

# Devaluación fiscal y creación de empleo

EN PRIMER PLANO

**José E. Boscá, Rafael Doménech  
y Javier Ferri**

Entre la devaluación del tipo de cambio a la que España solía recurrir en el pasado para salir de la crisis y la inevitable pero dolorosa devaluación interna del presente, la devaluación fiscal es una medida complementaria con la que ganar competitividad internacional rápidamente, aprovechando los márgenes de mejora existentes en la estructura fiscal.

El objetivo de la devaluación fiscal es modificar los tipos impositivos con la finalidad de abaratar las exportaciones y encarecer las importaciones, para obtener efectos similares a los de una devaluación nominal, y hacerlo de una forma en la que los ingresos públicos no disminuyan o incluso aumenten. La forma más directa de lograrlo sería con un subsidio a las exportaciones que se financiara con un impuesto a las importaciones. Como esta medida no es posible dentro de una unión económica, la alternativa consiste en aumentar el IVA y reducir las cotizaciones a la seguridad social. Los efectos son fáciles de identificar cualitativamente. La subida del IVA aumentaría el precio de todos los bienes de consumo, incluidos los importados, sin modificar el precio de las exportaciones, que están exentas del IVA. La reducción en las cotizaciones a la seguridad social disminuiría el coste de producción de las empresas, reduciendo el precio de los bienes producidos domésticamente y compensando parcialmente el efecto del aumento del IVA sobre la cesta de la compra. El efecto neto sería un abaratamiento de las exportaciones y un encarecimiento de las importaciones, lo que propiciaría un aumento de la producción nacional y del empleo, al igual que en una devaluación del tipo de cambio.

Un aspecto clave para que una devaluación fiscal genere los efectos deseados es que los cambios impositivos se trasladen en la mayor proporción posible a los precios de los bienes que se exportan e importan. Si el precio de los bienes que se exportan sólo recogiera una parte pequeña de la bajada en las cotizaciones sociales, la disminución del precio relativo de las exportaciones respecto al de las importaciones sería más modesta de lo esperado. Esto podría ocurrir si las empresas intentan mejorar sus márgenes o porque aceptan posibles peticiones de subidas salariales para compensar el aumento del IVA. Y algo parecido sucedería si las empresas extranjeras de las que importamos redujeran sus márgenes para mantener sus precios finales y sus cuotas de mercado ante la subida del IVA. Así pues, cuanto más competitivos y flexibles sean los mercados, mayores se-

Los autores apuestan por una bajada de cotizaciones sociales, que quedaría compensada con otra subida del IVA. Esta devaluación fiscal serviría para reducir el precio de las exportaciones y aumentar el de las importaciones, impulsando la producción y el empleo.



**Según Eurostat, España todavía tiene margen de maniobra para sustituir las cotizaciones por impuestos al consumo**

**A medio plazo, los efectos serían beneficiosos, al crearse puestos de trabajo y reducir el gasto en prestaciones de desempleo**

rán los efectos de la devaluación fiscal.

Otro aspecto que influiría sobre el efecto final de la devaluación fiscal es la reacción de otros países con los que competimos que, actuando de forma similar, podrían conducir a una especie de guerra de devaluaciones fiscales. Sin embargo, dadas las diferencias en las estructuras fiscales de los países de nuestro en-

torno, no todos tienen el mismo margen de maniobra que España para aumentar el IVA y reducir las cotizaciones sociales. En nuestro país existe todavía margen para sustituir cotizaciones sociales por IVA. Al inicio de la crisis, la información de Eurostat para el año 2007 mostraba que la ratio entre los tipos impositivos efectivos de cotizaciones sociales y de consumo variaba entre 0.04 en Dinamarca y 1.82 en Grecia, con España muy cerca del límite superior y lejos de la media europea. La subida del IVA en 2012 ha reducido algo este margen de maniobra pero no lo ha anulado.

En un estudio reciente hemos simulado los efectos de una devaluación fiscal en España consistente en reducir 3,5 puntos el tipo efectivo de las cotizaciones de la seguridad social y compensarlo con un incremento de 2 puntos en el tipo efectivo de los impuestos sobre consumo. Al cabo de dos años se podrían crear 200.000 empleos a tiempo completo. Estos

efectos serían similares en términos de empleo a los de una devaluación del tipo de cambio del 9%. Estos resultados también muestran los efectos negativos sobre el empleo que tendría tratar de reducir el déficit actual de la Seguridad Social con un aumento de las cotizaciones sociales.

