

Mayor presión fiscal sobre contribuyentes ¿Mejores contraprestaciones para los ciudadanos?

La recaudación fiscal y las prioridades presupuestarias de la
Ciudad de Buenos Aires¹

¹ Elaborado por Fernando Córdoba y Micaela Alcalde



Resumen Ejecutivo

El objetivo del presente trabajo es analizar de manera cuantitativa la distribución tributaria y la ejecución presupuestaria de la Ciudad de Buenos Aires con el fin de evaluar esta designación y su consecuente fuente de financiamiento para programas de política pública, infraestructura y bienestar ciudadano. De esta forma, se busca responder a la siguiente pregunta:

¿Es equivalente el esfuerzo tributario que hace el contribuyente a las políticas públicas recibidas por la Gestión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires?

La organización se dará de la siguiente manera: en una primera instancia se analizan los tributos de la Ciudad de Buenos Aires en comparación con otras jurisdicciones y su evolución en esta gestión, en una segunda parte, se presenta la designación de presupuesto, y se comparan entre los mismos con un enfoque en aquellos que muestran sobre ejecución.

Del análisis del aumento de la presión tributaria y el presupuesto destinado a distintas partidas de la Ciudad de Buenos Aires, se desprende que los principales destinos no están enfocados en prioridades necesarias como Ciencia Tecnología, Infraestructura verde, escolar o vivienda sino en publicidad y propaganda.

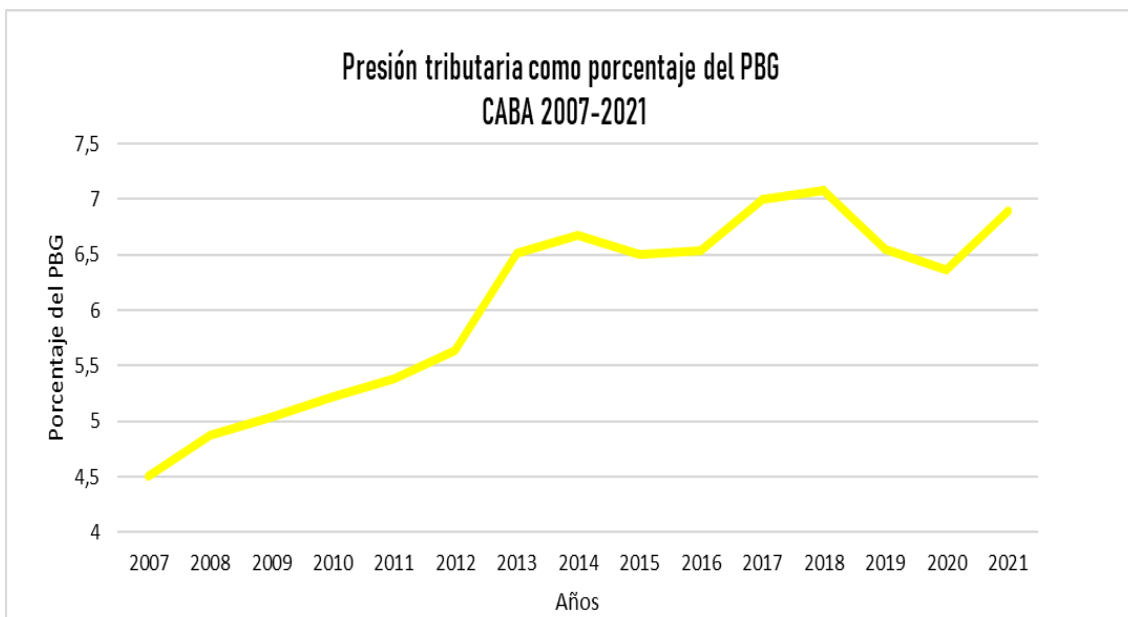
ÍNDICE

Resumen Ejecutivo	1
Sobre presión tributaria en la Ciudad de Buenos Aires	3
Sobre el destino de partidas presupuestarias	8
Conclusiones	17
Fuentes bibliográficas	18
Acerca de los Autores	18

Sobre presión tributaria en la Ciudad de Buenos Aires

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el estado tributario y el presupuesto público para conocer compromisos y prioridades reales de las gestiones, con el fin de poner en evidencia los recursos que se invierten en cada uno de los programas para garantizar tanto el destino de sus contribuciones como sus derechos.

