

Cuáles son los impuestos que no ves y te cobran igual

Qué tributos está abonando un consumidor cada vez que compra un producto o contrata un servicio. La presión impositiva, en su máximo histórico.



Por Florencia Radici

Los impuestos son parte de la vida diaria de cualquier consumidor. Algunos, como Ganancias, se ven directamente en el recibo de sueldo. Otros, como el ABL, llegan en la boleta al domicilio. Pero los argentinos pagan otro conjunto de impuestos que, aunque no ven, impactan directamente en los precios de venta de, prácticamente, cualquier producto que se consume a diario, más allá del IVA (el más conocido). **Cigarrillos, nafta, indumentaria, carne, arroz, cerveza, gaseosas, whisky, autos y hasta las llamadas por celular tributan.** La suma de todos los impuestos que afectan a un trabajador argentino lleva a que, hoy, la presión tributaria esté en su record histórico. “Supera el 40 por ciento del PBI entre los niveles nacional, provincial y municipal”, explica César Litvin, socio del estudio Lisicki, Litvin & Asociados.

En los últimos 15 años, registró un crecimiento sin precedentes: mientras que en 1993 era del 19,6 por ciento, para 2008 ya había pasado a 30,3 por ciento del PBI. Esto se debe, en parte, al aumento de impuestos nacionales (pasaron del 16 al 21 por ciento), provinciales (del 3,7 por ciento al 4,3 por ciento) y a la aparición de otros nuevos, como las retenciones a las exportaciones.

La recaudación a través de impuestos se convirtió en una de las cajas más importantes del Gobierno. En abril –último dato disponible al cierre de esta edición–, fue de \$ 92.737 millones, un 37,7 por ciento más que en el mismo mes de 2013, un valor similar al de la inflación anual calculada por los privados. En términos reales, se calcula que la AFIP recaudó apenas entre 0 y 2 por ciento en la variación interanual, lo que se podría tomar como indicador de una desaceleración de la actividad económica.

El IVA (Impuesto al Valor Agregado) representa casi el 30 por ciento de la recaudación total, según los datos oficiales, y en su versión neta creció 38 por ciento en promedio en el acumulado de los primeros cuatro meses de 2014 versus igual lapso del año anterior. Sin inflación, la suba no sería de más del 2,5 por ciento. Casi un cuarto de la recaudación provino de los aportes a la seguridad social y contribuciones patronales, que crecieron 20 por ciento interanual en abril, también según datos oficiales.

En el combo de impuestos conviven tributos nacionales, provinciales y municipales, que se suman al IVA y los aportes previsionales, como Ganancias, Ingresos Brutos, Bienes Personales y el gravamen a los Débitos y Créditos Bancarios (impuesto al cheque), entre otros. “Los que no se ven son los impuestos al consumo o indirectos. El más típico, porque es de aplicación generalizada, es el IVA. Son muy pocos los productos que no están sujetos a él, como la leche y el agua, pero es un abanico muy limitado”, explica Andrés Edelstein, socio de Asesoramiento Impositivo y Legal de PwC Argentina. Y añade que, si bien en promedio es del 21 por ciento, también puede ser del 10,5 para algunos alimentos o del 27 por ciento. Así, según sus cálculos, al comprar un producto de \$ 100, sólo \$ 17,36 por ciento ya son del IVA. “Este es el que se calcula con mayor precisión”, agrega. Otros, como Ingresos Brutos, tienen un efecto cascada y resulta más difícil su cuantificación, porque lo tributa cada parte de la cadena de suministros y se incluye en el costo.

La recaudación a través de impuestos se convirtió en una de las cajas más importantes del Gobierno. Fue de \$ 92.737 millones, un 37,7 por ciento más que en el mismo mes de 2013.

“En todo lo que compramos, la presión tributaria es de entre el 67 y 80 por ciento, según cómo se mida y qué impuesto impacta”, dispara Guillermo Pérez, CEO y presidente de Grupo GNP. En esta apreciación, además de los impuestos específicos que gravan a cada producto, el especialista toma en cuenta todos los tributos que paga un consumidor, desde Ganancias hasta los aportes a la seguridad social.

Para cuantificar, entonces, cuánto de impuestos se está pagando al comprar un producto, hay que sumar, además del IVA, los impuestos internos y si está gravado por alguna condición especial. Los cigarrillos, bebidas con y sin alcohol, automóviles, celulares, productos suntuarios (como joyas), embarcaciones de recreo y aeronaves, y electrodomésticos, entre otros, tienen gravámenes distintos.

