

**Universidad Cooperativa De Colombia Facultad De Contaduría Y Administración**  
**Programa De Contaduría Pública**



**Presentación del Caso:**

**Efectos en la Aplicación Del IVA en los Productos de Primera Necesidad de la Canasta Familiar en Estratos 1 y 2 de la Ciudad de Montería, Estudio Socioeconómico 2019-2020**

**Trabajo de Grado para Optar por el Título de Contador Público; Presentado Por:**

**Hernando Manuel Vergara Acosta**

**Hugo Cesar Espitia Mena**

**Duvan Danilo Hernández Orozco**

**Asesor:**

**Carlos Antonio Lozano Fariño.**

**Montería, Córdoba, Colombia.**

**2021**



**NOTA DEACEPTACION**

---

---

---

---

---

**Firma Presidente del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

**MONTERÍA, CÓRDOBA, COLOMBIA, MARZO de 2021**

## **Agradecimiento.**

Damos gracias a Dios por la vida, por permitirnos tener y gozar de la familia, esas familias tan incondicionales, que nos han apoyado en cada momento, permitiéndonos realizar y terminar con éxito este trabajo. Gracias a la vida que todos los días nos revela lo hermosa y lo justa que es. No fue fácil el camino para llegar hasta este punto, pero se logro de una manera satisfactoria teniendo en cuenta su confianza en nosotros, la amabilidad y acompañamiento de quienes han creído en nosotros, por lo que hacemos eco del enorme aprecio hacia ustedes.

Agradecemos también al profesor Carlos Lozano Fariño, quien con su orientación y colaboración nos guio de la manera más humilde y profesional para lograr el propósito de la presente investigación; siempre estuvo atento a proporcionarnos la ayuda necesaria en la presentación y contenido del trabajo; y a nuestros profesores en general porque gracias a sus aportes académicos durante el desarrollo de la carrera nos ayudaron a culminar un paso más en la vida. A la universidad Cooperativa de Colombia nos sentimos satisfechos por su atención y agradecido por cada logro alcanzado, gracias a mi Alma Mater, gracias por tiempo, por prestar las instalaciones y equipos para llevar a cabo un proyecto que hoy se ve concretado.

## Tabla De Contenido

<b>1</b>	<b>Introducción</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Presentación Y Antecedentes</b>	<b>8</b>
2.1	DELIMITACIÓN DEL TEMA	8
2.2	TITULO	8
2.3	FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	8
2.3.1	<i>Descripción De La Problemática</i>	8
2.3.2	<i>Formulación Del Problema</i>	10
2.4	JUSTIFICACIÓN	10
<b>3</b>	<b>Propósitos De La Investigación</b>	<b>12</b>
3.1	PROPÓSITO GENERAL	12
3.2	PROPÓSITO ESPECÍFICOS	12
<b>4</b>	<b>Marco Referencial</b>	<b>13</b>
4.1	MARCO HISTÓRICO	13
4.2	MARCO CONCEPTUAL	14
4.2.1	<i>Base Gravable</i>	14
4.2.2	<i>Impuesto</i>	14
4.2.3	<i>Impuesto Al Valor Agregado (Iva)</i>	15
4.2.4	<i>Índice De Precios Al Consumidor (Ipc)</i>	15
4.2.5	<i>Inflación</i>	16
4.2.6	<i>Tributo</i>	16
4.2.7	<i>Canasta Básica</i>	16
4.2.8	<i>Administración De Los Impuestos</i>	16
4.2.9	<i>Contribuyente</i>	16
4.3	MARCO LEGAL	16
<b>5</b>	<b>Marco Teórico</b>	<b>21</b>
5.1	CONCEPTO DE IVA	21
5.2	ESTRUCTURA BÁSICA DEL IVA	21
5.2.1	<i>Hechos Generadores De Iva</i>	22
5.2.2	<i>Características Del Iva</i>	22
5.2.3	<i>Elementos Del Iva</i>	23
5.2.4	<i>Funcionamiento Del Iva</i>	24
5.3	IMPACTO DEL IVA EN LOS HOGARES COLOMBIANOS	25

<b>6</b>	<b>Diseño Metodológico .....</b>	<b>26</b>
6.1	TIPO Y ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
6.2	VARIABLES.....	26
6.3	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	28
6.4	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	28
6.5	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	28
6.6	ASPECTOS ÉTICOS .....	29
6.6.1	<i>Principio De Veracidad</i> .....	29
6.6.2	<i>Principio De Integridad</i> .....	29
6.6.3	<i>Principio De No Maleficencia</i> .....	29
<b>7</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>30</b>
7.1	CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS Y PATRONES DE CONSUMO POBLACIÓN ENCUESTADA .....	30
7.2	GRADO DE CONOCIMIENTO Y AFECTACIÓN DE LA APLICACIÓN DEL IVA EN PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD DE LA CANASTA FAMILIAR .....	31
7.3	ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA MINIMIZAR LOS IMPACTOS ENCONTRADOS .....	33
<b>8</b>	<b>Discusión .....</b>	<b>35</b>
<b>9</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>40</b>
<b>10</b>	<b>Referencias.....</b>	<b>42</b>
<b>11</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>45</b>

## **Listado De Tablas**

<b>Tabla 1:</b> Marco legal del IVA en Colombia.....	17
<b>Tabla 2:</b> Variables, dimensiones e indicadores para desarrollo del proyecto .....	26
<b>Tabla 3:</b> Características Sociodemográficas .....	30
<b>Tabla 4:</b> Gastos encuestados que reciben ingresos por alguna actividad económica.....	31
<b>Tabla 5:</b> Resultado grado de conocimiento y afectación respecto al IVA de los encuestados.....	32
<b>Tabla 6:</b> Nominación de fortalezas y debilidades respecto al manejo del aumento del IVA como consecuencia de reformas tributarias en población encuestada. ....	33
<b>Tabla 7:</b> Plan de acción propuesto para minimizar los impactos encontrados en población encuestada .....	34

## **Listado De Gráficos**

<b>Gráfico 1:</b> Proporción de encuestado cuya ocupación u oficio les genera ingresos .....	31
--	----

## **1 Introducción**

El impuesto al valor agregado es un tributo que grava el consumo, es obtenido del precio final del producto y es cobrado sobre algunos bienes y servicios, importaciones y juegos de azar. Dentro de sus principales características, El I.V.A es un impuesto indirecto y regresivo es decir que grava los bienes y servicios sin tener en cuenta la situación del contribuyente; Por consiguiente, el notable aumento del impuesto al valor agregado menoscaba de manera directa a la clase baja y media del país, ya que todo impuesto se vuelve un gasto y no hay ningún ciudadano que esté exento de pagar el I.V.A, agravando su situación económica (Cantillo & Niño, 2019)

Dadas las implicaciones del IVA y sus reformas para los ciudadanos en general, la presente investigación busca determinar el impacto socio económico a razón de la aplicación del IVA en los productos de primera necesidad de la canasta familiar en los estratos 1 y 2 en la ciudad de Montería, con el fin de proponer acciones de mejoramiento, que permitan mitigar los impactos observados.

El documento muestra inicialmente el Planteamiento del problema que delimita el motivo de la investigación y su forma de abordaje, para posteriormente integrar las argumentaciones teóricas, empíricas y contextuales, donde se establece toda la información que soporta esta investigación, mediante el marco teórico; seguido del marco metodológico que evidencia las estrategias investigativas para ahondar sobre la problemática enunciada. Finalmente se muestran los hallazgos y desarrollo, donde se integran los resultados de la información generada; del análisis de estos resultados se desprende las conclusiones y recomendaciones.

## **2 Presentación y Antecedentes.**

### **2.1 Delimitación Del Tema.**

El proyecto pretende entender cómo ha afectado el IVA en los productos de primera necesidad de la canasta familiar en la población estrato 1 y 2 de la ciudad de Montería. Se pretende identificar el nivel de afectación que las recientes reformas han tenido en esta población, y proponer acciones que permitan mitigar las afectaciones observadas.

### **2.2 Título**

Efectos en la aplicación del IVA en los productos de primera necesidad en la canasta familiar en estratos 1 y 2 de la ciudad de montería, estudio socioeconómico 2019-2020

### **2.3 Formulación y Sistematización Del Problema**

#### **2.3.1 Descripción De La Problemática**

El impuesto al valor agregado (IVA) es un impuesto indirecto, consolidado como la principal fuente de recaudo tributario en Colombia, dicho impuesto se justifica en la necesidad de liquidez para el gobierno y como medida de mejoramiento de la calidad de vida de las personas y empresarios, pues fomenta la legalidad y la libre comercialización a todos los sectores (Ramírez, Sánchez & Silva, 2016). De ahí que el estado busque mediante reformas tributarias modificar las tarifas, los bienes y servicios gravados y exentos, los periodos gravables entre otros; dichos cambios buscan que este tributo se adapte a las necesidades de un determinado contexto socioeconómico, conllevando estas modificaciones a “nuevas formas de organización administrativa, de innovaciones en los estilos de intervención y gestión en el Estado” (Ramírez, 2012).

Ahora bien, dentro de la dinámica ejercida por el impuesto del IVA en la economía colombiana, se ha dado un importante aumento en los ingresos por este tributo debidos a gravámenes a varios bienes y servicios, algunos de ellos de la canasta familiar como los aceites y



grasas, artículos de aseo, así como los servicios de aseo, vigilancia y cooperativas de trabajo asociado, creando distorsiones económicas en los hogares (Franco, Avendaño, & Builes, 2018). Lo anterior dado que, los gastos básicos de la canasta familiar son unos 181 productos, de los cuales más de 90 tienen IVA, cada uno con distinto peso en los pagos que hacen los hogares; por lo que, los cambios en la tributación de tantos aspectos de la vida de los consumidores es muy probable que lleve a un cambio en los hábitos de consumo del colombiano (Portafolio, 2018). De hecho, en palabras de Galeano (2017) el gravamen que se ha hecho a los productos de primera necesidad de la canasta familiar ha ocasionado el deterioro en la calidad de vida de las clases menos favorecidas – estratos 1 y 2 –, ahondando la distancia entre unos y otros.