Presión tributaria como porcentaje del PBG

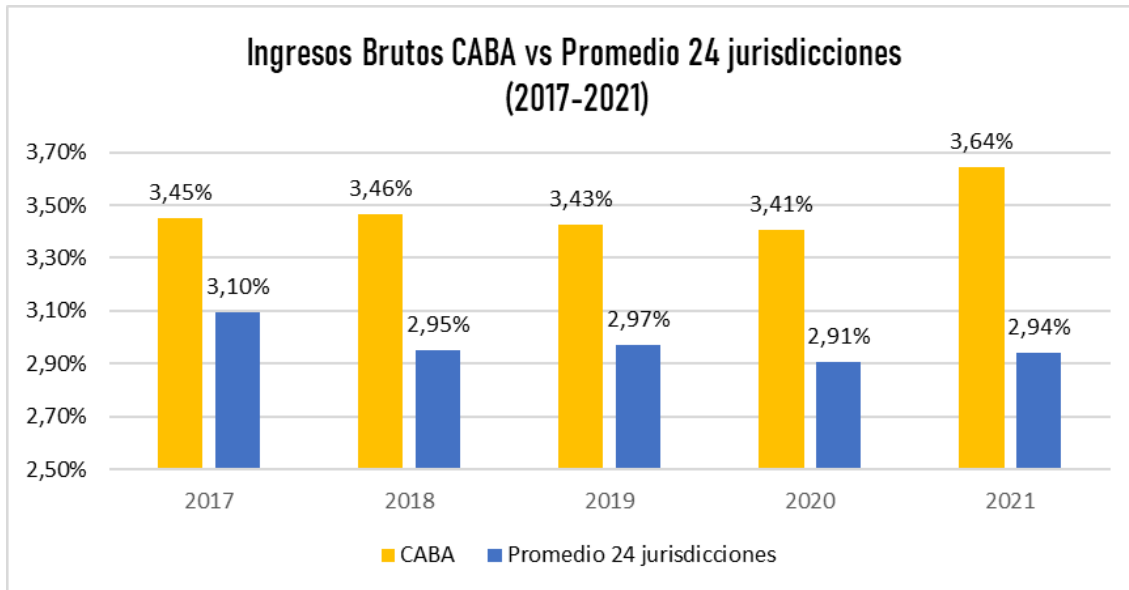


Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda y Finanzas CABA. Dirección General de Contaduría.

El análisis anterior muestra la presión tributaria de la Ciudad de Buenos Aires como porcentaje del Producto Bruto Geográfico (PBG). Esta relación nos permite tener una idea de la intensidad con la que una jurisdicción a nivel nacional o subnacional grava a sus contribuyentes a través de los impuestos.

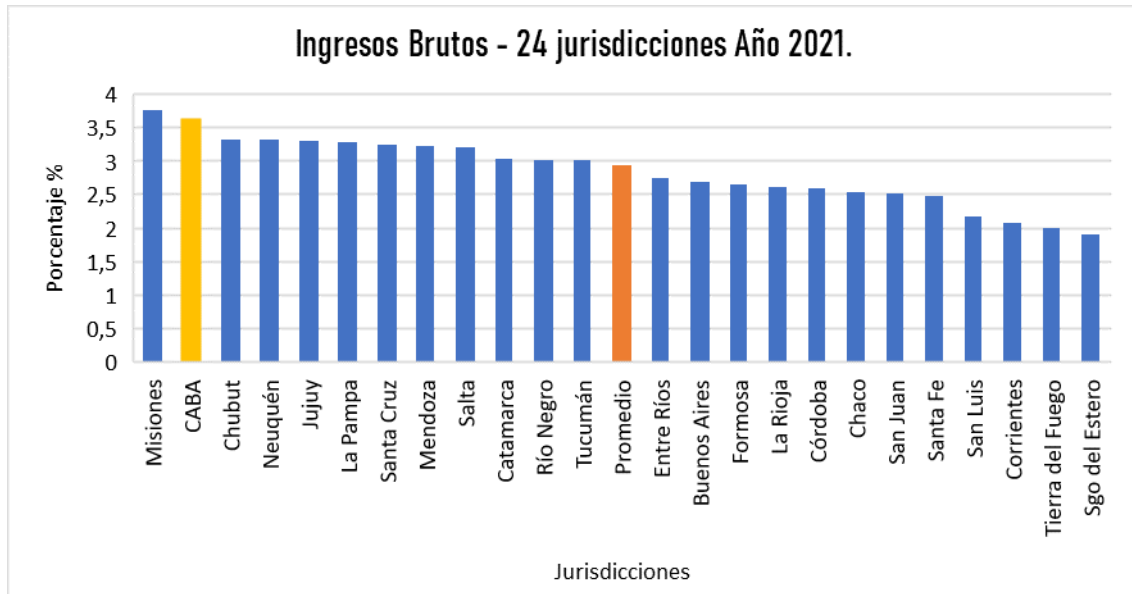
En esta línea, la presión fiscal medida como porcentaje del PBG pasó del 4.5 % en 2007 al 6.83 % en 2021. Esto significa un aumento del 53%. En términos reales, una familia de la CABA paga \$42.000 pesos más por año que en el 2007 de impuestos, casi el equivalente a un Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM JUNIO 2022).

