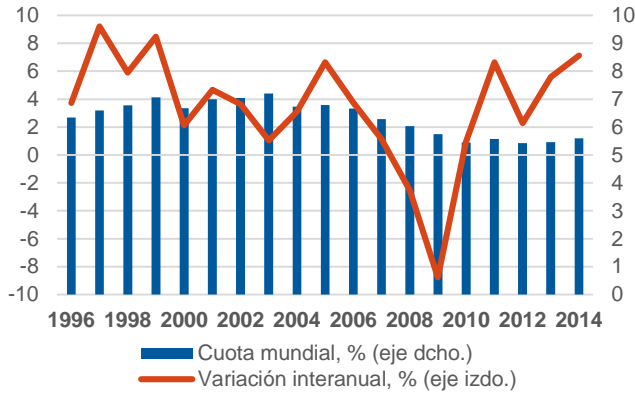
Dado el elevado peso que representan los viajes con motivo de ocio y de vacaciones, tanto a nivel global (70%) como, y especialmente, en España (más del 80%), un incremento en los precios de las bebidas con contenido alcohólico podría tener un gran impacto en la competitividad de las actividades más representativas de la oferta turística, como son la Hostelería y Restauración. En este sentido, los turistas internacionales son importantes consumidores de este tipo de bebidas, a las que destinan alrededor del 13% de su presupuesto¹⁵. Es por ello que, en el corto plazo, estos efectos presentarían una magnitud considerable a escala nacional y serían especialmente intensos en ciertas regiones. El turismo por motivo de ocio se encuentra muy polarizado en el litoral mediterráneo -concentrando entre un 70% y un 80% del gasto turístico total de la región- y en las comunidades insulares, donde supone más del 92%, a diferencia del 54% que representa en el resto de CC. AA.

¹³ Los datos provienen de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Según la Cuenta Satélite del Turismo de España (INE), el peso del turismo en España sería del 11% del PIB y 13% del empleo. Las diferencias entre ambas estimaciones se deben a las distintas métricas utilizadas en el cálculo de los efectos indirectos e inducidos.

¹⁴ En el gráfico, la línea negra se corresponde con Europa y el Cáucaso, por lo que incluye países emergentes donde los precios son muy bajos pero que no compiten con España.

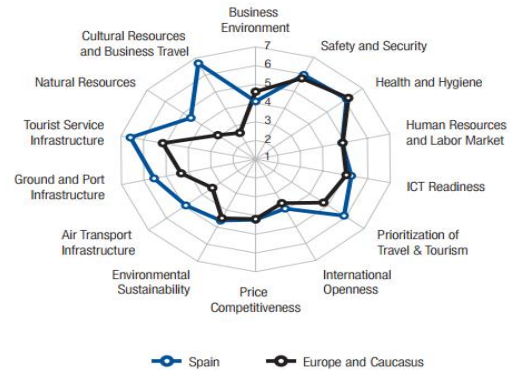
¹⁵ Informe Económico del Sector, FEBE 2015.

Llegadas de turistas a España: cuota mundial y crecimiento anual.



Fuente: Afi a partir del Banco Mundial.

Índice de competitividad turística.*



Fuente: Afi a partir Foro Económico Mundial.

* El índice toma valores del 1 al 7, que corresponden al peor y al mejor registro respectivamente.

Adicionalmente, dichos efectos pueden amplificarse en el largo plazo, puesto que una subida de impuestos en este sector reduciría los márgenes empresariales. Esto resulta de gran importancia en un entorno tan dinámico como es el sector turístico, dónde la competitividad en precio es imprescindible para poder resistir el envite de los países emergentes, que están ganando cuota de mercado a los destinos maduros. Pero, además, la reducción de los márgenes dificulta que se mantengan los niveles de inversión e innovación que posibilitan que el sector turístico español continúe a la vanguardia. Una subida de los impuestos especiales y del IVA a las bebidas con contenido alcohólico podría reducir los ingresos por turismo en el futuro y, como se expone en la sección cuarta, los efectos negativos sobre el empleo y la actividad económica mitigarían, e incluso podrían revertir, las ganancias esperadas asociadas a la mayor recaudación por estas figuras impositivas.

Según datos de la Federación Española de Hostelería, cerca de un tercio de los ingresos de la hostelería¹⁶ proceden de la venta de bebidas con contenido alcohólico, lo que indica la enorme importancia de este *input* para la oferta hostelera.

Por último, varios estudios¹⁷ han tratado de poner cifras a la sensibilidad de la demanda turística a cambios en los precios en España. Si bien es cierto que dicha sensibilidad depende del origen del turista –nacional o extranjero– los resultados apuntan a que existe una relación significativa entre subidas de precio y cambios en la demanda, medida tanto en términos de entrada de turistas como en el gasto de los turistas (agregado y por turista). Así, un incremento de un 1% en el precio medio de la cesta turística tendría como resultado una disminución de más del 1,25% el gasto total de los turistas procedentes de Reino Unido (Li, G., Wong, K. F., Song, H., & Witt, S. F., 2006). Por otro lado, otro estudio (Muñoz, 2007) ha cifrado en un 2,2% la reducción de la entrada de turistas procedentes de Alemania que podría derivarse ante un incremento de un 1 punto porcentual en el IPC turístico.

¹⁶ Ponderados según importancia del tipo establecimiento hostelero.

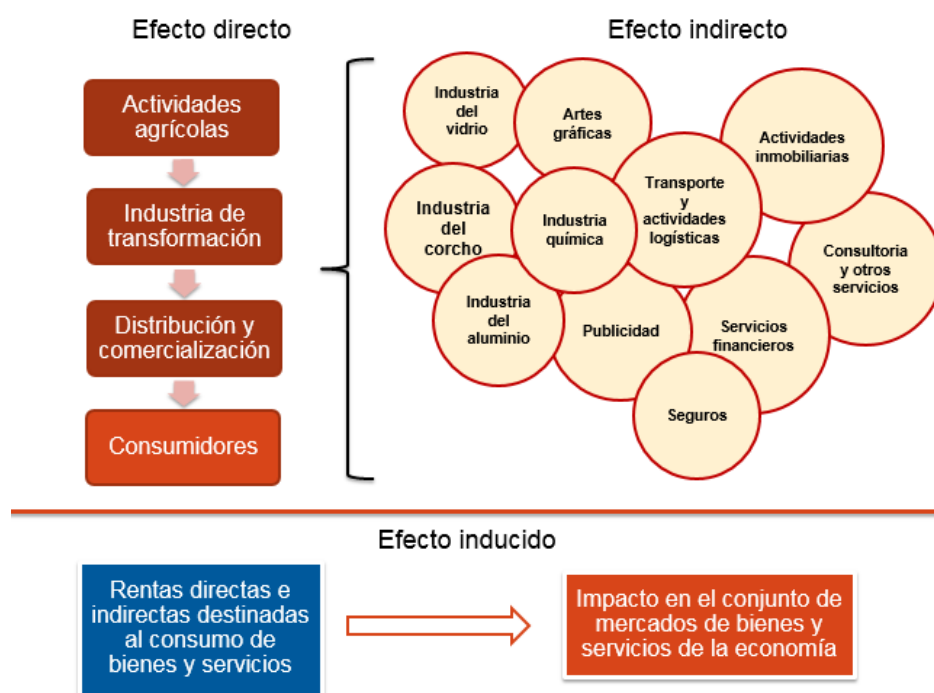
¹⁷ Li, G., Wong, K. F., Song, H., & Witt, S. F. (2006). Tourism demand forecasting: A time varying parameter error correction model. *Journal of Travel Research*, 45, 175-185.

Muñoz, T. G. (2007). German demand for tourism in Spain. *Tourism Management*, 28, 12-22.

3. La contribución del sector de bebidas con contenido alcohólico a la economía española

El objetivo de esta sección es presentar la contribución de la cadena de valor del sector de bebidas con contenido alcohólico al Valor Añadido Bruto¹⁸ (VAB) y al empleo¹⁹ de la economía española. No solo por medio de la aportación directa – **efectos directos**- de cada uno de los eslabones que componen la cadena sino de toda la “cadena auxiliar” de actividades -ambas descritas en el apartado 2– dedicadas al suministro de bienes y servicios necesarios para la propia producción de bebidas con contenido alcohólico. Estos últimos se conocen como **efectos indirectos**.

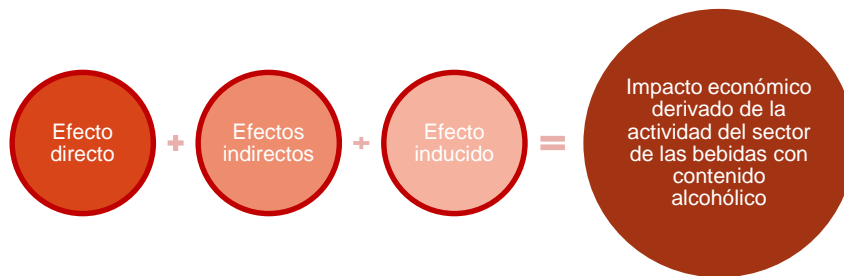
Adicionalmente, se añade el impacto económico que resulta del uso de las rentas generadas de manera directa e indirecta, cuando los trabajadores de esa cadena ampliada del sector satisfacen sus necesidades de consumo de bienes y servicios en la economía (entre las que también se encuentra el propio consumo de bebidas con contenido alcohólico, lo que en ese caso describe una cadena circular). Esta última secuencia de impactos es lo que se conoce como **efectos inducidos** (para mayor detalle, ver metodología en el anexo).



