

NOVEDAD EN LOS PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO 2021 QUE AFECTA AL SECTOR DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO: MODIFICACIÓN TIPO IMPOSITIVO APLICABLE A LAS BEBIDAS AZUCARADAS Y EDULCORADAS

Tras los repetidos anuncios y desmentidos en los últimos meses sobre la posible inclusión de una subida del Impuesto Especial sobre Hidrocarburos en los Presupuestos Generales del Estado para el año 2021, finalmente la Ley 11/2020 de 30 de Diciembre que los aprobó no tuvo ninguna mención directa para el sector de la distribución de combustibles y carburantes.

La anunciada iniciativa de armonizar los impuestos del gasóleo y la gasolina va a tener que esperar.

Sin embargo, si buceamos en los PGE en busca de novedades que puedan tener algún tipo de vinculación con la actividad de distribución de productos petrolíferos, **podemos encontrar un cambio que afecta a unos productos que se venden en las tiendas de conveniencia y supermercados de las Estaciones de Servicio: las bebidas azucaradas y edulcoradas.**

La Ley 11/2020, en su artículo 69, ha modificado el tipo impositivo aplicable a las bebidas que contienen edulcorantes añadidos, tanto naturales como aditivos edulcorantes, y pasan a tributar del 10% al tipo impositivo general del 21 %.

¿Y qué bebidas son éstas? La medida afecta a conocidas marcas de bebidas, como es Coca-Cola o PepsiCo, pues casi la totalidad de sus productos se ven afectados. Las empresas que comercializan marcas blancas de refrescos carbonatados (Mercadona como ejemplo), igual. Las bebidas energéticas (RedBull por ejemplo) también han cambiado el tipo impositivo al 21 %. ¿Y las gaseosas? Depende de la marca. Habrá que mirar su etiquetado para identificar si llevan edulcorantes, no todas los llevan. Y respecto a los zumos y tónicas, prácticamente todas las marcas emplean edulcorantes en sus productos y por lo tanto, también verán aumentar su precio.

En palabras del Gobierno, la subida del IVA de estos productos al 21 %, con el que tienen previsto recaudar 340 millones en 2021, constituye un compromiso social para racionalizar y promover su consumo responsable, en particular entre la población infantil y juvenil.

Afirman igualmente que esta medida resulta especialmente coherente con la finalidad de internalizar los costes externos del Estado del bienestar derivados en este caso de dietas poco saludables basadas en un elevado consumo de bebidas que contengan edulcorantes añadidos. Y todo ello para “favorecer hábitos más saludables”.

El catálogo de productos que iban a verse afectados por esta subida del IVA era mucho más ambicioso en el inicio de la tramitación presupuestaria que el redactado final aprobado. Los lácteos por ejemplo, como yogures o leches fermentadas, fueron finalmente eliminados.

¿Qué dice la industria alimentaria de esta subida?. Según un informe realizado por PwC por encargo de la industria alimentaria (AECOC, ACES, ANGED, ASEDAS, HOSTELERÍA DE ESPAÑA, MARCAS DE RESTAURACIÓN, PROMARCA y FIAB) la subida del IVA de 10 al 21% provocará la destrucción de entre 1.980 y 6.165 empleos. Afirman que el incremento de la presión fiscal provocará una caída de las ventas, fundamentalmente en el canal de la distribución, de entre 119 y 370 millones de euros.

¿Y como afectará este cambio en las tiendas de Estaciones de Servicio?

Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA D&B, el negocio generado por las redes de tiendas en estaciones de servicio experimentó un notable impulso entre 2014 y 2019, favorecido por la capilaridad y amplitud de horarios que ofrecen, así como por la positiva coyuntura económica, reflejada en el incremento del tráfico de vehículos por carretera y el aumento del gasto de las familias

Así, la facturación obtenida por este tipo de establecimientos alcanzó en 2019 los 1.210 millones de euros, lo que supuso un incremento del 2,5% respecto al año anterior. Al considerar el período 2014-2019, el crecimiento acumulado del volumen de negocio sectorial se aproximó al 20%.

En base a estos mismos estudios sectoriales, la media de productos comprados en las tiendas de las estaciones de servicio es de 4,20 €, siendo agua, pan-bollería, snacks, refrescos, cerveza y vino, las categorías de productos más compradas.

Por lo tanto, la subida del precio de los refrescos por el aumento del tipo del IVA es más que probable que afecte negativamente al negocio de las estaciones de servicio dado que es previsible que el tipo de consumidores de este tipo de establecimientos modulen su comportamiento de compra por el precio.

Sin embargo, el probable descenso en las ventas de este tipo de productos podría no haber hecho más que empezar si el resto de las comunidades Autónomas siguen el ejemplo de Cataluña y aprueban también un impuesto sobre las bebidas azucaradas envasadas (en vigor en Cataluña desde 2017).

Los cambios de hábitos de consumo que se pretenden con estas normativas exigirán por lo tanto al sector de las Estaciones de Servicio a reinventar también los productos que se ofrecen en sus tiendas, buscando ventajas fiscales en productos vinculados a esos “hábitos saludables” que se pretenden por nuestras Administraciones.

Natalia Hidalgo Sebastián

Abogada especializada en Impuestos Especiales y Derecho Aduanero

natalia@nh-asesores.com