



EL IMPACTO DE LA HOMOLOGACIÓN DEL IVA EN LAS AGENCIAS AUTOMOTRICES DE LA REGIÓN RIBEREÑA

Sánchez-Martínez, Daniel¹. Peña-Botello, Yolanda Marisol²; Ceballos-Hinojosa, Alondra³ & Cavazos-Pastrana, María Cristina⁴.

1 Universidad Politécnica de la Región Ribereña

sanchez.martínez.d@uprr.edu.mx¹, pena.botello.ym@uprr.edu.mx², mari.cristina.cavazos@gmail.com³, chic_alo@hotmail.com⁴, Boulevard Lázaro Cárdenas del Río No. 325, Cd. Miguel Alemán, Tamaulipas, México, 01(897)9723680

Fecha de envío: 2/Abril/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen / Abstract

Esta investigación se realizó durante el periodo de diciembre del 2014 a septiembre del 2015. Su propósito es identificar el efecto de la homologación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en las ventas de las agencias automotrices en la Región Ribereña. El estudio realizado es descriptivo, de carácter mixto; ya que se desea explicar el impacto que causó la homologación del IVA en el desempeño de las ventas de las agencias automotrices. La información se obtuvo mediante encuestas y entrevistas de profundidad realizadas a cuatro agencias automotrices que representan nuestra población total. Se descubrió que los factores que explican el comportamiento de las bajas ventas en el año 2014 son la homologación del IVA, la inseguridad y la alta competitividad. Por lo que la hipótesis planteada “La homologación del IVA perjudicó las ventas de automóviles en las agencias automotrices en la Región Ribereña en el año 2014” es aceptada

This research was developed during the period from December 2014 to September 2015. Its purpose is to identify the effect of the approval of Value Added Tax (VAT) on sales of car dealerships in Región Ribereña. The study is descriptive, with a mixed character; in which we it and explains the impact that caused the approval of VAT in the sales performance of the car dealerships. The information was obtained through surveys and in-depth interviews

conducted to car dealerships that represent our total population. It was found that the factors that explain the behavior of poor sales in 2014 were the approval of VAT, insecurity and high competitiveness. So the hypothesis is "The approval of VAT hurt car sales in automotive Riparian agencies in the region in 2014" is accepted

Palabras Clave: PyMEs, Alta Competitividad, Inseguridad, Ingreso per cápita, IVA.

Key Words: PyMEs, High competitiveness, insecurity, income per capita, VAT.

Introducción

Cada año, el Gobierno Federal mediante la autorización de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión realiza una programación de los gastos y proyectos que se realizarán entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de cada ejercicio fiscal siguiente, el cual se conoce como Presupuesto de Egresos. La fuente de ingresos para cubrir con dicho presupuesto proviene de una serie de contribuciones del pueblo mexicano o por financiamientos que contrae el mismo gobierno, así mismo por la venta de petróleo, venta de bienes o servicios de empresas u organismos públicos, aportaciones de seguridad social, contribuciones de los trabajadores y por último, por medio de impuestos, todos aprobados tanto por la Cámara de Diputados y Senadores.

Basado en la Carta Magna, en su artículo 31 fracción IV, una de las obligaciones que tienen los mexicanos o residentes en México, es aportar en forma monetaria, de una manera equitativa y proporcional, mediante herramientas y procedimientos que disponga la autoridad al presupuesto de egresos, contribuyendo al gasto público.

Hoy en día, para México, la principal fuente de financiamiento es mediante la recaudación de los pagos de impuestos de todos los contribuyentes; entre los de mayor impacto tenemos

el impuesto sobre la renta (ISR) y el impuesto al valor agregado (IVA), quien este último hasta el 31 de diciembre del 2013 tenía una tasa preferencial del 11% a los actos y actividades gravados únicamente a residentes de la Región Fronteriza (20 kilómetros).

