

# Comercio al Menudeo y Reforma Fiscal en la Frontera México-Estados Unidos

## *Retail Trade and Fiscal Reform in the US-Mexico Border*

---

SALVADOR CORRALES C.\* | SALVADOR GONZÁLEZ ANDRADE\*\*

---

### ► RESUMEN

En este ensayo se analizan el comercio al menudeo de tres ciudades pares México-Estados Unidos y sus potenciales impactos por la homologación del Impuesto al Valor Agregado. El incremento de este impuesto se expresará en los precios en la frontera mexicana, y la competitividad del comercio a través de esta variable se verá reducida. Se calculan índices de concentración (LQ) para identificar su posición competitiva en el volumen de ventas al menudeo respecto al Estado y el País entre ambas naciones. Analizamos los índices de ventas al menudeo publicados por INEGI para identificar la respuesta del mercado frente a estos cambios en los precios por la reforma fiscal. Con datos secundarios y otros estudios empíricos, se concluye que el comercio al menudeo en las ciudades pares mexicanas será competitivo sólo en algunos productos y servicios selectos, pero no a través de la totalidad del comercio.

**Palabras clave:** *Competitividad comercial, IVA, Política fiscal, Precios, Inflación.*

Clasificación JEL: D12, F5, L1, R12.

### ► ABSTRACT

In this essay retail trade of three pairs of US-Mexico cities and their potential impacts on the approval of the Value Added Tax are analyzed. The increase in this tax will be expressed in prices on the Mexican border and trade competitiveness through this variable will be reduced. Concentration indices (LQ) were calculated to identify its competitive position in the volume of retail sales from the State and the country between the two nations. We analyzed retail sales indices published by INEGI to identify the market response to these changes in prices by the tax reform. With secondary data and other empirical studies, conclude that retail trade in Mexican cities, will be competitive even just some selected products and services, but not through the entire trade.

\* Profesor-investigador, El Colegio de la Frontera Norte, Dirección regional del noreste. Correo electrónico: corrales@colef.mx

\*\* Profesor-investigador, El Colegio de la Frontera Norte, Departamento de Estudios Económicos, Sede Tijuana. Correo electrónico: salvador@colef.mx

**Keywords:** *Business competitiveness, VAT, Fiscal policy, Prices, Inflation.*

**JEL Classification:** D12, F5, L1, R12.

## INTRODUCCIÓN

Las ciudades fronterizas México-Estados Unidos poseen una dinámica propia tanto por la mezcla de dos culturas y sistemas legales que orientan sus actividades, como por el soporte material y financiero que sostiene sus relaciones económicas. Este trabajo tiene como objetivo general analizar los impactos potenciales en el nivel de ventas al menudeo con la homologación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), toda vez que modificará los precios y reducirá el consumo de sus habitantes en la frontera mexicana.

En la frontera existen dos mercados con denominaciones en pesos y dólares que representan a ambos países. Los clientes mexicoamericanos con mayor capacidad de compra motivan la competencia entre las tiendas departamentales, que ofrecen toda una variedad que produce la industria mexicana e importa de Estados Unidos. Muchas tiendas americanas (Walmart, HEB, Autozone, etc.) se instalaron a lo largo de la frontera para conquistar ese mercado, mientras que la competencia americana hace lo propio con sus negocios para atraer a los clientes mexicanos, donde encuentran productos de todas latitudes, incluidos productos chinos a bajo precio.

Desde 2010 los habitantes de las ciudades fronterizas mexicanas pagaban el 11% del IVA, y había sido un incentivo del gobierno federal frente a la competencia contra el comercio de las ciudades americanas. Los residentes fronterizos mexicanos han recibido por años un subsidio también en el consumo de la gasolina para contrarrestar el hábito de importarla en los tanques de sus coches. Estas dos políticas gubernamentales no han podido bajar los precios y siempre han sido más elevados que en el resto del país, cuya explicación son las compras de los visitantes mexicoamericanos y una creciente clase media que prefiere hacer sus negocios en dólares. En suma, el ingreso per cápita de los residentes fronterizos es 27% más elevado que el promedio nacional.

Las compras en ambas fronteras sólo son contables para cada ciudad fronteriza, y por tanto, es complicado identificar una balanza comercial del comercio al menudeo por la libre importación de hasta 300 dólares por persona, que se incrementa a 500 en vacaciones. Esta política de importar libre de gravámenes, por el contrario, beneficia a los residentes fronterizos mexicanos con visa de no inmigrante, a los mexicoamericanos que visitan a sus familiares en México, y a las tiendas departamentales americanas, que dependen de estos clientes.

Todo aumento de precios propiciado por un incremento en los impuestos en las ciudades fronterizas mexicanas bajará la competitividad de las empresas e inducirá a los consumidores a comprar en las ciudades americanas, perpetuando una cultura que no beneficia al comercio mexicano. La tesis según la cual la homologación del IVA al 16% propiciará una fuga de clientes de dimensiones catastróficas está por comprobarse, será la realidad la que dicte los resultados, donde convergen otras variables macroeconómicas en el desempeño de las economías, que condicionarán sus efectos, como es el tipo de cambio actual, cercano a 20 pesos por dólar.

No obstante el carácter especulativo de todo análisis sobre el futuro, se fundamenta en los hechos del presente; la experiencia ha demostrado que el comercio al menudeo en ambas fronteras está determinado fundamentalmente por el tipo de cambio, la inflación y los cruces fronterizos, que se expresan en costos de transporte, logísticos, diferenciación de productos y precios. Los habitantes de ambas fronteras cruzan hacia sus ciudades pares para realizar una multitud de actividades: desde llevar los niños a la escuela, comprar productos de la canasta básica, electrónicos, línea blanca, ropa, y reuniones sociales para la convivencia familiar y de amistades. Este artículo lo hemos dividido en tres apartados: 1. Aspectos teóricos subyacentes, 2. Análisis del comercio al menudeo y 3. Homologación del IVA e impactos potenciales y conclusiones.

## 1. ASPECTOS TEÓRICOS

Vender productos y servicios es una actividad económica que hace posible la realización de las empresas. Si estas ventas se hacen a precios competitivos que garanticen un amplio margen de ganancia, todos los agentes económicos de un mismo sector entrarán en competencia por controlar clientes y consumidores, quienes a su vez decidirán en función del precio, la calidad y otros factores, tales como su presentación en los anaqueles de las tiendas y abarrotes. La teoría económica ha elaborado un conjunto de conceptos para explicar las reacciones de los consumidores en el desempeño de las economías, que explicaremos en el presente apartado.

Las empresas compiten entre sí, independientemente de su tamaño y el giro donde se han especializado, así sean pequeños talleres, abarrotes y cantinas; este fenómeno sin duda se aprecia con mayor fuerza entre las grandes cadenas departamentales y fábricas de ropa, automóviles, etc., para incrementar sus segmentos de mercado; en suma, la competencia existe en todos los mercados y se despliega manipulando tanto los precios como la calidad del producto, o bien, mediante

innovaciones tecnológicas para producir a gran escala, atacando los costos totales de producción.

El concepto de competitividad identifica a toda actividad económica, se incrementa o reduce según la estructura de costos con que operan, la capacidad para diferenciar los productos y servicios, así como en los gastos en publicidad para llegar hasta el consumidor final. En cada país existen reglas, normas y políticas que condicionan la competitividad de las empresas, y los impuestos actúan en contra porque reducen la capacidad de compra de los consumidores y la renta disponible para las empresas, como se verá más abajo al analizar el mercado binacional fronterizo México-Estados Unidos.

Los análisis de Krugman y Obstfeld (2008, p. 92) sobre competencia en el comercio internacional explican bien el comercio transfronterizo cuando dicen que puede entenderse a través de un modelo estándar que combine: 1). La relación entre la frontera de posibilidades de producción y la curva de oferta relativa, 2). La relación entre los precios relativos y la demanda, 3). La determinación del equilibrio mediante la oferta y la demanda relativas mundiales, y 4). El efecto de la relación de intercambio (el precio de las exportaciones de un país dividido por el precio de sus importaciones) sobre el bienestar nacional.