Como una forma de fomentar la igualdad, algunos países disminuyen los efectos adversos que se generan sobre la trayectoria de consumo de los hogares utilizando estructuras tributarias que minimizan el nivel de regresividad del impuesto mediante la clasificación de los bienes en grupos de consumo, en donde cada grupo posee una tasa gravable diferente que grava con menores tasas a los bienes de primera necesidad, y con tasas más altas a los bienes de lujo; sin embargo estas medidas están lejos de hacer una verdadera contribución (Cárdenas&Mercer, 2006).

De hecho, aunque al menos 147 productos básicos de la canasta familiar están excluidos del pago del impuesto al valor agregado (IVA) y si bien un reducido grupo tiene una tarifa del 5 por ciento y otros 24 artículos están exentos o son sujetos de devolución del impuesto, los hogares colombianos, especialmente de ingresos medios y bajos han sentido los efectos de la reforma tributaria más temprano que tarde. Datos estadísticos, revelan que, durante los primeros meses del año 2017, con el aumento del IVA al 19%, se presentó un impacto negativo en la canasta de productos masivos, con variaciones del 1% en el volumen de compra y 3% en la frecuencia, y un incremento general de la canasta familiar del 44%. De manera particular en los

estratos 1 y 2 aunque el volumen de compra aumento, se redujo el consumo de productos gravados del 19% en un 2% (Franco, Avendaño& Builes, 2018).

Así, aunque el IVA no discrimina por tipo de agente, los hogares con niveles de ingresos bajos destinan una mayor parte de su ingreso al pago del gravamen, mientras que los hogares con ingresos más altos destinan una menor parte de su ingreso. Esto se debe a que la propensión marginal a consumir es decreciente a medida que crece el ingreso, lo que implica que los hogares con ingresos altos destinen una menor proporción de su ingreso al consumo, y por tanto dediquen una menor proporción de su ingreso al pago del impuesto (Bello, 2007).

Dado todo este planteamiento, el objetivo de este trabajo, es el de hacer un análisis del impacto que tiene el impuesto de IVA, sobre la economía en los hogares, en los niveles socioeconómicos más bajos, mediante los resultados obtenidos se busca determinar si han cambiado sus patrones de consumo, que tanto conocen de esta problemática y en base a ello proponer herramientas pedagógicas que permitan dicha apropiación.

### **2.3.2 Formulación Del Problema**

¿Cuál es el impacto socio económico de las reformas al impuesto del IVA en los hogares estrato 1 y 2 de la ciudad de Montería?

## **2.4 Justificación**

Está claro que IVA, es el mecanismo de recaudación de dinero más importante que tiene el estado colombiano para sus planes de desarrollo, y que gracias a este se han llevado a cabo muchos procesos que benefician a la población. Sin embargo, se debe tener presente, la afectación que tiene sobre las familias, en especial aquellas de ingresos medios a bajos, que representan la mayoría de la población, pues partiendo de la premisa que, si todo sube, el poder adquisitivo disminuye, y los hogares que reciben un salario mínimo serán los más afectados, creando un nivel de vida más costoso y cerrando las posibilidades de tener una mejor calidad de

vida (Fuentes, 2017)

Desde esta perspectiva una investigación como la aquí planteada, permitirá tener una visión panorámica, aunque no exhaustiva, del impacto del IVA en la economía de los hogares Monterianos con el objeto ahondar en aquellos aspectos relevantes y de aportar con herramientas pedagógicas a que dicha población mitigue estos impactos, de tal manera que se generen cambios, tanto en las actitudes y conductas que permitan apaciguar la carga económica.

Se busca que, con el aumento en los precios, y teniendo clara las implicaciones los hogares puedan hacer elecciones y buscar alternativas económicas para su abastecimiento. En este orden de ideas, Ante los diferentes gravámenes, se ha indicado la necesidad de que los consumidores tengan claridad sobre cuáles son los productos a los que se les aplica el 19% y cuáles no, lo que podría lograrse con el empleo de herramientas pedagógicas como la aquí propuesta.

### **3 Propósitos De La Investigación**

#### **3.1 Propósito General**

Determinar el impacto socio económico a razón de la aplicación del IVA en los productos de primera necesidad de la canasta familiar en los estratos 1 y 2 en la ciudad de Montería

#### **3.2 Propósito Específicos**

- Caracterizar socioeconómicamente patrones de consumo de la población de estratos 1 y 2 de la ciudad de Montería.
- Determinar el conocimiento y afectación en la población de estratos 1 y 2 de la ciudad de Montería de la aplicación del IVA en productos de primera necesidad de la canasta familiar
- Proponer estrategias y acciones que el contribuyente puede emplear para minimizar los impactos encontrados.

## 4 Marco Referencial

### 4.1 Marco Histórico

Desde los inicios de la humanidad, y la creación de sociedades, se ha hablado de impuestos, como tributos para sostener los imperios. Un ejemplo fueron los Egipto, que crearon un sistema de recaudación eficiente y especializada que se apoyaba en la burocracia, por otro lado, estaban los griegos, los cuales crearon un impuesto llamado Eisphorà, que se imponía a los muy ricos (Bueno, 2003).

Sin embargo, la noticia más antigua sobre un impuesto generalizado a las ventas como tal se encuentra en un tributo que se tenía en el reino de Castilla hacia el año 1342; En efecto, bajo el reinado de Alfonso XI se introdujo un impuesto al consumo, o generalizado a las ventas, denominado “alcabala”; el cual fue desterrado en 1845 del panorama fiscal español estableciendo impuestos a los consumos específicos. Otra referencia antigua de impuesto al consumo se encuentra en la clasificación en ingresos ordinarios y extraordinarios que hizo el griego Pericles (1495 – 1429 A.C) (Fino, 2001).

Ahora bien, el proceso de creación de un impuesto General sobre el Volumen de las ventas tal como se conoce hoy se inicia en Alemania en 1910, debido a la demanda de mayores recursos para hacer frente a los gastos derivados de la I Guerra Mundial; Italia lo crea en 1919 y después de algunos altibajos lo restablece en 1940, Bélgica y Francia en 1921, Portugal 1922, Austria en 1923 y luego en 1940 Inglaterra (Reino Unido) con algunas particularidades. Finalmente, en la década de los 50s, en la naciente Unión Europea se adopta este impuesto indirecto para todos los países miembros, como una estrategia para obtener recursos y solucionar las dificultades presupuestarias ocasionadas por la II Guerra Mundial (Casadiego& Pérez, 2019).

Aun con estos antecedentes, solo hasta 1962 comienza oficialmente el impuesto del IVA en Francia como consecuencia del informe del comité Fiscal y Financiero de la comunidad económica europea (Comité Neumark), cuando surge la necesidad de crear un mercado común, que permitiera la libre circulación de estos entre países y no afectara la tributación. Con este informe se le recomendaba la introducción del impuesto lo más neutral posible. El informe Neumark recomendaba utilizar uniformidad de tasas entre los

países, así como que utilizaran las menos exenciones posibles. En la actualidad, cada país miembro puede establecer las tasas que considere necesario con sus respectivas exenciones (Martínez& Rojas, 2019).

A partir de estas primeras experiencias, y las recomendaciones de la Unión Europea a sus estados miembros, la difusión del IVA se aceleró a finales de los años 60 en especial América Latina, donde comienzan a implementar este tributo de manera gradual; para 1979 más o menos un total de 27 países ya lo habían adoptado, durante los años ochenta ascendió a 47 países y en el año 2001 fueron un total de 123 países (Berdejo& Villasmil, 2019)

El impuesto al valor agregado fue implementado en Colombia en el año 1963 con la Ley 3288, el 30 de diciembre, con tributo monofásico, a las actividades de manufacturación e importación, con una tarifa del 3% y unas diferenciales del 5%, 8% y 10%. con la crisis económica en el año 1983, durante el gobierno de Belisario Betancur, se tuvo que ampliar a la población con un porcentaje del 10%, mejorando de esta manera la administración del tributo; en los gobiernos siguientes, ha sido modificado gradualmente según las necesidades del gobierno, hasta llevarlo en su última reforma al 19% (Cantillo &Niño, 2019).

## **4.2 Marco Conceptual.**

### **4.2.1 Base Gravable**

Valor monetario o unidad de medida del hecho imponible sobre el cual se aplica la tarifa para establecer el valor monetario del crédito fiscal o valor cuantitativo del objeto de la obligación tributaria. De acuerdo al artículo 447 del Estatuto Tributario la base gravable, para el impuesto al valor agregado – IVA, será *“el valor total de la operación, sea que ésta se realice de contado o a crédito, incluyendo entre otros los gastos directos de financiación ordinaria, extraordinaria, o moratoria, accesorios, acarreos, instalaciones, seguros, comisiones, garantías y demás erogaciones complementarias, aunque se facturen o convengan por separado y aunque, considerados independientemente, no se encuentren sometidos a imposición”*.