Nadie puede estar en contra de que la ciudad mejore sus ingresos, el problema es que cuando uno observa sobre quien recae el aumento de esta presión fiscal obtiene que se da sobre la base de impuestos regresivos como por ejemplo los Ingresos Brutos (ISIB).



Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos del Monitor Tributario Provincial.

Si uno observa el comportamiento de este tributo desde el año 2017 la alícuota de la Ciudad de Buenos Aires se encuentra por encima del promedio de las 24 jurisdicciones. Además, no hubo una disminución considerable en este tributo pese al aumento de la coparticipación en el gobierno de Mauricio Macri.



Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos del Monitor Tributario Provincial.

En definitiva, en 2021 la Ciudad de Buenos Aires fue la segunda jurisdicción con la alícuota más alta del país en un impuesto regresivo que no discrimina entre chicos y grandes. En este tipo de tributos la presión impositiva es mucho más alta que en otras jurisdicciones como Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Además, creó tributos que la Ciudad no tenía. Por ejemplo: el **impuesto a los sellos** que equivale al pago del 1,2 por ciento de los consumos con tarjetas de crédito por el cual se estima recaudar en 2022 el doble de lo que se recaudó en el ejercicio anterior.

Los titulares de tarjetas de crédito alcanzados en CABA por el impuesto son más de 1,7 millones de personas.

Cuadro 3.5 - Composición de los Recursos Tributarios por Impuesto- Administración Gubernamental del GCABA - En millones de Pesos.

Concepto	Proyección 2021		Proyecto 2022		Diferencias	
	\$	%	\$	%	\$	%
Ingresos Brutos	396.320,9	67,8	568.696,6	67,4	172.375,7	43,5
Inmuebles	40.957,2	7,0	56.646,8	6,7	15.689,5	38,3
Vehículos	26.699,3	4,6	38.458,8	4,6	11.759,4	44,0
Sellos	43.136,9	7,4	64.916,8	7,7	21.779,9	50,5
Premios Juegos de Azar	1.072,0	0,2	1.131,5	0,1	59,5	5,6
Imp. a cargo Cías. Electricidad	5.635,2	1,0	5.651,2	0,7	16,0	0,3
Contribución Especial Ferroviaria	788,9	0,1	1.060,8	0,1	271,9	34,5
Publicidad	559,2	0,1	604,4	0,1	45,2	8,1
Grandes Generadores de Residuos	401,4	0,1	491,2	0,1	89,8	22,4
Coparticipación Federal	68.874,0	11,8	106.138,5	12,6	37.264,5	54,1
Totales	584.445,1	100,0	843.796,5	100,0	259.351,4	44,4