Fuente: Afi

¹⁸ Datos procedentes de fuentes oficiales y sectoriales. Concretamente, a partir de la Encuesta Industrial de Empresas del INE, Cerveceros de España, el OEMV y FEBE.

¹⁹ Datos obtenidos de la Encuesta Industrial de Empresas, Encuesta de Población Activa (EPA)



Fuente: Afi

La suma de los efectos directos, indirectos e inducidos se sitúa en 39.872 millones de euros, lo que supone alrededor del 4% respecto del total del PIB de la economía española en el año 2014 (el año base de nuestras estimaciones). En términos de empleo, la contribución global es de 740.746 puestos de trabajo, que supone, por otra parte un 4,3% del total de los ocupados de ese mismo año. Por otro lado, la aportación a las arcas públicas de impuestos – Impuestos especiales, IVA, cotizaciones sociales, IRPF e impuesto de sociedades – se estima en alrededor de 21.000 millones de euros, lo que representa el 5,8% de la recaudación total de las administraciones públicas españolas en 2014. Estos datos ponen de manifiesto la elevada intensidad en mano de obra del sector, así como su notable capacidad recaudatoria.

Contribución (anual) total a la actividad, el empleo y la hacienda pública



Fuente: Afi a partir de INE y fuentes del sector.

Las actividades agrícolas generaron un VAB directo, indirecto e inducido de 4.085 millones de euros en 2014. En términos de empleo, dicha aportación fue de 97.000 empleos.

La industria de transformación produjo un VAB directo de 2.134 millones de euros, suscitando en su cadena de proveedores un impacto indirecto de 4.255 millones de euros. En total, añadiendo los efectos inducidos, contribuyó en más de 9.000 millones de euros a la economía nacional. El número total de empleos ascendió hasta los 158.615 trabajadores.

Las actividades de distribución –bares y cafeterías, locales de ocio, restauración, supermercados y comercio especializado – constituyen el eslabón de mayor impacto directo. En conjunto, la aportación es de 26.781 millones de euros. En términos de empleo, la aportación fue de 485.130 empleos, es decir, más de la mitad de lo generado por el total de los sectores.

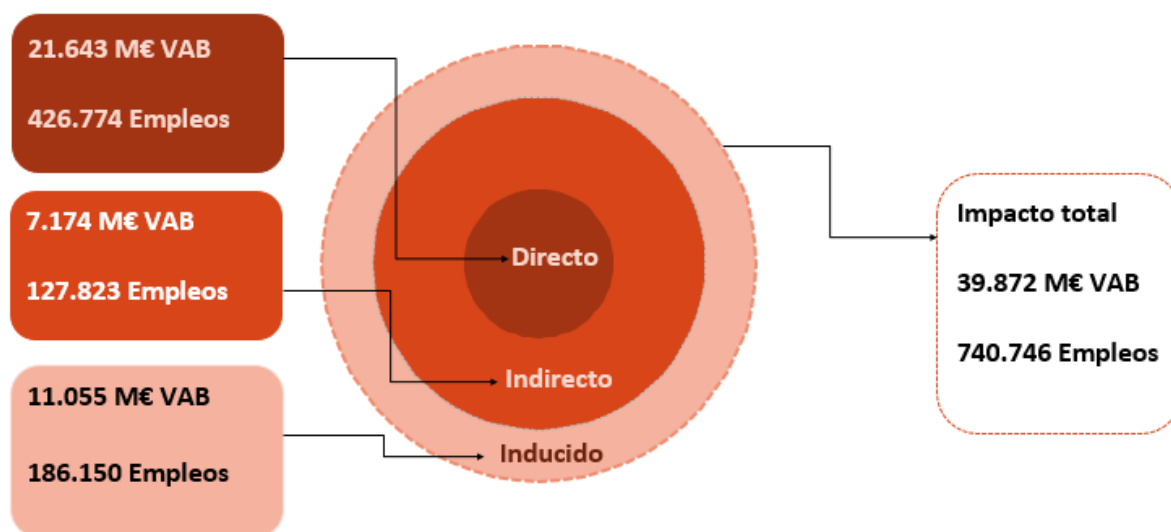
Según los datos de Contabilidad Nacional que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), el peso del sector de fabricación, venta y reparación de vehículos a motor se encuentra cercano al de bebidas con contenido alcohólico (21.643 millones de euros de aportación al VAB frente a los cerca de 23.000 millones de euros que aporta el clúster automovilístico).

Contribución (anual) por eslabones de la cadena de valor

	Valor Añadido Bruto (Millones de euros)	Empleo (Puestos de trabajo)
Actividades agrícolas	Directo 2.027	Directo 58.630
	Indirecto 1.283	Indirecto 25.335
	Inducido 774	Inducido 13.037
	Total 4.085	Total 97.001
Industria de transformación	Directo 2.134	Directo 34.110
	Indirecto 4.255	Indirecto 80.431
	Inducido 2.617	Inducido 44.074
	Total 9.007	Total 158.615
Distribución y comercialización	Directo 17.482	Directo 334.034
	Indirecto 1.635	Indirecto 22.057
	Inducido 7.683	Inducido 129.039
	Total 26.781	Total 485.130
Total	39.872	Total 740.746

Fuente: Afi a partir de INE y fuentes del sector.

Contribución (anual) de la cadena de valor por tipo de impacto. 2014



Fuente: Afi a partir de INE y fuentes del sector.

Según los datos publicados por la Agencia Estatal Tributaria²⁰, la recaudación total de impuestos especiales sobre bebidas de contenido alcohólico fue 1.054 millones de euros en 2014, lo que implica un aumento del 6% respecto a 2013. Esto supone el 0,6% del total de la recaudación fiscal de 2014.

²⁰ Informe Anual de Recaudación Tributaria en 2014, AEAT.

4. Sensibilidad del sector a cambios en la fiscalidad

El objetivo de la presente sección es describir y cuantificar el impacto que tendría sobre la cadena de valor de bebidas con contenido alcohólico un incremento de la fiscalidad. Para ello, en primer lugar, se describe de manera sucinta la fiscalidad que soportan las bebidas con contenido alcohólico.

En segundo lugar, se analizan los canales de transmisión de la fiscalidad y la racionalidad del impacto que generan en el sector. Asimismo, se exploran las diferentes casuísticas que pueden suceder en estos casos.

Por último, se construyen dos escenarios de simulación de la fiscalidad y se presentan los respectivos impactos asociados en términos de actividad económica, empleo y recaudación.

4.1. La fiscalidad que grava el consumo de las bebidas con contenido alcohólico

La fiscalidad de las bebidas con contenido alcohólico en España, y en la generalidad de los países desarrollados, se compone de dos figuras impositivas: el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el Impuesto Especial (IE).

- ❖ El IVA es un impuesto comúnmente aplicado a los bienes y servicios que, en cascada, acaba incidiendo en todas las actividades finales e intermedias que participan en su producción. Es el impuesto por excelencia en la Unión Europea, que tiene competencias avanzadas de armonización sobre el mismo, y tiende a ser elevado salvo para artículos y servicios considerados de necesidad o utilidad social, si bien existe una amplia variedad de casos y tipos en los diferentes países. En la medida en que sus elevados tipos, cuya incidencia se reparte entre los consumidores finales (menor poder adquisitivo de sus rentas) y las empresas (menores márgenes), en función de la sensibilidad de la demanda de los primeros y del poder de mercado de las segundas, el IVA causa preocupaciones muy variadas. Desde su efecto disuasorio sobre el consumo hasta su efecto contra la competitividad de las empresas, ambos causados por la repercusión ineludible del impuesto sobre los precios o los márgenes, sin contar con la también ineludible incidencia sobre la cantidad ofertada y demandada de bienes y servicios y su derivada sobre el empleo en los sectores afectados.
- ❖ Por su parte, los IE sobre las bebidas con contenido alcohólico, que acompañan a impuestos similares sobre otros grupos de bienes, como el tabaco, los hidrocarburos o la electricidad, son también parte muy relevante de la fiscalidad. Los argumentos que suelen utilizarse para justificar estos impuestos especiales son de diversa índole. El motivo básico que fundamenta su aplicación es la eficiencia de los mismos, puesto que este tipo de consumo presenta, a priori, una menor sensibilidad de la demanda a cambios en los precios y por consiguiente permiten minimizar la distorsión de las decisiones de los agentes del mercado. Por otro lado, proporcionan una fuente estable y sustantiva de ingresos tributarios (y por tanto son más predecibles). Al tiempo que pueden usarse para mitigar las externalidades negativas relacionadas con la salud pública en que puede derivar el consumo excesivo de alcohol.