El diseño ideal del IVA según iniciativa presentada por parte del Poder Ejecutivo federal del 08 de septiembre del 2013, es aquel en que se establezca una tasa general para todo el país, eliminando cualquier excepción o preferencias tributarias, para México el IVA representa la segunda fuente de ingresos tributarios más importante, la primera es el ISR, sin embargo, a nivel internacional su recaudación es la más baja. Es por eso que a partir del 01 de enero del 2014, se aplica la homologación del IVA, quitando la tasa preferencial del 11% sustituida por la tasa aumentada al 16% al igual que el resto del país, con la finalidad de simplificar la administración y control de impuestos y evitar la simulación de actividades que le permite al contribuyente un tratamiento que más le convenga, aunado a un esperado crecimiento y desarrollo económico, según palabras del presidente de México Lic. Enrique Peña Nieto.

Estudios a nivel interno de las organizaciones mencionan que homologar la tasa del IVA era un acto inconstitucional, al considerar que violaba el principio de equidad tributaria, sin embargo el 21 de agosto del 2014, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) resolvió que de ninguna manera la reforma fiscal violentaba dicho principio ni algún derecho humano, por lo que era innecesaria analizar si la decisión de los legisladores fue razonable o no, e inclusive la tasa preferencial resultaba inequitativo frente a las operaciones similares que se realiza en el resto del territorio mexicano, y que en el pasado bajar las tasas en la zona fronteriza fue más bien una medida de política económica y no una medida de justicia tributaria.

Si bien es cierto que homologando las tasas de impuesto del IVA se tendría mayor recaudación de impuestos y una equidad tributaria, causó impactos económicos en la Región Ribereña, frontera norte de Tamaulipas con Estados Unidos de América.

La presente investigación se realizó en las empresas del sector automotriz de la Región Ribereña, dedicadas a la venta de automóviles al consumidor final y considerada como uno de los sectores afectados, con la finalidad de identificar el efecto de la homologación del IVA en dichas empresas, donde se analizaron las variables de ventas, inseguridad, inflación de los productos relacionados, impuestos, alta competitividad e ingreso per cápita.

Para esta investigación, no se encontraron estudios e investigaciones previas relacionadas con el impacto del IVA en sector de las agencias automotrices de la Región Ribereña.

En los resultados nos muestra que el impacto de la homologación del IVA para las agencias automotrices de la Región Ribereña aunado con el índice de inseguridad y la alta competitividad causó una baja en las ventas del 2014 del 35% en relación al ejercicio fiscal anterior.

Marco teórico

Es obligación de los ciudadanos mexicanos contribuir con el gasto público tanto de la Federación, el Estado y u o el Municipio en que residan, según el artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en donde nos establece el principio de proporcionalidad tributaria en relación con la capacidad contributiva de los contribuyentes. Por lo tanto deben tributar en base de distintos impuestos que existen en el país. Los impuestos se deben de cobrar a todos aquellos mexicanos sin importar donde residan. Estos impuestos se deben de cobrar de manera proporcional a los ingresos que reportan los ciudadanos. Esto se dice en base al principio de proporcionalidad tributaria de Manuel Hallivis Pelayo, en este se dice que las personas deberían de pagar según el dinero que ellos obtengan como utilidad o rendimiento, esto ha manera de que aquellas personas que obtengan más ingresos tributen más que aquellas personas de menor ingreso, así el acto de tributar sea algo equitativo.

En México, existen distintos tipos de impuestos de los cuales el gobierno se apoya para aportar al gasto público, pero existen dos que son muy importantes para la economía mexicana, se podría decir que son los pilares del gasto público. Son el Impuesto Sobre la Renta; que se retiene a aquellas personas que generan alguna utilidad y es en base en un tabulador para el caso de los contribuyentes registrados en el régimen fiscal de personas físicas; y en el caso de personas morales, mediante coeficiente de utilidad fiscal utilizando una tasa fija de impuesto. Por otro lado se encuentra el Impuesto al Valor Agregado.

El IVA entro en vigor en la República Mexicana el 1 de enero de 1980, de conformidad por lo establecido en el Diario Oficial de la Federación del 29 de diciembre de 1979, este impuesto se utilizó para sustituir el ingreso de otros impuestos más antiguos como el

Impuesto Sobre Actividades Mercantiles. Desde su comienzo a la fecha, el Impuesto al Valor Agregado ha ido cambiando constantemente sus tarifas en base de nuevas reformas para mejorar la equidad de la tributación así como para que exista un mayor presupuesto del gasto público.