Tributos en alimentos

El 34,4 por ciento del precio de venta al público en el mercado interno de los productos originados en la industria alimenticia se explica por los diferentes impuestos y regímenes del sistema tributario, previsional y de seguridad social a

nivel nacional, provincial y municipal, consigna un estudio exclusivo del Instituto Argentino de Análisis Fiscal (IARAF). **Así, por caso, al comprar un alimento de \$ 100, \$ 12,25 se los lleva el IVA**, el impuesto de mayor importancia, y el equivalente al 35,7 por ciento del total del costo impositivo, en este caso un porcentaje menor al promedio general porque esta actividad tiene una gran cantidad de productos gravados a una tasa reducida (en general, los incluidos en la canasta básica alimentaria).

Luego, los aportes y contribuciones previsionales y de seguridad social representan el 8,2 por ciento del precio al público, o un 23,9 por ciento de la carga tributaria. En tercer lugar hay otro impuesto al consumo: Ingresos Brutos que, por ser acumulativo, se lleva 7,16 por ciento del precio o 20,9 por ciento del costo impositivo. Así, los tres suman más del 80 por ciento de la carga tributaria del precio de **venta al público de un producto alimenticio**. El resto se reparte entre el impuesto a las Ganancias (2,93 por ciento del precio), el impuesto al Cheque (2,21 por ciento) y las tasas municipales sobre ventas (1,59 por ciento).



“En promedio, una persona, ya sea comprando leche, lomo o bienes en generales, paga un 80 por ciento de impuestos entre costo laboral total e impuestos contenidos en el precio de lo que se compra, como Ingresos Brutos, a los Débitos y Créditos, IVA según corresponda o no, ABL y Ganancias, entre otros”, insiste Pérez, de Grupo GNP.

Con respecto a los productos que no tributan IVA, el problema es que, para quien los vende, esto se transforma en un costo que no se recupera. “Al no estar gravado, pero tener determinados costos como un envase o la electricidad para mantenerlo, por ejemplo, no se pueden tomar los créditos fiscales y pasa a ser un costo. Quizá, se podrían gravar a una tasa más baja, que no impactaría en el bolsillo y le permitiría, al comerciante, acceder a los créditos fiscales que vienen con el producto”, suma otra arista Raúl Sanguinetti, socio de Baker Tilly Argentina.

En el caso de las bebidas, el 41,73 por ciento del precio de venta al público se explica también por impuestos y regímenes en los tres niveles, aunque el mayor porcentaje responde a que casi todo el rubro en su totalidad está alcanzado también por impuestos internos y la tasa plena del IVA, también según datos del IARAF. Aquí, el IVA es el 16,91 por ciento del precio (o 40,5 por ciento del costo impositivo total). Luego, vienen los aportes y contribuciones previsionales y de seguridad social (7,93 por ciento del precio y 19 por ciento de la carga tributaria); en tercer lugar, también Ingresos Brutos, con 6,54 por ciento del precio al público y 15,7 por ciento del costo tributario total. Ganancias, por su parte, es más importante que en alimentos, con el 3,63 por ciento del precio de venta y los impuestos internos se llevan el 2,55 por ciento del valor de venta.

Para las bebidas alcohólicas, hay una tipificación que varía según el grado de alcohol, con extremos como el whisky, con un impuesto del 20 por ciento, y la cerveza, con el 8 por ciento. Según la especificación tributaria, se consideran bebidas alcohólicas pasivas de tributar a todas las que tienen más de 10 grados de alcohol en volumen. Así, el coñac, brandy, ginebra, pisco, tequila, gin, vodka o ron tributan el 15 por ciento.

El costo oculto

Pero en el combo también hay impuestos de aplicación selectiva, como los Internos. “Suelen ser objetos suntuarios o bienes cuyo consumo se quiere desalentar. Son casos puntuales, muy tipificados, que tienen que ver con una finalidad extra fiscal”, asegura Edelstein, de PwC. Los cigarrillos son el ejemplo más común. Según los cálculos del mercado, sumando el IVA y su gravamen específico, entre el 60 y 70 por ciento del precio de una caja en un kiosco corresponde directamente a impuestos. Durante 2014, la industria tabacalera deberá aportarle a la AFIP \$ 20.000 millones, una meta de recaudación impositiva 30 por ciento mayor a la de 2013, que fue de \$ 13.700 millones. Esto implicó, además, que las tabacaleras aumentaran su precio – entre 2012 y 2013, los atados acumularon una suba de 40 por ciento, y en el sector calculan que este año se superará ese valor.

