

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

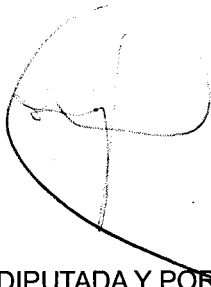
El Grupo Parlamentario Socialista, de conformidad con los artículos 193 y siguientes del Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente **Proposición No de Ley para la protección de los consumidores frente a las ofertas promocionales “sin IVA”** para su debate en la Comisión de Derechos Sociales y Consumo

En el Congreso de los Diputados, a 13 de junio de 2024.



LA DIPUTADA

NOELIA COBO PÉREZ



LA DIPUTADA Y PORTAVOZ ADJUNTA DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA

MARÍA ISABEL GARCÍA LÓPEZ



LA DIPUTADA Y PORTAVOZ DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA
MONTSE MÍNGUEZ GARCÍA

23/CONSUMO/DEC/445

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido) es un impuesto indirecto que grava el consumo. Cuando las personas consumidoras adquirimos cualquier bien o servicio, estamos legalmente obligados a pagar a la parte vendedora o prestadora de dicho servicio un importe que incluye el IVA. Posteriormente, es el vendedor o prestador de servicios y no las personas consumidoras finales quien debe ingresar en Hacienda las cuotas correspondientes del IVA que está obligada a repercutir a los consumidores.

Los impuestos junto con las tasas y las contribuciones especiales configuran los ingresos tributarios, principal fuente de financiación de los Presupuestos de las Administraciones Públicas. Los ingresos impositivos atribuibles al Estado representan más del 80% de los ingresos no financieros. Constituyen una de las principales fuentes de financiación del sector público y, por lo tanto, un recurso fundamental para la provisión de bienes y servicios públicos. El IVA constituye, tras el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), la fuente de financiación tributaria más importante para el Estado.

Las ofertas publicitarias dirigidas a los consumidores de los denominados “Días sin IVA” o “Semana sin IVA” induce a los consumidores a la compra de productos de forma engañosa, sugiriendo precios más baratos, y afecta negativamente a la conciencia fiscal de los contribuyentes.

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, con objeto de proteger los legítimos intereses económicos de los consumidores y usuarios, establece en su artículo 20 que las prácticas comerciales que, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio, posibilitando que el consumidor o usuario tome una decisión sobre la contratación, deben de incluir el precio final completo, incluidos los impuestos. Así mismo, el artículo 5 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, en relación con el precio o su modo de fijación, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico. Las ofertas promocionales podrán, en su caso, contar con un descuento en el precio del producto, pero nunca será admisible que la compra en cuestión se exima

de la obligación de pagar el IVA, por lo que es evidente que los eslóganes de las campañas no resultan veraces. Si además tenemos en cuenta que el descuento se aplica sobre la base imponible, que es el precio sin IVA y no sobre el Precio de Venta al Público, la expectativa de descuento que se ofrece a los consumidores, como consecuencia de la citada publicidad, es mayor que la realmente practicada.

Por otro lado, esta clase de mensajes publicitarios afectan negativamente a la conciencia fiscal de los contribuyentes ya que se basan en una asociación negativa del impuesto en la mente del consumidor, como el causante del encarecimiento de los productos, en lugar de representarlo como un instrumento imprescindible del sostenimiento de los gastos públicos, favoreciendo con ello una valoración negativa del sistema tributario y constituyendo así una desleal y engañosa publicidad en relación con los tributos, institución básica del Estado de Derecho.

Durante las pasadas legislaturas se han presentado y aprobado, tanto en el Congreso de los Diputados como en el Senado, varias iniciativas parlamentarias para impedir la utilización del impago del IVA como reclamo publicitario. A pesar de ello, este tipo de campañas no sólo no han cesado, sino que se son cada vez más utilizadas para captar clientes por empresas pertenecientes a sectores cada vez más diversos: hipermercados, tiendas de electrodomésticos, de muebles para el hogar, grandes almacenes, etc

Por todo ello, el Grupo Parlamentario Socialista formula la siguiente:

PROPOSICIÓN NO DE LEY

“El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a promover, en el seno de la Conferencia Sectorial de Consumo, la protección efectiva de los consumidores y usuarios frente a las ofertas publicitarias que anuncien cualquier tipo de campaña “sin IVA”.”