### **4.2.2 Impuesto**

Es un tributo obligatorio que no tiene ninguna contraprestación directa; aunque puede proveer un

beneficio general como es el caso de la educación, la salud, la defensa de los pueblos, etc. Dentro de las diferentes concepciones de los impuestos se tienen:

#### **4.2.2.1      *Impuestos directos***

Son aquellos que recaen sobre ingresos y bienes de una persona directamente. Es decir, tienen relación directa con la capacidad económica del contribuyente; tienen el carácter de permanentes, siempre que se dé el hecho generador de la obligación. Son universales, se producen para todos los habitantes de un país o para quienes establecen relación con el país; el responsable del pago es el contribuyente y, en principio, no pueden ser trasladables;

#### **4.2.2.2      *Impuestos indirectos***

Son aquellos que están dirigidos a gravar el consumo en general, como el impuesto sobre las ventas, y consumos específicos. Se predicen en relación con los bienes y servicios y los soporta el consumidor final, dado que estos impuestos son trasladables al precio.

#### **4.2.3    *Impuesto Al Valor Agregado (IVA)***

Las ventas se gravan por el sistema de impuesto contra impuesto permitiéndole al responsable descontar, de los impuestos causados por la enajenación de bienes gravados, el impuesto pagado por las adquisiciones de bienes y servicios. Recae sobre las ventas e importación de bienes muebles corporales no excluidos que no formen parte del activo fijo; los servicios expresamente gravados y, excepcionalmente los activos fijos en el caso de los intermediarios que venden habitualmente, a nombre y por cuenta de terceros, vehículos y activos fijos. Son contribuyentes, los comerciantes en cualquier fase de circuito económico del producto o quienes habitualmente realicen actos similares. La base gravable es el valor total de la operación. Las tarifas son las establecidas por el gobierno para los diferentes productos y servicios.

#### **4.2.4    *Índice De Precios Al Consumidor (IPC)***

Mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base.

#### **4.2.5 Inflación**

Es un aumento continuo del nivel general de precios. Técnicamente los precios aumentan porque se presenta un exceso de demanda sobre la disponibilidad de bienes producidos. En general, esto se presenta porque la gente posee dinero en exceso, es decir, cuando hay demasiado dinero circulante la economía tiende hacia la inflación. El efecto entonces es la pérdida del poder adquisitivo de la moneda. Su valor real decrece.

#### **4.2.6 Tributo**

Es la prestación en dinero que el Estado, en ejercicio de su poder de imperio, exige de las personas sobre quienes ejerce soberanía, con el objeto de agenciarse recursos que le permitan cumplir sus fines.

#### **4.2.7 Canasta Básica**

Conjunto de bienes y servicios esenciales para satisfacer las necesidades básicas para el bienestar de todos los miembros de la familia: alimentación, vestuario, vivienda, mobiliario, salud, transporte, recreación y cultura, educación y bienes y servicios diversos.

#### **4.2.8 Administración De Los Impuestos**

La Administración de los impuestos comprende su recaudación, fiscalización, liquidación, discusión, cobro, devolución, sanción y todos los demás aspectos relacionados con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

#### **4.2.9 Contribuyente**

Es el responsable directo del pago del tributo, respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación tributaria.

### **4.3 Marco Legal**

Como quiera que, con motivo de los requerimientos de ingresos fiscales para financiar el funcionamiento del estado colombiano, cada administración pública ha venido ajustando a su acomodo el IVA como vía de recaudo de forma constante y autónoma, se encuentra amparado constitucionalmente en la legislación; ha sufrido modificaciones al transcurrir el tiempo a saber:



**Tabla 1:** Marco legal del IVA en Colombia

<i>Norma Ley Y/O Decreto</i>	<i>Descripción</i>
<i>Ley 3288 De 1963</i>	Esta ley define el IVA como un tributo monofásico y los responsables son las manufactureras. La tarifa general establecida para el gravamen es del 3%, pero con otras diferenciales entre el 5%,8% y 10%.
<i>Decreto Reglamentario 377 De 1965</i>	Hace una modificación importante al IVA, haciendo la sustitución del método de sustracción de costos por el de impuestos contra impuestos. Así, este tributo empezó a moldearse en la estructura de valor agregado que hoy aparece en todas nuestras facturas de compra como IVA.
<i>Decreto Legislativo 1595 De 1966</i>	Se aumentaron los responsables de su pago determinando más contribuyentes y hechos generadores. A partir de este momento el IVA se convirtió en un impuesto plurifásico, siendo solo de primera etapa. Como en el Decreto 377 se hace una adición y explicación de los impuestos descontables por la adquisición de materias primas relacionadas indirectamente, incorporando tarifas diferenciales de 10% y 8% que se elevaron al 15%, la tarifa general se mantuvo en el 3%.
<i>Decreto Legislativo 435 De 1971</i>	Introduce en Colombia el Impuesto al Valor Agregado a los servicios: la primera reglamentación se aplicó como un impuesto selectivo gravando solo los servicios intermedios en el proceso de producción. Así como con el discurso de igualdad se expresa que la causación se da al momento de la importación, las tarifas para dicho rubro aumentaron entre el 4%, 10%, 15% y 25%, valores significativos con relación al

*Decreto De Emergencia Económica De 1974*

3%, 8%, 10%, y 15%, respectivamente.

A pesar de mantener el impuesto como un tributo plurifásico de primera etapa, la reforma estructural identificó el régimen de exclusiones vigentes, introdujo el régimen de “exclusiones” del impuesto, y aumento el número de responsables del tributo; así se consagró el derecho a obtener la devolución de impuestos para los productores de bienes exentos, esto con el fin de que los costos de algunos alimentos y procesos no se incrementen, extendiéndolo a los exportadores y a los comerciantes exportadores no responsables de IVA por el tipo de producto.

La tarifa general para bienes gravados queda en 15%, y para otros servicios se establece en 4%, 6%, 10%, 15% y 35%. De estos se exceptúan los servicios intermedios de la producción y los contratos de obra cuando resultaren gravados con la tarifa aplicable al bien resultante, una vez prestado el servicio o ejecutada la obra.

*Decreto De Ley 3541 De 1983*

Se sigue ampliando el universo de contribuyentes, extendiendo a su vez el impuesto al comercio al detal, o, en otras palabras, al consumidor final. En adelante, el tributo será un impuesto plurifásico sobre el valor agregado de etapa múltiple. A mayores contribuyentes se hace una consolidación de tarifa al 10%, pero incluye más servicios en la base

*Ley 49 De 1990*

Unificó la tarifa del IVA en 12%, aunque se mantuvieron tarifas diferenciales de 4%,3%, 8%, 15%, 20% y 35%, y se incorporaron como excluidos algunos bienes que con anterioridad se

<i>Ley 6 De 1992</i>	<p>encontraban como exentos.</p> <p>Aumento dos puntos porcentuales adicionales. A partir de aquí se estableció un gravamen general sobre los servicios, quedando sin impuesto únicamente los productos de la canasta familiar, los cuales entran en la denominación de exentos. Para incentivar la producción, se decretaron exclusiones a productores de la canasta familiar en la compra de maquinaria no producida en el país. Finalmente, la reforma determinó que a partir de 1993 la tarifa sería del 14%.</p>
<i>Ley 223 De 1995</i>	<p>Aumenta la tarifa del 14% a 16%, con la introducción de cambios en la base gravable.</p>
<i>Ley 488 De 1998</i>	<p>Aumentó la base reduciendo los bienes excluidos y disminuyendo la tarifa general al 15%.</p>
<i>Ley 633 De 2000</i>	<p>Decretó la tarifa del 16%. Así mismo, la nueva norma amplió la retención de IVA al 75% del impuesto generado en operaciones realizadas con agentes de retención, y aumentó la cantidad de responsables de la retención en la fuente al incluir como agentes retenedores a las entidades emisoras de tarjetas de crédito o débito. Adicionalmente, la ley 633 estableció nuevos requisitos para pertenecer al régimen simplificado y decretó nuevas obligaciones para este régimen, como la inscripción en el RUT y la emisión de la boleta fiscal.</p>
<i>Ley 716 De 2001</i>	<p>La dejó en firme la tarifa de 16%, reafirmando lo expresado en la ley 633 de 2000. Con relación a la retención del 75% del impuesto generado, se señalan como agentes de retenedores a las entidades emisoras de tarjetas de crédito o débito.</p>

**Norma Ley Y/O Decreto****Descripción***Ley 788 De 2002*

Modifica la estructura del IVA al agregar tarifas del 7%, del 10% y del 20% para algunos servicios. Todos estos cambios significaron mejores recursos económicos al país: se disminuyen los bienes excluidos, otros bienes se trasladan de exentos a excluidos y se elimina el IVA implícito para las importaciones de excluidos.

*Ley 111 De 2004*

Estableció una nueva tarifa del impuesto sobre las ventas del 16% para servicios de aseo, vigilancia y empleo temporal. Adicionalmente, esta ley determinó la obligación discriminar el IVA en la factura de venta, lo que entró en vigor a partir del 2005

*Ley 1378 De 2010*

La iniciativa buscaba mejorar el valor de los impuestos a los licores producidos por los departamentos y entidades oficiales, toda vez que estas lograran disminuir el IVA generado por las ventas de los licores producidos, logrando descontar el IVA de los costos y gastos que tengan relación de causalidad con la producción de estos. Con esta ley no se tocó directamente al consumidor final.

*Ley 127 De 2010*

Grava a los juegos de suerte y azar con impuesto del 16%.

*Decreto 2623 De 2014*

Separó a los responsables de IVA en varios grupos conformados por los ingresos brutos o sus actividades económicas.

*Ley 1819 De 2016*

Una de las medidas principales de la reforma fue la ampliación de la tarifa general del IVA del 16% al 19%. Igualmente, se mantienen exentos los determinados productos básicos de la canasta familiar: la leche, los huevos, el queso, las carnes,

los cereales, las frutas y las verduras. Así también se mantienen exonerados del impuesto la educación, los servicios médicos y medicamentos y el transporte público.

