

Búsqueda

Economía

SHOPPING

12 de junio de 2025

Para la DGI, campañas que “descuentan el IVA” transmiten un “mensaje muy negativo” a la sociedad

El nuevo director de Rentas prevé conversar con los *shoppings* para que reconsideren el foco de sus promociones comerciales que aluden a rebajas tributarias; entiende que refuerzan la idea de que “pagar impuestos está mal”



La más reciente campaña del “te devolvemos el IVA”, ampliado a 25%, en Tres Cruces

FOTO CAPTURA DE PANTALLA



POR ISMAEL GRAU

—La gente en Uruguay no paga impuestos principalmente porque los considera “muy altos”, según el *Informe de cultura tributaria del 2022 de Equipos Consultores* hecho para la DGI. ¿Lo es en su opinión?

—Comparado respecto de la región, por ejemplo, sí tenemos uno de los niveles de tributación más altos, pero no con los países desarrollados. Pero hay un montón de consideraciones que tienen que ver con qué es lo que buscás con una política tributaria, qué es lo que buscás con el tamaño de Estado que querés tener, para qué. Son todas consideraciones de política pública sobre las cuales obviamente tengo opinión, pero no es algo que deba transmitirlo desde mi posición institucional.

LEÉ ADEMÁS



Recaudación tributaria

La “presión” de los impuestos cobrados por la DGI aumentó a 20,3% en 2024

POR REDACCIÓN BÚSQUEDA



Ingresos

Los más “pobres” y los más “ricos” son los que destinan mayor parte de su ingreso a pagar impuestos

POR REDACCIÓN BÚSQUEDA

En todo caso, una vez que el país definió un determinado sistema tributario, como sociedad lo mejor que puede pasar es que la gente cumpla con eso. Y lo mejor que podemos hacer nosotros es procurar que eso pase, porque además no todo el mundo tiene las mismas oportunidades de evadir. Esos, que no tienen que ver con la política tributaria sino con problemas de aplicación, generan otros resultados indeseables, en el sentido de que estás transmitiendo una idea de injusticia, que es necesario corregir.

—En cualquier caso, hay campañas comerciales de los *shoppings* que parecen exitosas porque aluden a que se rebaja el IVA. Parece pesarles a los contribuyentes.

—Yo no quiero entrar en la cuestión como prohibicionista pero, en realidad, es una mala práctica decir que “descontamos el IVA”, cuando solamente podés descontar el IVA o que te

devuelvan el IVA por ley, nada más; no te están descontando el IVA. Va en contra de cualquier cosa que quieras hacer para mejorar la cultura tributaria, que es necesaria, porque una sociedad no funciona bien si no tiene cultura tributaria. No debería incluirse un mensaje de esas características, de descontar algo como si ese algo fuera negativo.

—Lo que hace esa campaña comercial es rebajar el precio del producto en un porcentaje equivalente al IVA.

—¡Como cualquier descuento!, simplemente que le ponen ese nombre, pero en realidad es... Más allá de que en la letra chica te ponen que no es eso lo que hacen, ¿para qué estás diciendo, entonces, que le devolvés el IVA si no es lo que estás haciendo? No entiendo el sentido. Deben tener estudiado que eso, en la psiquis, juega.

—¿Va a plantearse a los *shoppings* para que sus campañas vayan por otro lado?

—El debate no debería ser mediático, creo que más bien es conversarlo. Si lo hacen es porque les funciona, y capaz les funciona mejor que otras campañas de descuento. Pero en realidad es muy negativo. Si lo pensás desde el punto de vista del mensaje que le está dando a la sociedad, con el poder comunicacional que tiene —porque nosotros no podemos hacer una campaña de comunicación como esa— es un mensaje muy negativo al reforzar una idea de que pagar impuestos está mal. No ayuda.

TEMAS: SHOPPING DGI IMPUESTOS IVA

EQUIPOS CONSULTORES