

Pagando favores¹...

Informe de info@idesa.org² - www.idesa.org del 4/11/18

El Presupuesto 2019 dispone que las empresas de medios masivos de comunicación tomen las contribuciones patronales como créditos de IVA. La medida es apropiada para incentivar el empleo y la formalización de las ventas.

El Presupuesto 2019 establece que las empresas de medios masivos de comunicación (canales de TV, radios, diarios, revistas, medios digitales, etc.) podrán tomar como créditos del Impuesto al Valor Agregado (IVA) todo lo pagado por contribuciones patronales con destino a ANSES y PAMI de sus trabajadores en relación de dependencia. Por esta vía, un impuesto distorsivo que desalienta el empleo asalariado registrado (contribuciones patronales) se articula y se subsume en un impuesto neutral (IVA).

El mecanismo incentiva a las empresas de medios masivos de comunicación a tomar más empleados registrados y pagar mejores salarios al reducirseles los impuestos al trabajo. Además, tendrán el incentivo a “blanquear” su facturación ya que para poder tomarse las contribuciones como créditos de IVA necesariamente tienen que cobrar IVA en sus ventas. La estrategia es consistente y socialmente beneficiosa, **salvo las dudas de que se aplique sólo para las empresas de medios.**

Para evaluar la equidad de su aplicación sólo en empresas de medios resulta pertinente analizar la composición del empleo asalariado registrado por regiones. Según la Encuesta Permanente de Hogares del INDEC en el 1° trimestre del 2018 se observa que:

- En el área metropolitana, el 66% de los asalariados registrados son privados y un 34% son empleados del Estado.
- En la región centro y patagónica, el 58% son asalariados privados registrado y el 42% son empleados públicos.
- En el norte del país, el 41% son asalariados privados registrados mientras que el 59% son empleados públicos.

Estos datos muestran las profundas diferencias regionales que se dan en el mercado de trabajo. Mientras que en la región metropolitana de cada 3 empleados 2 son privados y 1 público, **en el norte del país es a la inversa: 2 son públicos y 1 solo es privado.**

Esta situación es la que explica las enormes brechas de desarrollo entre la región metropolitana y el interior del país, en especial, el norte. Por eso, *urge implementar una política de impuestos al trabajo a cuenta de IVA, como la que se aplicará entre las empresas de medios, en el interior del país también, en particular, en el norte argentino.*

Hasta el año pasado estaba vigente el Decreto 814/01 que estipulaba que en el interior las empresas podían tomar parte de las contribuciones patronales como créditos de IVA. La proporción era creciente en función de la distancia con la región metropolitana. Pero la reforma fiscal del 2017 eliminó este beneficio gradualmente bajo el argumento de que se sustituyó por un mínimo no imponible a las contribuciones patronales. Además de que son dos instrumentos que operan y tienen impactos diferentes, **llama la atención**

¹ El título original de IDESA era “En el norte, de cada 3 empleados, 2 son públicos y 1 privado” quizás para poner énfasis en ese motivo como causa del escaso desarrollo del norte del país. Nos pareció que en el fondo la nota hacía una denuncia encubierta acerca de un beneficio otorgado a un sector en detrimento de otros.

² El Instituto para el Desarrollo Social Argentino IDESA es un centro de estudios, independiente y sin fines de lucro, especializado en la temática del mercado laboral; el sistema educativo y de capacitación laboral; la seguridad social; el sistema de salud y la asistencia social. Las investigaciones están centradas en las políticas públicas vinculadas con el desarrollo social de la República Argentina y el resto de los países latinoamericanos. Está dirigido por un grupo de profesionales de vasto conocimiento en la formulación e implementación de políticas en áreas sociales, con experiencias concretas en áreas claves de la gestión pública del orden nacional y provincial, y con una larga trayectoria en la labor de asistencia técnica a organismos nacionales e internacionales del sector público y privado.

que el beneficio que se le quitó al interior se le otorgue de manera ampliada a las empresas de medios de comunicación.

La manera más eficaz de usar fondos públicos para promover el desarrollo en las regiones más postergadas es bajando el costo laboral. Esta es la forma genuina de aumentar la competitividad de la región atrayendo inversiones que generen empleos privados registrados. Por el contrario, seguir utilizando recursos estatales en las regiones más pobres para financiar empleo público y asistencialismo, más allá de las buenas intenciones declamadas, perpetua la decadencia. Los emprendimientos privados no pueden ofrecer mejores condiciones que las que ofrece el sector público. Ante esta situación, la gente se resigna a vivir de las transferencias del Estado en lugar de emprender o insertarse en el sector privado.

El Plan Belgrano explicitó la decisión de impulsar un conjunto de medidas diferenciales tendientes a promover el desarrollo del norte argentino. **La derogación del Decreto 814/01 va en el sentido contrario y concentrar un mecanismo similar en beneficio de un solo sector (las empresas de medios) le quita legitimidad a la derogación.** Para dejar de seguir profundizando las brechas regionales de desarrollo, es fundamental incorporar como un componente central del Plan Belgrano el esquema dado a las empresas de medios.