Este impuesto se ha ido transformando a lo largo de su historia. Es un impuesto trasladable, y de carácter federal que ha tomado distintas tasas en los últimos 30 años tanto para la zona fronteriza como para el interior de la República. Según el artículo 2 de la Ley del IVA (2013) este mismo se calculaba en un 11% para la zona fronteriza, y para el interior de la república el 16%. Fue a partir del 1 de enero del 2014 que se efectuó la homologación del Impuesto al Valor Agregado a una tasa del 16% en toda la República Mexicana, decretado el 11 de diciembre del 2013 en el Diario Oficial de la Federación.

En el marco conceptual salen a relucir dos principios para la equidad de la tributación; la equidad horizontal y la equidad vertical. En la equidad horizontal, se habla sobre que todos los contribuyentes deberían de ser tratados por igual, sin importar las percepciones que estos tengan, por ende a todas las personas se les debería de cobrar la misma cantidad. En cambio, el principio de equidad vertical, habla de que debe existir una proporcionalidad en base de las percepciones de los ciudadanos, esto quiere decir que aquellas personas que ganen más deberán pagar más y aquellas personas con menor ingreso debería de ser menor su contribución.

Es por esto que se cree que el régimen fiscal debería de ser reorganizado, pues se considera que creo una disputa acerca de la equidad fiscal. Esto se intentó hacer a principios del 2014, cuando entro a la homologación de la tasa del IVA.

La homologación de la tasa del IVA, se realizó en las fronteras de México, la cual era del 11% y paso a ser del 16% en todo el país como en el centro de la república. Esto está de acuerdo al principio de equidad horizontal. Dado que todos los contribuyentes, sin importar sus ingresos o lugar de residencia tienen que pagar la misma tarifa.

Anteriormente se utilizaba una tarifa del 11% en la frontera norte para incentivar el comercio exterior, dado a que los productos que se vendían en la frontera se les aplicaba la anterior tasa a los productos que estaban destinados a llegar a un consumidor final de la frontera o en algunos casos internacional, en cambio si su destino final era el interior del país, la tarifa se cambiaba a un 16%.

La tasa del 11% en el norte del país se había manejado por largo tiempo, hasta que en el sexenio de Felipe Calderón se empezaron rumores acerca de que el Impuesto al Valor Agregado se homologaría, pero no fue hasta la presidencia de Enrique Peña Nieto cuando se decretó el 11 de diciembre del 2013 que se llevaría a cabo la homologación del IVA.

El 1 de enero de 2014, fue cuando entro en vigor la nueva tasa para la zona norte, la cual causó un gran revuelto para los ciudadanos dado a que como se había mencionado anteriormente los más afectados, son las personas de bajos recursos.

El cambio de este impuesto, ocasionó un efecto contrario a lo que se había experimentado cuando el mismo comenzó, pues la reforma fiscal que se aplicó en ese entonces (cuando se aplicó la ley del IVA), era más aceptable, dado a que se hacían algunas excepciones en el transporte y la maquila. Esto, para no perjudicar a los trabajadores, ya que son una clase social vulnerable, de hecho al principio, solo se gravaban las cosas de lujo, las demás no, por lo tanto esto hacia que las maquiladoras se vieran más atraídas por comprar más

maquinaria para una mayor producción, pero esto con el fin de que generaran más utilidades para cobrar más impuestos de esa manera.

Algunos autores mencionan que México es uno de los países que reúnen más recaudaciones a causa del IVA y estos nos comparan internacionalmente con otros países, pero lo que no piensan, es que realmente no tenemos el mismo nivel socioeconómico, puesto que nos comparan con países desarrollados, obviamente si los salarios fueran más altos; el Impuesto al Valor Agregado no perjudicaría crucialmente a las familias mexicanas.