4.2. Canales de transmisión de un incremento de la fiscalidad especial y del IVA sobre el sector de bebidas con contenido alcohólico

4.2.1 Canales de transmisión del impuesto especial

El incremento de la fiscalidad especial recae directamente sobre la industria de fabricación de bebidas, pudiendo ser i) trasladado vía precios (río abajo) hacia las actividades de distribución – supermercados, bares y restaurantes y locales de ocio – ii) repercutido hacia atrás (o río arriba) en la cadena de valor hacia los agricultores – que perciben una menor retribución por sus productos – o iii) internalizado por la propia industria, que automáticamente reduce sus márgenes empresariales.

Lógicamente, la respuesta de las empresas a esta nueva fiscalidad puede ser mixta, dependiendo del producto concreto y de otras características específicas de cada mercado en cuestión.

i) Efecto de la traslación del impuesto especial a la distribución

Las actividades de distribución pueden seguir dos estrategias para afrontar el traslado de los impuestos especiales:

a) Mantener los precios finales de las bebidas con contenido alcohólico

La subida fiscal incide directamente sobre los márgenes empresariales de las empresas, puesto que el resto de costes de explotación – fundamentalmente los salarios de los trabajadores – se mantienen rígidos, al menos en el corto plazo. De esta forma, puesto que tanto la demanda de bebidas se mantiene estable – no hay variación en los precios – las empresas ven reducidos beneficios, lo que induce a los empresarios a cesar en su actividad o a reducir sus inversiones, con la subsiguiente pérdida de VAB y empleo.

b) Incrementar los precios de las bebidas con contenido alcohólico

Si las empresas deciden adoptar la estrategia de trasladar a los precios finales de las bebidas la cuantía del impuesto, la evidencia empírica sugiere que los consumidores responden a la elevación de los mismos reduciendo menos que proporcionalmente a la subida del impuesto su consumo de bebidas con contenido alcohólico. Sin embargo, mientras el consumo total en volumen se ve poco modificado, se produce un cambio en el canal y en la composición del consumo, que distorsiona las decisiones naturales de los agentes e impacta negativamente en la actividad.

- ✓ Los consumidores se ven incentivados a sustituir el canal de distribución, optando en mayor medida por adquirir productos para el consumo en el hogar en detrimento del canal HORECA.
- ✓ Por otra parte, también sustituyen su consumo por productos de menor precio o categoría, en detrimento de aquellos de mayor valor añadido o mayor precio.

El efecto combinado de la sustitución del canal y del patrón de consumo se traduce en una reducción en el valor añadido de la actividad, que lleva aparejada una menor necesidad de trabajadores y una menor recaudación asociada -en la medida en que la base de aplicación del IVA se ve reducida- sin que por ello se vea particularmente afectado el consumo global.

ii) Efecto de la repercusión del impuesto especial hacia los productores agrícolas

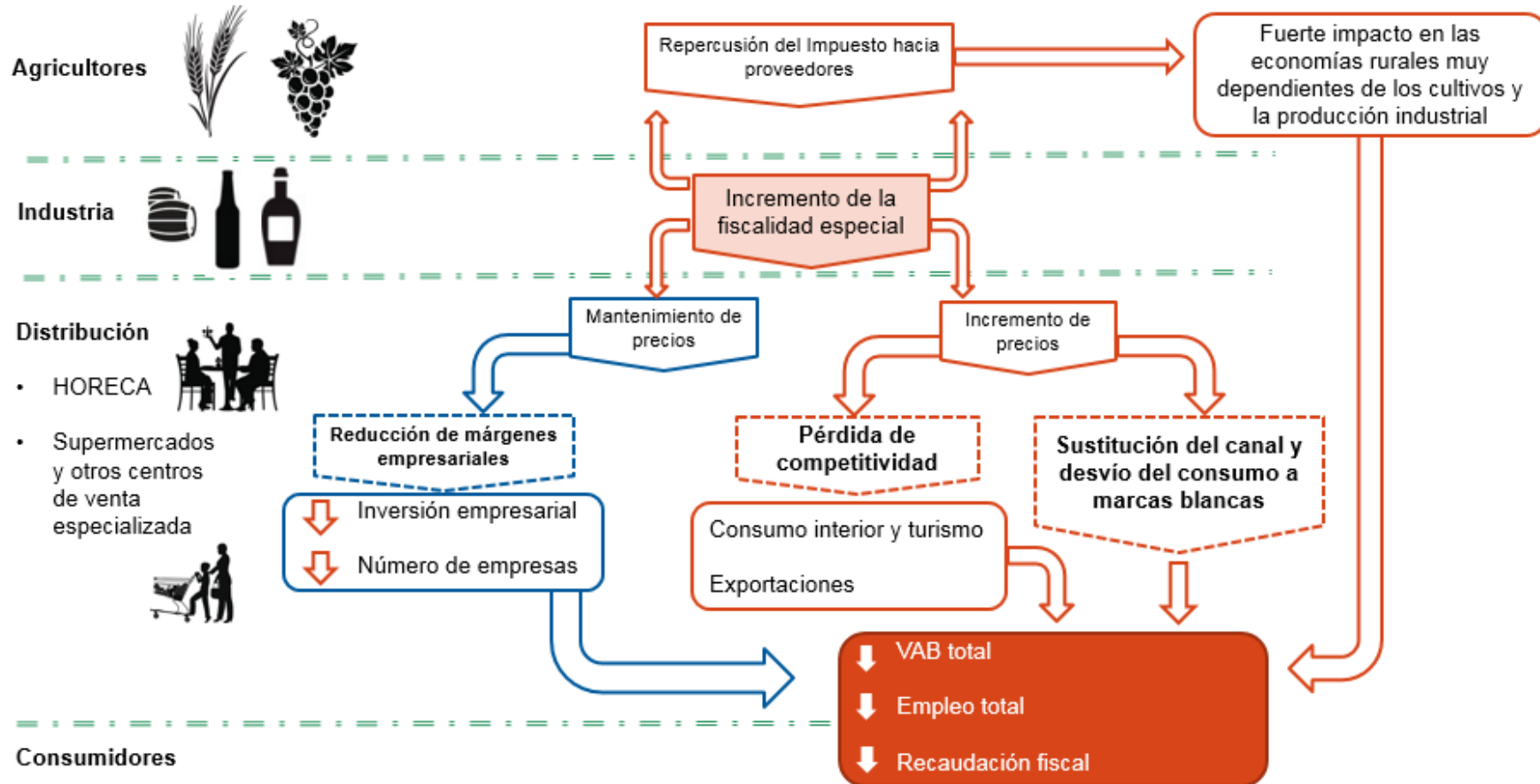
En aquellas situaciones en que la industria se ve imposibilitada para repercutir el impuesto especial sobre la distribución, éste se traslada a los productores agrícolas a través de menores precios pagados por las materias primas. Es decir, el incremento de los costes derivado de la mayor fiscalidad se ve compensado por las mejores condiciones de suministro de materias primas, permitiendo así la sostenibilidad de la industria.

Para los productores agrícolas, cuyos márgenes empresariales son ajustados debido a la fuerte competencia existente, la reducción de los precios percibidos afectaría directamente a su rentabilidad, lo que podría conllevar la insostenibilidad de las explotaciones y desincentivar la actividad.

iii) Efecto de internalizar el impuesto por la propia industria

La internalización del impuesto por parte de la propia industria se traduce en un menor margen empresarial para la actividad, lo que reduce las expectativas de beneficios y merma su capacidad de inversión.

En resumen, las distintas casuísticas y las posibles estrategias seguidas por los productores inducen necesariamente a una reducción de la actividad, el empleo y la recaudación fiscal total del sector. Los “canales de transmisión” del *shock* fiscal sobre el sector se representan en el siguiente diagrama.



Fuente: Afi

4.2.2 Canales de transmisión del IVA

El IVA es un impuesto que recae sobre cada una de las fases de la cadena de valor, y es trasladado a lo largo de la misma en cascada hasta la distribución final, que es el eslabón que liquida la totalidad del impuesto y lo traslada a los consumidores finales. La recaudación por IVA depende esencialmente del tipo nominal y de la base imponible sobre la que se aplica el tipo.

El IVA aplicado a los bienes producidos por los elaboradores de bebidas con contenido alcohólico es el 21% en todos los casos. Mientras el productor vende sus productos al 21% a la distribución – con independencia de que se dirija al canal minorista o al canal HORECA- el consumidor final soporta un 21% si realiza su consumo a través del canal minorista y el 10% si lo hace a través de HORECA.