Los puntos 1 y 2 explican muy bien el comercio entre ambas naciones en sus ciudades fronterizas. Las fronteras de posibilidades de producción son mayores en Estados Unidos porque desarrolla más innovaciones, tecnología de vanguardia, y porque sus factores de producción (tierra, trabajo y capital) son más baratos y accesibles en términos relativos, propiciando una oferta diversificada a precios relativos más bajos entre las empresas, que atrae la demanda masiva para sus productos entre consumidores con diversa capacidad de compra y hábitos de consumo.

Porter (1990, p. 68), en su obra *Ventaja competitiva de las naciones*, explica con mayor precisión la competencia en el comercio al menudeo cuando afirma que las nuevas posibilidades de competir suelen derivarse de cambios en la estructura del sector industrial-comercial que afecten sus costos de producción y en la presentación del producto o servicio. En palabras de Porter, las empresas compiten mediante el costo inferior y la diferenciación; el costo lo determina el uso óptimo de los factores productivos y la diferenciación, las formas en que son puestos al consumidor todos los productos y servicios.<sup>1</sup>

1 Para lograr una ventaja competitiva, las empresas deben atender tanto el diseño como la originalidad de un producto. Si bien todos los bienes y servicios son diferenciables, es más difícil en productos sumamente estandarizados, como son los artículos de primera necesidad e industriales, y fácil para los productos con abundantes parámetros de diseño, como edificios, automóviles, ropa, etc. (Alzate y Materon, 2009, p. 5). La estrategia de diferenciación que la empresa utilice debe dirigirse a un segmento del mercado y entregar el mensaje de que el producto es positivamente distinto de todos los demás productos similares. Las pequeñas empresas pueden

La competencia es esa condición que permite mantener y controlar segmentos de mercado para hacer crecer a las empresas; involucra todos los niveles del proceso de producción. Hernández (2000, p. 25) identifica tres grandes categorías que inciden en la competitividad empresarial: “a). factores que inciden en los costos de los insumos; b). factores que determinan la eficiencia (productividad) en la utilización de los mismos, y c). otros factores relacionados con los precios, la calidad y la diferenciación de los productos por las empresas”.

Estos conceptos formatean la competitividad y son distintos en la región binacional. Las empresas que logran un mejor equilibrio en todos estos factores podrán controlar más segmentos de mercado. “En la práctica, es muy difícil —por no decir imposible— que las empresas alcancen ventajas competitivas en todos los factores mencionados; más bien, apoyan su competitividad sólo en algún o algunos de tales determinantes” (Hernández, 2000, p. 33). Esto podría explicar el desempeño del comercio al menudeo en las ciudades fronterizas mexicanas, porque son competitivas en algunos servicios y productos.

Los impuestos que más afectan la competitividad son los impuestos a las ganancias de las empresas, tal como el impuesto sobre la renta (ISR), que en los países desarrollados es el que contribuye con el mayor porcentaje al gasto del gobierno (Fischer *et al.*, 1992). En teoría económica un incremento en los impuestos reducirá los ingresos disponibles y hará que la función del consumo se desplace hacia abajo; regresará al consumidor a través de obras de infraestructura, educación, salud y otros servicios que otorga el Estado. Por el contrario, todo incremento del gasto público desplazará la función de consumo hacia arriba (Wonnacott y Wonnacott, 1979), principio coincidente con la teoría keynesiana del crecimiento económico, al argumentar que los gastos del gobierno son más poderosos que un cambio en los impuestos.

Los impuestos indirectos al consumo son trasladados al producto y se expresarán en el precio final en la misma proporción en que se fije a los bienes y servicios a lo largo de la cadena de valor.<sup>2</sup> La oferta de productos inelásticos no afectará las decisiones de inversión frente a un incremento de los impuestos; esta condición permite a los oferentes absorber parte de los impuestos al consumo (Fischer *et al.*, 1992, p. 488). Los consumidores podrán prorratear sus ingresos en toda una gama de productos sustitutos; en aquellos con poca elasticidad precio de la demanda, se verán forzados a gastar más para adquirirlos.

enfocar la estrategia de diferenciación en la calidad y diseño de sus productos y obtener una ventaja competitiva en el mercado sin bajar sus precios (Kelchner, 2015).

<sup>2</sup> Fischer *et al.* (1992, p. 487) indican que “cualquier impuesto sobre un bien o un factor cuya oferta (o demanda) sea totalmente inelástica no creará ningún despilfarro, debido a que no disminuye la actividad gravada.”

Shultz (1942) plantea que en el largo plazo los resultados finales de un impuesto sobre las ventas al por menor son: 1. Una reducción variable en la producción y consumo de bienes y servicios, a consecuencia de las diferentes elasticidades de la demanda de los diversos productos y servicios; 2. Un cambio en el patrón de precios; y 3. Un mayor nivel general de precios teniendo alguna relación, pero no es estrictamente proporcional a la tasa de impuestos. Para explicar la importancia del impacto en la homologación del IVA, en lo que sigue hacemos un análisis del comercio al menudeo.

## 2. COMERCIO AL MENUDEO, DE LA IMPOSIBILIDAD A LA ESPECULACIÓN

El comercio al menudeo en la frontera México-Estados Unidos moviliza a millones de personas y propicia miles de cruces, constituyendo un mercado particular binacional. Economistas del Banco de la Reserva Federal (Phillips y Coronado, 2005; Patrick, 2006; Phillips y Cañas, 2008, 2009; y otros) han estimado que las ciudades fronterizas son mutuamente dependientes porque muchos negocios se sostienen con clientes de ambos lados de la frontera; las mercancías que fluyen en ambas direcciones se componen desde las más simples para el consumo cotidiano, como los alimentos, así como electrónicos, autopartes, línea blanca, químicos, etc.

Los clientes mexicanos compran en las tiendas departamentales americanas, conjugando precios y calidad; los mexicoamericanos hacen lo mismo en las mexicanas. No se sabe con exactitud qué otros factores inducen a los clientes a desplazarse para adquirir sus productos, a excepción de uno, el confort y la comodidad para escoger las mercancías, porque ir de compras también es un motivo para relajarse y hacer cálculos sobre compras futuras, cuando alcance mejor el salario y, eventualmente, comprar a crédito. Patrick (2006) presenta una lista de factores que determinan la toma de decisiones entre los consumidores fronterizos para hacer sus compras, y los tres primeros son: bajos precios, disponibilidad y variedad de mercancías.

La publicidad que a diario reciben los clientes por televisión, radio e internet sobre las bondades de miles de mercancías y sus precios, muy accesibles para todos los salarios e ingresos de los fronterizos, convierte el comercio al menudeo en un tema de economía de suma importancia, difícil de medir; sólo con encuestas se pueden hacer estimaciones de sus montos y sus efectos en la economía de las ciudades. No obstante, en vista de los cambios en la política fiscal del gobierno mexicano, se busca explicar sus potenciales impactos en el consumidor, en la capacidad competitiva de las empresas y en la generación de empleos.

En el condado de Hidalgo, donde se localizan las ciudades de McAllen, Mission, Donna y Pharr, es donde se desarrolla el más importante comercio al menu-

deo en el sur de Estados Unidos. Sus ciudades pares mexicanas son Reynosa y Río Bravo, Tamaulipas, que compiten por miles de clientes que vienen de Monterrey, la principal ciudad en el noreste mexicano. Dada la dificultad para obtener una balanza comercial de este mercado, analizaremos indicadores de concentración para identificar el peso específico de una actividad respecto al estado y el País; la metodología para obtener este cálculo es el Coeficiente de Localización o Local Quotients (LQ).<sup>3</sup>

El LQ mide la proporción de las ventas al menudeo locales en las estatales en relación a la participación de las ventas al menudeo estatales en las ventas nacionales. Se obtiene a través de la siguiente relación algebraica:  $LQ = V_i/V_e | V_e/V_n$ , donde:  $V_i$ =ventas locales,  $V_e$ =ventas estatales,  $V_n$ =ventas nacionales. Cuando el valor del LQ es menor que 1, la actividad comercial en la región es poco competitiva; si alcanza el nivel 1, indica que esa actividad se asemeja a la economía nacional; si el LQ supera el 1, significa que la región está especializada con respecto al estado y el país.