Para los estratos 1, 2 y 3 se mantiene la exención del IVA en servicios de internet; igualmente para las computadoras de hasta \$1.5 millones de pesos, y celulares y tabletas hasta de \$650.000 pesos.

Nace una nueva tarifa del 5% para toallas higiénicas, bicicletas y carros eléctricos (que estaban gravados al 16%), y se estableció una sanción de tipo penal para los evasores del IVA

*Fuente:* Elaboración propia basada en (Clavijo, 2018; Avendaño, 2018)

## 5 Marco Teórico

### 5.1 Concepto De IVA

Según el estatuto tributario, el IVA, impuesto a las ventas, o al valor agregado es un tributo de naturaleza indirecta aplicable al consumo doméstico de bienes y servicios producidos tanto en el territorio nacional como en el exterior, por tanto, dicho impuesto, es considerado una carga fiscal sobre el consumo (Giovanetti& Molero, 2019).

El IVA es un impuesto relevante desde distintas ópticas, pues permite constituir una singular fuente de recaudos para los Estados, al tiempo que evita y controla la evasión, y canaliza información importante para el Estado sobre las actividades económicas, y la situación de los contribuyentes. Finalmente, cuando obedece a estándares internacionales, sirve por igual al recaudo y el mantenimiento de las condiciones de competencia entre productos y servicios (Rodríguez&Villasmil, 2018).

### 5.2 Estructura Básica Del IVA

Son varios los elementos que determinan la estructura y funcionamiento del IVA en Colombia, a continuación, se detallan algunos de ellos:

### 5.2.1 Hechos Generadores De IVA

El artículo 420 del estatuto señala los hechos generadores de IVA en la siguiente forma (DIAN, 2020):

- En los bienes corporales muebles e inmuebles, con excepción de los expresamente excluidos.
- En la venta o cesiones de derechos sobre activos intangibles, únicamente asociados con la propiedad industrial.
- En la prestación de servicios en el territorio nacional, o desde el exterior, con excepción de los expresamente excluidos.
- En la importación de bienes corporales que no hayan sido excluidos expresamente.
- Por la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar, con excepción de las loterías y de los juegos de suerte y azar operados exclusivamente por internet.

### 5.2.2 Características Del IVA

Para un mejor entendimiento del concepto de IVA es importante analizar las características que lo conforman (Villalba, 2016; Avendaño et al, 2018; BanRepublica, 2015):

**Es un Impuesto de Naturaleza Real:** En él se grava los bienes y los actos de las personas, sin considerar la situación personal del sujeto pasivo.

**Es un impuesto al gasto:** Puesto que el IVA se cobra como un porcentaje del valor de una mercancía o servicio, y los consumidores deben pagarlo al momento de comprar la mercancía o servicio, el IVA es un impuesto que castiga el consumo, es decir, es un impuesto al gasto de las personas.

**Es un impuesto indirecto:** Son aquellos tributos que se imponen a los bienes y servicios y no a las personas directamente; es decir, las personas, a través de la compra de bienes y servicios, pagan el impuesto, pero el Estado no se los cobra a estos. Así, los impuestos indirectos se aplican sobre el consumo y las importaciones en la compra y venta de bienes y servicios y en otro tipo de transacciones comerciales.

**Es un Impuesto Proporcional:** En este tipo de impuestos, mayor base mayor será el valor del impuesto, teniendo presente que el porcentaje siempre será el mismo.

**Es un impuesto regresivo:** Son aquellos que se cobran a todos por igual; es decir, sin importar la

capacidad económica de una persona (trátese de una persona pobre o de una persona adinerada, ambas pagarán la misma cantidad de dinero por el impuesto). Por tanto, a medida que aumenta la capacidad de pago del contribuyente, disminuye la tarifa del impuesto a pagar, es decir, los hogares con niveles de ingresos bajos destinan una mayor parte de su ingreso al pago del gravamen, mientras que los hogares con ingresos más altos destinan una menor parte de su ingreso. Esto se debe a que la propensión marginal a consumir es decreciente a medida que crece el ingreso, lo que implica que los hogares con ingresos altos destinen una menor proporción de su ingreso al consumo, y por tanto dediquen una menor proporción de su ingreso al pago del impuesto.

**Es un impuesto Plurifásico:** Se aplica en todas o en algunas etapas del proceso etapas de producción de un bien o prestación de un servicio, hasta llegar al consumidor final, aunque cuenta con algunas excepciones que son consideradas Impuesto Monofásico, estas son, Cigarrillos, Licor, Cervezas, Gaseosas y la Gasolina incluyendo los derivados del petróleo.

**Es un Impuesto Instantáneo,** ya que nace en el momento en que ocurre el hecho generador. En general es un Impuesto Plurifásico porque se cobra en las diferentes etapas de la producción.

Es un Impuesto de orden Nacional, ya que lo recauda la Nación.

### 5.2.3 Elementos Del IVA

De acuerdo con la DIAN (2020), EL IVA está formado por los siguientes elementos principales:

**Sujeto Activo:** Es quien recibe el pago del impuesto en este caso es la DIAN.

**Sujeto Pasivo:** Constituido por dos tipos: un sujeto pasivo económico (consumidor), quien paga el impuesto es este caso es quien compra un bien gravado; y un sujeto pasivo jurídico (contribuyente o responsable) tiene la obligación de recaudar el impuesto y transferirlo al Estado.

**Base gravable:** Es el valor total de la operación en el caso de las ventas, el valor total de la mercancía, cuando se trata de la prestación de servicios, el valor total establecido por la prestación del servicio, y por último en el caso de las importaciones, el valor total de las mercancías importadas más los derechos de aduanas.

**Tarifas:** Es el porcentaje aplicable a la base gravable, en la transacción que la ley considera como hecho generador de impuesto, para determinar la cuantía del tributo.

#### 5.2.4 Funcionamiento Del IVA

Dado que el IVA es un impuesto regresivo que grava el valor agregado que se genera en cada parte del proceso productivo y de distribución de bienes y servicios, los hogares con niveles de ingresos bajos destinan una mayor parte de su ingreso al pago del gravamen, mientras que los hogares con ingresos más altos destinan una menor parte de su ingreso. Esto se explica ya que la propensión marginal a consumir es decreciente, lo que implica que los hogares con ingresos altos destinen una menor proporción de su ingreso al consumo, y por tanto dediquen una menor proporción de su ingreso al pago del impuesto (Bello, 2007).

Para mitigar el efecto explicado anteriormente, algunos países (Colombia entre ellos) utilizan estructuras tributarias que minimizan el nivel de regresividad del impuesto mediante la clasificación de los bienes en grupos de consumo, en donde cada grupo posee una tasa gravable diferente que grava con menores tasas a los bienes de primera necesidad, y con tasas más altas a los bienes de lujo. Para el caso colombiano se identifican cuatro tipos de bienes sobre los cuales se genera el impuesto (Jiménez, 2014):

**Bienes excluidos:** son bienes que, por disposición del Estado, se les da la calidad de “no causa” Impuesto sobre las ventas, bajo esta calificación se encuentran los productos agrícolas en su estado natural, animales vivos, trilla, medicamentos, algunos minerales, productos manufacturados, aparatos de uso médico y ortopédico, servicios públicos, entre otros

**Bienes exentos:** en esta clasificación se encuentran los bienes cuya tarifa del IVA es 0%. En términos generales esta categoría está especificada para los productos que se exportan y para otro tipo de servicios

**Bienes gravados con tasas diferenciales:** Son bienes en los que las tasas impositivas son más altas o bajas que la tasa general del impuesto. Algunos de estos productos son: la cerveza, las grasas y los aceites, el servicio de publicidad, transporte aéreo, los vehículos y los licores.

**Bienes gravados con la tarifa general:** Todos los otros alimentos procesados y bienes y servicios especificados por la ley correspondiente.



### **5.3 Impacto Del IVA En Los Hogares Colombianos**

El impuesto del IVA tiene un impacto de gran proporción en la economía del país y más aún en los hogares, afectando el valor que consumen los hogares para tener determinado nivel de satisfacción. Lo anterior dado que, un incremento en la tasa porcentual del I.V.A, repercutirá en el crecimiento notorio de los precios de la canasta familiar, afectando tanto al sector comercial como a la misma población debido a una reducción del poder adquisitivo de la misma comparado con el alza sustancial de los precios de la canasta familiar (Franco, 2016).

Aunque las reformas tributarias intentan excluir artículos de la canasta familiar e incluir bienes de lujo para hacer más progresivo el recaudo, sigue impactando a productos necesarios para el consumidor como los de aseo del hogar y aseo personal. Así, el impuesto castiga a los distintos estratos socioeconómicos de la misma manera, constituyéndose en un tributo transversal. Ahora bien, el hecho de que sea un tributo transversal no implica que el gobierno haya querido afectar en mayor medida a los estratos más vulnerables de la sociedad. Así, Por razones de equidad, el gobierno empezó a gravar ciertos productos y servicios que no son de primera necesidad y van más por el lado del lujo (Chia&Peña, 2017).

## 6 Diseño Metodológico

### 6.1 Tipo y Enfoque De La Investigación.

El estudio se enmarcó en un diseño no experimental de tipo descriptivo. Debido a que los diseños no experimentales basan la realización del estudio en las condiciones naturales del fenómeno, sin la manipulación de la variable. Es decir, se observan los fenómenos de forma directa como se dan en su contexto natural y sobre todo que ya existan para poder después analizarlos. El corte fue transaccional o transversal descriptivo, dado que la información se recolectó es un momento único en tiempo y espacio.

Así mismo, se utilizó una metodología de naturaleza cuantitativa, en este tipo de metodología, a través de la aplicación de un instrumento viable y confiable se pueden obtener los resultados mediante técnicas estadísticas y análisis de datos.