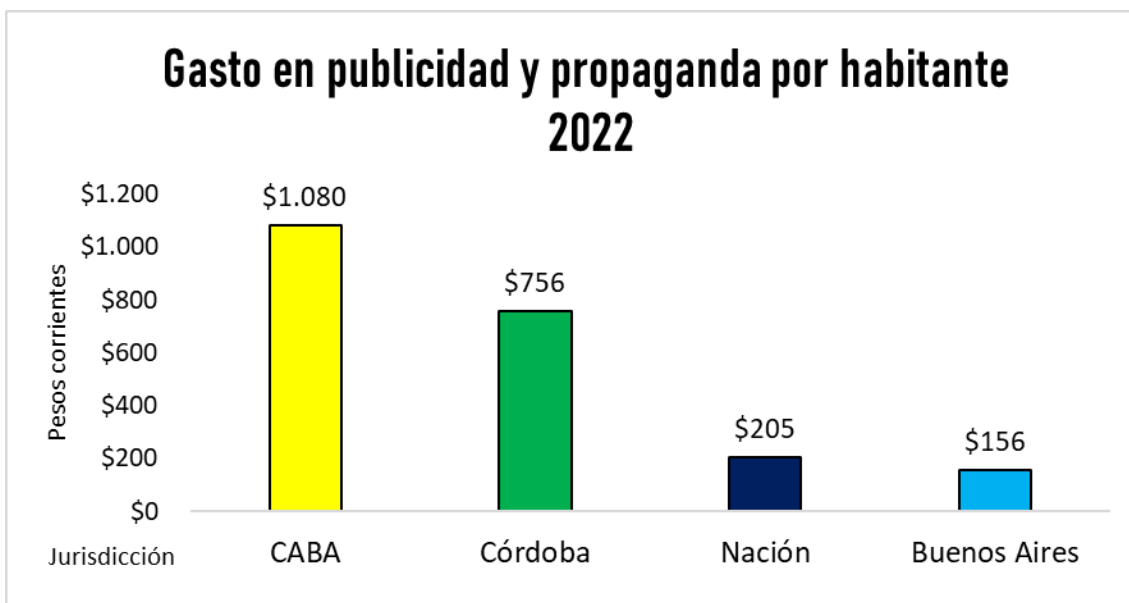
Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por Dirección General Planificación y Control - AGIP - Ministerio de Hacienda - GCABA

Por último, si uno observa las principales fuentes de financiación del GCABA para 2022, en primer lugar con el 67,4% se encuentran el impuesto sobre los Ingresos Brutos y en segundo con el 12,6% la Coparticipación Federal.

A continuación, se analizarán las prioridades presupuestarias del Gobierno de la Ciudad para tener una idea acabada del destino de los recursos generados a través del aumento de la presión impositiva.

Sobre el destino de partidas presupuestarias

Gasto en Publicidad y Propaganda 2022

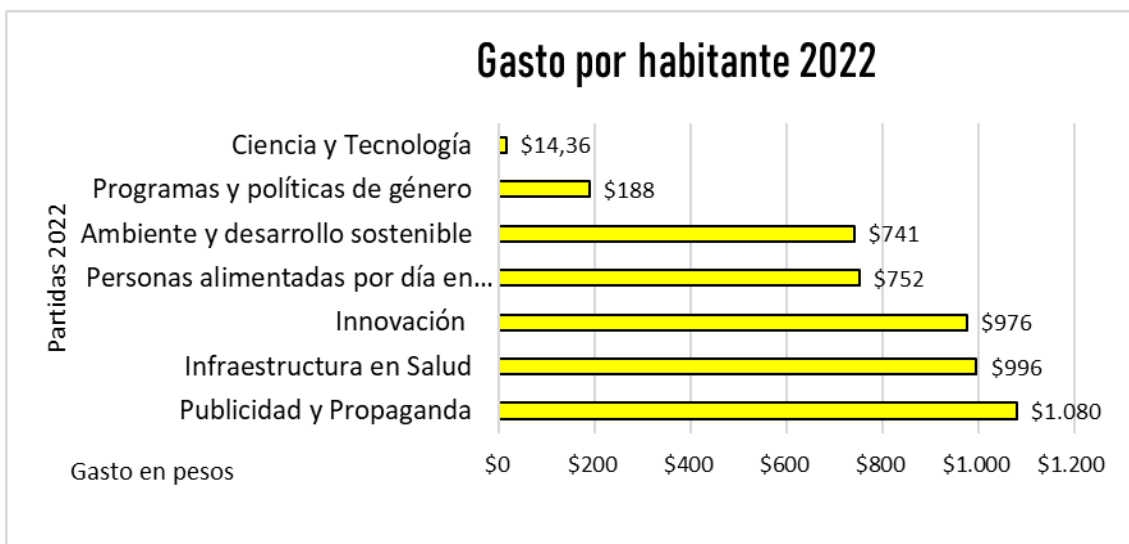


Fuente: elaboración propia en base a datos de presupuestos CABA/NACIÓN/PBA.

Para el año vigente se reproduce el comportamiento de años anteriores de la partida Publicidad y Propaganda en CABA en comparación con otras jurisdicciones. La Ciudad de Buenos Aires tiene asignado para el año 2022 un presupuesto en publicidad y propaganda de \$ 3.478.951.683 millones. Esta suma es de 7 veces lo que gasta la PBA y 5 veces el gasto de

Nación. Además, representa 1.5 veces el presupuesto de Córdoba.