Assanie y Yücel (2007) utilizan LQs<sup>4</sup> para identificar la concentración de diversas actividades económicas en el sur de Texas; los autores indican que muchos ciudadanos mexicanos cruzan el río Grande para la compra de ropa y otros productos, con cuyo consumo contribuyen a crear clústeres por ventas al menudeo en las ciudades fronterizas; así, Laredo, Texas, se encuentra cerca de 20 veces mejor posicionado que el resto del país en las actividades de logística para el transporte de carga, como resultado del intenso cruce por sus puentes internacionales, que concentran cerca del 40% de las exportaciones mexicanas hacia Estados Unidos.

En lo que sigue hacemos una revisión del comercio al menudeo de tres ciudades en el noreste (del estado de Tamaulipas) con datos de los Censos Económicos de 2014 (INEGI, 2015), para detectar la concentración comercial. Como se observa para 2014, quien más concentración en ventas al menudeo registró fue Reynosa, con un LQ de 5.85, seguido por Matamoros, con 4.39. Y por giro comercial, venden más las tiendas de autoservicio y departamentales; en segundo lugar se encuentra la venta de vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes (véase Cuadro 1). No se sabe con exactitud cuánto de las ventas en las tiendas de autoservicio y departamentales son ventas de alimentos que forman la canasta básica y exentas de IVA.

3 En geografía económica, el LQ es útil para conocer la magnitud de un hecho localizado en una unidad territorial determinada, poniéndolo en relación con el volumen alcanzado por ese mismo fenómeno en un contexto especial más amplio.

4 Savage y Blankmeyer (1990) también utilizaron esta metodología para analizar el comercio de ropa, abarrotes y muebles en las ciudades fronterizas americanas con México.

## CUADRO 1

Especialización en ventas al menudeo (2014). Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros, Tamaulipas (miles de dólares)\*

| Conceptos  | N. Laredo | LQ   | Reynosa   | LQ   | Matamoros | LQ   |
|--|-----------|------|-----------|------|-----------|------|
| Total comercio al por menor  | 854,121   | 3.08 | 1,619,729 | 5.85 | 1,216,424 | 4.39 |
| De abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco   | 72,253    | 4.81 | 91,299    | 6.08 | 96,179    | 6.41 |
| Tiendas de autoservicio y departamentales  | 371,264   | 2.77 | 690,875   | 5.15 | 489,713   | 3.65 |
| Productos textiles bisutería, accesorios de vestir y calzado                                     | 17,149    | 3.49 | 38,690    | 7.87 | 33,623    | 6.84 |
| Artículos para el cuidado de la salud  | 77,128    | 4.24 | 115,178   | 6.33 | 71,399    | 3.92 |
| Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal                  | 21,096    | 5.05 | 41,143    | 9.85 | 15,392    | 3.68 |
| Enseres domésticos, computadoras y artículos para la decoración de interiores y artículos usados | 34,841    | 1.47 | 58,518    | 2.46 | 91,530    | 3.85 |
| Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios  | 64,097    | 5.80 | 57,927    | 5.24 | 59,533    | 5.38 |
| Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes                                      | 196,259   | 2.47 | 526,060   | 6.62 | 359,024   | 4.52 |
| Combustibles, aceites y grasas lubricantes   | 129,894   | 2.39 | 314,111   | 5.77 | 251,300   | 4.62 |

Notas: se considera el tipo de cambio para solventar obligaciones denominadas en dólares, FIX promedio anual de 2014, 13.30318 pesos por dólar (Banxico, 2016).

\* Total de ingresos por reventa de mercancías.

Fuente: Datos del INEGI.

La alta concentración de ventas en las tiendas de autoservicio muestra en general el dominio del mercado al menudeo, y confirma que “el confort y la comodidad” para hacer las compras es una causa explicativa que motiva los cruces fronterizos para surtirse. Otra razón de suma importancia es la variedad que se puede encontrar en los centros comerciales de las ciudades pares americanas. Por el valor de los productos, los vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes son los que más participan en este mercado. Para todos estos productos se incrementarán sus precios con la homologación del IVA; la mayoría de ellos son comprados por la clase media y alta.

Los artículos que desde 2014 tienen mucha presencia, según el indicador de concentración, son los productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado, con índices de 3.49, 7.87 y 6.84, respectivamente, en las ciudades de Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros; así también, artículos de papelería, esparcimiento y otros artículos de uso personal. No obstante, el valor absoluto es mucho menor

respecto a las tiendas de autoservicio y venta de automóviles y refacciones.

El gran tamaño de los indicadores identifica la importancia del comercio al menudeo en las ciudades mexicanas, esto se explica por el mayor nivel de vida de los residentes fronterizos mexicanos y su capacidad de compra, que reducirá el impacto por la homologación del IVA. Para productos que se venden en ambos lados de la frontera, significará una pérdida de competitividad para las empresas mexicanas; lo inevitable será que los consumidores tendrán que ser más selectivos al hacer sus compras, para sostener la capacidad adquisitiva de sus salarios.

Los habitantes con visa de no inmigrante podrán comprar en las tiendas de las ciudades pares americanas, conducta comercial que habrá de incrementarse por los diferenciales de precios y otros factores arriba anotados. Comparemos los valores absolutos junto con el indicador de ventas en las ciudades de Laredo, McAllen y Brownsville, para estar en condiciones de evaluar la competencia por los clientes fronterizos.

## CUADRO 2

Especialización en ventas al menudeo: Laredo, McAllen y Brownsville, Texas (miles de dólares)

| Año  | Laredo         |      | McAllen*       |      | Brownsville**  |      |
|------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|
|      | Ventas totales | LQ   | Ventas totales | LQ   | Ventas totales | LQ   |
| 2008 | 3,304,831      | 2.84 | 8,048,139      | 6.91 | 3,519,189      | 3.02 |
| 2009 | 2,765,243      | 2.14 | 7,550,250      | 5.85 | 3,317,313      | 2.60 |
| 2010 | 3,069,901      | 2.24 | 7,872,154      | 5.74 | 3,461,703      | 2.53 |

Notas: \* incluye a Edinburg y Mission; \*\* incluye a Harlingen  
Fuente: elaboración propia con estadísticas del Real State Center at the Texas A&M University y <https://ourcpa.cpa.state.tx.us/allocation/histSales.jsp>, U.S. Census Bureau.

En el Cuadro 2 se muestra la estructura de los mercados en ventas al menudeo de las tres ciudades pares americanas. En términos absolutos, Laredo, Texas, vende tres veces más que Nuevo Laredo. Reynosa, en cambio, sólo representa el 20% del comercio de McAllen, mientras que Matamoros posee una proporción mucho mejor del 35%, respecto a las ventas absolutas de Brownsville; mientras que el indicador de concentración LQ de McAllen es más elevado que el de Reynosa, no así los de Laredo y Brownsville; sin que la comparación pierda validez, porque se comparan estadísticas con cuatro años de diferencia entre los tres pares de ciudades.

En vista de la dificultad para obtener medidas de concentración por grupos de productos y tiendas departamentales en el sur de Estados Unidos, analicemos los cálculos de Assanie y Yücel (2007, tabla 4), que son los más recientes, y aun cuando se basan en el empleo, son de mucha utilidad para identificar la especialización sectorial. En Laredo, los servicios de logística registraron un LQ de 20.93; en se-

gundo lugar, el transporte de carga, 5.59; y el cuarto y quinto lugar, la producción de cuero y sus derivados, ropa y accesorios concentraron 2.73 y 2.54, respectivamente.