Finalmente, según el alcance que tuvieren los resultados y el análisis de estos, el estudio tendría un enfoque analítico, ya que buscó contestar porque suceden determinados fenómenos, cuál sería la causa o el factor de riesgo asociado o cual sería el efecto de esa causa o factor de riesgo.

### 6.2 Variables

Una variable es una propiedad o atributo de un fenómeno u objeto estudiado, que puede adquirir diversos valores observables y medibles (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), son uno de los ejes principales de una investigación cualesquiera, por lo que su acertada definición y correcta escogencia permite la comprobación de las hipótesis planteadas (Lerma, 2009).

En la tabla 1 se presentan las variables, dimensiones e indicadores que servirán como soporte para Determinar el impacto socio económico a razón de la aplicación del IVA en los productos de primera necesidad de la canasta familiar en los estratos 1 y 2 en la ciudad de Montería

**Tabla 2:** Variables, dimensiones e indicadores para desarrollo del proyecto

Objetivo	Variables	Definicion	Dimensiones	Instrumento
Identificar los patrones de consumo de la	Sociodemograficas	Indicadores socialesque	Sexo	Cuestionario
			Edad	

<b>Objetivo</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Instrumento</b>
población de estratos 1 y 2 de la ciudad de Montería..		permiten segmentar la población en grupos homogéneos	Estrato	
			Nivel educativo	
	Economicas	Cojunto de aspectos del perfil economico	Ingresos promedios	
			Gastos	
			Gastos canasta familiar	
Determinar el conocimiento y afectación en la población de estratos 1 y 2 de la ciudad de Montería de la aplicación del IVA en productos de primera necesidad de la canasta familiar.	Patrones de consumo hogares	Acciones relacionadas a la adquisición de bienes de la canasta familiar	Cambios en el consumo	Cuestionario
			Lugar de compras	
			Mecanismos de mitigación de impactos	
Proponer estrategias y acciones que el contribuyente puede emplear para minimizar los impactos encontrados.	Estrategias pedagógicas	Herramientas virtual de promoción de hábitos para mitigar impactos de las reformas en la economía de los hogares	N/A	Revista pedagógica/ folleto

Fuente: *Elaboración propia.*

### 6.3 Población y Muestra

La población la constituyeron las personas cabeza de familia de los hogares estrato 1 y 2 de la ciudad de Montería. Según datos del Dane esta población constituye alrededor de 87.000 hogares Teniendo en cuenta que la población es grande se determinará la muestra según la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{NZ^2pq}{(n-1)e^2 + Z^2pq}$$

Donde

n = Muestra

N= Población= 21.870

e= Error de Estimación = 5 %

P=Proporción de aceptación = 50 %

q= Proporción de Rechazo = 50 %

Z= Nivel de confianza = 1,96%

Luego la muestra se constituye por 387 jefes de hogar.

### 6.4 Técnica de Recolección de Datos.

Existen varias técnicas de recolección de datos. Entre éstas y para efectos de esta investigación se empleó la encuesta. Según Tamayo (2003), la encuesta “permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. Esta fue aplicada a la población objeto de estudio, y consta de tres secciones (i) aspectos socioeconómicos, (ii) características y patrones de consumo de los hogares y finalmente (iii) un cuestionario por algunas preguntas fijas en escala de Likert reformadas con opción de respuesta en acuerdo y desacuerdo en una escala de 1 a 5, enfocadas en conocer el grado de conocimiento y la percepción en cuanto a la afectación socioeconómica en los hogares (Anexo 1).

### 6.5 Procesamiento y Análisis de la Información

Se llevó a cabo un proceso de codificación y tabulación mediante estadística descriptiva a través de tablas de frecuencia y sus respectivos gráficos ilustrativos. En este sentido, se empleó medidas como la

media aritmética con su respectiva desviación estándar en variables continuas como la edad; las categorías, se expresaron en porcentaje, con intervalos de confianza (IC) al 95%, calculados mediante el complemento MegaStat de Microsoft Excel 2016. , una herramienta que permite hacer análisis estadísticos en una hoja de cálculo.

## **6.6 Aspectos Éticos**

### **6.6.1 Principio De Veracidad**

No se tergiversarán los datos recopilados, la redacción de los resultados obtenidos será objetiva y veraz. Se respeta a la persona encuestada con respeto a su respuesta marcada, y a la información que faciliten.

### **6.6.2 Principio De Integridad**

Esta investigación tendrá en cuenta el valor de la justicia en primer lugar porque se elaborará bajo los lineamientos establecidos por la universidad, por lo cual la información no es plagiada ni copiada ya que todas las establecidas en la presente investigación y están citadas con el respectivo nombre de los autores.

### **6.6.3 Principio De No Maleficencia**

El investigador al realizar el informe tendrá mucho cuidado en no perjudicar a las instituciones y que lo que se desea es aportar a la mejora de esta.

## 7 Resultados

### 7.1 Características Socioeconómicas y Patrones de Consumo Población Encuestada

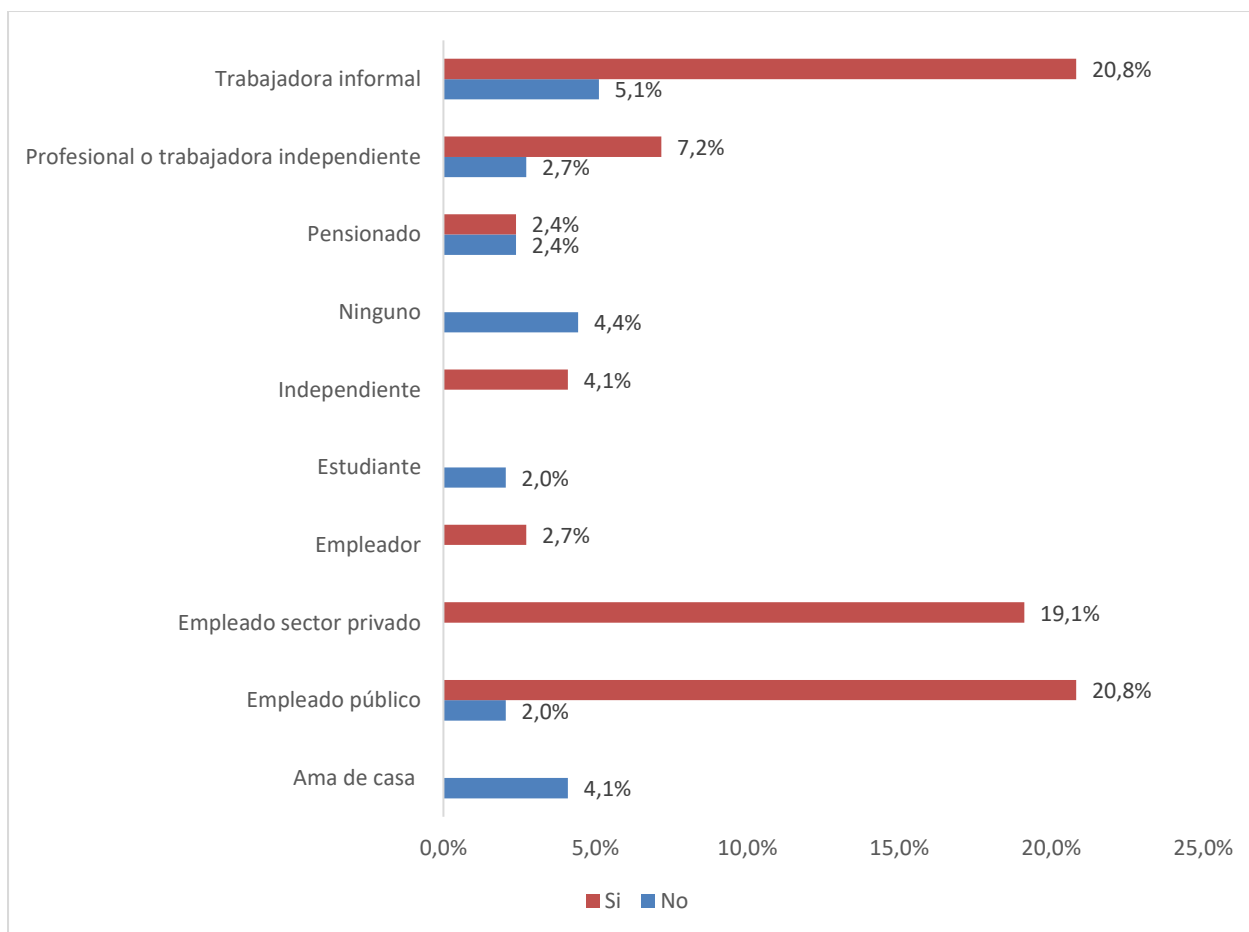
Se aplicó el cuestionario en cabezas de familia de estratos 1 y 2 (Anexo 1) de la ciudad de Montería, los datos sociodemográficos se muestran en la tabla 3

*Tabla 3: Características Sociodemográficas*

<b>Variable</b>	<b>N</b>	<b>Frecuencia (%)</b>
<b>Edad</b>		
<i>Adulto Joven (18-30 años)</i>	116	39.59%
<i>Adulto maduro (31-45 años )</i>	95	32.42%
<i>Adulto Mayor (45-60 años)</i>	82	27.99%
<b>Sexo</b>		
<i>F</i>	145	49.5%
<i>M</i>	148	50.5%
<b>Estrato socioeconómico</b>		
<i>1</i>	142	48.5%
<i>2</i>	151	51.5%
<b>Nivel educativo</b>		
<i>Basica primaria</i>	36	12.3%
<i>Bachiller</i>	49	16.7%
<i>Tecnica/tecnologica</i>	93	31.7%
<i>Universitaria</i>	72	24.6%
<i>Posgrado</i>	43	14.7%

Al respecto, la población encuestada corresponde efectivamente a hogares de estrato 1 y 2, donde no hay diferencia en cuanto al sexo del jefe del hogar (49.5% hombres, 50.5% mujeres) en su mayoría adultos jóvenes (entre 18 y 30 años), seguidos por adultos maduros de 31-35 años y en menor proporción adultos mayores (27.99%). Respecto al nivel educativo constituyen profesionales técnicos o tecnólogos seguidos de universitarios y en menor proporción personas con posgrado o nivel básico de educación (primaria y bachillerato).