La base imponible es el valor añadido más los impuestos a la producción, es decir, el valor final del producto o servicio asociado de que se trate, incorporados otros costes diferenciales. En este sentido, aquellos productos y servicios de mayor valor añadido serán susceptibles de generar una mayor recaudación que aquellos de menor valor añadido. Así, el valor añadido de los productos de mayor calidad y que llevan aparejado un servicio complementario son los que mayor retorno fiscal generan. Por su parte, los productos de menor calidad –marcas blancas- y que son adquiridos mediante el autoservicio son generadores de menor recaudación. Este aspecto es crucial para entender el mecanismo de ajuste del sector ante cambios en la fiscalidad.

Por otra parte, potenciales modificaciones del tipo del IVA, al ser un impuesto proporcional, podrían afectar a aquellos segmentos sociales de menor renta, es decir, un efecto regresivo en la distribución de la renta.

La incidencia del IVA, así como de cualquier impuesto que grave el consumo de bienes, tiene un efecto negativo sobre el valor de la demanda y la cantidad consumida (dependiendo en cada caso de la sensibilidad del consumo). La cadena de efectos que supondría un incremento de la fiscalidad del IVA se traduce en un impacto para toda la cadena de valor. Los agentes siguen, en esencia, la misma lógica de internalizar o trasladar los efectos del impuesto, y ello repercute siempre negativamente sobre el desempeño de la cadena de valor en su conjunto. No obstante, dependiendo de cuál sea el caso concreto de que se trate, los efectos podrán ser relativamente más intensos en determinados eslabones de la cadena.

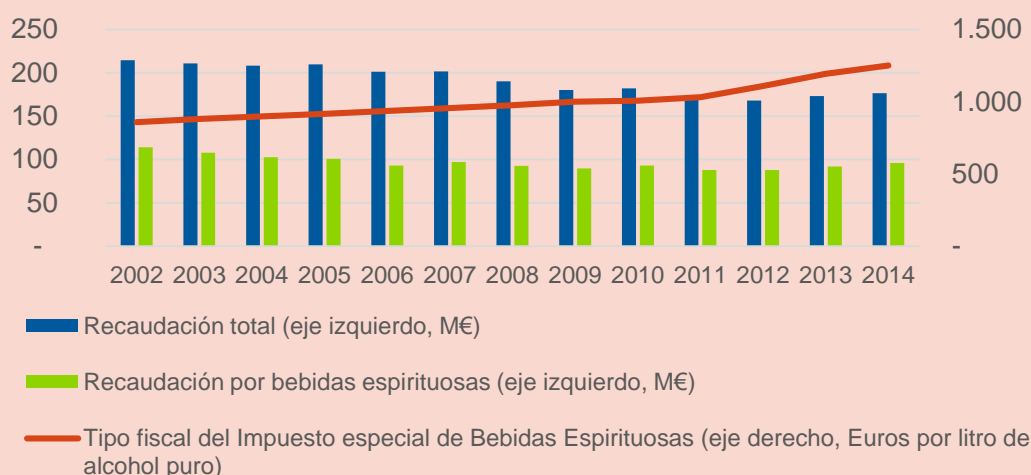
4.3. Los efectos de la fiscalidad sobre el consumo de bebidas con contenido alcohólico. La evidencia internacional: Los casos particulares de Portugal y Dinamarca.

Existe evidencia de que la fiscalidad que grava las bebidas con contenido alcohólico, a partir de un cierto umbral, es un instrumento ineficaz para reducir el consumo abusivo. Así Ello se debe a que el aumento de precio que genera hace que éste se desvíe hacia otros canales, como los productos de marca blanca -de menor precio y menor valor añadido- el consumo doméstico o, en el peor de los casos, canales de consumo menos transparentes. A continuación se explora el caso particular de Portugal y Dinamarca.

El impacto de la subida de los impuestos especiales y del IVA de las bebidas en Portugal

El caso de Portugal es muy elocuente. Entre 2001 y 2014, los tipos fiscales de los impuestos especiales sobre las bebidas con contenido alcohólico aumentaron en un 43%. No obstante, los ingresos totales por impuestos especiales asociados se redujeron en un 30%, evidenciando la incapacidad de dicho instrumento para aumentar la recaudación.

Evolución de la recaudación por impuestos especiales y del tipo del impuesto especial de Bebidas espirituosas. (2002-2014)



Fuente: Afi a partir de Spirits Europe y Eurostat

El gráfico anterior evidencia que los tipos de los impuestos especiales han superado con creces su punto óptimo, dando lugar a un claro “efecto Laffer”. Una explicación para esto es que los consumidores, en particular aquellos que realizan un consumo moderado (que constituyen el grueso del total, y son más sensibles a los cambios de precios) reducen en mayor medida su consumo o se desvían a productos de menor valor añadido. El consumo en litros ha disminuido desde 347 a 232 millones de hectolitros en este periodo

Una reducción de los impuestos especiales permitiría incrementar los ingresos de las arcas públicas, por el aumento del consumo de bebidas y de la recaudación impuestos especiales e IVA. Asimismo, la reducción de precios permitiría aumentar adicionalmente la recaudación por IVA, ya que los hogares tendrían más renta disponible para el gasto en otros bienes y servicios. El efecto del incremento de la demanda necesariamente se traduce en un mayor crecimiento económico, creación de empleo y recaudación fiscal.

Por otra parte, en 2012 el Gobierno portugués tomó la decisión de subir el IVA en los servicios de alimentación y bebidas del 13% al 23%, como un paquete de medidas impuestas por la Unión Europea, lo que ha significado una importante pérdida de competitividad para el sector hostelero portugués.

La bajada de los impuestos de las bebidas con contenido alcohólico en Dinamarca y las ventas transfronterizas

¿Cuál era la situación?

Los impuestos especiales sobre el alcohol en Dinamarca eran sustancialmente mayores que en el resto de Europa. En un contexto de libertad de comercio en Europa, existían potentes incentivos para las compras de bebidas con contenido alcohólico transfronterizas, especialmente en Alemania, donde las tasas de impuestos eran más bajas. Así, el gobierno danés llevó a cabo una política proteccionista, aplicando una normativa por la cual se establecían cantidades máximas de productos sujetos a impuestos que los viajeros podrían traer de vuelta sin tener que pagar el impuesto danés (24-hour-rule).

¿Cuál era la argumentación para bajar los impuestos?

Puesto que existía una discrepancia entre las estadísticas de comercio transfronterizo y las estadísticas oficiales del gobierno, desde diversas instancias se sugirió la abolición de la normativa (24-hour-rule) y una reducción de impuestos que eliminará los incentivos al comercio transfronterizo. De esta forma, el Estado danés captaría una mayor porción del mercado de bebidas con contenido alcohólico existente y aumentaría los ingresos fiscales generales.

¿Qué ocurrió?

El 1 de enero de 2004 se abolió el 24-hour-rule. Para hacer frente a la amenaza de más compras transfronterizas con dicha nueva regulación, el gobierno redujo los impuestos especiales en un 45% en octubre de 2003.

Resultado

Los datos recogidos por el “Danish Wine and Spirits Organisation” demostraron un resultado positivo de esta iniciativa no sólo en términos de ventas nacionales, sino también en lo que respecta a los ingresos fiscales del gobierno danés. En los primeros meses de aplicación, las ventas nacionales aumentaron en aproximadamente un 30% y la proporción de alcohol importado paralelamente se redujo.

Fuente: OCDE y Spirits Europe

4.4. Escenarios de impacto de un incremento de la fiscalidad sobre el sector de bebidas con contenido alcohólico

A continuación se presentan dos escenarios en los que se evalúa el futuro desempeño del sector y su contribución a la economía española en términos de VAB, empleo y recaudación fiscal bajo dos tratamientos fiscales diferenciados. Por un lado, en el supuesto de que se mantenga la fiscalidad en los términos actuales y, por otro, en un escenario de incremento del Impuesto especial en un 10% sobre los valores actuales y del IVA en 11 puntos porcentuales, del 10% al 21%, en la Hostelería.

4.4.1 Escenario de mantenimiento de la fiscalidad en los términos actuales

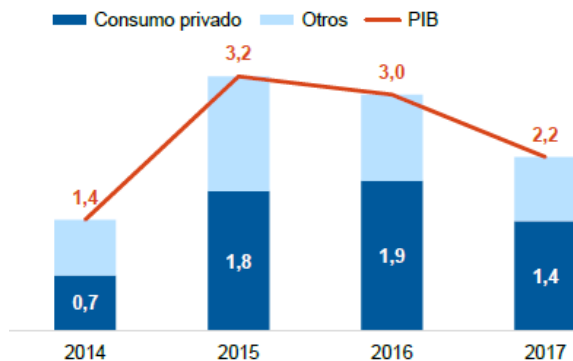
La economía española transita actualmente por una senda de crecimiento sostenida fundamentalmente por factores internos - crecimiento del consumo de las familias y continuidad en la creación de empleo – pero también externos – mantenimiento de los precios del petróleo y política monetaria expansiva del Banco Central Europeo. En este sentido, las previsiones actuales²¹ sitúan el crecimiento del PIB en el entorno del 3% para 2016 y de 2,2% para 2017, donde el consumo de los hogares adquiere un importante protagonismo (ver gráfico siguiente a la izquierda). No obstante, no se descarta una nueva revisión al alza de dichas previsiones, dada la buena marcha de los indicadores adelantados de actividad y la extraordinaria entrada de turistas que se espera para la campaña estival, que tendrá continuidad en el tiempo a tenor de la actual situación geopolítica en los destinos competidores.