En McAllen, la producción de piel y accesorios registró un LQ de 3.41; en segundo lugar los servicios de minería, con 3.35, y la producción de ropa-accesorios y mercancías en las tiendas, con 1.70 y 1.66, respectivamente. En Brownsville, la pesca y caza registraron 8.99; en segundo lugar los servicios de salud, con 3.96, y el cuarto y quinto lugar, la producción de ropa y accesorios, y museos y sitios históricos, con 1.51 y 1.39, respectivamente.

Los productos más importantes en las ventas al menudeo en la región de McAllen son los aparatos electrónicos y electrodomésticos, la ropa, los accesorios para el deporte, libros, música, etc., que poseen una alta elasticidad precio-demanda. Un alto porcentaje de esta demanda la hacen visitantes de Monterrey, que se localiza a tres horas de distancia de sus principales centros comerciales, como son La Plaza Mall, donde operan las tiendas de JC Penney, Sears, Macy's Home and Children's Store, etc. (Corrales, 2012a; Ghaddar *et al.*, 2004).

Varios estudios ampliamente divulgados por el Banco de la Reserva Federal han demostrado que las compras de clientes mexicanos generan dependencia en el comercio al menudeo en las ciudades pares americanas (Phillips y Coronado, 2005); este hecho ha sido evidente con las crisis económicas recientes y se ha expresado a través de la capacidad de compra del peso.<sup>5</sup> En 2008, la economía de Laredo registró una disminución de 8.94%, mientras que las economías de México y Estados Unidos registraron un leve crecimiento con respecto a 2007, de 1.3 y 1.1, respectivamente, y la depreciación del peso fue de 24.59% (Vision, 2009), lo cual contrajo las ventas a los clientes mexicanos de su ciudad por Nuevo Laredo.

El grado de dependencia que propician los clientes mexicanos varía de ciudad a ciudad; mientras más grande, menor es el porcentaje de dependencia. De acuerdo a cálculos de Phillips y Coronado (2005), Laredo, Texas, registró una dependencia superior al 50% sobre las ventas al menudeo que se hace a mexicanos, y le siguen en importancia McAllen y Brownsville, respectivamente. Estos porcentajes tuvieron que haber cambiado con los años, pero las prácticas de cruzar para surtirse por ciudadanos mexicanos se mantiene.

La marcada dependencia y los miles de cruces fronterizos al año para hacer las compras significan millones de dólares a diario, que hace crecer las cuentas de negocios de todos los tamaños, cuya existencia y crecimiento depende de este movimiento del dinero circulante. Con la reciente reforma fiscal, los consumidores

<sup>5</sup> "Los resultados obtenidos indican que un incremento de 10 por ciento en la cotización del dólar respecto al peso provocaría una reducción de 2.1 por ciento de las ventas al menudeo en El Paso, de 8.4 por ciento en Valle Imperial, de 13.3 por ciento en Laredo y de 2.7 por ciento en San Diego" (Zamora, 2008, p. 14).

tendrán que gastar más dinero para adquirir los mismos productos; no obstante, esa diferencia se irá a las cuentas del gobierno para financiar una amplia gama de proyectos de infraestructura, pagos de salarios, financiar la educación, etc. Se estima que regresará al público; pero dadas las enormes carencias y desigualdades existentes, será poco perceptible.

Las estadísticas generales del comercio al por mayor no pueden utilizarse para calcular la importancia del comercio entre las ciudades pares fronterizas porque cerca del 80% de las importaciones tiene como destino las grandes ciudades del país, principalmente la Ciudad de México, y las exportaciones que se hacen desde la frontera, un 80% también las realizan las maquiladoras mediante comercio intra-firma (Orrenius *et al.*, 2001, pp. 3-4).

Para obtener nuevos cálculos de dependencia por clientes mexicanos, necesitamos utilizar la metodología de Phillips y Coronado: primero se requiere estimar el porcentaje del ingreso que se utiliza para compras al menudeo; ese porcentaje se multiplica por el ingreso total, al resultado se restan el valor de las ventas a residentes en Estados Unidos, y si el valor obtenido es negativo, quiere decir que un porcentaje importante del ingreso local proviene de foráneos. La ecuación para hacer el cálculo es la siguiente:  $Y=(y/pop)x(pop/emp)x(emp)-\%$  de ventas al menudeo. Donde:  $y$  es el ingreso,  $pop$  es la población y  $emp$  es el volumen de empleo.

Con los cambios en los precios como resultado de la homologación del IVA en la frontera, el monto de las compras se incrementará en las ciudades pares americanas, según estimaciones hechas por Fuentes *et al.* (2013), y habrá una fuga de consumidores; no necesariamente se expresará como un incremento en los cruces fronterizos porque cada viaje significará mayores compras por persona, fenómeno que se ha demostrado en algunos estudios empíricos, a propósito de mayores restricciones para cruzar la frontera como medida de seguridad nacional. Entrevistas a mediados de 2012 en Reynosa (Corrales, 2012b) demuestran que muchas familias encargan a los vecinos con visa de no inmigrante productos a mejor precio y calidad que no se encuentran en México.

El Banco de la Reserva Federal, en sus diferentes publicaciones y estadísticas (Corrales, 2012a), muestra la importancia del comercio al menudeo de McAllen. Las estadísticas del Texas Comptroller y los U. S. Economic Census de 2008 muestran que McAllen ocupa el número 40 entre las 100 ciudades americanas más importantes, y el tercer lugar en ventas per cápita. Los productos al menudeo con mayores ventas en 2008 fueron electrónicos y electrodomésticos; le siguieron en importancia los artículos para deporte, diversión, libros y música; y en tercer lugar, ropa y accesorios para ropa. Los de menor importancia fueron la venta de gasolina, comida y bebidas.

Si muchas de las compras las hacen mexicanos, particularmente regiomontanos de clase media, como fue demostrado en un estudio de 2004 realizado por

Ghaddar *et al.*, hay razones para pensar que un alto porcentaje de estos productos los compran mexicanos, porque poseen más calidad y un mejor precio que sus semejantes en las tiendas mexicanas. En una conferencia realizada en 2006 por la cámara de comercio de Laredo, Texas (Vision, 2006), se muestra por orden de importancia que son el precio, la disponibilidad de mercancías, variedad, surtido y calidad los que motivan el cruce de mexicanos a visitar las tiendas departamentales en sus ciudades pares americanas.

En una economía donde coexisten dos mercados, los impuestos diferenciados juegan un importante papel en la competitividad de las empresas. Ahí donde los impuestos representan un alto porcentaje en la estructura de los costos de las materias primas, insumos, salarios y maquinaria, las empresas tenderán a ser menos competitivas, al vender a precios más altos en el mercado binacional México-Estados Unidos. Las empresas mexicanas perderán mercado con un incremento en el IVA; en el menor de los casos, no podrán incrementar sus ventas de productos con alta elasticidad precio de la demanda, y se concentrarán en la especialización que han adquirido. El apartado siguiente es un resumen de la política fiscal.

### 3. HOMOLOGACIÓN DEL IVA Y REFORMA HACENDARIA

La reforma hacendaria de la actual administración federal mexicana desató una confrontación con los empresarios de todos los tamaños y en todas las regiones del país, porque a todos les afectará un incremento en el Impuesto Sobre la Renta (ISR), que grava las ganancias, y se eliminarán todos los privilegios para deducirlos y traspasarlos a otros negocios. En México y en el mundo, pagar más impuestos reduce la capacidad de compra del consumidor y la acumulación de capital.

Este rechazo a los impuestos ha colocado al país en la peor posición con respecto al resto del mundo y pone obstáculos para financiar la actividad gubernamental en general. Pues bien, los impuestos a la ganancia son la fuente principal de ese financiamiento en los países industrializados, así como en México. El segundo impuesto de importancia es el Valor Agregado (IVA), que pagan los consumidores (Presidencia de la República, 2013), también llamado impuesto indirecto porque el que lo paga no tiene que declararlo al fisco; lo hacen el industrial y comerciante. Este impuesto fue introducido en 1980 y ha variado con el tiempo tanto en su porcentaje como en su aplicación geográfica.

