

<http://www.jornada.unam.mx/1997/08/22/boltvinik.html>

Julio Boltvinik

IVA y mercados irracionales

El secretario de Hacienda declaró nuevamente sobre la baja a la tasa del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Reiteró que los beneficios de tal baja no llegarían a los pobres, y señaló que al disminuir la tasa aumentarían los márgenes de comercialización, ya que "los precios, como se demostró en 1992, no bajaron en la misma proporción en la que bajó el IVA" (*El Financiero*, 20/08/97). En ambas cuestiones están involucradas ideas o teorías sobre la formación de precios incorrectas o contradictorias.

A medida que aumenta el ingreso de los hogares, la proporción del gasto dedicada a bienes y servicios que no causan IVA disminuye. De ahí la tesis de Hacienda en el sentido de que una baja en el IVA beneficiaría muy poco a los hogares de bajos ingresos.

A los contraargumentos que he señalado en entregas anteriores, quiero añadir dos más. En primer lugar, aunque el beneficio de una baja en la tasa del IVA, medido en unidades monetarias, sería absoluto y relativamente más alto para los hogares con ingresos altos, el bienestar que cada unidad adicional de ingresos representa es mayor para los pobres que para los ricos. En algunos casos, entre los primeros, unos pocos pesos pueden hacer la diferencia entre la nutrición adecuada y la desnutrición, e incluso entre la vida y la muerte.

En segundo lugar, no es verdad que los precios de los bienes y servicios exentos y con tasa cero en el IVA no varíen cuando cambia la tasa del impuesto. Cuando sube el IVA también suben los precios de estos bienes y servicios. Lo contrario pasa si se baja la tasa. Para demostrarlo, tomemos primero los bienes exentos del gravamen. Uno de ellos, de una gran importancia para los pobres, es el transporte público. Las empresas transportistas deben adquirir las unidades, comprar llantas, refacciones, gasolina, aceite. Todo ello causa IVA. Pero en los rubros exentos las empresas no pueden recuperar de la SHCP el IVA pagado.

Pongamos un ejemplo numérico hipotético. Para transportar a cien personas, los costos serían los siguientes: a) insumos que causan IVA: 120 pesos (sin el IVA); b) IVA al 15 por ciento: 18 pesos; c) otros costos que no causan IVA: 40 pesos. Digamos que el negocio sólo sería atractivo si la ganancia es de al menos 20 pesos por cada cien pasajes vendidos. Por tanto, los costos totales más ganancias serían de 198 pesos y la tarifa mínima de 1.98 pesos. Si el IVA se redujese a 10 por ciento, el IVA pagado en los insumos bajaría a 12 pesos, el costo de transportar a 100 personas más la ganancia sería de 192 pesos y el pasaje mínimo 1.92 pesos. Habría habido una reducción en la tarifa del 3 por ciento. Algo similar ocurriría con otros rubros exentos: salud, educación, alquiler de viviendas. La regla general es que la reducción del precio o tarifa varía directamente con la proporción de los costos que causan IVA y con la cuantía de la baja en la tasa.

En los rubros que tienen tasa cero en el IVA, los empresarios sí pueden recuperar el IVA pagado. En el mundo de los libros de texto, esto significaría que los precios de estos rubros no se verían alterados por cambios en las tasas del IVA. Sin embargo, en el mundo real de México hay al menos tres circunstancias que falsifican esta conclusión: 1) el trámite de recuperación del IVA es muy engorroso; 2) el periodo para la devolución es de varios meses; y 3) las empresas del régimen simplificado no pueden pedir la devolución del IVA. Por tanto, las empresas formales para recuperar el IVA pagado incurren en dos costos: personal para llevar a cabo los trámites y el costo financiero por la demora en la recuperación.

Para los negocios del régimen simplificado, que no llevan cuenta del IVA, este impuesto pagado forma parte de sus costos. En ambos casos, los costos, que son mayores mientras más alta es la tasa del IVA, se trasladarán al consumidor. Los precios de los rubros con tasa cero del IVA, por tanto, también son afectados por la tasa del impuesto, aunque en menor proporción que en los rubros exentos. En conclusión, todos los precios se ven afectados por la tasa del IVA y, por tanto, los cálculos de quién paga el IVA, incluyendo los que yo he presentado en este diario, deben ser revisados.

Cuando Guillermo Ortiz dice que la baja en el IVA aumentaría el margen de comercialización más que bajar los precios, nos enfrentamos a una original teoría de los precios que contradice la sabiduría convencional, y según la cual éstos no resultan de la competencia, no expresan el equilibrio de la oferta y la demanda, ni reflejan los costos de producción, sino que derivan del capricho y del poder de los productores y comerciantes. Uno se pregunta si los comerciantes pueden subir los márgenes de comercialización cuando quieren, ¿por qué no lo han hecho antes, por qué se han conformado con menos que la ganancia máxima? Se pregunta uno también si los mercados no son competitivos, si son tan fuertes las barreras de acceso que no habría nadie que, percatándose del enorme margen de ganancia, quisiese aprovechar la oportunidad para entrar a ese mercado. O si ninguno de los participantes actuales trataría de apoderarse de mayores proporciones del mercado, ajustando plenamente sus precios a la baja del IVA. ¿Prevalecen, entonces, mercados monopólicos? Si el secretario tuviese razón, estaría poniendo en evidencia que los mercados, que tanto defienden el conjunto de economistas oficiales, no llevan a la eficiencia sino al pillaje y a la irracionalidad.