Dada la relación existente entre el crecimiento del PIB y el desempeño de las actividades HORECA y del comercio minorista (gráfico de la derecha), así como el escenario de crecimiento del PIB español antes mencionado, es posible estimar el crecimiento de éstas actividades productivas para 2016 y 2017 (ver metodología detallada en el anexo).

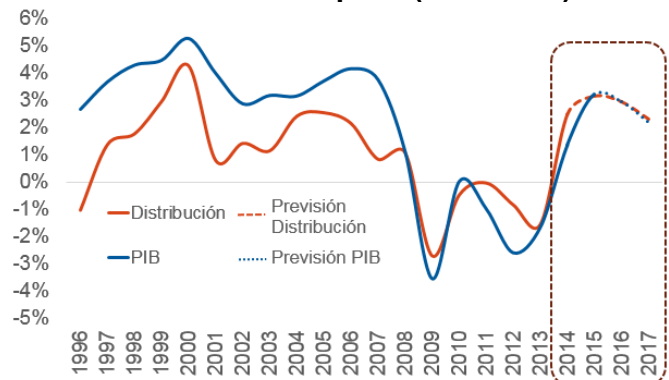
Se espera que, en este horizonte, las actividades de distribución (canal HORECA y comercio minorista) experimenten un crecimiento conjunto del 2,9% en 2016 y del 2,3% en 2017.

²¹ Previsiones Afi a julio de 2016. no contemplan el impacto que podrían tener otros efectos no anticipados como el avance del Brexit o nuevas elecciones en España, etc.

Aportación del consumo privado al crecimiento del PIB (2014-2017)



Previsiones Afi de crecimiento del PIB y de la Hostelería de España (1996-2017)



Fuente: Afi a partir de Instituto Nacional de Estadística

Por consiguiente, si se mantuviesen las condiciones actuales²² y no se produjesen cambios en la fiscalidad que gravan la producción y venta de bebidas con contenido alcohólico, la cadena de valor del sector podría aumentar su contribución a la ya importante generación de actividad económica (de manera directa, indirecta e inducida) que viene realizando en 3.448 millones de euros de VAB adicionales entre 2014 (año base de estimación del peso económico de la cadena de valor del sector de bebidas con contenido alcohólico) y 2017. Este aumento de la actividad equivale a un crecimiento del 8,6% sobre la contribución del sector al PIB estimada en 2014. Por otra parte, se generarían 64.061 empleos²³ asociados a este incremento de actividad económica (lo que supone el 4,3% del total de la ocupación prevista para 2017) en este mismo periodo.

Por último, la recaudación fiscal acumulada del sector entre 2015, 2016 y 2017 aumentaría, sobre la ya estimada en el año base, en 1.718 millones de euros, lo que representa un 27% del total de la recaudación de 2014 por impuestos especiales e IVA atribuible de manera directa, indirecta e inducida a la cadena de valor del sector de bebidas con contenido alcohólico.

²² Se supone, por hipótesis, que se mantienen estables las relaciones intersectoriales de la cadena de valor y que el incremento de la demanda en hostelería se transfiere a lo largo de la misma. Por otra parte, las previsiones actuales de crecimiento no contemplan posibles factores externos no anticipados a fecha de estimación.

²³ Se supone constante la productividad del trabajo entre 2014 y 2017

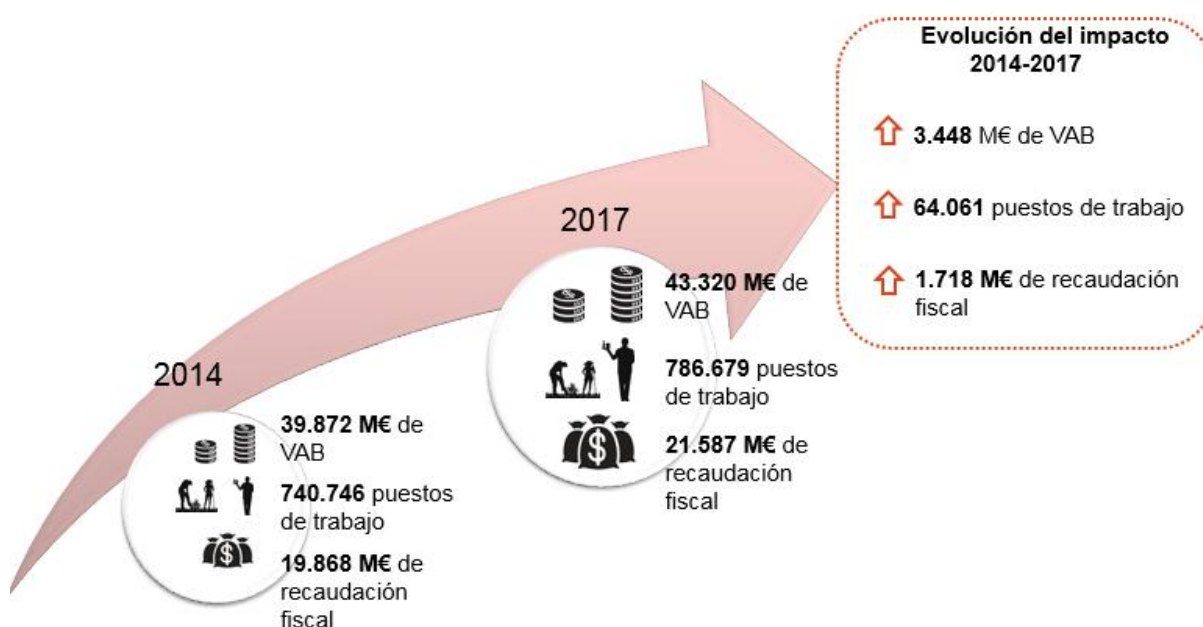
El impacto económico del sector de bebidas alcohólicas en un escenario de mantenimiento del *statu quo* fiscal (2014-2017)

Variable de impacto	2014	2015	2016	2017	Evolución 2014-2017
VAB	39.872	41.129	42.344	43.320	3.448
Empleo	740.746	764.110	786.679	804.807	64.061
Recaudación fiscal	19.868	20.495	21.100	21.587	1.718

Fuente: Afi a partir de INE y fuentes del sector.

Nota: De la recaudación fiscal, un 32% se debe a IVA e impuestos especiales directos.

Previsión del impacto económico del sector de bebidas con contenido alcohólico en un escenario de mantenimiento de la fiscalidad. 2014-2017



Fuente: Afi a partir de INE y fuentes del sector.

4.4.2 Escenario de incremento del impuesto especial en un 10% sobre los valores actuales y del IVA del 10% al 21% en la Hostelería.

Un incremento del 10% en el Impuesto especial que grava las bebidas con contenido alcohólico y del IVA de la Hostelería del 10 al 21%, tendría un impacto²⁴ conjunto de disminución de la actividad económica de 3.660 millones de euros en el primer año de vigencia (un 9,2% de la contribución total del sector). Por otra parte, podrían perderse, a lo largo de la cadena de valor, los sectores auxiliares y el resto de la economía, un total de 52.734 empleos (un 7,1% del total del empleo que a día de hoy contribuye a mantener).

²⁴ Ver metodología de cálculo en el Anexo.

Impacto económico del sector de bebidas con contenido alcohólico en un escenario de incremento del impuesto especial en un 10% sobre los valores actuales y del IVA del 10% al 21% en la Hostelería

	Valor Añadido Bruto (Millones de euros)	Empleo (Puestos de trabajo)
Actividades agrícolas	Directo - 129	Directo - 3.756
	Indirecto - 82	Indirecto - 1.623
	Inducido - 50	Inducido - 835
	Total - 262	Total - 6.213
Industria de transformación	Directo - 136	Directo - 2.185
	Indirecto - 459	Indirecto - 8.680
	Inducido - 246	Inducido - 4.144
	Total - 842	Total - 15.009
Distribución y comercialización	Directo - 1.119	Directo - 9.758
	Indirecto - 727	Indirecto - 9.811
	Inducido - 709	Inducido - 11.942
	Total - 2.556	Total - 31.511
Total	- 3.660	Total - 52.774

Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

En cuanto al retorno fiscal, se observa que el efecto que persigue la política fiscal de aumento de la recaudación por impuestos especiales e IVA afecto a las bebidas con contenido alcohólico se vería contrarrestada por la pérdida de contribución fiscal asociada a la caída general de la actividad en el resto de figuras tributarias (IRPF, IVA, Impuesto de Sociedades y Cotizaciones Sociales). El resultado sería, paradójicamente, una pérdida neta de 46 millones de euros para las arcas públicas en el año de aplicación de los nuevos tipos fiscales.

Impacto fiscal de un incremento de la fiscalidad especial sobre las bebidas con contenido alcohólico.