Abordando las características económicas, como se observa, en el gráfico 1 la mayoría de los encuestados tienen una ocupación u oficio que les genera ingresos, sin embargo, un porcentaje considerable (22,9%) su ocupación u oficio no les genera ingresos básicos fijos.



**Gráfico 1:** Proporción de encuestado cuya ocupación u oficio les genera ingresos

Dentro de los encuestados que reciben ingresos por alguna actividad económica (Tabla 4), en su mayoría tienen ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos seguidos por ingresos de menos de un salario mínimo con un promedio de gastos globales de \$75200 y \$699865 pesos, respectivamente, siendo los gastos de la canasta familiar aproximadamente el 40% de dichos ingresos para todos los grupos.

**Tabla 4:** Gastos encuestados que reciben ingresos por alguna actividad económica

Ingresos	n		Promedio gastos (\$)	% promedio de gastos para la canasta familiar
	n	%		
Menos de 1 salario mínimo (menos de 980.000 Gs)	89	39,4%	699865	41,6%
De 1 a 2 salarios mínimos (980.000 a 1.960.000 Gs)	94	41,6%	752034	38,0%
De 2 a 3 salarios mínimos - (1.960.000 a 2.940.000 Gs)	25	11,1%	1210526	39,3%
más de 3 salarios mínimos	18	8,0%	2172727	43,2%

## 7.2 Grado De Conocimiento Y Afectación De La Aplicación Del IVA En Productos De Primera Necesidad De La Canasta Familiar

Los resultados respecto al grado de conocimiento y afectación de la aplicación del IVA en productos

de primera necesidad, evaluados en cuestionario en escala Likert se muestran en la tabla 5.

**Tabla 5: Resultado grado de conocimiento y afectación respecto al IVA de los encuestados**

Aspecto	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>Conocimiento</b>					
El impuesto al valor agregado (IVA), es un tributo a los bienes y servicios que nos toca pagar a todos	<b>34,8%</b>	22,9%	18,4%	11,9%	11,9%
La tarifa del IVA en los bienes de la canasta familiar son 0%, 5% y 19%	18,8%	<b>25,6%</b>	21,2%	20,8%	13,7%
La destinación de los recursos recaudados por concepto de IVA son importantes para el estado ya que satisfacen necesidades básicas tales como vivienda, alimentación, salud y educación	22,2%	18,4%	<b>28,0%</b>	16,0%	15,4%
Tiene presente que todo lo que compra está gravado con el IVA	16,0%	19,8%	20,8%	<b>23,5%</b>	19,8%
<b>Afectación</b>					
Considera que El IVA en los estratos 1 y 2 genera aumento en la brecha entre las clases sociales	18,1%	17,4%	<b>22,9%</b>	21,5%	20,1%
El costo de sus gastos ha aumentado en relación a los años anteriores	17,7%	19,1%	19,8%	<b>23,2%</b>	20,1%
Las últimas reformas tributarias hechas al IVA Han afectado su economía negativamente	16,0%	22,2%	20,8%	<b>23,2%</b>	17,7%
Considera que todo es más costoso por el aumento del IVA	15,7%	<b>24,2%</b>	16,7%	23,5%	19,8%
Ha tenido que sustituir la compra de productos que considera costosos por otros más económicos	15,4%	21,8%	<b>27,0%</b>	18,1%	17,7%
Ha dejado de adquirir productos por el aumento del IVA	15,4%	23,9%	<b>24,9%</b>	17,7%	18,1%
Usted considera que se debe hacer una reforma tributaria para disminuir el IVA	14,3%	18,8%	22,2%	14,7%	<b>30,0%</b>
Para usted el incremento en el IVA genera desigualdad económica fomentando la delincuencia como alternativa de supervivencia en su entorno social	17,4%	22,2%	<b>24,6%</b>	19,1%	16,7%
Para usted el aumento en el IVA genera pobreza debido al incremento de la desigualdad en la economía de los núcleos familiares de menores recursos económicos	16,7%	19,1%	<b>23,9%</b>	22,9%	17,4%

Los resultados muestran, un alto grado de desconocimiento respecto al concepto de IVA, las tarifas y el gravamen que se manejan en el país y a la destinación de los recursos recaudados. En concordancia con lo anterior, la percepción de afectación por parte de los encuestados es alta considerando que el impuesto en los



estratos 1 y 2 aumenta la brecha entre clases sociales, aumenta los gastos y por ende la economía de forma negativa. Sin embargo, para los encuestados lo antes expuesto no genera desigualdad económica, ni pobreza; ni ha ocasionado que se tenga que sustituir productos o dejar de adquirir, aunque coinciden en que es necesaria una reforma que disminuya este recaudo.

### 7.3 Estrategias y Acciones para Minimizar Los Impactos Encontrados

Acorde a las características socioeconómicas y a la percepción de afectación y grado de conocimiento que manifestaron los encuestados, se propone desarrollar el plan de mejora en los factores que en promedio están por debajo del 60 por ciento de satisfacción; dentro de estos, se consideran aspectos débiles aquellos que además muestran una mediana satisfacción por debajo del 40%. De acuerdo con este criterio, se determinaron una serie de fortalezas y debilidades respecto al manejo que los hogares de estrato 1 y 2 encuestados le han dado al aumento del IVA como consecuencia de las recientes reformas tributarias, estas fortalezas y debilidades se listan en la Tabla 6. Los aspectos listados como débiles, aunque requieren de ciertas mejoras presentan fortalezas en otros aspectos; por lo que el plan estratégico diseñado, está orientado a proponer acciones para mejorar los puntos un poco débiles identificados, y mantener y/o fortalecer los elementos determinados como fortaleza.

**Tabla 6:** *Nominación de fortalezas y debilidades respecto al manejo del aumento del IVA como consecuencia de reformas tributarias en población encuestada.*

<b>Puntos débiles</b>	<b>Puntos fuertes</b>
Desconocimiento de las tarifas del IVA y del concepto mismo.	No se ha dejado de adquirir productos, ni se han remplazados por otros de menor costo.
No se percibe inversión en educación, salud y vivienda con lo que se recauda por concepto de pago de IVA	
Percepción de aumento de brecha social con el aumento del IVA	
Afectación de la economía con distintas reformas al IVA	

La tabla 4 detalla las acciones sugeridas como propuesta de mejora, de acuerdo con un objetivo planteado, bajo este marco, la propuesta de mejoramiento deberá implementarse con las siguientes acciones:

- Implementación de la propuesta de mejoramiento en apoyo con entidades gubernamentales (Alcaldía, DIAN, etc.)
- seguimiento y evaluación de la propuesta de mejoramiento, deberá establecerse un tiempo determinado para la realización de las actividades y un sistema de evaluación y monitoreo que permita establecer los efectos producidos después de las medidas implementadas. En este punto es importante socializar y difundir públicamente las estrategias empleadas, a través de la edición de un boletín, realización de foros, seminarios y talleres, etc.

*Tabla 7: Plan de acción propuesto para minimizar los impactos encontrados en población encuestada*

Aspecto	Factor	Objetivo	Acción de mejora/Fortalecimiento
Conocimiento	No se percibe inversión en educación, salud y vivienda con lo que se recauda por concepto de pago de IVA	Implementar estrategias para disminuir el desconocimiento sobre aspectos fundamentales referentes al IVA en estratos 1 y 2 de la ciudad de Montería	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización mediante entidades gubernamentales como la DIAN, La Alcaldía Municipal y Cámara de Comercio, empleando reuniones, folletos informativos, internet, talleres, para difundir la información necesaria para que los estratos 1 y 2 puedan tener más conocimiento sobre el destino del recaudo del IVA y como se ve reflejado.</li> <li>• Evaluación continua de los medios y herramientas existentes, realizando un análisis que nos permita conocer lo que la población sabe o cree saber en cuanto al origen y recaudo del impuesto del IVA.</li> </ul>
	Desconocimiento de las tarifas del IVA y del concepto mismo		
Afectación	Afectación económica por las distintas reformas del IVA	Crear estrategias pedagógicas y de educación que permitan mitigar el grado de afectación por las reformas al IVA en la población de estratos 1 y 2 de la ciudad de Montería	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer partícipe a la población de los cambios realizados en el IVA, incluyendo dentro de dicha información tips que permitan mitigar el impacto económico de los distintos cambios a dicho impuesto, para que de esta manera minimicen los impactos ante esta situación, haciendo su vida más cómoda.</li> <li>• Programación de talleres y programas sociales enfocados en la población vulnerable para disminuir la brecha social, dichos programas y talleres deberán tener un foco especial en educación financiera.</li> <li>• Sacar un boletín de productos que se puedan reemplazar o dejar de adquirir para minimizar el impacto económico sin afectar el nivel de vida.</li> </ul>
	Percepción de aumento de la brecha social		
	Necesidad de cambio o no adquisición de bienes		

## 8 Discusión

El análisis de la información nos muestra como la población encuestada de la ciudad de Montería, aunque pertenece a estratos socioeconómicos bajos 1 y 2 presenta marcadas diferencias respecto a sus características socioeconómicas como: nivel educativo, ocupación, ingresos, y en concordancia el porcentaje promedio de gastos en productos de la canasta familiar. En línea con lo anterior, y de acuerdo con los resultados obtenidos para Franco & Builes (2018) los estratos bajos son altamente afectados en sus diferentes variables, por las reformas que se han hecho sobre el IVA, ya que los ingresos siguen siendo limitados.