De todos los países de la OCDE y América Latina, México se encuentra rezagado en el cobro del IVA, se afirma en la ley que sustenta este impuesto en el país; en 2012 representó el 3.74% del PIB, mientras que en los países de la OCDE, el 6.9%, y en América Latina, el 6.5% respecto al PIB. Se recauda el 35% de lo que potencialmente se puede cobrar de impuestos, mientras que en los países de la OCDE y América

Latina, el 59% y 58%, respectivamente. Se argumenta en la nueva ley del IVA que un diseño ideal es aquel en el que no haya excepciones ni tratamientos especiales, porque dificulta la administración por el amplio número de solicitudes de devolución, que incrementan los costos para su administración (Presidencia de la República, 2013; Villa, 2003, pp. 282-283).

El IVA en México se ha cobrado diferente para productos y regiones, no se cobra en alimentos y medicinas, y en la frontera con Estados Unidos, se cobraba el 11%; pero con la reforma hacendaria se incrementó a 16%. Esta política fue rechazada por los empresarios de Baja California y amplios sectores de la población en las ciudades fronterizas. La reforma hacendaria desató una confrontación entre los diferentes partidos políticos y el PAN ha encabezado el desacuerdo nacional de ampararse<sup>6</sup> contra la política fiscal, que, a su juicio, reducirá la capacidad competitiva de las empresas, hará crecer la inflación, afectará el empleo, etc.

La administración federal argumenta, por el contrario, que la homologación del IVA está bien sustentada porque el ingreso per cápita de los residentes fronterizos es 27% más elevado que el promedio nacional. En esa dirección de hechos, según datos del presupuesto de gastos fiscales del 2013, el subsidio implícito por la aplicación de los regímenes especiales del IVA ascendió a 251,162 millones de pesos, de los cuales el 10% de las familias de menores ingresos se benefició con un monto equivalente a 7,033 millones de pesos, mientras que el 10% de las familias con mayores ingresos se benefició con 52,995 millones, 7.5 veces más que las familias pobres (Presidencia de la República, 2013). Entonces, como mecanismo distributivo y de justicia social, los regímenes especiales han acentuado las diferencias.

Contrario al argumento de los habitantes de Baja California y todas las ciudades fronterizas del país, el diferencial de tasas no ha beneficiado a los consumidores porque los precios siempre han estado por encima del promedio nacional; los precios de los electrodomésticos fueron 4% mayores en la frontera que en el resto del país, los precios de productos de higiene y cuidado personal fueron mayores en 2% y, en promedio, todos los precios fueron 4% más caros que el promedio nacional, se indica en la ley del Impuesto al Valor Agregado (Presidencia de la República, 2013). Con la homologación del IVA, estas diferencias se incrementarán inevitablemente.

Otro argumento importante de la administración pública federal es que ningún país tiene regímenes diferenciados en sus fronteras; seguramente porque no existen fronteras con tan marcadas desigualdades en el nivel de ingreso y poder adquisitivo como las fronteras entre México y Estados Unidos; o porque no existen fronteras con tanta dinámica económica como la de los dos países en cuestión.

6 La Suprema Corte de Justicia de la Nación rechazó el amparo.

El incremento al IVA no sólo afectará a los consumidores fronterizos, también a las maquiladoras que decidan vender en el mercado nacional. Con el nuevo régimen fiscal, la región verá reducidos sus ingresos; pero además, no hay expectativas de una retribución a través de obras de infraestructura porque estas ciudades poseen mejores carreteras, libramientos, puentes, etc., que el resto del país, como lo demuestra el Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018 (Gobierno de la República Mexicana, 2014), que privilegia el centro y sur del país en los proyectos de inversión de la presente administración federal.

La reforma fiscal modificó las tasas del ISR que habían venido bajando estratégicamente como un incentivo para mejorar la competitividad de las empresas, de un 34% en 2002 (Blanco, 2003, p. 262), hasta alcanzar un nivel cercano al 30% en años recientes. Con el nuevo régimen, el porcentaje variará en función del nivel de ingresos, tanto para personas como para las empresas. Las personas físicas pagarán el 30% si sus ingresos alcanzan los 750 mil pesos al año, el 32% si superan ese monto, y todos aquellos que ganen más del millón de pesos al año, pagarán el 34% (Zamarrón, 2014). Estos cambios se harán sentir en la economía fronteriza con el incremento de otros impuestos de menor relevancia en la recaudación fiscal.

Los impuestos al consumo, cuando hay una tasa cero en alimentos y medicinas en la frontera mexicana, frente a las diferencias porcentuales en las tasas impositivas de las ciudades pares americanas, seguramente no tendrán el mismo impacto sobre la capacidad competitiva de muchas empresas que venden bienes de consumo exentos del IVA; es más caro comprar en las tiendas departamentales americanas porque se requiere pagar el *tax*, su equivalente en Estados Unidos, el puente de cruce y hacer largas filas para cruzar la frontera. Las compras de productos con una mayor elasticidad precio-demanda se hacen discrecionalmente, tales como ropa, línea blanca, electrónicos, autos y autopartes, dado el promedio de vida útil mayor.

La justa combinación de precio y calidad en las compras de los clientes muchas de las veces no considera la tecnología para su fabricación, la estructura de los costos, la utilización óptima de los impuestos para fomentar el crecimiento económico vía infraestructura, y otros incentivos implícitos en el desempeño de los mercados. De cualquier manera, después de estos razonamientos, todo incremento en los impuestos reducirá la propensión a consumir en cualquier país que se aplique y provocará conflictos sociales como demostración de rechazo.

No es correcto ni sencillo tomar partido frente al impacto de la homologación del IVA en la frontera. Para las empresas mexicanas que compiten con sus semejantes de las ciudades pares americanas, significará re-etiquetar sus productos a un precio 5% más caro, que puede expresarse en una reducción en sus ventas por aquellos clientes que poseen visa de no inmigrante, que pueden escoger entre dos mercados diferenciados. En Baja California, alrededor del 57% de la población po-

see visa de no inmigrante (Fuentes *et al.*, 2013), que bien puede cruzar para hacer sus compras en California. En Reynosa, cerca del 40% de la población tiene visa para cruzar y hacer sus compras (Consejo Coordinador Empresarial, 2014).

En lo que sigue hacemos un resumen del estudio “Impactos de la homologación del IVA en Baja California, 2013”, realizado por El Colegio de la Frontera Norte, y posteriormente, analizamos índices de precios para las ciudades de Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros. Según el estudio antes citado, en *primer lugar*, tendrá un efecto inflacionario en una proporción del 5%; en *segundo lugar*, un efecto recesivo, porque desplazará a productos mexicanos por extranjeros y las empresas que los producen se verán afectadas; en *tercer lugar*, tendrá un efecto distributivo desigual, porque el mayor porcentaje de las familias destina todo su ingreso al consumo y no poseen visa para comprar en las ciudades pares americanas; en *cuarto lugar*, no habrá una mayor recaudación fiscal debido a que las empresas mexicanas reducirán sus ventas; y en *quinto lugar*, se reducirá la competitividad porque un 16% de IVA, frente al 8% que se cobra en Texas, hará más atractivo cruzar la frontera para surtirse (Fuentes *et al.*, 2013).

La teoría económica, por el contrario, indica que la inflación se presenta por un incremento del dinero circulante, que fomenta la propensión al ahorro y al incremento en las tasas de interés, más que la inversión (Mankiw, 2014). La aplicación de nuevos impuestos contribuye a reducir el circulante, y todo cambio en los precios relativos debidos a los impuestos por una sola vez, no puede ser inflacionario porque reduce la masa monetaria de que dispone el público, y lo recibe en obras de infraestructura, educación, salud, etc., que demandan las ciudades fronterizas.

