

**ARTICULO COMPARATIVO IMPUESTO IVA COLOMBIANO VS. EL IMPUESTO
CONOCIDO POR SUS SIGLAS EN INGLES SALES TAX**

**MARGARET ANDREA GARCÉS BOLAÑOS
JOHANA MARTÍNEZ OJEDA**

**CONVENIO UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
CONVENIO UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS - FACEA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2015**

**ARTICULO COMPARATIVO IMPUESTO IVA COLOMBIANO VS. EL IMPUESTO
CONOCIDO POR SUS SIGLAS EN INGLES SALES TAX**

**MARGARET ANDREA GARCÉS BOLAÑOS
JOHANA MARTÍNEZ OJEDA**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**Asesor:
Dra. Carolina Ochoa**

**CONVENIO UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
CONVENIO UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS - FACEA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2015**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en este Trabajo de Grado son Responsabilidad de los autores.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACION:

Firma del presidente del jurado

Firma jurado

Firma jurado

San Juan de Pasto, Junio de 2015

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	9
1. IMPUESTO IVA COLOMBIANO VS. EL IMPUESTO CONOCIDO POR SUS SIGLAS EN INGLES SALES TAX	10
1.1 ¿QUÉ ES EL IVA?	10
1.2 ¿QUÉ ES EL “SALES TAX”?	11
1.3 PARANGÓN ENTRE ESTOS DOS PAÍSES	11
2. METODOLOGÍA.....	13
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	13
2.2 SUJETOS	13
2.3 INSTRUMENTOS	13
2.4 PROCEDIMIENTO	13
3. CONCLUSIONES	14
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	15

RESUMEN

Gravamen que entre muchos otros efectos, hace que los precios de los productos se incrementen sustancialmente, este será el fenómeno que se pretende comparar con otros países que con proyectos sociales, gastos en seguridad nacional son elevados pero la principal fuente de financiación no corresponde a él gravamen cobrado al contribuyente sino buscan diferentes fuentes que no afecten la competitividad de las empresas y encarezcan los productos. Un impuesto que muchas entidades quieren incrementar cada vez que se hace una reforma tributaria, que proporcionalmente se va cobrando a la totalidad de los productos, incluso a la canasta familiar, en un país como Colombia que según cifras de la prestigiosa revista Deslinde es el tercer país más desigual de Latinoamérica.

ABSTRACT

Lien among many other effects , makes product prices will increase substantially , this is the phenomenon to be compared with other countries with social projects , spending on national security are high but the main source of funding is not for him cashed tax taxpayer seeking different sources but not affecting the competitiveness of enterprises and more expensive products. A tax that many organizations want to increase each time a tax reform that is gaining proportionally to all products , even to the basket , in a country like Colombia that according to figures from the prestigious magazine is Demarcation is the third most unequal country in Latin America.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto realizar primero un glosario de conceptos de IVA (Impuesto al Valor Agregado) utilizado en Colombia, sus modificaciones y el denominado sales Tax que se cobra en los Estados Unidos específicamente en el Estado de La Florida, por último se dará una referencia del funcionamiento del impuesto en los países Europeos, todo esto desde la óptica de la competitividad y la estrategia de mercado que se puede utilizar en cada uno de estos países.

1. IMPUESTO IVA COLOMBIANO VS. EL IMPUESTO CONOCIDO POR SUS SIGLAS EN INGLES SALES TAX

1.1 ¿QUÉ ES EL IVA?

“Este es un impuesto a las ventas, pero se conoce de en el común como Impuesto al Valor Agregado, es un gravamen que recae sobre el consumo de bienes, servicios y juegos de azar. Es un impuesto nacional, indirecto, de naturaleza real y de ejecución instantánea. En Colombia se aplica a la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios”¹.

Este impuesto hoy en día es del 16%, esto es cobrado a todas las personas que hacen parte de la cadena comercial, pero si bien se cobra a todos, son solo los agentes retenedores los encargados por la ley para reportar ante la autoridad pertinente el IVA cobrado, la omisión o la no declaración conlleva a faltas comerciales e incluso este tipificado como un delito en nuestro estatuto penal Colombiano.

“Como lo vamos a analizar más adelante este cobro del 16% comparativamente es elevado, existió en el año 2014 por parte de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, el elevar este impuesto a un 18%, argumentando la necesidad de receptar mayor cantidad de dinero e impulsar nuevos proyectos y una completa financiación con el impuesto pagado por los Colombianos”².