Ahora bien, aún con las marcadas diferencias socioeconómicas de la población encuestada, el nivel de conocimiento sobre algunos aspectos del IVA, en términos generales no es bueno, aun cuando la mayoría de la población tiene nivel educativo superior, de hecho solo el 31,4 % de la población encuestada sabe o tiene conocimiento, que el recaudo del impuesto al valor agregado IVA es para financiamiento del gobierno y solo el 24% tiene claro el concepto del IVA y quienes lo tributan, sumado a un 34,5% que reconoce las distintas tarifas del IVA; lo que es indicativo de una mala cultura educativa en lo que respecta a los impuestos, siendo preocupante los focos de desconocimiento sobre este tema respecto al destino del dinero recaudado por concepto del IVA, sin que el contribuyente o consumidor tenga conocimiento claro que parte de estos recursos retornaran y de qué manera, ya sea en forma de servicios públicos u otra forma (Albarracin, Anteliz&Vélez, 2020).

Ahora bien, los impuestos son recursos que se otorgan al sector público para financiar el gasto; impuestos de carácter indirecto como el IVA, que se cobra por medio de la compra de bienes y servicios, y no por medio de su ingreso directamente; no diferencia el nivel de ingresos

de quien se obliga, ni la capacidad de pago que tengan los consumidores, dejando a un lado, principio de equidad (UNAC, sf). Lo anterior dado que entre más vulnerable o con menos recursos sea la población, la canasta familiar pesa más sobre el total de los gastos que obtengan. Estas personas son las que porcentualmente más gastan en artículos de primera necesidad como se observa en la tabla 4 y no pueden aprovechar ofertas o promociones debido a sus ingresos.

Así, la aplicación de tasas para todos los productos sin tener en cuenta la capacidad de pago o las condiciones en las que se encuentra cada familia no son beneficiosas para la sociedad, a pesar de que el impuesto se vea de manera igualitaria, todas las personas no están en las mismas condiciones para pagar, lo que hace necesario una reforma, de cara a mejorar el cobro de este impuesto a los ciudadanos de Colombia, como fue manifestado por los encuestados ante la pregunta si considera necesaria una reforma para disminuir el IVA (Tabla 5)

De hecho, según los resultados obtenidos en la tabla 4 podemos inferir que los hogares estrato 1 y 2 destina de sus ingresos mensuales cerca del 40% para artículos de la canasta familiar, siendo ligeramente mayor este porcentaje para quienes tienen ingresos más bajos, esto es una clara radiografía de los desafíos que tienen que afrontar los hogares de los estratos 1 y 2 para poder vivir en un país como Colombia en donde para satisfacer necesidades básicas hay que pagar impuestos.

Lo anterior está en línea con las cifras del observatorio de la Secretaria de Desarrollo Económico y RaddarConsumerKnowledgeGroup, (2016) que estableció para el año 2016 estimaciones de gastos básicos en ciudadanos habitantes de Bogotá alrededor del 30% de los ingresos de un salario mínimo para productos de la canasta familiar; siendo pequeño el rubro que debe distribuirse en educación, recreación, deporte, servicios de salud, obligaciones financieras,

ahorro y gastos imprevistos.

En línea con lo anterior, los resultados de las encuestas aplicadas a los hogares muestran que un 43.3% de los encuestados afirman que han visto afectado su economía negativamente a causa de la reforma tributaria que incremento en tres puntos el IVA, lo que ha sido manifestado por algunos economistas para quién el principal efecto negativo del incremento en el impuesto es el aumento del costo de vida (Herrera & Cartagena, 2019).

En este sentido, las recientes reformas del IVA han traído consigo mucho inconformismo específicamente en la clase pobre y media ya que son los más afectados, esto ocurre porque son los que están atrapados en la canasta familiar y pues para ellos un aumento en el valor de los productos disminuiría su poder adquisitivo y por ende los rubros que antes invertían en ropa, calzado, salidas en familia, compra de muebles y electrodomésticos ahora tendrán que limitarse o dejar de comprarlos, puesto que ahora es más costoso hacer un mercado para el hogar. Para Mora (2018) estos aspectos, aunque no hacen parte de las necesidades básicas, son parte importante del funcionamiento de los hogares y estos ayudan a mejorar su calidad de vida.

A pesar de estas dificultades, en este estudio los encuestados en su mayoría (mayor al 60%) manifiestan no haber tenido que cambiar sus hábitos de consumo para productos de la canasta familiar, dejando de adquirir o sustituyendo producto, lo que contrasta con lo encontrado en un estudio realizado por la consultora KantarWorldpanel, (2018) que encontró que posterior a la reforma del 2016 existieron serias dificultades en materia de consumo, pues la mayor parte de compañías sintieron que los Colombianos estuvieron moderados a la hora de tomar decisiones de compra, en conclusión se resaltan tres factores importantes respecto a esta perspectiva: el impacto de la reforma tributaria, reflejado en un incremento de tres puntos del impuesto al valor Agregado

IVA, el crecimiento de las marcas propias y el aumento de participación de nuevas tiendas de descuento duro como D1, Ara y Justo y bueno. Los resultados de dicho estudio encontraron que los hogares colombianos entraron en un periodo de abstención de compra y cambiaron sus dinámicas de consumo, esto ha traído la presencia de nuevos canales tradicionales que ofrecen productos más económicos. Sin embargo, el estudio es claro en manifestar que el IPC no puede tomarse como una medida única que exprese la realidad de las dinámicas de consumo, por el contrario es un índice impositivo pues como se explicó en el presente apartado su reducción se genera gracias a aquellos productos que están exentos de IVA y aquellos que están gravados únicamente con el 5%, la realidad es que la variación del año 2015 al año 2017 en el gasto de los hogares Colombianos disminuyó en un 5,46% pasando en el 2015 de 10,31% al 4,85% en el 2017, lo cual tiene una relación bastante estrecha con el aumento de la tarifa del IVA del 19%.

De hecho, y de acuerdo con un estudio de ANIF (2018) El aumento del IVA en tres puntos (16% al 19%) ha llevado a las familias de los hogares colombianos a comprar productos de menor calidad para poder suplir sus necesidades, el efecto del IVA, para la ANIF dicha reforma fue una “elevación marginal” para la canasta familiar, pasando del 6,4% al 7,3%, es que decir que hoy ya se paga IVA sobre la canasta, donde el 59% ya se encuentra gravada en algún grado.

Como se ha manifestado hasta aquí, el incremento del IVA lleva a una disminución de la capacidad adquisitiva de los colombianos por lo que se afirma que esto tendría un impacto negativo en todos los ámbitos de la vida cotidiana de los ciudadanos; incluso para los un porcentaje considerable de los encuestados, el aumento del IVA genera desigualdad económica fomentando la delincuencia como alternativa de supervivencia en su entorno social y además

incrementa la desigualdad en la economía de los núcleos familiares de menores recursos económicos.

## 9 Conclusiones

Las características socioeconómicas y los patrones de consumo de la población estrato 1 y 2 de la ciudad de Montería evidencian que cerca del 42% de la población tiene un ingreso mensual de 1 a 2 SMMLV, y destina de sus ingresos mensuales cerca del 40% en productos de la canasta familiar aun cuando existen marcadas diferencias socioeconómicas en cuanto a nivel educativo, ocupación etc.; lo que evidencia una alta variabilidad en la población de estratos bajos en la ciudad de Montería.

Las marcadas diferencias socioeconómicas en la población estudiada, no marca mayores diferencias en cuanto al nivel de conocimiento sobre el IVA, sus tarifas, el concepto y el destino de los tributos, aspectos en los que la población encuestada evidencia grandes falencias en el conocimiento. Así mismo, la percepción de afectación es alta aun cuando los encuestados manifiestan no tener la necesidad de remplazar o dejar de adquirir productos, lo que ha aumentado la cantidad de recursos destinados a la canasta familiar.

Se propusieron acciones de mejora, como herramientas de importancia hoy día, cuando nos encontramos en la era de la información, dadas las disponibilidades tecnológicas, y la tendencia de determinar el impacto y aceptación que este tipo de recaudos generan en la población vulnerable, como factor determinante en el logro de la efectividad y eficacia en las estrategias gubernamentales para obtener mayores tributos.

El presente estudio brinda beneficios a nivel científico y social, ya que permitirá apropiar metodologías para determinar afectaciones por gravamen de impuesto y transferir conocimiento en la comunidad académica. De hecho, actualmente no se cuenta con estudios en la ciudad que permitan establecer este tipo de afectaciones. Así, desde el punto de vista académico, esta



investigación reviste importancia para la formación profesional porque permite desarrollar conocimientos adquiridos en las aulas de clase. En este sentido, la contabilidad como una disciplina que se encarga de estudiar, medir y analizar el patrimonio y la situación económica financiera de un estado, empresa o individuo, realiza importantes aportes para facilitar la toma de decisiones presentando la información, previamente registrada, de manera sistemática.