¿Cuánto gasta la Ciudad de Buenos Aires en partidas sensibles por habitante comparado con publicidad y propaganda?



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda Caba. Dirección General de Contaduría.

Los datos demuestran las prioridades de CABA en cuanto al presupuesto destinado por habitante en las partidas señaladas.

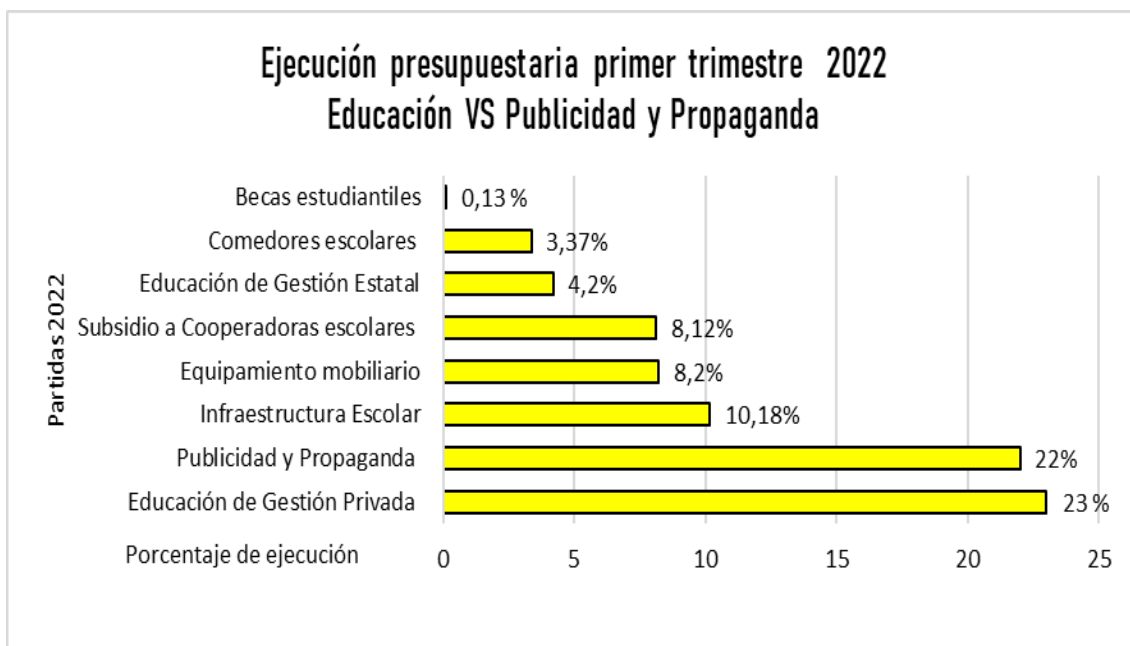
Por ejemplo:

- Destina 6 veces más de gasto en publicidad y propaganda que a políticas de igualdad de género.

- A su vez destina 77 veces más por persona que en ciencia y tecnología. Incluso se gasta más en publicidad y propaganda que en innovación y cambio tecnológico.
- Por último, se destina más a pauta que a las personas que asisten a comedores de la ciudad por día y también a los recursos en salud que gasta la ciudad por persona.

Ejecución al primer trimestre 2022

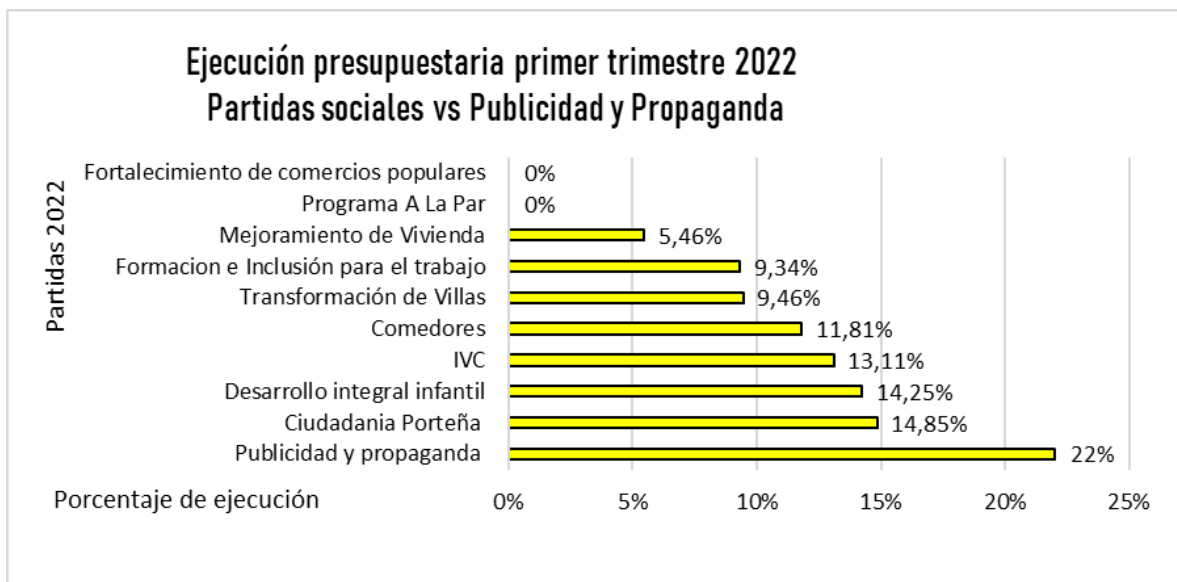
Educación vs Publicidad y Propaganda 2022