Acá, el objetivo es desalentar el consumo –a principios de año, un informe de la consultora IES confirmó que el consumo de cigarrillos cayó 3,1 por ciento y hoy se ubica en 49,7 atados por habitante. En 2013 se vendieron 41.200 millones de cigarrillos, contra 43.600 millones del año anterior, según datos del Ministerio de Agricultura.



En el caso de los combustibles, como nafta y gasoil, hay otro impuesto específico (a los combustibles líquidos y gas natural, ex ITC) que es del 40 por ciento, en promedio, por litro (las naftas tributan el 62 por ciento y el gasoil, el 19). Sanguinetti, de Baker Tilly, suma los teléfonos celulares, que tienen un impuesto interno del 27 por ciento.

“Para los autos, cuando el precio antes de IVA supera los \$ 210.000, la incidencia impositiva es del 68 por ciento. Impacta mucho el nuevo impuesto interno. Los impuestos internos tienen una tasa nominal del 50 por ciento y una efectiva del 100 por ciento sobre el precio antes de IVA, por eso hay tanta diferencia con respecto a otros productos”, explica Litvin.

Otro impuesto que afecta, en este caso, a las empresas dueñas de vehículos es que el tope de amortización es para automóviles de hasta \$ 20.000, una cifra que no se actualiza desde el año 2001. “Así, una compañía compra un auto y puede descontar Ganancias solamente teniendo en cuenta ese valor de compra. En 2001, esos \$ 20.000 eran una línea divisoria entre un auto mediano y uno de alta gama. Hoy, ninguno cuesta eso, por lo que sólo pueden amortizar las empresas del rubro, como remiserías o de alquiler de autos”, explica Sergio Toledo, gerente de Impuestos de S&A. “Lo mismo sucede con el límite de gastos de mantenimiento, de \$ 7200 anuales por auto. El problema es que esa cuota mayor de Ganancias se termina trasladando al precio de los productos o servicios que esa firma fabrica o comercializa”, alerta.

También hay impuestos incluidos en los precios de los restaurantes y hoteles. En los hoteles, el cálculo realizado por el IARAF arroja que el 37 por ciento de lo que paga el consumidor se origina en impuestos. Acá, el principal componente del costo impositivo (antes del IVA) son los aportes y contribuciones al régimen de seguridad social, con más del 50 por ciento del total, seguido por el impuesto a las Ganancias e Ingresos Brutos, con alrededor del 20 por ciento cada uno. Luego, con 5 por ciento cada uno, aparecen los municipales y el impuesto al Cheque. Esto señala el peso de la mano de la obra en la estructura de costos.

Otro impuesto que afecta, en este caso, a las empresas dueñas de vehículos es que el tope de amortización es para automóviles de hasta \$ 20.000, una cifra que no se actualiza desde el año 2001

En los restaurantes, los aportes y contribuciones también son los más importantes, pero, aquí, son el 60 por ciento del costo impositivo social, seguido por Ingresos Brutos (20 por ciento), impuesto a las Ganancias (5 por ciento) y los impuestos municipales y al Cheque, también con 5 por ciento cada uno. Así, del precio que se paga en un restaurante, entonces, entre 34 y 36 por ciento está originado en impuestos de diferentes orígenes.

Pero, además, hay otros impuestos que, indirectamente, terminan afectando los precios que pagan los consumidores. Tomando como ejemplo a un monotributista con un comercio que le vende a un consumidor final, por su categoría, tiene un esquema sencillo donde paga una cuota mensual, que incluye IVA, Ganancias y contribuciones. “Un componente de su costo es el alquiler del comercio. Paga IVA porque el alquiler comercial lo debe pagar a partir de los \$ 1500 mensuales, un monto fijo desde 2001. Está de-sactualizado y, si se modificara, habría una menor carga tributaria y el monotributista no la trasladaría al precio del producto que está vendiendo”, explica Toledo, de S&A.

Otro impacto: el aumento en las valuaciones fiscales de los inmuebles, que impulsa hacia arriba la cuota del ABL o impuesto inmobiliario, en general a cargo del inquilino, también origina un costo mayor que se termina trasladando al consumidor.

En Ingresos Brutos sucede algo similar: en la provincia de Buenos Aires, por caso, la exención para los fabricantes de bienes tiene un límite relacionado con los aportes anuales de facturación que, si bien se van actualizando, no acompañan el nivel de ventas. “Ese tope a partir del cual pagan Ingresos Brutos no acompaña el nivel de inflación y, entonces, empiezan a pagar una tasa del 1 por ciento, cuando antes no lo hacían”, concluye Toledo.

Fuente: <https://www.apertura.com/economia/Cuales-son-los-impuestos-que-no-ves-y-te-cobran-igual-20141113-0002.html>