## 10 Referencias

- Albarracín, M. A. C., Anteliz, A. L. M., & Vélez, D. S. (2020). El Impuesto al Valor Agregado: propuesta de una nueva reforma. *Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10).
- ANIF. (2018). IVA y canasta básica de consumidores en Colombia. Asociación Nacional de Instituciones Financieras.
- Avendaño Rúa, A. A., Franco Areiza, C. A., & Builes Polo, N. A. (2018). EL IMPACTO DEL IMPUESTO DE IVA EN LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN.
- Banco de la República - Subgerencia Cultural. (2015). I.V.A. Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/iva>.
- Bello León, D. G. (2007). Efectos económicos del impuesto al valor agregado IVA sobre el ingreso disponible de los hogares: Siete principales ciudades de Colombia 1990-2004.
- Berdejo, E., & Villasmil Molero, M. (2019). Reflexión histórica sobre el IVA en Colombia y sus implicaciones en la jurisprudencia nacional. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/juridicascuc/article/view/2139>
- Bueno, G. (2003). El tributo en la dialéctica sociedad política/sociedad civil. *El Basilisco*, 33, 3-24.
- Cantillo Ortega, E. C., & Niño Sánchez, A. M. (2019). El impuesto al valor agregado-IVA en Colombia en el periodo 2006-2018.
- Cárdenas, M., & Mercer-Blackman, V. (2006). Análisis del sistema tributario colombiano y su impacto sobre la competitividad (No. 012710). Fedesarrollo.
- Casadiegos Suarez, A. & Perez Contreras, R. (2019). Estudio del impacto socio economico del incremento del iva en los estratos 1 y 2, frente a los años 2017 y 2018, en la ciudad de ocaña (doctoral dissertation).
- Clavijo, S. (2018) La reforma tributaria comprensiva de la nueva administración, Bogotá, [larepublica.com](https://www.larepublica.com), <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/la-reforma-tributaria-comprendida-de-la-nueva-administracion-de-2018-2022-2598477>
- Chía Leguizamón, L. C., & Peña Quitian, L. M. (2017). Análisis del impacto tributario del IVA, en la población de nivel socioeconómico uno y dos del municipio de Soacha, en 2016-2017.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. (2019). Generalidades de Impuestos. . <http://www.dian.gov.co/DIAN/15Servicios.nsf/>.

- DIAN (2020). Declaración de Impuesto Sobre Las Ventas – IVA. (2009). Bogotá: P.33 [http://www.dian.gov.co/descargas/Formularios/2009/iva\\_2009.pdf](http://www.dian.gov.co/descargas/Formularios/2009/iva_2009.pdf)
- Fino, S. G. (2001. p. 69 ). Elementos Básicos de la Tributación en Colombia. Bogotá, D.C Centro Interamericano Jurídico – financiero.
- Franco, H. (2016). Evaluación de los impactos tanto positivos como negativos generados por la aplicabilidad del IVA en Colombia.
- Franco, A. C., Avendaño, R. A., & Builes, P. N. (2018). El impacto del impuesto de IVA en la población de la ciudad de Medellín. Obtenido de <http://dspace.tdea.edu.co/jspui/bitstream/tda/370/1/EL%20IMPACTO%20DEL%20IMPUESTO%20DE%20IVA%20EN%20LA%20POBLACION%20DE%20LA.pdf>
- Fuentes, N. C. (2017). Estudio del impacto del incremento del iva en el poder adquisitivo de los estratos bajos colombianos. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16264/FuentesNu%F1ezCarlosAugusto2017.pdf;jsessionid=A6479FA6ED6179387FB16A04D8891487?sequence=1>
- Galeano, N. E. (2017). Impactos económicos de la reforma tributaria 2016 en Colombia. . Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Giovanetti, E. B., & Molero, M. D. C. V. (2019). Reflexión histórica sobre el IVA en Colombia y sus implicaciones en la jurisprudencia nacional. JURÍDICAS CUC, 15(1), 163-186.
- Herrera Reyes, F. O., & Cartagena Lozano, C. (2019). Efecto del aumento del IVA del 16% al 19% en el consumo de los hogares colombianos.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). México D.F., Estados Unidos de México: McGraw-Hill Educación.
- Jiménez, C. H. (2014). Aspectos críticos del IVA en Colombia-la reforma de 2012. Revista de Derecho Privado, (51), 1-33.
- Kantar Worldpanel (2018). Discuter y marcas propias grandes ganadoras del consumo en 2017. Obtenido de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulos/tiendas-de-descuento-duro-y-marcas-propias-kantar-worldpanel/254799>
- Lerma, H. (2009). Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto. (Cuarta ed.). Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones.
- Martínez López, K. V., & Rojas Castaño, Y. (2019). Evolución del IVA y su impacto en el recaudo total de impuestos.
- Mora, C. H. (2018). El gasto de los Hogares en su punto de crecimiento mas bajo. Raddar.

- Portafolio. (2018). Este sería el impacto de los nuevos impuestos en la canasta familiar. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/impuestos/canasta-familiar-recibiria-un-incremento-con-los-nuevos-impuestos-502553>
- Raddar CKG. (2016). Raddar.net. Obtenido de Informe. Dinámica del Gasto de los Hogares Colombianos: <https://raddar.net/informes/>
- Ramírez, M. (2012). Transformaciones del Estado en el gobierno local: La nueva gestión pública en Medellín. *Reflexión Política*, 14(28), 82-95. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/110/11025028007.pdf>
- Ramírez Sarmiento, I. H., Sánchez Penagos, D. A., & Silva Castro, J. M. (2016). Complejidad del sistema tributario colombiano y su impacto en la informalidad empresarial.
- Rodríguez, F. P., & Villasmil, M. (2018). Estudio comparado sobre la regulación del impuesto al valor agregado (IVA) en Colombia y España. *Dictamen Libre*, (23), 11-31.
- Tamayo. (2003). *El proceso de investigación científica* (Cuarta ed.). México D.F.: Limusa - Noriega Editores.
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE COLOMBIA. (s.f.). *Los impuestos en Colombia*. Bogotá: Facultad de Economía.
- Villalba Niño, M. N. (2016). Análisis del impacto al valor agregado-IVA en la canasta.

## 11 Anexos

### **Anexo 1: encuesta proyecto efectos en la aplicación del IVA en los productos de primera necesidad de la canasta familiar en estratos 1 y 2 de la ciudad de montería, estudio socioeconómico 2019-2020**

#### **I. Aspecto sociodemográficos**

**N° cuestionario:** |\_|\_|\_|\_|\_|\_| Nombre \_\_\_\_\_ Municipio de residencia: \_\_\_\_\_ Zona: Urbana\_\_\_ Rural\_\_\_ Edad|\_|\_|\_| Nivel socioeconómico 1\_\_\_2\_\_\_3\_\_\_4\_\_\_5\_\_\_

**¿Cuál es el último grado o curso que aprobó?** Ninguno \_\_\_ Primario \_\_\_ Secundario \_\_\_ Universitario/Superior \_\_\_ Posgrado \_\_\_.

**¿Tiene usted una actividad o un trabajo por el que recibe dinero?** Sí \_\_\_ No \_\_\_

**¿Cuál es esa actividad o trabajo?** Empleado público\_\_\_ Empleado sector privado\_\_\_ Empleadora\_\_\_ Profesional o trabajadora independiente\_\_\_ Trabajadora informal\_\_\_ Empleada doméstica\_\_\_ Otros, ¿cuál? \_\_\_\_\_ No aplica\_\_\_

**¿Su familia núcleo familiar se compone de cuantas personas?** \_\_\_\_\_

#### **II. Aspectos economicos**

**¿Podría decirme el monto aproximado de los ingresos de su familia?** No tengo ingresos\_\_\_ Menos de 1 salario mínimo (menos de 800.000 Gs) \_\_\_ De 1 a 2 salarios mínimos (800.000 a 1.599.999 Gs) \_\_\_ De 2 a 3 salarios mínimos - (1.600.000 a 2.399.999 Gs) \_\_\_ De 3 a 4 salarios mínimos - (2.400.000 a 3.199.999 Gs) \_\_\_ 5. De 4 a 5 salarios mínimos (3.200.000 a 3999.999 Gs) \_\_\_ De 5 a 8 salarios mínimos - (4.000.000 a 6.399.999 Gs) \_\_\_ Más de 8 salarios mínimos (6.400.000 o más) \_\_\_\_\_

**¿Cuántos suman los gastos mensuales?** \_\_\_\_\_

**Qué porcentaje de esos gastos destina a elementos de la canasta familiar?** \_\_\_\_\_

#### **III. Conocimiento y afectación reformas del IVA**

Frente a cada aspecto a continuación asigne un valor en escala de 1-5, tenga en cuenta lo siguiente: Totalmente de acuerdo: 5, De acuerdo: 4, Ni de acuerdo ni es desacuerdo: 3 En desacuerdo: 2, Totalmente en desacuerdo: 1

<b>Aspecto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
El impuesto al valor agregado (IVA), es un tributo a los bienes y servicios que nos toca pagar a todos					
La tarifa del IVA en los bienes de la canasta familiar son 0%, 5% y 19%					
La destinación de los recursos recaudados por concepto de IVA son importantes para el estado ya que satisfacen necesidades básicas tales como vivienda, alimentación,					

<b>Aspecto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
salud y educación					
Considera que El IVA en los estratos 1 y 2 genera aumento en la brecha entre las clases sociales					
Tiene presente que todo lo que compra está gravado con el IVA					
El costo de sus gastos ha aumentado en relación a los años anteriores					
Las últimas reformas tributarias hechas al IVA Han afectado su economía negativamente					
Considera que todo es más costoso por el aumento del IVA					
Ha tenido que sustituir la compra de productos que considera costosos por otros más económicos.					
Ha dejado de adquirir productos por el aumento del IVA					
Usted considera que se debe hacer una reforma tributaria para disminuir el IVA					
Para usted el incremento en el IVA genera desigualdad económica fomentando la delincuencia como alternativa de supervivencia en su entorno social					
Para usted el aumento en el IVA genera pobreza debido al incremento de la desigualdad en la economía de los núcleos familiares de menores recursos económicos					