Figuras tributarias	Retorno fiscal (M€)	Tipo efectivo medio
IVA	917	12%
IRPF	- 370	10%
Impuesto de sociedades	- 88	5%
Cotizaciones sociales	- 589	29%
Impuestos especiales*	83	0,28
Impacto fiscal total	- 46	-

Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

*El impuesto se mide en euros por litro.

Nota: La contribución por IVA contiene el aumento de la recaudación derivada de la subida del tipo fiscal (10% al 21% en la Hostelería) y la pérdida derivada de la caída de actividad indirecta e inducida (tipo efectivo medio del 12%).

Si bien este escenario se construye a partir de la estimación de 2014 como año base (últimos datos disponibles), es posible proyectar el ejercicio hasta 2017, de la misma forma que en el escenario del *statu quo* anterior. En este sentido, el “efecto escalón” de la subida fiscal en términos de actividad, empleo y recaudación fiscal estimado se verá moderado en una modesta parte por el efecto positivo del ciclo económico observado en 2015 y previsto para 2016 y 2017, puesto que el incremento previsto de la renta para estos años tendrá efectos sobre el consumo privado de los hogares.

Por consiguiente, si se proyectan los resultados de este escenario a 2017 teniendo en cuenta las previsiones de evolución del crecimiento del PIB total y del PIB de la Hostelería (idénticas a las del *statu quo*), el resultado es que el sector compensaría en solo parte el fuerte impacto de la subida fiscal, si bien no conseguiría siquiera recuperar el nivel de partida de 2014 en términos de VAB y empleo. El incremento de la recaudación sería ostensiblemente inferior al que cabría esperar de mantenerse las condiciones actuales referidas a la fiscalidad de estos productos, como se verá en el siguiente apartado de balance.

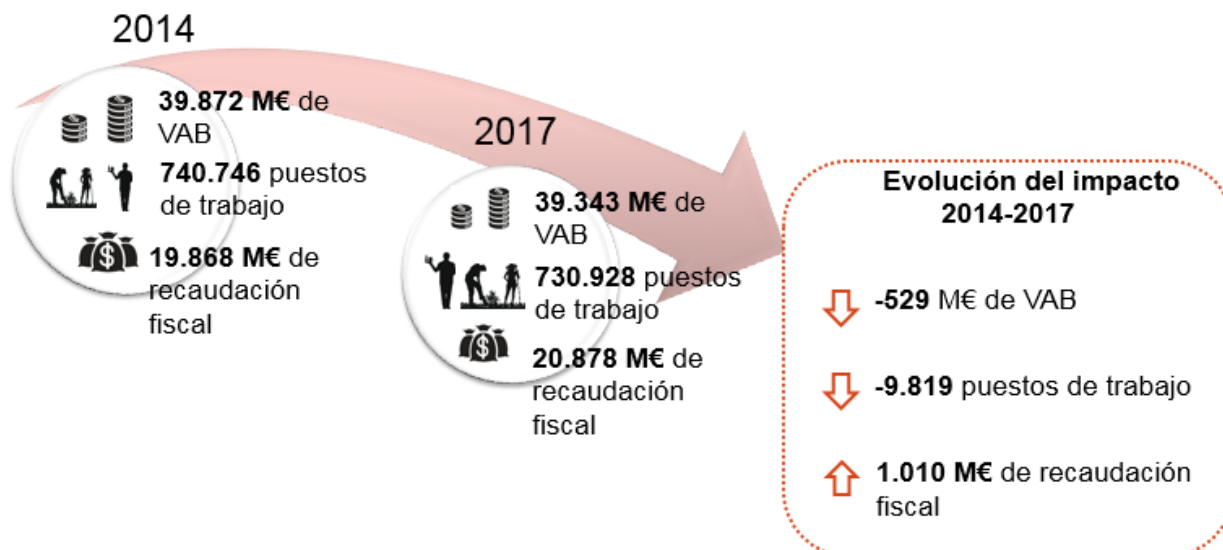
El impacto económico del sector de bebidas alcohólicas en un escenario de aumento de la fiscalidad especial y del IVA (2014-2017)

Variable de impacto	2014	2015	2016	2017	Evolución 2014-2017
VAB	39.872	37.354	38.457	39.343	- 529
Empleo	740.746	693.967	714.464	730.928	- 9.819
Recaudación fiscal	19.868	19.822	20.408	20.878	1.010

Nota: este balance integra los efectos (negativos) del aumento de los impuestos y (positivos) del crecimiento cíclico del sector en el periodo 2014-2017: Véase el texto principal más adelante (sección 4.4.3.) para una descomposición detallada de los mismos

Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

Previsión del impacto económico del sector de bebidas con contenido alcohólico en un escenario de aumento de la fiscalidad especial y del IVA. 2014-2017 (*)



(*) Este balance integra los efectos (negativos) del aumento de los impuestos y (positivos) del crecimiento cíclico del sector en el periodo 2014-2017: Véase el texto principal más adelante (sección 4.4.3.) para una descomposición detallada de los mismos

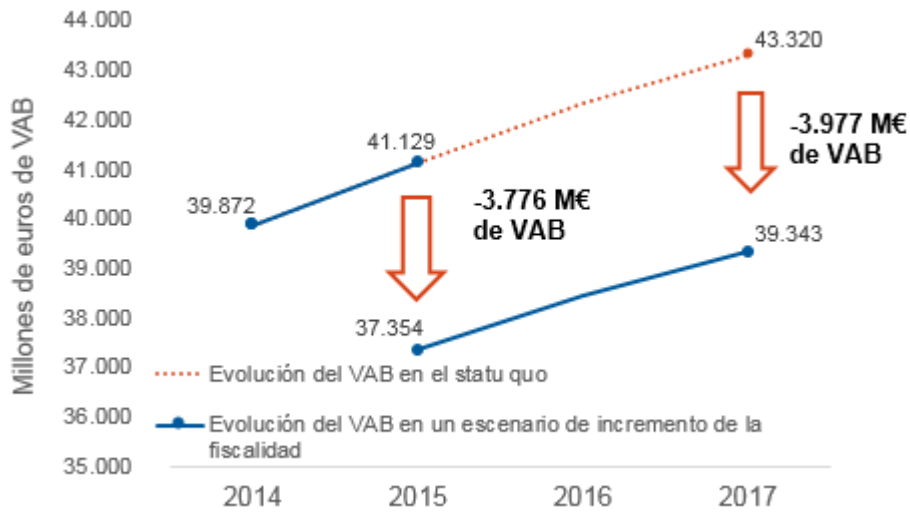
Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

4.4.3 Balance de escenarios

Si se comparan los resultados de los dos escenarios anteriormente presentados se desprende con nitidez que la mejor estrategia para maximizar la actividad económica y la recaudación fiscal del sector de bebidas con contenido alcohólico es mantener el *statu quo* fiscal actual. Ello se debe a que la propia cadena de valor mantendrá una senda de crecimiento de la actividad en los próximos años que superará con creces la que se derivaría de un incremento de la fiscalidad como la simulada en las secciones anteriores. Los efectos en este último escenario serían manifiestamente perniciosos en términos de actividad y empleo, mientras que los réditos en términos de aportación fiscal quedarían en entredicho, puesto que serían sustancialmente menores a los que se estiman en un escenario de mantenimiento del *statu quo*.

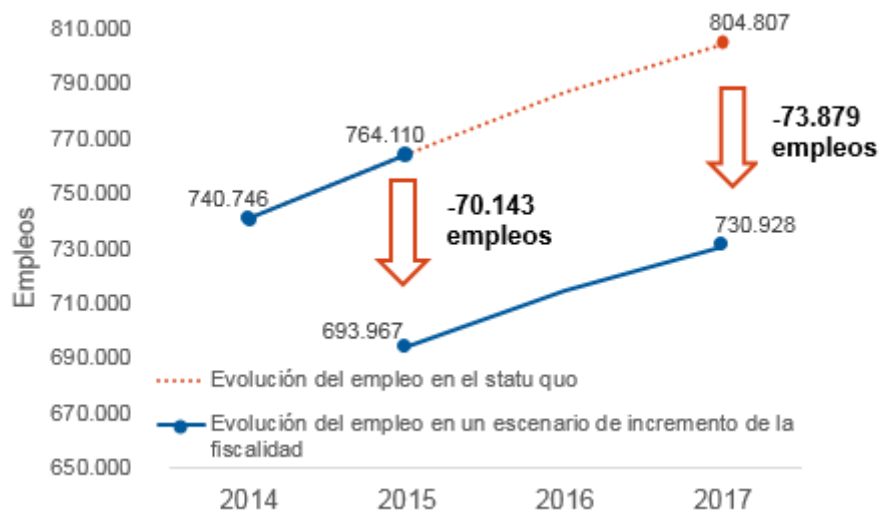
Así, las estimaciones a 2017 muestran que el mantenimiento del *statu quo* generaría una contribución de 3.977 millones de euros más al PIB español (0,4% del total), 73.879 empleos y 709 millones de euros adicionales de recaudación fiscal.