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda Caba. Dirección General de Contaduría.

En el gráfico de arriba se observan las prioridades del Gobierno de la Ciudad al comparar la ejecución de las partidas de educación con la de publicidad y propaganda. Casi ninguna partida llega al 10 % (lo ideal sería 25%) salvo la que se destina a Educación de Gestión privada (22%). De esta manera, podemos deducir que el interés de Larreta en educación está enfocado en los negocios y no en la enseñanza pública de calidad. Nunca creyeron en el Estado. El objetivo es gastar en publicidad para decir que les importa la educación.

Partidas sociales vs Publicidad y Propaganda 2022



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda CABA. Dirección general de Contaduría.

El mismo comportamiento se observa si se compara la ejecución de publicidad y propaganda con partidas del Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat. En este caso lo ideal sería tener una ejecución cercana al 25%. Publicidad y propaganda, como dijimos, está en el orden del 22 % frente a partidas sociales que no llegan al 15 %. Incluso hay partidas sin ejecutar como programa A La Par y Fortalecimiento a Comercios Populares. Respecto a esto último, sabemos que las políticas de GCBA benefician a los más grandes en desmedro de los comercios más pequeños.

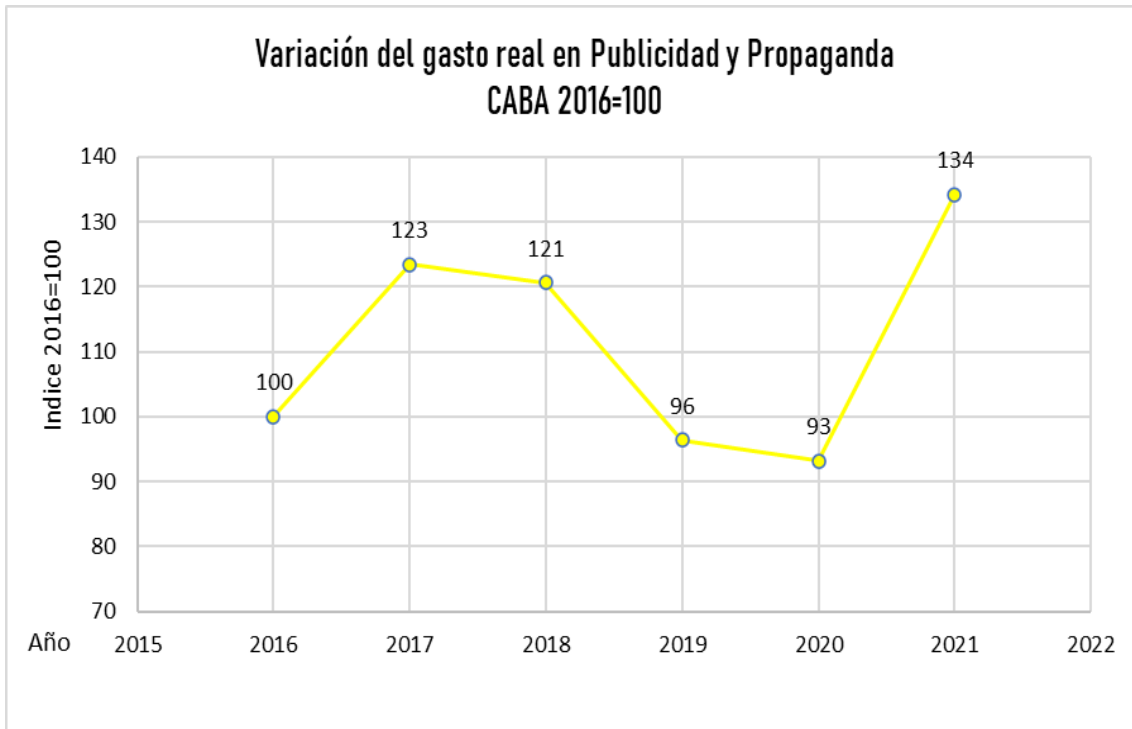
Comparación de la variación del gasto real en infraestructura escolar vs Publicidad y Propaganda

