

Alimentos: los impuestos son un cuarto del precio que pagan los consumidores

11/04/2022



Del precio de la carne, la leche y el pan, **1 de cada 4 pesos que pagan los consumidores son impuestos**, por lo cual se hace necesario incentivar la producción para abrir mercados y bajar la carga tributaria, de acuerdo con un informe de la **Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina (FADA)**.

Según ese trabajo, en la carne de vaca **el 28% del precio final son los impuestos de la cadena**; en pan francés la carga tributaria llega al **23%** y el sachet de leche entera tiene una mochila impositiva del **26%** de lo que pagan los consumidores. En los tres productos analizados es posible ver que **3 de cada 4 pesos de impuestos corresponden a tributos nacionales**, en algunos productos incluso más.

«En momentos donde la inflación se acelera, se tiende a

discutir los precios, la cadena y los costos, pero en realidad el problema no es de un precio en particular sino del peso en sí mismo, nuestra moneda pierde valor de compra, el problema es mucho más amplio», advirtió FADA.

La entidad explicó que «tenemos un profundo déficit fiscal, que se financia emitiendo pesos. Y a eso se suma la falta de confianza. Esta situación se traduce en pesos que cada vez valen menos: eso es la inflación».

El trabajo arrojó que, en el precio del sachet de leche entera, el tambo representa el 35%, la industria el 32%, el comercio 7% e impuestos el 26%. De los impuestos que paga la cadena, 78% son nacionales, 18% provinciales y 4% municipales; el IVA representa el 67% de todos los impuestos.

En tanto, del total que paga el consumidor por kilo de pan francés, el trigo representa el 13%, el molino el 4%, la panadería el 60% y los impuestos el 23%: del campo a la mesa, el precio del trigo se multiplica por 7,5.

«El salto que se da en la panadería se debe a que en ese eslabón se combinan dos procesos: producción y comercialización. Tiene un uso intensivo de mano de obra, costos de servicios y costos de alquiler. Adicionalmente, las escalas de producción a lo largo de las cadenas son distintas, mientras el trigo y harina se realizan a gran escala, en la panadería se da de una forma más artesanal, por lo que los costos unitarios son mayores», puntualizó FADA.

Además, indicó que a lo largo de toda la cadena la mano de obra representa el 34% del precio final, acumulado en gran parte en el sector panadero: por cada kilo de pan que un consumidor compra, paga \$70 de salarios, \$47 de impuestos y sólo \$26 de trigo.

El informe reveló también que entre febrero y la primera semana de abril de este año, el precio del trigo aumentó un 30% y maíz un 10%.

«Teniendo en cuenta cómo influye el grano en los alimentos, el precio que paga el consumidor por el pan francés, no debería aumentar más del 4% por 'culpa' del trigo o, en el caso del maíz, no debería aumentar más del 1,6% la carne porcina, o el 2,3% la carne aviar, 0,6% la leche y 1,1% la carne bovina. Con esta información se cae el mito de que el precio lo pone el productor», aseguró FADA.

En la carne, en el precio promedio la cría representa el 28%, el feedlot 29%, frigorífico 5%, carnicería el 10% y los impuestos el 28%; el maíz representa 11% del precio del kilo de carne al mostrador.

De la carga impositiva -que representa el 28% del precio- el 60% son costos de la cadena y 11% ganancias: de esos impuestos, el 75% son nacionales, 19% provinciales y el 6% municipales. El impuesto a las ganancias y el IVA, son los de mayor participación, que en conjunto representan el 65% de los impuestos totales.

La entidad consideró que «restringir las exportaciones de carne, trigo o maíz, crear un fideicomiso de trigo o subir los derechos de exportación a los granos, son medidas que de ninguna manera reducen la inflación, sólo generan nuevas trabas y menores incentivos a producir».

«En el largo plazo, lo único que asegura que la carne, la leche o el pan sean baratos es más producción. Que haya más oferta es la única forma genuina para que un producto sea barato. Por este motivo, lo que en realidad hay que hacer es incentivar la producción, abriendo mercados, generando previsibilidad, bajando la carga tributaria», concluyó.

Fuente: Noticias Argentinas