El estudio dirigido por Fuentes y su equipo especifica que la homologación del IVA estimulará las importaciones y afectará las exportaciones, expresándose en una balanza comercial deficitaria. Economistas del Banco de la Reserva Federal constatan, por el contrario, que el 80% de las exportaciones las realizan las maquiladoras, y de las importaciones provenientes de Estados Unidos, su mayor porcentaje tiene como destino el centro del país (Orrenius *et al.*, 2001). Será el comercio al menudeo quien resentirá los peores efectos, particularmente en aquellos productos con una elasticidad-precio elevada, como las ventas en supermercados y tiendas de autoservicio, con una elasticidad de 1.80; las tiendas departamentales, con 1.72; y las ferreterías y tlapalerías, cuya elasticidad fue de 1.50, calculadas por los propios autores. En general, se estima una caída de las ventas entre este grupo de negocios del 10 al 20% con la homologación del IVA (Fuentes *et al.*, 2013, p. 5).

En cuanto a los cálculos sobre los efectos para Baja California en el nivel del consumo, el estudio especifica que el gasto local en alimentos se reducirá en 20%; en vestido y calzado, en 15%; en tabaco, en 17%; en arreglo personal, en 18%; y en artículos del hogar, en 10%. Respecto a estos y otros indicadores del impacto, no

existen dudas al respecto porque los negocios re-etiquetarán sus productos hasta trasladarle al consumidor final el cobro del impuesto, y ello inducirá a incrementar las compras en las ciudades pares americanas, siempre y cuando el tipo de cambio peso-dólar favorezca mejores precios en esas ciudades.

Si revisamos la historia del cobro de este impuesto en la frontera y las franjas fronterizas, se podrá observar que muchas empresas nacionales y extranjeras se instalaron en la región por las ventajas fiscales, y la maquiladora es el ejemplo más evidente, junto con la fuerza de trabajo barata y el mercado de Estados Unidos a la vuelta de la esquina. Las tiendas departamentales y las de conveniencia con origen en el resto del territorio nacional se beneficiaron con el diferencial del IVA, al mismo tiempo que vendían a precios más caros que el resto del territorio nacional, pues la mayoría pertenecen a consorcios nacionales o extranjeros. Walmart, HEB, Autozone, junto con Soriana y otras cadenas de supermercados, compraban y se beneficiaban con ese diferencial (Davis, 2011).

Un análisis de los índices de ventas al menudeo que publica INEGI (2015b), desde la crisis financiera global hasta finales de 2013, muestra que el incremento en 1 punto en el IVA durante 2010, al pasar de 10 a 11%, no registró impactos importantes en el mercado de ventas nacionales (véase Cuadro 3). En el índice general de ventas (2003:100), hubo un incremento de cuatro puntos, al pasar de 117 a 121, de 2010 a 2011; por el contrario, las ciudades que lo resintieron fueron Reynosa y Matamoros, porque su índice sólo creció en 1 punto, mientras que Nuevo Laredo registró tres puntos y una mejor posición durante el mismo periodo. Al revisar el comportamiento de las curvas de las ciudades fronterizas que aquí analizamos, se verá que, de 2012 a 2013, todos los índices caen y los de las ciudades fronterizas con mayor puntaje (véase Gráfica única).

### CUADRO 3

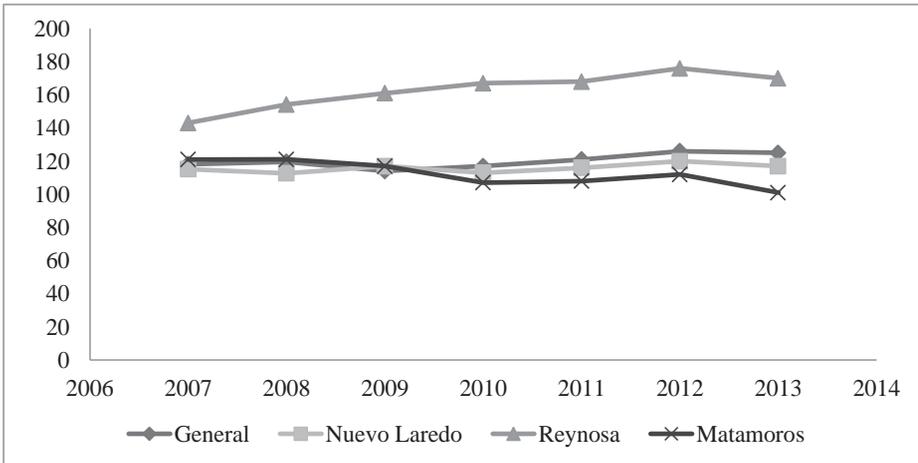
Índice de ventas al por menor a precios reales (2003:100)

| Año  | General | Reynosa | Matamoros | Nuevo Laredo |
|------|---------|---------|-----------|--------------|
| 2007 | 118     | 143     | 121       | 115          |
| 2008 | 120     | 154     | 121       | 113          |
| 2009 | 114     | 161     | 117       | 117          |
| 2010 | 117     | 167     | 107       | 113          |
| 2011 | 121     | 168     | 108       | 116          |
| 2012 | 126     | 176     | 112       | 120          |
| 2013 | 125     | 170     | 101       | 117          |

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (2015b).

GRÁFICA ÚNICA

Índice de ventas al por menor en términos reales (2003:100)



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI (v/a).

Reynosa, Tamaulipas, es la más grande de las ciudades en el estado, esto quizá explique el indicador más elevado respecto a Matamoros y Nuevo Laredo en ventas al menudeo; lo inexplicable es su comportamiento positivo durante la crisis financiera global. La tendencia recesiva desde 2012 hasta hoy día puede ser explicada por la recesión en Estados Unidos y las reformas fiscales que han desestabilizado los mercados regionales.

Cálculos de INEGI con base en 2008 sobre comercio al menudeo (sólo por estados) constatan la tendencia de crecimiento: Baja California, cuyo territorio se encuentra dentro de la franja fronteriza, experimentó de enero de 2014 a mayo de 2015 un crecimiento del 12.26%, Sonora se redujo en -0.07%, Chihuahua creció en 6.42%, Coahuila en 8.12%, Nuevo León creció en 12.51% y Tamaulipas registró un incremento del 0.77%, mientras que el promedio nacional fue de 6.63% (INEGI, 2015). Si asociamos la política fiscal con el comportamiento de este indicador, paradójicamente, los estados que tienen menos población en la frontera han experimentado mayor daño a su comercio, que puede atribuirse también a otros factores de competitividad.

Por el contrario, estadísticas de cruces fronterizos en dirección norte se incrementaron hacia San Isidro, California, en 5.3% para vehículos y 2.4% para peatones entre 2013 y 2014, según el Departamento del Transporte (U.S.DOT); hacia Otay Mesa el aforo vehicular creció en 10.8%, y el de peatones en 3.8%. En otras ciudades fronterizas seleccionadas el comportamiento fue como sigue: El Paso, Texas, 6.6% de vehículos y 9.28% de peatones; condado de Hidalgo, Texas, 4.3% y 11.08%; Laredo, 4.5% y 3.13%, respectivamente; y hacia Brownsville, su crecimiento fue de

1.1% de vehículos y 5.03% el cruce de peatones. Todos estos crecimientos pueden atribuirse a un incremento de los precios en las ciudades mexicanas por la homologación del IVA; pero las estadísticas absolutas de cruce no superan a los años anteriores a 2012 en varios tipos de cruce, sobre todo de vehículos.

En otra dirección de hechos, los pronósticos de crecimiento e inflación de la economía mexicana realizados en 2014 por diversas instituciones financieras como el Banco de México, la Secretaría de Hacienda, el Fondo Monetario Internacional (FMI), la OCDE, entre otras, fueron muy optimistas al considerar tasas de crecimiento cercanas al 4%, mientras que las de inflación fueron más precisas, no obstante la depreciación del peso frente al dólar a mediados de 2015 (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2014).<sup>7</sup> El Banco de México (2015) estimó un crecimiento más moderado para 2016, cercano al 2.0%, que en términos generales significa menos oportunidades económicas y financieras, y una menor recaudación fiscal.