Variación del gasto en infraestructura escolar



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda CABA. Dirección General de Contaduría. IPC INDEC/ 9 Provincias

El gráfico de arriba es elocuente, nos indica que si la CABA en 2007 gastaba \$100 en infraestructura escolar hoy gasta \$31. Esta partida en términos reales sufrió un ajuste de un 69%. Se observa un marcado descenso de 2018 a la fecha.

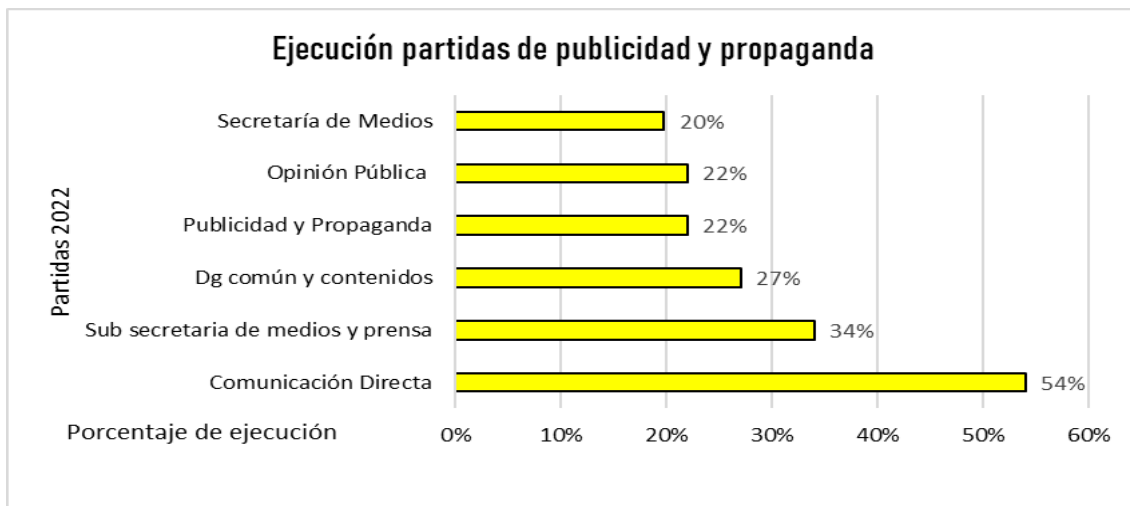


Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda CABA. Dirección de Contaduría. IPC INDEC/ 9 Provincias

A diferencia de lo ocurrido con partidas sensibles como infraestructura escolar, el presupuesto en publicidad y propaganda se incrementó en el último año. Como se observa en el gráfico de arriba si la ciudad gastaba 100 pesos en el año 2016 hoy gasta 134. Un aumento en términos reales de un 34 %. Esto último significa que en pesos constantes si el GCBA gastaba \$94 millones de pesos hoy gasta \$126 millones.

Esta situación no es exclusiva de esta gestión, habiendo disminución de partidas en infraestructura escolar y aumento en publicidad desde el 2008 al 2013.²

Ejecución de partidas de publicidad



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Hacienda CABA. Dirección de Contaduría. IPC INDEC/ 9 Provincias

En el gráfico de arriba se observa que todas las partidas de publicidad y propaganda se ejecutaron por encima del 20%.

² “De esta manera, entre 2008 y 2013 la partida para Infraestructura Escolar bajó del 1,34% al 0,56% del total del presupuesto, mientras que la de Publicidad siguió un camino inverso: aumentó del 0,66% al 1,13 por ciento.” CHEQUEADO (2015) “Michetti: “No se hicieron nunca en la historia de la Ciudad inversiones en infraestructura escolar como en nuestra gestión” <https://chequeado.com/ultimas-noticias/michetti-a-nivel-de-inversiones-no-se-hicieron-nunca-en-la-historia-de-la-ciudad-inversiones-en-infraestructura-escolar-como-en-nuestra-gestion/>

Incluso hay partidas como comunicación directa con un 54% de ejecución .