¿Qué posibles efectos secundarios deben tenerse en cuenta al aplicar esta medida? En primer lugar, el aumento del IVA podría incentivar una mayor evasión fiscal, aunque la reducción de las cotizaciones sociales podría tener el efecto contrario. En cualquier caso, algunos estudios muestran que los efectos recaudatorios de tener muchos bienes con tipos reducidos o superreducidos son más importantes que el propio fraude fiscal.

En segundo lugar, la subida del IVA también puede afectar negativamente a la distribución de la renta. En un estudio reciente de la Comisión Europea en el que se ofrecen resultados de microsimulaciones en España se obtiene, en términos generales, que la devaluación fiscal empeora la distribución de la renta cuando la reducción en las cotizaciones sociales se aplica a toda la población de trabajadores. Sin embargo, este efecto negativo se compensa por los beneficios en términos de creación de empleo de la reducción de cotizaciones, puesto que la incidencia del desempleo es mayor entre trabajadores de menores ingresos.

En tercer lugar, las cotizaciones sociales tienen como objetivo financiar el sistema público de pensiones. Por esta razón, habría que asegurar que la mayor recaudación del IVA se transfiera a la Seguridad Social para compensar los menores ingresos por cotizaciones sociales. A medio plazo los efectos serían beneficiosos para la Seguridad Social al crearse empleo y, con ello, aumentar sus ingresos y reducir el gasto en prestaciones de desempleo.

Por último, los efectos a muy largo plazo de esta medida son limitados, porque solo cambia marginalmente el precio relativo de los bienes de consumo respecto al trabajo. Por lo tanto, la devaluación fiscal sólo puede entenderse como una medida complementaria a las reformas necesarias que verdaderamente garantizarían una mejora del empleo y de la competitividad, aumentando la productividad y propiciando un funcionamiento más eficiente de los mercados.

**José E. Boscá (Universidad de Valencia).  
Rafael Doménech (Economista Jefe de  
Economías Desarrolladas de BBVA Research).  
Javier Ferri (Universidad de Valencia)**

## Expansión

DIRECTOR GENERAL EDITORIAL PEDRO J. RAMÍREZ

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTOR ADJUNTO: Manuel del Pozo

SUBDIRECTORES: Martí Saballs y Pedro Biurrun

**Redactores Jefes:** Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Augusto González-Besada, Tino Fernández, Clara Ruiz de Gauna, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Estela S. Mazo (Nueva York)

**Empresas** Alberto Marimón / **Finanzas/Mercados** Laura García / **Economía** Juan José Marcos / **Especiales** Sonsoles García Pindado / **Directivos** Emelia Viaña / **Andalucía** Simón Onrubia / **Comunidad Valenciana** Julia Brines / **País Vasco** Marian Fuentes / **Galicia** Abeta Chas / **Bruselas** Miquel Roig

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. **Expansión.com** 902 99 61 11. / BARCELONA. 08080. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5. planta 10, sector 1. Tel. 94 473 91 00. Fax 94 473 91 58. / VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2. 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. / VIGO. 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax 986 43 81 99. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. / NUEVA YORK. Tel. 646 484 63 63. Móvil 917 912 21 95. / LONDRES. Tel. 00 44 20 77827331.

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTES ALEJANDRO DE VICENTE y GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

**PUBLICIDAD: DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN:** Miguel Suárez / **DIRECTORA DE PUBLICIDAD:** María José Gordon. Tel. 91 443 55 74. / **COORDINACIÓN:** Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax 91 443 56 47. / **MADRID:** Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 12. / **BARCELONA Jefe de Publicidad:** Daniel Choucha. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08080 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax 93 496 24 20. / **BILBAO:** Marta Meler Gines. Plaza Euskadi, 5. planta 10, sector 1. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 43. Fax 94 473 91 56. / **VALENCIA:** Miguel Iguera. Plaza de América, 2. 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / **ANDALUCÍA:** Yolanda Laglera. Avda. República Argentina, 25. 9.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. / **GALICIA:** Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3. pl. 3. ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. / **ZARAGOZA:** Alvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

**COMERCIAL: SUSCRIPCIONES** Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 99 61 00. Fax 901 022 220. **TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS** 902 99 99 46 / **DISTRIBUYE** Logintegral 2000. S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com **RESÚMENES DE PRENSA.** Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva. **IMPRIIME: RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L.** Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.