Se dice que existe una reforma regresiva, pues una de las cosas que se planearon en el 2005, fue que al aumentar el IVA, los ciudadanos quedarán exentos de los primeros 50,000 pesos recaudados del ISR, lo cual bajaría gravemente la recaudación del mayor impuesto de México, por ende las recaudaciones serían iguales, o menores.

Al hablar de un incremento en la tasa del IVA, consecuentemente esto se traduce como un proceso inflacionario, dado a que los precios subirían en comparación al año anterior. Este cambio en el gravamen del IVA ha afectado a gran parte de la población de la Región Ribereña. Dado a la repentina alza en la inflación (5 puntos porcentuales) y el poco aumento en los salarios (Muciño, 2014).

En este caso, la homologación generó una ventaja en cuanto impuestos se refiere (tasas del 8.25%) al país vecino Estados Unidos. Por lo que se crea un efecto negativo en la recaudación, puesto a que las personas ya ni siquiera consumirán en México por la alta tasa del IVA; esto será un efecto contrario a lo que se esperaba (Fuentes N. A., 2013).

En este caso, los más afectados son las personas con bajos recursos, puesto a que las personas que realmente tienen una visa para ir a Estados Unidos, deben tener un salario más alto y más ingresos que otros, para comprar cosas más “baratas”. En cambio las personas

que tienen salarios más bajos estarán comprando cosas más caras en el país por la nueva tasa impositiva, por lo tanto estas personas serán las más afectadas y dará pie a un trato inequitativo.

Pero no solo los ciudadanos de la Región Ribereña han sido afectados, muchos ciudadanos del interior de la República decidían adquirir distintos bienes en la frontera, como es el caso de los autos, al tener un alto valor monetario, existía una considerable diferencia entre los precios (Almazan, Gonzalez, & Vicencio , 2014).

Como resultado de una alta inflación se esperaría que la demanda de los productos de la frontera disminuya como se explica en la ley de la demanda (Marshall, 1890). Entonces es de esperar que las ventas de autos de las agencias automotrices que tienen como mercado la Región Ribereña, una zona fronteriza disminuyeran durante el año 2014 en comparación del año 2013.

El objetivo de esta investigación es identificar el efecto de la homologación del IVA en las ventas de autos en las agencias automotrices en la Región Ribereña. Con base en la información anterior se plantean las siguientes hipótesis:

- Hipótesis H1

“La homologación del IVA perjudicó las ventas de automóviles en la Región Ribereña en el 2014.”

- Hipótesis HO

“La homologación del IVA no afectó las ventas de automóviles nuevos en la Región Ribereña en el año 2014”

Método

La investigación realizada es descriptiva de carácter mixto. Se desea comprender y analizar el impacto que causó la homologación del IVA en las ventas de las agencias automotrices de la Región Ribereña, y también se explica cada caso de forma particular desde el punto de vista del fenómeno estudiado.

Para recabar la información se aplicó una encuesta en modo de entrevista a los gerentes de ventas de las agencias automotrices, debido a que cuentan con reportes numéricos de los movimientos contables que reportan a Matriz, ubicadas en zonas distintas a la Región Ribereña. Fueron cuatro agencias automotrices encuestadas las cuales representan la población total de la Región Ribereña, que comprende los municipios de Guerrero, Mier, Camargo, Miguel Alemán y Gustavo Díaz Ordaz. Las agencias encuestadas son:

- Súper Autos Alemanes S.A. de C.V. (Volkswagen)
- Automotores Coahuilenses S.A. de C.V. (Ford)
- Autos Reynosa S.A. de C.V. (Chevrolet)
- Automotores Reynosa S.A. de C.V. (Nissan)

El cuestionario constó de cinco preguntas cerradas para cuantificar y cinco preguntas abiertas para estudiar cada agencia de manera detallada. Durante la aplicación del cuestionario una agencia no proporcionó información sobre sus ventas por políticas internas de privacidad.

Los resultados arrojados por los reactivos fueron llevados a una escala del 1 al 5, en donde 1 equivale a la evaluación más negativa que se puede manifestar de un factor y 5 representa a una evaluación de excelencia y éstos se representaron mediante gráficos de dispersión.