Por último cabe señalar una serie de gastos realizados por el Gobierno de La Ciudad,

1. Campeonato de asado \$110 millones.
2. Servicios por envíos de mensajes y difusión de la dirección general de comunicación por \$75 millones.
3. Asignación a la secretaría de medios a través de la dirección general de actos y agenda de gobierno “eventos de gobiernos “de \$44 millones financiado con recursos tributarios.
4. Contratación a través del llamado de licitación de empresa para “demarcación horizontal” por \$983 millones de pesos.

Conclusiones

En el informe precedente se analizó la presión tributaria de la Ciudad de Buenos Aires concluyendo que la participación de la recaudación sobre el Producto Bruto Geográfico aumentó en toda la gestión del PRO en un 53%. Así mismo, este aumento de la presión tributaria no se tradujo en mejores prestaciones o direccionamiento del gasto en inversión en partidas sociales como educación, ciencia y tecnología o vivienda.

En el caso específico de la educación, lejos de priorizarse, ha sufrido de forma constante grandes recortes. Esto demuestra una gran limitación por parte del Estado para garantizar derechos a escolarizar, incluso luego de los efectos producidos por la pandemia en 2020-2021.

Con respecto a Ciencia y Tecnología, el dato no es menor: la Ciudad de Buenos Aires gasta 77 veces más en propaganda. La inversión en Ciencia y Tecnología es requisito prioritario para establecer a la ciudad como ecosistema innovador. No es posible garantizar ninguna política pública sin una asignación presupuestaria suficiente y adecuada.

Finalmente, el informe pone en evidencia un traspaso de recursos hacia áreas como publicidad y propaganda, más relacionadas al diseño de plataformas electorales que a políticas públicas.

Fuentes bibliográficas

GCBA, DGEyC, Sistema estadístico de la Ciudad

<https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/>

GCBA, Ministerio de Hacienda y Finanzas CABA, Dirección General de Contaduría

<https://www.buenosaires.gob.ar/haciendayfinanzas/contaduria>

Acerca de los Autores

Fernando Córdoba es Economista Político, UNGS. Actualmente cursando Posgrado en Estructura Económica Argentina (UNDAV). Docente Régimen Tributario UNGS. Economía I UNM

Micaela Alcalde es arquitecta (UBA) y magíster en Economía urbana (UTDT), integra varios proyectos de investigación en CABA y AMBA sobre renovación urbana, descentralización y economía del conocimiento.

Sugerencia de cita

Córdoba et. al (Julio 2022). Mayor presión fiscal sobre contribuyentes ¿Mejores contraprestaciones para los ciudadanos? La recaudación fiscal y las prioridades presupuestarias de la Ciudad de Buenos Aires, Documento de trabajo N° 12, Buenos Aires: Fundación URBE.

Fundación URBE

Pensar y Construir una Ciudad más justa

Somos un grupo de ciudadanos y ciudadanas interesados en el análisis de las políticas públicas y la acción en el territorio. Queremos trabajar por el desarrollo integral de la Ciudad de Buenos Aires y su área metropolitana. Estamos convencidos de que gran parte de los desafíos sociales, económicos y culturales del siglo XXI deben ser abordados desde los gobiernos locales en contacto con la vida cotidiana de sus habitantes. Tenemos como objetivo la realización, fomento, promoción y desarrollo de estudios, programas y eventos de participación, acción directa y difusión de la problemática económica, social, cultural, científica, territorial, medioambiental, con especial atención a la cuestión urbana y suburbana en todos sus aspectos.

Nuestros valores

Creemos que las ciudades pueden y deben ser un ámbito de garantía de derechos. Asumimos a la política como una herramienta para la transformación social. Por eso trabajamos en las múltiples agendas que intervienen interdisciplinariamente en el campo de las políticas públicas urbanas a partir de valores transversales como la justicia social, el desarrollo humano integral, la transparencia y la interculturalidad.

Contactanos:

Web <https://urbe.com.ar/wp/>

E Mail info@urbe.com.ar

Twitter <https://twitter.com/FundacionUrbe>

Instagram [@FundacionUrbe](https://www.instagram.com/FundacionUrbe)