Un impuesto que muchas entidades quieren incrementar cada vez que se hace una reforma tributaria, que proporcionalmente se va cobrando a la totalidad de los productos, incluso a la canasta familiar, en un país como Colombia que según cifras de la prestigiosa revista Deslinde es el tercer país más desigual de Latinoamérica (El espectador, 2013). Gravamen que entre muchos otros efectos, hace que los precios de los productos se incrementen sustancialmente, este será el fenómeno que se pretende comparar con otros países que con proyectos sociales, gastos en seguridad nacional son elevados pero la principal fuente de financiación no corresponde a él gravamen cobrado al contribuyente sino buscan diferentes fuentes que no afecten la competitividad de las empresas y encarezcan los productos.

¹ DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. DIAN (2009). Declaración del impuesto sobre las ventas (IVA). (en línea) (consultado junio de 2015) Disponible en internet: http://www.dian.gov.co/descargas/Formularios/2009/iva_2009.pdf.

² SANDOVAL DUARTE, H. Proponen subir el IVA del 16 al 18%. . El Espectador. 2014. (en línea) (consultado junio de 2015) Disponible en internet: <http://www.elspectador.com/noticias/economia/proponen-subir-el-iva-del-16-al-18-articulo-500633>

1.2 ¿QUÉ ES EL “SALES TAX”?

Su traducción literal de la lengua inglesa al español es un impuesto a la venta, lo primero que se debe tener claro es que este impuesto se cobra en todos los Estados de Estados Unidos, pero este cambia su composición y porcentaje dependiendo del Estado donde se encuentre, en el estado de Florida, donde tuvimos la oportunidad de viajar como complemento académico de los estudios de posgrado, tiene un cobro del 6.5%, pero en los otros estados varía según las necesidades y políticas internas, pero como punto de referencia en el estado donde más alto es este impuesto es el Estado de Texas cuyo cobro oscila entre el 6.25% al 11.5% dependiendo del producto que se vaya a adquirir. Siendo el producto del combustible el 11.5% el más alto, sigue siendo muy inferior al 16% que se cobra en Colombia a la totalidad de los productos sin discriminación alguna.

1.3 PARANGÓN ENTRE ESTOS DOS PAÍSES

Antes de intentar realizar una comparación entre estas dos naciones, debemos tener en cuenta que no es lo mismo el IVA que el “sales tax”, se va a realizar unas similitudes y diferencias con fines académicos.

La primera de las diferencias es que el IVA es un gravamen del orden nacional cobrado indistintamente a todos los productos que puedan ser gravados en el orden nacional, el “sales tax” es un impuesto que varía su porcentaje en cada uno de los estados que hacen parte del Estados Unidos y discrimina su cobro a cada uno de los productos.

Otra diferencia es el porcentaje que se cobra en Colombia siendo del 16% y en Florida Estados Unidos es del 6.5 %. Para hacer claridad del momento en que se cobra este impuesto vamos a tomar un ejemplo.

Una persona fabrica un producto x, el valor que le pone a este producto como precio es de 100 pesos, un almacén adquiere este producto, para esta transacción, se debe realizar el pago del 16% del IVA, luego este almacén saca al mercado la oferta del producto con un nuevo precio que corresponde a 150 pesos, cuando un ciudadano del común va a comprar el producto se le oferta con un precio final de 150 pesos, él consumidor final sufragará esta suma para adquirir el producto, termina pagando el 16% de IVA, este no es adicional sino que está incluido en el precio. El almacén si vendiera el producto por el mismo valor que lo compró es decir con el precio de 100 pesos, no tendría que pagar ningún valor ya que el impuesto sería el 16% que ya pagó a la fábrica, pero al incrementar el valor tiene que declarar la diferencia del valor incrementado.

En el Estado de Florida Estados Unidos es un impuesto que esta diferenciado al valor del producto, es decir una persona fabrica el mismo producto x, este producto tiene un precio de US 94, pero a la venta que realiza al almacén este producto se suma el “sales tax”, teniendo un valor mayor al del precio, lo mismo pasa cuando el consumidor final, entra al almacén y quiere adquirir el producto, el precio de la etiqueta no es el precio final, cuando se acerca a la caja a cancelar el producto le realizan el incremento del “sales tax”. Esto tiene varios efectos que pretendemos analizar:

Primero es que como estrategia comercial, mirar en una etiqueta un valor inferior, hace que el consumidor final mire como una excelente opción comprar ese producto, le es mucho más atractivo, aunque al final termine pagando el mismo valor que en Colombia es decir los mismos 150 pesos, pero en la etiqueta aparecía 135 pesos, en una falacia mental, hace que el consumidor final piense que va a economizar dinero para adquirir el mismo producto.