“Efecto escalón” en el VAB derivado del incremento de la fiscalidad
(Millones de euros)



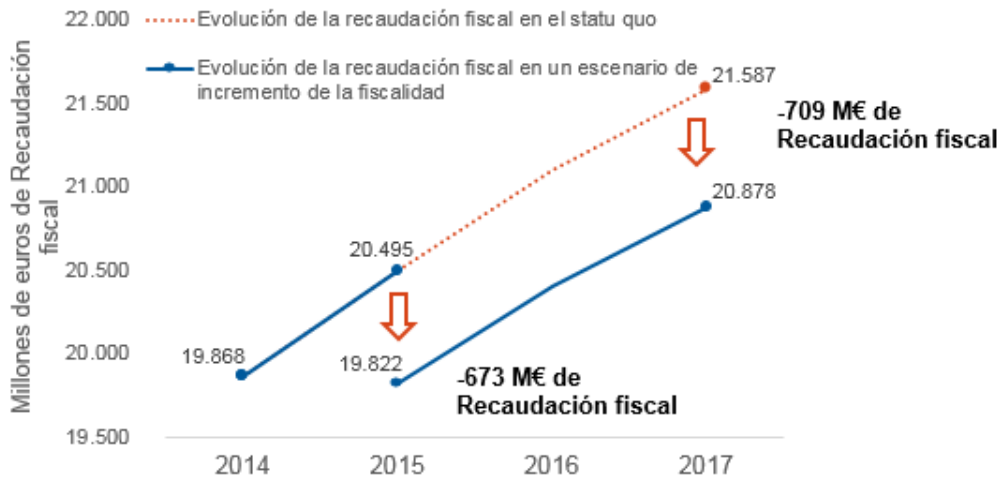
Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

“Efecto escalón” en el empleo derivado del incremento de la fiscalidad
(Puestos de trabajo)



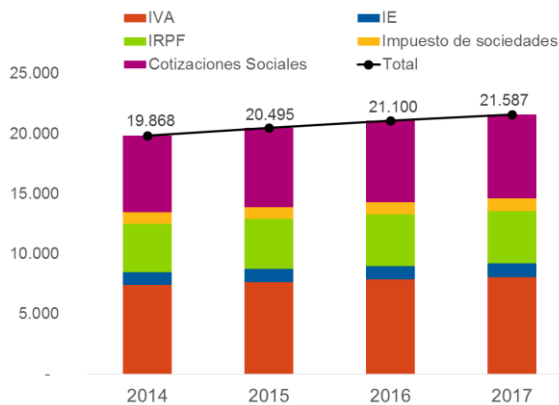
Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

“Efecto escalón” en la recaudación fiscal derivado del incremento de la fiscalidad (Millones de euros)

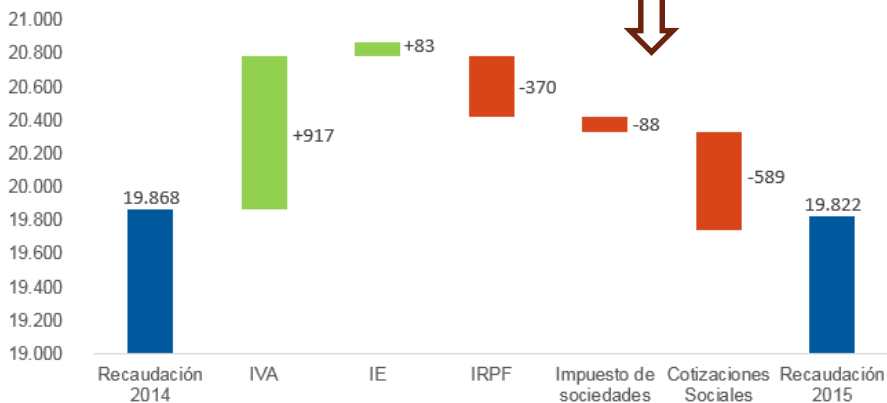
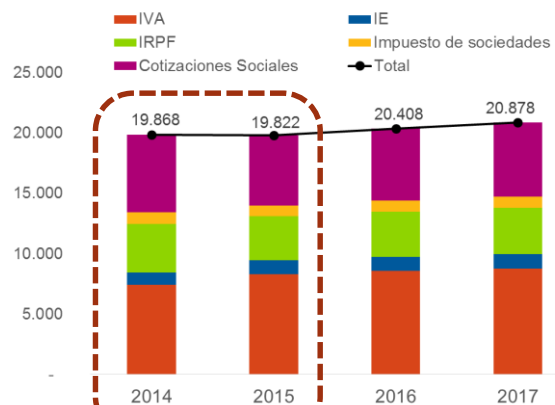


Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

Evolución de la recaudación en un escenario de mantenimiento de la fiscalidad (Millones de euros)



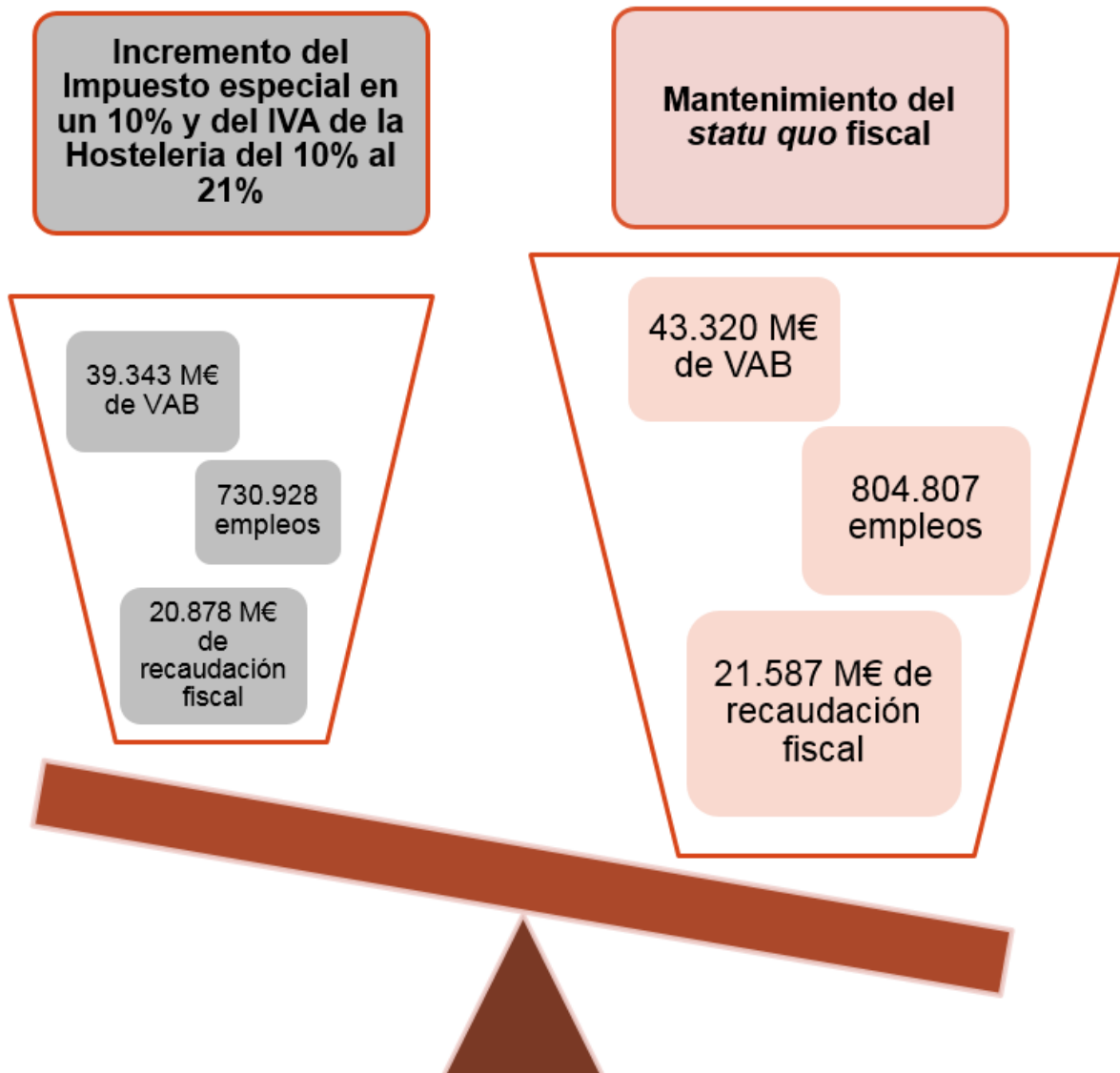
Evolución de la recaudación en un escenario de incremento de la fiscalidad (Millones de euros)



Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

Balance entre el escenario de mantenimiento del statu quo fiscal y el de incremento del Impuesto especial en un 10% y del IVA de la Hostelería del 10% al 21%.(*)

Contribución estimada del sector en cada uno de los escenarios en 2017.