Cálculos de economistas de El Colegio de la Frontera Norte sobre el costo mensual de una canasta mínima de alimentos básicos “para una familia de 4 miembros, aumentó en Mexicali 9.5% entre 2013 y 2014, en Tijuana, 8.2%, en Ciudad Juárez, 7.2%, y en Matamoros, 6.1%, mientras que a lo largo de toda la república mexicana el aumento del gasto promedio fue de 3.8%” (Ruiz, 2014, p. 7). Ese comportamiento coincide con cálculos sobre el costo de la vida más elevado en la frontera con Estados Unidos antes de la homologación del IVA, divulgado por la Presidencia de la República, donde los precios son 4% más caros que el promedio nacional,<sup>8</sup> cuya explicación puede encontrarse en la fuerte presencia del dólar en la economía fronteriza y no en la recaudación fiscal del IVA.

La depreciación del peso frente al dólar como resultado de la incertidumbre por la nueva política comercial de Estados Unidos ha colocado el dólar por encima de los 20 pesos; este comportamiento servirá de freno al cruce fronterizo y se traducirá en mayores ventas por el comercio al menudeo mexicano, así como en una mayor recaudación por el Impuesto al Valor Agregado. “Algunos autores han estimado los efectos que las devaluaciones han tenido sobre las ventas al menudeo del otro lado de la frontera, estimando que la devaluación del peso en 1994 resultó en una reducción del 41.8% de las ventas al menudeo que se generan en las ciudades fronterizas norteamericanas” (Canizales, 2008).

En seguimiento a los efectos inflacionarios por la nueva política fiscal, Matamoros, Tamaulipas, registró un comportamiento de la inflación del 1.36% en enero de 2014 y significó un cambio porcentual de 58% respecto a diciembre de 2013, cuya inflación fue de 0.86%. Si comparamos con enero de 2013, que registró

7 Recientemente, las estimaciones de crecimiento han bajado y las de inflación se han mantenido estables.

8 El promedio en el incremento de las cuatro ciudades fronterizas analizadas, es 3.95% más elevado que el resto del país.

una inflación de 0.44%, podrán obtenerse las diferencias y el impacto inflacionario del IVA. El mes de enero tiene de particular que todos los precios se incrementan y ponen en jaque a la población con bajos ingresos. En Matamoros, Tamaulipas, y todas las ciudades fronterizas, al re-etiquetar los productos con un nuevo IVA, los consumidores tendrán que pagar más y les alcanzarán menos sus ingresos.

Si revisamos los conceptos que agrupan las diferentes mercancías para identificar la inflación en Matamoros, la salud y el cuidado personal experimentaron el cambio más brusco; de registrar en diciembre de 2013 -0.80%, en enero de este año alcanzaron una inflación de 2.65%. Ese cambio sólo puede ser explicado con una elasticidad precio muy elevada por clientes mexicoamericanos con mayor capacidad financiera. La vivienda fue el segundo concepto con la tasa más elevada de inflación (1.95%), y el tercero fueron los muebles, aparatos y accesorios con 1.68%. En los cálculos de INEGI resulta interesante el comportamiento de los precios de la ropa, calzado y accesorios, con apenas el 0.09%, que se caracterizan por ser muy elásticos respecto a los cambios en los precios. Datos recientes sobre el comportamiento de la inflación sólo se han publicado para Matamoros, que impide describir el comportamiento de esta variable.

Los alimentos, bebidas y tabaco también crecieron en 1.04% en enero de 2014, aún con la ausencia de IVA en la canasta básica; pero al comparar la inflación con el mes de diciembre de 2013, tuvieron un registro de 1.36%, que resulta inexplicable porque las bebidas azucaradas, el tabaco y la cerveza, fueron las menos favorecidas con la nueva reforma hacendaria. En suma, los efectos todavía no se despliegan totalmente, el tiempo colocará todo en su lugar; pero la economía seguirá siendo cíclica, donde los cortos y largos plazos son importantes en el desempeño de los negocios y la economía. Empresarios de Reynosa estiman que los precios subirán un 30% con el incremento del 5% en el IVA (2014); lo más preciso será que habrá especulaciones y crecerá la economía informal, que no otorga facturas, lo que hace imposible declarar el IVA.

## CONCLUSIONES

Las ciudades pares americanas seguirán dominando con amplio margen el comercio al menudeo en esta región binacional, porque un incremento en los precios por la homologación del IVA dará continuidad al atractivo de cruzar la frontera americana para surtirse.

Tanto las ventas absolutas al menudeo como el indicador LQ expresan el poder de atracción entre los consumidores mexicanos con visa para cruzar y abastecerse. En otras palabras, la competitividad del comercio al menudeo mexicano habrá de reducirse para aquellos productos con una elasticidad precio mayor; al mismo

tiempo, el impacto será menos perceptible en algunos servicios especializados y productos con baja elasticidad.

En contradicción con la pérdida de consumidores por la reforma fiscal, los indicadores de ventas al menudeo en las ciudades mexicanas no han experimentado cambios radicales que expresen una caída en el nivel de ventas. Los datos recientes de INEGI (año base 2008) lo constatan; la explicación podría encontrarse en la exención de impuestos en alimentos y medicinas o en las prácticas comerciales del Buen Fin al final del año, que se compaginan con las ventas navideñas.

Los ciudadanos fronterizos que han dependido de compras a bajos precios y mejor calidad en los centros comerciales de Laredo, McAllen y Brownsville, se asegurarán de seguir cruzando la frontera para abastecerse, porque, al final del día, ir de compras es también la oportunidad para relajarse y disfrutar la vida; por tanto, también en turismo comercial continuarán prevaleciendo ventajas absolutas y relativas, que identifican el nivel de desarrollo de las ciudades pares americanas.

El propósito de incrementar la recaudación fiscal es más probable que se traduzca en un incremento de la informalidad en la economía fronteriza, en virtud de que no hay políticas de incentivos y de desarrollo económico que garanticen una mayor certidumbre para hacerse más competitivos con los beneficios de la recaudación fiscal a través de la infraestructura y la seguridad, dos variables que inhiben la movilidad hacia México para muchos consumidores mexicoamericanos.

Finalmente, en el mercado binacional intervienen variables financieras como los impuestos, la cotización del dólar y la inflación, que imponen condiciones a las empresas fronterizas mexicanas para operar con éxito. Para contrarrestar los efectos cíclicos de estas variables, habrá que formular políticas complementarias de subsidios, de incrementos salariales, de facilitación aduanera, de investigación y desarrollo (I&D), entre otras, para incrementar el valor agregado y hacerse más competitivo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assanie, Lalia, y Yücel, Mine (2007). Industry Clusters Shape Texas Economy. *Federal Reserve Bank of Dallas Southwest Economy*, 5, 3-7. <<http://www.dallasfed.org/assets/documents/research/swe/2007/swe0705b.pdf>> [10 de agosto de 2015].
- Alzate, Isabel Cristina, y Materon, Julia María (2009). Diferenciación de productos. <<http://es.sli-deshare.net/jcfdezmxvtas/diferenciacin-de-productos-presentation-895329%20>> [20 de enero de 2015].
- Banco de México (2015). Encuesta sobre las Expectativas de los Especialistas en Economía del Sector Privado. <<http://www.banxico.org.mx/informacion-para-la-prensa/comunicados/resultados-de-encuestas/expectativas-de-los-especialistas/%7BFBF9915E-5D67-9743-011E-7D4E03647535%7D.pdf>> [26 de noviembre de 2015].
- Banco de México (2016). Sistemas de información económica. Tipos de cambio y resultados históricos de las subastas. Tipo de cambio (FIX) para solventar obligaciones denominadas en dó-

