

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

JOSEBA ANDONI AGIRRETXEA URRESTI, adscrito al Grupo Parlamentario Vasco EAJ-PNV, al amparo de lo dispuesto en el artículo 185 y siguientes del Reglamento del Congreso de los Diputados, presenta la siguiente **pregunta al Gobierno de la que desea obtener respuesta por escrito**.

Hace un año, el Pleno del Congreso de los Diputados aprobó una Proposición no de Ley de este grupo parlamentario sobre la prohibición de campañas publicitarias con lemas «sin IVA».

El texto decía lo siguiente:

“El Congreso de los Diputados insta al Gobierno del Estado español a revisar y en su caso modificar las Leyes 34/1998 de 11 de noviembre, General de Publicidad y 29/2009 de 30 de diciembre por el que se modifica el régimen general de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios para la prohibición de las campañas publicitarias con lemas que anuncien cualquier tipo de campaña “sin IVA””.

Tal y como explicábamos en el texto expositivo de la Proposición no de Ley, el Impuesto constituye 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 por parte de las instituciones. Entonces, observábamos con preocupación algunos tipos de estrategia comercial que se venían consolidando, principalmente entre las grandes superficies, y que creíamos favorecían una percepción distorsionada sobre el pago del IVA. Siendo el IVA un impuesto que grava el consumo, cada compra que las personas consumidoras realicen en los establecimientos que llevan a cabo este tipo de campañas publicitarias está sujeta al IVA, digan lo que digan las mencionadas campañas publicitarias. 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 pagar el IVA por el hecho de que la parte vendedora decida ofertar sus productos a un precio más bajo.

Las instituciones públicas deben incentivar el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de la ciudadanía, impulsando medidas tendentes a concienciar a la opinión pública de la importancia de contribuir y de pagar los impuestos, evitando actuaciones fraudulentas; prácticas publicitarias como las mencionadas no resultan un buen ejemplo para ello.

Por lo tanto, además del efecto pernicioso respecto a la concienciación ciudadana al que nos hemos referido, es evidente que los eslóganes de las campañas no resultan veraces, porque en ningún caso las empresas que los promueven evitan a su clientela soportar el IVA que ellas deben ingresar.

Cuando se cumple un año de la aprobación de ese mandato de la Cámara, seguimos observando este tipo de campañas publicitarias en televisión, radio, periódicos, comercios, etc.

Es por ello que realizamos las siguientes preguntas para su respuesta por escrito:

- 1.- ¿Qué opinión tiene el Gobierno sobre este tipo de campañas publicitarias o estrategias comerciales?
- 2.- ¿Qué medidas piensa tomar el Gobierno para ejecutar el mandato que la Cámara le otorgó?

Congreso de los Diputados, 28 de septiembre de 2018.

EL DIPUTADO

JOSEBA ANDONI AGIRRETXEA URRESTI