La pruebas de las hipótesis se realizó por medio del coeficiente de correlación de Pearson, la cual es una prueba estadística que permite analizar la relación entre dos variables medidas (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Las variables analizadas en el estudio fueron las siguientes:

- Ventas. Variable económica dependiente que se midió a través de la venta de autos nuevos de cada una de las agencias automotrices.
- Homologación del IVA. Variable independiente externa que explica el comportamiento de las ventas a través del aumento de este impuesto del 11 al 16%.
- Inseguridad. Variable independiente externa que explica el comportamiento de las ventas a través de los factores negativos que puede traer esta.
- Inflación de los productos relacionados. Variable independiente externa que explica el comportamiento de las ventas por el aumento de los precios de los productos relacionados al auto.
- Impuestos. Variable independiente externa que explica el comportamiento de las ventas a través de otros impuestos que gravan la compra de autos nuevos.
- Alta competitividad. Variable independiente externa que explica el comportamiento de las ventas por la alta concentración de mercado que existe.
- Ingreso per cápita. Variable independiente externa que explica el comportamiento de las ventas por el ingreso promedio de las personas de la región.

El periodo de tiempo que se necesitó para la recolección de la información comprendió de seis meses a partir de diciembre del 2014.

Resultados

Las ventas de las agencias automotrices de la Región Ribereña en el año 2014 bajaron de 1475 a 1239 autos en comparación del año anterior, lo que representa una disminución del 16% dejando de vender un total de 236 automóviles (ver gráfico 1).

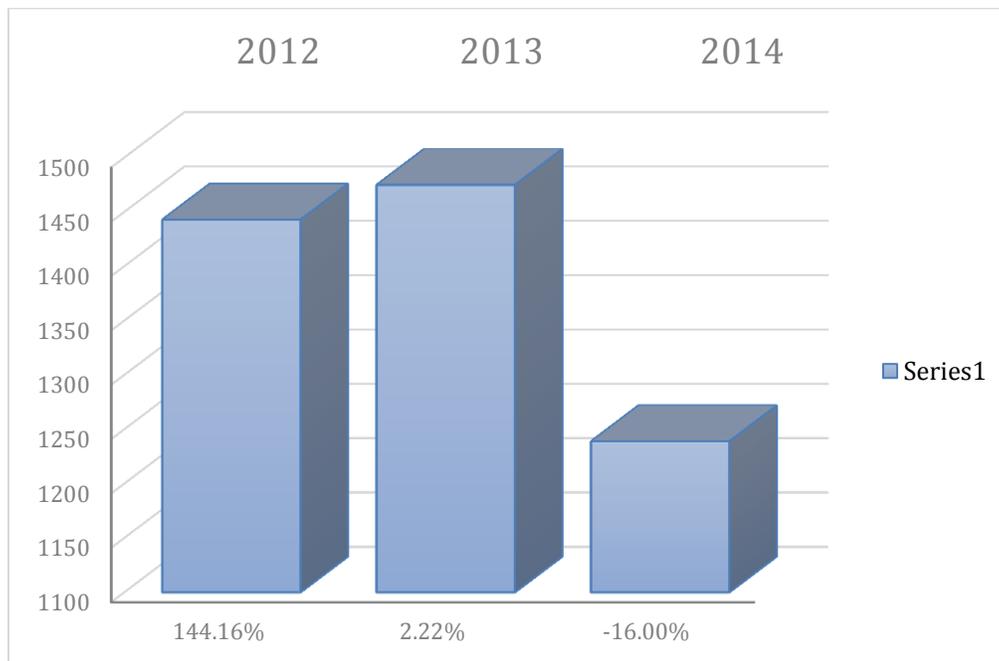


Gráfico 1. Ventas totales de autos nuevos de las agencias automotrices. Elaboración propia.

El análisis de las encuestas y los resultados muestran los siguientes factores externos que explican las causas de la disminución de las ventas:

- La homologación del IVA, la inseguridad y la alta competitividad fueron los factores que explican las bajas ventas de las agencias automotrices ya que obtuvieron una correlación de 1, 0.75 y 0.75, respectivamente (ver gráficos 2 y 3).
- Las variables inflación de productos relacionados, ingreso per cápita, otros impuestos no explican las bajas ventas ya que tienen correlaciones nulas cada una.

