

Imprimir

El 29 de mayo el Senado aprobó en cuarto debate el proyecto de ley que institucionaliza el día sin IVA. Desde el comienzo la posición del gobierno ha sido crítica. La administración Petro no mira con buenos ojos la medida. Antes Ocampo y ahora Bonilla, dudan que el día sin IVA tenga las ventajas anunciadas por sus defensores. Además de Fenalco, los congresistas más favorables fueron Christian Garcés y Miguel Uribe.

El día sin IVA comenzó en 2021. Uno de los argumentos que tuvo el presidente Duque fue la reactivación de la economía. Indudablemente, el día sin IVA estimula la demanda, y puede ser considerado un mecanismo anticíclico. En ese momento había mucha expectativa porque en medio de la pandemia no se sabía cuál podría ser el resultado. Las cifras fueron sorprendentes. El primer día se vendieron \$9,8 billones. El segundo día \$10,7 billones, y el tercero \$11,2 billones. El total, en el 2021, fueron ventas por \$31,7 billones.

En la reforma tributaria del 2022 se eliminaron los días sin IVA. Su reciente aprobación vuelve a poner al orden del día la discusión sobre sus ventajas e inconvenientes.

En el análisis se deben tener en cuenta sus impactos diferenciales sobre los siguientes agentes económicos: comerciantes, consumidores, importadores, industriales y gobierno.

Los comerciantes son los más directamente beneficiados. El principal lobby en el Congreso lo hizo Fenalco. El aumento de las ventas es significativo. Se podría afirmar que, en caso de no existir el día sin IVA, el consumidor compraría, tarde o temprano, los mismos artículos. Y, entonces, a la larga para el vendedor el impacto sería neutro. Este tipo de análisis cabe perfectamente en algunas teorías como la del “ingreso permanente” defendida por autores como Friedman[1]. Frente a esta opinión, otros analistas consideran que cuando se ofrecen oportunidades favorables, el consumidor adquiere los bienes que de otra manera difícilmente hubiera comprado. Esta segunda alternativa predomina el día sin IVA. Tienen razón los comerciantes que consideran que un volumen importante de ventas nunca se hubiera realizado sin este día especial. Se trata, entonces, de un choque de demanda significativo.

Y dentro de los comerciantes son especialmente favorecidas las grandes superficies, y los

vendedores que están debidamente formalizados. Una parte importante de las transacciones se realizan de manera electrónica. Claramente, el día sin IVA no estimula el negocio de los pequeños comerciantes.

Los consumidores también se favorecen con el día sin IVA. Pero, como en el caso de los comerciantes, no todos se benefician de la misma manera. Los principales bienes que se venden son: vestuario y sus complementos, electrodomésticos, computadores y equipos de comunicaciones, elementos deportivos, juguetes, juegos, útiles escolares, bienes e insumos para el sector agropecuario.

Los compradores que más pueden aprovechar la eliminación del IVA son los que tienen capacidad de pago. La estructura de la canasta de consumo de los pobres es muy diferente a la de los ricos. Se ha dicho, con razón, que el día sin IVA es *regresivo* en el sentido de que favorece más a los ricos. Además de la diferencia en la composición del consumo, los hogares con mayores ingresos, tienen facilidades como las tarjetas de crédito.

Desde la perspectiva de la psicología del comprador, el día sin IVA es muy atractivo y hala la preferencia hacia el consumo presente. Si la persona tiene la posibilidad de consumir hoy, no pospone el consumo. Es clara la opción por el consumo presente frente al consumo futuro. Esta hipótesis ha sido defendida por los autores de la llamada escuela austriaca. Uno de los más significativos ha sido Mises[2]. En su opinión los individuos son impacientes, y el día sin IVA favorece este comportamiento.

Los importadores también ven con buenos ojos el día sin IVA. Una parte importante de los bienes que se venden son importados, y los intermediarios mejoran sus utilidades.

La posición de los *industriales* varía dependiendo de si los bienes son de producción nacional o importados. Los días sin IVA favorecen especialmente a las empresas extranjeras que producen computadores y electrodomésticos, pero no a la industria nacional. Se ha dicho que la mayoría de los bienes que se venden esos días son importados y, por tanto, no halan la industria nacional. Este argumento tiene que ser analizado con más detalle porque

dependiendo del bien, el componente de valor agregado doméstico es muy heterogéneo.

Los defensores de la industria nacional han insistido en que el día sin IVA es pertinente si se restringe a los artículos de producción nacional. Esta discriminación no es sencilla porque, de nuevo, depende del componente doméstico que se incorpora en el valor agregado.

Para el *gobierno*, el día sin IVA es, efectivamente, un mecanismo de reactivación de la demanda. Sus objeciones tienen que ver con tres aspectos.

Primero es un estímulo a la inflación. Esta es una consecuencia clara de cualquier modalidad de política pública que busque estimular la demanda.

Segundo, el impacto sobre las finanzas públicas es negativo, aunque como lo ha señalado Lisandro Junco, el anterior director de la Dian, se presentan dinámicas que contrarrestan la menor tributación. Una de ellas es el aumento de los recaudos por concepto del 4x1.000. Y la otra es el incremento de algunos tributos (renta, ICA, etc.) que resultan de la mayor actividad industrial y comercial. En palabras de Junco,

“... demostramos con las cifras en el gobierno pasado que el Día Sin IVA lo que generaba era más recaudo no por IVA, obviamente, pero sí se implementaban medidas para que la gente pudiese pagar con tarjetas de crédito y aumentaban los pagos electrónicos y además el pago del 4x1.000 eso va a neutralizando el costo fiscal, a medida que se van incrementando los ingresos de los comerciantes, de las grandes superficies, de los establecimientos que se suman a esta jornada”.

Otra de las ventajas del día sin IVA es el incentivo a la formalización. No es posible vender si el comerciante no cumple con todos los requisitos legales. En el mediano los procesos de actualización y formalización favorecen el recaudo.

Tercero, el gobierno insiste en que no incentiva la producción nacional, y que desde el punto de vista del consumidor, es un mecanismo regresivo.

[1] FRIEDMAN Milton., 1962. *Teoría de los Precios*, Alianza, Madrid, 1982.

[2] MISES Ludwig von., 1949. *La Acción Humana. Tratado de Economía*, 2 vol., Fundación Ignacio Villalonga, Valencia, 1960.

Jorge Iván González

Foto tomada de: Q'hubo Cali