

## La tasa cero del IVA: El gran enemigo de los PCO's Mexicanos

Dr. Jorge Bisteni Bustani, CMP, CMM

Durante años hemos hablado de las deficiencias en la ley y el reglamento de aplicación de la tasa cero del IVA para congresos y convenciones sin que autoridad alguna se haya interesado en corregir las múltiples fallas que contiene y que afectan directamente a las empresas mexicanas dedicadas a la organización profesional de congresos y convenciones.

La tasa cero fue creada con la finalidad de atraer congresos y convenciones internacionales como un estímulo económico a las asociaciones e individuos extranjeros. Decenas de ocasiones he denunciado la gran mentira que eso encierra. La tasa cero es equivalente a una exención del pago del IVA pero no es una reducción del precio del servicio recibido, y como bien sabemos, cuando una empresa extranjera acude a los hoteles de nuestro país las tarifas siempre serán mas altas que las que obtenemos los mexicanos. Cual es la ventaja de no pagar IVA sobre una tarifa hotelera de \$200.00 Dólares contra tener una tarifa de \$150.00 mas IVA lo cual daría como resultado \$174.00? Obviamente ninguna y por el contrario el sistema tributario mexicano deja de recibir un ingreso. Esto es similar a las tiendas de Duty free de los aeropuertos. No nos cobran impuestos pero el precio de un objeto sin impuesto es generalmente más alto que el mismo en una tienda habitual de la ciudad donde se encuentra el aeropuerto a pesar de tener que pagar el impuesto correspondiente.

Sería muy fácil si todo parara en lo antes expuesto pero desgraciadamente no es así ya que las reglas para la aplicación de la tasa cero establecen, entre otras, las siguientes condiciones:

- Sólo se puede ejercer si los contratos con hoteles y centros de convenciones son firmados por empresas extranjeras.
- El pago debe hacerse con tarjetas de crédito expedidas en el extranjero o mediante transferencias bancarias procedentes de otro país.

Esto significa que si una Asociación internacional contrata a un PCO Mexicano para que en su representación organice su evento o si un PCO Mexicano logra atraer un congreso a nuestro país, en rigor la tasa cero no puede aplicarse creando una decepción en el contratante extranjero al no poder disfrutar del beneficio fiscal que le ofrecieron si realizaba su evento en México.

Además de lo anterior enfrentamos otros problemas ya que los criterios para la aplicación de la norma no son uniformes. Me consta y tengo pruebas que en 4 hoteles vecinos de un destino turístico son completamente diferentes. Igualmente una autoridad de la SECTUR tiene un criterio diferente a otra del CPTM y mientras tanto ¿quien se beneficia de esto? Por supuesto que los hoteles que venden sus habitaciones a mayor precio y sin otorgar las comisiones pactadas a las empresas organizadoras mexicanas, las que invirtieron tiempo y recursos para atraer el evento en cuestión y que al final quedan fuera de la negociación.

Pero más allá de esto ¿que gana México? Realmente no mucho porque la mayor parte de los recursos generados por el evento se sacarán del país ya sea por la empresa o asociación organizadora o por los hoteles de cadenas extranjeras. Desde luego se genera empleo y hay consumo en el destino elegido pero el beneficio para el país no es de la misma magnitud que cuando las empresas mexicanas intervienen en toda la logística.

Durante todos estos años hemos tratado de ser oídos, han pasado secretarios, subsecretarios, legisladores, directores y nadie se ha interesado en resolver este asunto que realmente atenta contra la economía nacional. Invertir cantidades millonarias en promoción de la marca México en las asociaciones internacionales como MPI, PCMA y otras es aparentemente muy fácil pero apoyar a las empresas mexicanas para conseguir eventos internacionales es el trámite más difícil y engorroso que existe. La autoridad solo se acerca cuando quiere cifras para engordar sus estadísticas y presentarlas ante la opinión pública como éxito de su gestión.

Ojalá este nuevo intento sirva para que seamos escuchados y atendidos. Si el turismo es una prioridad nacional, si es una actividad importante en la economía nacional, debe apoyarse en primera instancia a las empresas nacionales para incentivarlas a que trabajen más para atraer los grandes congresos internacionales como lo hacen otros países del continente americano.