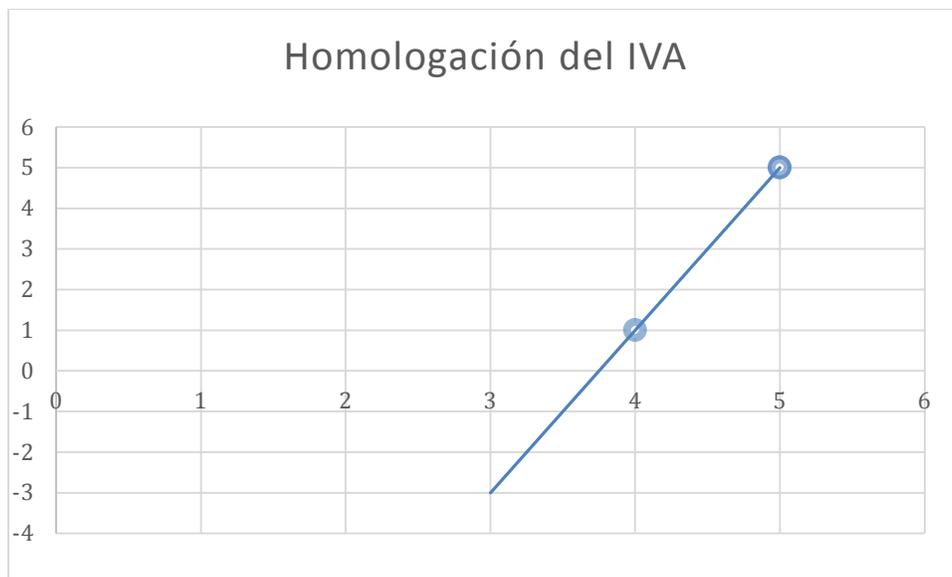


Gráfico 2. Correlación de la variable homologación. Elaboración propia.

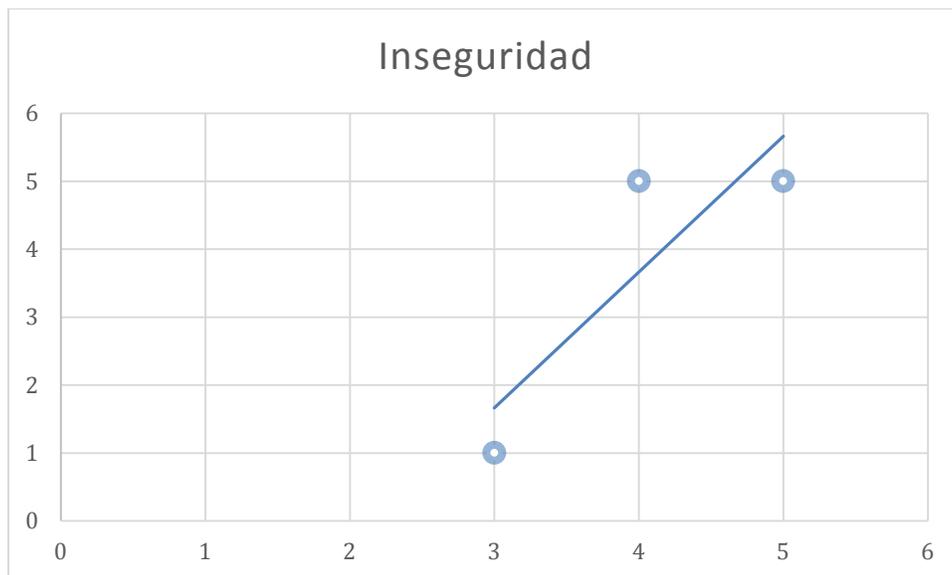


Gráfico 3. Correlación de la variable inseguridad. Elaboración propia.