Segundo efecto se da que el pago del impuesto es inferior en Estados Unidos que en Colombia, esto conlleva a que tanto la fábrica, como el almacén tengan mayores rentabilidades por la venta del producto, se disminuya el valor que tiene que declarar al estado, beneficiando a toda la cadena de producción e incluso puede favorecer al consumidor, ya que cuando lo requiera o prefiera el almacén abaratar los precios lo puede hacer sin ningún inconveniente con un mayor porcentaje y sus ganancias seguirán siendo superiores a que un almacén en Colombia quiera hacer lo mismo. Esto hace que el realizar compras en Estados Unidos se vuelve mucho más atractivo que realizar compras en Colombia.

Dejando que las empresas tengan más campo de movilidad para implementar estrategias comerciales, que el precio del producto no se vea afectado con altos cobros de impuestos, realizando ofertas reales para que las personas adquieran mayor cantidad de productos a precios más cómodos.

Pero se debe también tener en cuenta el fenómeno que se vive en la Unión Europea como estrategia comercial relacionado con el cobro de impuestos, en los países que hacen parte de la Unión Europea, se tiene la concepción que el “Tax” o impuesto se cobra a las personas que pretenden adquirir todo tipo de producto, pero este puede ser devuelto al contribuyente en cada uno de los aeropuertos cuando el producto no va a ser utilizado o disfrutado dentro del país, es decir el turista que viaja a cualquiera de estos países tiene la posibilidad de que le retornen el dinero pagado, incentivando con esto la compra de los productos sin perjudicar al vendedor de los mismos, favoreciendo a la cadena comercial.

2. METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este artículo tiene un enfoque cualitativo, determinando las relaciones y las diferencias entre el impuesto IVA en Colombia Y Sales TAX en Estados Unidos y las incidencias de los mismos en cada país.

2.2 SUJETOS

Los sujetos de la investigación son los mercados Colombiano y de Estados Unidos (Estado de La Florida). En la visita empresarial se utilizan como sujeto directo de investigación los Mall y los Retail.

2.3 INSTRUMENTOS

Se utilizan como herramientas las visitas a cada uno de los establecimientos de comercio de la ciudad de Orlando y los establecimientos comerciales en Colombia: además se utiliza investigación de artículos sobre impuestos en Colombia y Estado Unidos donde a través de los % de cobro sobre impuestos podemos llegar a identificar como, los mercados económicos vuelven mas dinámico el entorno en cada país.

2.4 PROCEDIMIENTO

Desde el momento en que emprendimos la investigación en el viaje logramos identificar la diferencia entre los impuestos sobre las ventas que cobran los países en estudio, se tomó como referencia las visitas y las compras realizadas en cada uno de los establecimientos de comercio realizada, donde en cada factura podíamos identificar el impuesto estudiado y obviamente sustentado bajo la investigación teórica apoyada en artículos e investigaciones de internet.

3. CONCLUSIONES

La primera de las conclusiones que se puede establecer de este análisis, es que en Colombia se tiene la política tributaria que quien tiene que financiar los proyectos de desarrollo tienen que ser los contribuyentes, coaccionando a las personas del común para que paguen los impuestos, pero muy flexibles para firmar tratados de libre Comercio con distintos países del mundo, dando todo tipo de privilegios tributarios, creando con esto una desigualdad en la competencia de mercado entre las grandes multinacionales comerciales y los productores y comercializadores locales.

La segunda conclusión corresponde a que el consumidor cuando los impuestos son bajos tiene mayor capacidad para adquirir mayor cantidad de productos y su posterior uso, pero cuando los impuestos son tan elevados como en Colombia se opta por buscar productos en mercados no legales, que les permitan adquirir mayor cantidad de elementos para su uso, incentivando los mercados ilegales.

Tercera conclusión, con el bajo cobro de impuestos se le permite tener mejores rentabilidades a los productores y comercializadores e impulsar nuevas estrategias de mercados, ofertas, momentos y precios que favorezcan el flujo comercial y por ende también favorecer a los consumidores finales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. DIAN (2009). Declaración del impuesto sobre las ventas (IVA). (en línea) (consultado junio de 2015) Disponible en internet: http://www.dian.gov.co/descargas/Formularios/2009/iva_2009.pdf.

EL ESPECTADOR. Colombia, el tercer país más desigual de Latinoamérica. (en línea) (consultado junio de 2015) Disponible en internet: <http://cedetrabajo.org/colombia-el-tercer-pais-mas-desigual-de-latinoamerica/>

SANDOVAL DUARTE, H. Proponen subir el IVA del 16 al 18%. . El Espectador. 2014. (en línea) (consultado junio de 2015) Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/proponen-subir-el-iva-del-16-al-18-articulo-500633>