(*) Este balance compara, para 2017, como año final del horizonte de previsión adoptado, los resultados obtenidos en ambos escenarios incluyendo tanto las consecuencias de mantener o no la fiscalidad de las bebidas con contenido alcohólico como los efectos del ciclo económico previsto (el mismo para ambos escenarios), de forma que, en realidad, muestra los “escalones” que se producen en las tres macro magnitudes a las que se refiere la ilustración.

Fuente: Afi a partir de INE y AEAT

5. Anexo metodológico

5.1. Metodología de estimación del peso económico del sector.

La labor de cifrar la contribución económica del sector se ha apoyado en el uso del “análisis input-output”, una metodología desarrollada inicialmente por el economista W. Leontieff ²⁵ y que cuenta con un uso muy extendido en el análisis sectorial, gracias a su sencillez y a la valiosa información que suministra dado el nivel de desagregación por ramas de actividad -y sus relaciones mutuas de suministro- con el que permite trabajar.

La idea esencial en la que se basa esta metodología es que cada rama productiva está ligada a las restantes a través de las relaciones de suministro intermedio de bienes y servicios que tienen por objetivo final abastecer la demanda final de los hogares domésticos y extranjeros y otros agentes de la economía (las administraciones públicas, por ejemplo, u otras empresas que demandan bienes de inversión). Esta ineludible vinculación entre todas las actividades productivas de la economía impone que unos sectores determinados sean decisivos a la hora de impulsar el proceso productivo o, al contrario, retardarlo. Ello debido al grado de sofisticación que incorpora su tecnología, la innovación que dichos sectores sean capaces de desarrollar o la naturaleza de los bienes y servicios que producen.

Entre la amplia variedad de enfoques que se han desarrollado a partir del modelo básico Input/Output y que han ampliado sustancialmente el alcance del análisis, se ha optado por la aplicación del denominado *modelo de demanda*, que permite estudiar las consecuencias que las variaciones acaecidas en agregados como el consumo final de bienes y servicios de los hogares, el consumo de bienes y servicios por parte de las empresas para su proceso productivo, o la propia inversión en bienes de capital tienen sobre otros agregados como la producción total, el valor añadido bruto o la renta (que incluye, salarios y rentas del capital, de la propiedad, beneficios y remuneración de trabajadores no asalariados) y el empleo.

Las tablas input-output (TIO, en adelante) son el elemento de partida para la obtención de las medidas de impacto, y se definen como el instrumento estadístico-contable, con amplia desagregación sectorial, que recoge los flujos de operaciones de producción y distribución de un determinado país o región en un periodo de tiempo determinado entre dichos sectores clientes-suministradores, así como una desagregación sectorial de la demanda final y de los inputs primarios (trabajo y capital) del mismo. Su finalidad es realizar una descripción sistemática de la economía, sus componentes sectoriales, funcionales e institucionales y sus relaciones con otras economías. En España, es el Instituto Nacional de Estadística (INE) el organismo encargado de proveer esta información.

Desde una perspectiva funcional, las TIO analizan la actividad económica de los sectores productivos o ramas de actividad agregadas más relevantes de la economía (normalmente entre 50 y 100 grandes grupos de actividades productivas), centrándose en el proceso de compras y ventas intersectoriales y en la satisfacción de la demanda final, además de la

²⁵ Economista americano de origen ruso, fue galardonado en 1973 con el premio Nobel de Economía por “El desarrollo del método *input-output* y su aplicación a los más importantes problemas económicos”. Su análisis supuso la introducción del álgebra matricial al tratamiento de los problemas del equilibrio general

coherencia entre producción total (equivalente a la facturación de las unidades productivas), rentas (o su equivalente, el Valor Añadido Bruto) y empleo.

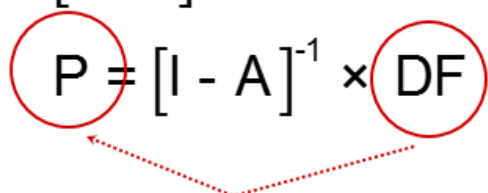
El álgebra elemental de Leontief

$$P = CI + DF$$

$$CI = A \times P$$

$$P = A \times P + DF$$

$$[I - A] \times P = DF$$

$$P = [I - A]^{-1} \times DF$$


P: Producción Efectiva (vector columna 1xN)

CI: Consumos Intermedios (vector columna 1xN)

DF: Demanda Final (vector columna 1xN)

A: Matriz de Coeficientes Técnicos (NxN)

I: Matriz Unidad (NxN)

5.2. Metodología de simulación de escenarios

5.2.1 Metodología de simulación del escenario de mantenimiento de la fiscalidad en los términos actuales

Para la construcción del escenario de mantenimiento del *statu quo* fiscal, el primer paso es encontrar una adecuada correlación entre el crecimiento del VAB de la Hostelería y el PIB de España. Una vez estimada dicha relación, los parámetros resultantes se utilizan para proyectar el VAB de la Hostelería con las previsiones actuales de PIB para España.

Asimismo, se estima el impacto resultante en la cadena de valor, suponiendo la estabilidad de las relaciones intersectoriales.

5.2.2 Metodología de simulación del escenario de incremento de la fiscalidad especial en un 10% sobre los valores actuales y del IVA del 10% al 21%.

La construcción del escenario de incremento de la fiscalidad requiere disponer de una serie de parámetros así como establecer una serie de hipótesis.

1) Los parámetros necesarios para estimar el impacto son:

- **Sensibilidad del consumo de bebidas al aumento en los precios finales y a la sustitución entre canales de distribución (elasticidad precio de la demanda)**

El consumo total de bebidas con contenido alcohólico tiende a ser poco sensible a los cambios en los precios. Sin embargo, los consumidores sí son sensibles a los cambios en los precios entre canales de consumo y productos. Así, una subida del impuesto especial que afecta a la industria y se traslada a la hostelería provoca un cambio en los precios relativos entre el canal HORECA y la distribución minorista en favor de éste último.

En la siguiente tabla (matriz) están representadas las hipótesis adoptadas sobre los parámetros de sensibilidad del consumo a las variaciones de precios (elasticidades-precio de la demanda, propias y cruzadas). Los valores de la matriz indican el cambio en puntos porcentuales del consumo de cada canal ante un incremento del 1% del precio del canal correspondiente. Así, los elementos de la diagonal principal indican la sensibilidad del canal al precio de propio canal, mientras que los valores de la diagonal secundaria indican la respuesta del consumo del canal correspondiente ante una subida en el precio del canal alternativo.

Un incremento del 1% del precio del canal HORECA induce una caída del consumo del 0,6% en el propio canal HORECA, y simultáneamente induce un aumento del consumo del canal minorista en un 0,7%. Si bien al disminuir también el consumo en el canal minorista tiene un efecto neutro sobre el volumen, pero alto en términos de pérdida de valor.

Sensibilidad de la cantidad de consumo ante cambios en un 1% del precio final del producto (puntos porcentuales)

		Cantidad consumida	
		HORECA	Canal minorista
Precio	HORECA	-0,6%	0,7%
	Canal minorista	0,0%	-0,3%

Fuente: Afi a partir de diversos informes sectoriales.

- **Capacidad de traslación de las subidas fiscales al precio final del producto**

La capacidad de traslación de los impuestos depende esencialmente del grado de competencia de la oferta (que a su vez depende del grado de diferenciación), de los márgenes empresariales y de la sensibilidad de la demanda a los aumentos impositivos. La evidencia recogida en la literatura relacionada refleja que los incrementos impositivos son trasladados a los consumidores en su mayor parte.

- 2) Las hipótesis adoptadas a este respecto para la construcción del escenario son las siguientes:
 - Incremento del impuesto especial medio ponderado del 10% y del IVA de la Hostelería del 10% al 21%.

- Traslación del 100% del impuesto especial a los precios finales en Hostelería y del 75% en el comercio minorista. El restante 25% es asumido por la industria. Este supuesto se toma en base a la dificultad de la industria para internalizar aumentos fiscales sobre márgenes empresariales muy estrechos. Por otra parte, el fuerte poder de negociación de la distribución de las grandes superficies explica la toma del supuesto del traslado únicamente del 75% a este canal.

Partiendo de estas hipótesis y conocidos los parámetros de sensibilidad y traslación, es preciso realizar el cálculo de cuotas de mercado, precios medios del canal de distribución HORECA y del comercio minorista y del impuesto especial ponderado por cuota de mercado de tipo de bebida.

Conociendo el VAB a precios de mercado de cada uno de los canales de distribución y los consumos en millones de litros es posible derivar un precio medio ponderado general para cada uno de los canales (mediante la agregación de los distintos tipos de bebidas), así como su descomposición en sus componentes²⁶ (coste de producción, Impuesto Especial e IVA).

Una vez establecido el cambio en los precios de los distintos canales, y utilizando los parámetros de sensibilidad, es posible obtener el nuevo equilibrio del mercado en términos de actividad y empleo, así como la nueva recaudación.

²⁶ Por simplicidad no se tienen en cuenta otros costes de distribución.