Analizando los resultados individualmente por cada agencia, tenemos los siguientes resultados:

- Súper Autos Alemanes S.A. de C.V. (Volkswagen). Esta empresa tuvo un gran baja del 35% en sus ventas del 2014 en comparación con el año 2013. La causa de esto fue el aumento del impuesto del IVA ya que la mayoría de sus clientes eran del interior de la república y al perder este beneficio del 5% sus ventas bajaron.
- Automotores Coahuilenses S.A. de C.V. (Ford). La empresa le dio un gran peso al factor inseguridad puesto que está sufrió un atentado grave que afecto sus instalaciones afectando las ventas.
- Autos Reynosa S.A. de C.V. (Chevrolet). La única empresa que tuvo un crecimiento en las ventas significativo pero no mayor a las ventas de hace dos años. Sus estrategias de ventas enfocadas a la prospección en búsqueda de nuevos clientes y usando a favor la legislación actual de la tenencia que exenta la compra de autos nuevos con un costo menor a los \$200,000.00, ha logrado superar los factores externos que lo afectaron como la homologación del IVA.
- Automotores Reynosa S.A. de C.V. (Nissan). Las ventas de autos nuevos en el 2014 disminuyeron en un 34% con respecto al año anterior. Las causas fue la homologación del IVA que originó la pérdida de clientes del interior de la república.

•

Variables /Agencia	Homologación del IVA	Inseguridad	Inflación	Alta competitividad	Ingreso de los clientes
FORD	3	5	2	2	2
NISSAN	5	4	1	2	3
CHEVROLET	4	3	2	1	2
VOLKSWAGEN	5	5	2	2	1

Gráfico 4. Impacto de las variables en las ventas de automoviles. Elaboración propia.

Conclusiones.

Las bajas ventas de autos en las agencias automotrices de la Región Ribereña en el 2014 son determinadas con más fuerza por la homologación del IVA, inseguridad y la alta competitividad. Estos resultados no necesariamente contradicen los reportes y trabajos de diferentes autores que han estudiado el tema (Robles, Mendoza, Palomino, & Sergio, 2015) (Fuentes, Ruiz, & Burgués, 2014), los cuales se centran a estudiar el fenómeno desde un punto de vista macro, sino que este, es un estudio más exhaustivo que mide el impacto económico ocasionado por la homologación del IVA.

Dado los resultados arrojados por las encuestas aplicadas se concluye que la homologación del IVA fue uno de los detonantes para la baja en las ventas de las agencias automotrices, sin embargo existen otros agentes de cambio que también perjudican en las ventas de las agencias. Aparte de la homologación del IVA, se considera que la inseguridad desatada a partir del 2010 y alta competitividad en la región, fueron algunos de los factores para que los ingresos de las agencias automotrices disminuyeran. Por lo que la hipótesis planteada “La homologación del IVA perjudicó las ventas de automóviles en las agencias automotrices en la Región Ribereña en el año 2014” es aceptada.

Referencias

Almazan, I., Gonzalez, B., & Vicencio, R. (2014). *Por qué al homologar la tasa del I.V.A. se afectara directamente a la clase media y baja de México*. Tampico, Tamaulipas: Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Fuentes, N. A. (4 de Octubre de 2013). *Colef*. Obtenido de <http://www.colef.mx/?estemes=estudio-del-dr-noe-fuentes-sobre-las-posibles-consecuencias-de-la-homologacion-del-iva&e=correo-fronterizo&lang=es>

Fuentes, N., Ruiz, W., & Burgués, A. (2014). Explorando los efectos económicos previstos de la homologación del IVA en la región y franja fronteriza: el caso Baja California. *Economía Actual*, 31-36.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores .

Marín, M. Á. (2014). Afectación por la homologación del IVA en la frontera norte. *Puntos Finos*, 5.

Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. Indiana: Liberty Found, Inc.

Muciño, F. (2014). Los 5 golpes del IVA en la frontera. *Forbes*.

Robles, J., Mendoza, F., Palomino, R., & Sergio, R. (2015). Homologación del IVA 2014 en la frontera norte de México: Inflación y reordenamiento económico. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 822-830.