- lares. <<http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=6&accion=consultarCuadro&idCuadro=CF102&locale=es>> [14 de noviembre de 2016].
- Consejo Coordinador Empresarial, Reynosa, Tamaulipas (2014). Pega contrabando de botana a los comercios fronterizos. *El Mañana*. Nuevo Laredo, Tamaulipas, 23 de abril. <<http://elmanana.mx/noticia/30537/Pega-contrabando-de-botana-a-los-comercios-fronterizos-.html>> [20 de enero de 2015].
- Corrales C., Salvador (2012a). Comercio al menudo y cruces fronterizos: México-EUA. *Análisis Económico*, xxvii (65), 123-150. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.
- Corrales C., Salvador (2012b). Eficiencia de la Infraestructura para el Comercio Transfronterizo en cuatro puertos de entrada a Estados Unidos de América: Piedras Negras, Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros. Proyecto de investigación [lugar de la entrevista: Reynosa, Tamaulipas]. El Colegio de la Frontera Norte, A. C.
- Davis, Lucas W. (2011). The effects of preferential VAT rates near international borders: evidence from Mexico. *National Tax Journal*, 64 (1), 85-104.
- Ghaddar, Suad, Richardson, Chad, y J. Brown, Cynthia (2004). *The economic impact of Mexican visitors to the lower Rio Grande Valley 2003*. Technical Report, Center of Border Economic Studies, The University of Texas-Pan American.
- Fischer, Stanley, Dornbusch, Rudiger, y Schmalensee, Richard (1992). *Economía*. McGraw Hill.
- Fuentes, Noé Arón, Brugués, Alejandro, y Díaz-Bautista, Alejandro (2013). *Impactos de la homologación del IVA en Baja California, 2013* (resumen ejecutivo). Tijuana.
- Gobierno de la República Mexicana (2014). *Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018*. México: Gobierno de la República Mexicana. <<http://presidencia.gob.mx/pni/proyectos.php>> [25 de junio de 2014].
- Hernández Laos, Enrique (2000). *La competitividad industrial en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa-Plaza y Valdés Editores.
- INEGI (v/a). *Encuesta Mensual sobre Establecimientos Comerciales (2007-2013)*. México: INEGI.
- INEGI (2015a). *Censos Económicos de 2014*. México: INEGI.
- INEGI (2015b). *Banco de Información Económica. Índice de compras al por menor*. México: INEGI.
- Kelchner, Luanne (Demand Media) (2015). Pequeña y mediana empresa: Las ventajas de una estrategia de diferenciación de productos [trad. de Rafael Ernesto Díaz]. *La Voz de Houston*. <<http://pyme.lavoztx.com/las-ventajas-de-una-estrategia-de-diferenciacion-de-productos-5588.html>> [20 de enero de 2015].
- Krugman, Paul R., y Obstfeld, Maurice (2008). *Economía internacional, teoría y política*. Madrid: Pearson.
- Orrenius, Pia M., Phillips, Keith, y Blackburn, Benjamin (2001). Beating Border Barriers in U.S.-Mexico Trade. *Federal Reserve Bank of Dallas Southwest Economy*, 5, 1-8. <<http://www.dallasfed.org/assets/documents/research/swe/2001/swe0105.pdf>> [10 de julio de 2015].
- Patrick, Michael J. (2006). Cross Border Retail Commerce Panel [conference]. *Vision 2006*. Laredo: Laredo Chamber of Commerce.
- Phillips, R. Keith, y Cañas, Jesús (2008). Regional business cycle integration along the US-Mexico border. *The Annals of Regional Science*, 42 (1), 153-168.
- Phillips, R. Keith, y Cañas, Jesús (2009). Recession Arrives in Texas: A Rougher Ride in 2009. Federal Reserve Bank of Dallas. *Southwest Economy* 3-6. <[www.dallasfed.org/assets/documents/research/swe/2009/swe0901b.pdf](http://www.dallasfed.org/assets/documents/research/swe/2009/swe0901b.pdf)> [10 de julio de 2015].
- Phillips, R. Keith, y Coronado, Roberto (2005). Texas border benefits from retail sales to Mexican nationals. Federal Reserve Bank of Dallas. *The Face of Texas: Jobs, People, Business, Change* (pp. 24-26). <[http://www.dallasfed.org/assets/documents/research/pubs/fotexas/fotexas\\_Phillips.pdf](http://www.dallasfed.org/assets/documents/research/pubs/fotexas/fotexas_Phillips.pdf)> [5 de marzo de 2014].
- Porter, Michael (1990). *Ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.

- Presidencia de la República (2013). Ley del Impuesto al valor agregado. *Diario Oficial de la Federación* del 11 de diciembre. México: Secretaría de Gobernación, Gobierno de la República Mexicana. <[http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5325371&fecha=11/12/2013](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5325371&fecha=11/12/2013)> [25 de junio de 2014].
- Mankiw, N. Gregory (2014). *Macroeconomía*. 8ª ed. Barcelona: Antoni Bosh Editor.
- Real State Center at the Texas A&M University (v/a). Estadísticas sobre ventas al menudeo (2008, 2009 y 2010). Texas. <<http://www.recenter.tamu.edu/>> [26 de marzo de 2014].
- Ruiz Ochoa, Wilfrido (coord.) (2014). *Observatorio de la Coyuntura Económica Fronteriza. Boletín 1*. <<http://www.colef.mx/wp-content/uploads/2014/06/Primer-Bolet%C3%ADn-de-OCEF.pdf>> [7 de septiembre de 2015].
- Savage, v. H., y Blankmeyer, E. (1990). A test of Purchasing Power Parity: Texas Border Retail Trade and the Value of the Peso 1976-1987. *Journal of Borderlands Studies*, 1 (2), 67-78.
- Secretaría de Relaciones Exteriores (2014). *Indicadores económicos de México*. Embajada de México en Chile, SRE. <[www.embamex.sre.gob.mx/chile/images/stories/Documentos/economicos/pe\\_041113.pdf](http://www.embamex.sre.gob.mx/chile/images/stories/Documentos/economicos/pe_041113.pdf)> [5 de marzo de 2014].
- Shultz, William J. (1942). Economic Effects of a General Sales Tax. Washington D. C.: The Division of Tax Research, Treasury Department. <<http://www.taxhistory.org/Civilization/Documents/Sales/HST29008/hst29008.htm>> [10 de agosto de 2015].
- U. S. Census Bureau (v/a). *Estadísticas sobre ventas al menudeo (2008, 2009 y 2010)*. Washington. <<http://www.census.gov/retail/>> [5 de marzo de 2014].
- U. S. Department of Transportation (1995-2015). *Time Series of Border Crossing/Entry for Selected Items*. Research and Innovative Technology Administration, Bureau of Transportation Statistics, based on data from the Department of Homeland Security, U.S. Customs and Border Protection, Office of Field Operations. <[http://transborder.bts.gov/programs/international/transborder/TBDR\\_BC/TBDR\\_BCTSA.html](http://transborder.bts.gov/programs/international/transborder/TBDR_BC/TBDR_BCTSA.html)> [10 de julio de 2015].
- Vision (2006, 2009). *Revista Electrónica de la Cámara de Comercio de Laredo, Texas*. Texas. <[http://www.texascenter.tamui.edu/texcen\\_services/vision.asp](http://www.texascenter.tamui.edu/texcen_services/vision.asp)> [5 de marzo de 2014].
- Villa-Blanco, Valentín (2003). La competitividad tributaria, en Enrique Dussel-Peters (coord.). *Perspectivas y retos de la competitividad en México*. México: UNAM-Canacindra.
- Wonnacott, Paul, y Wonnacott, Ronald (1979). *Economía*. México: McGraw-Hill.
- Zamarrón, Israel (enero 1 de 2014). Los 12 nuevos impuestos a pagar este 2014. *24 Horas*. <http://www.24-horas.mx/los-12-nuevos-impuestos-a-pagar-este-2014/> [febrero de 2014].
- Zamora Canizales, Federico (2008). Complementariedad e interdependencia comercial en la frontera México-Estados Unidos. *Escuela de Negocios*, 1 (2), 5-17. CESUN-Universidad.