

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

*Por Camilo Herrera Mora,
Presidente de RADDAR*

RESUMEN

La implantación del IVA del 2% a los bienes exentos de la canasta familiar, tendría un impacto en el consumo de hogares del -1,42%, logrando un recaudo de cerca de 2,6 billones de pesos. Más este escenario no es real ya que el problema de facturación plantea otros escenarios diferentes al planteado. Por otra parte este tributo causará serios efecto en el consumo de ciertos bienes que no son los tributados como Servicios al vestuario y reparación del vehículos privados..

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
EL ANÁLISIS TEÓRICO	3
<i>Gráfica 1 – Cambio del ingreso real en el tiempo en presencia de inflación</i>	3
<i>Gráfica 2 – Recomposición del Canasta de un Consumidor ante un cambio de precios</i>	4
EL ESCENARIO COMPLETO	5
<i>Gráfica 3 – Cambio en la dinámica del consumo de hogares</i>	6
PRIMER ESCENARIO – IVA GENERAL	6
<i>Gráfica 4– Cambio en la dinámica del consumo de hogares ante la aplicación del IVA general</i>	6
<i>Tabla 1 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo</i>	6
<i>Tabla 2 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo per cápita</i>	6
<i>Gráfico 5 – Dinámica del Pocket Share ante la implantación del IVA General</i>	7
<i>Gráfico 6 – Cambios del Pocket Share ante la implantación del IVA General</i>	7
<i>Tabla 3 – Las cinco categorías que más se favorecen y las que mas se afectan</i>	7
SEGUNDO ESCENARIO – IVA A NIVELES DE INGRESO MEDIOS Y ALTOS – LA PROPUESTA DEL GOBIERNO	8
<i>Tabla 4 – Cambio del pocket share ante IVA sin ingresos bajos</i>	8
<i>Gráfico 7 – Diferencia del Pocket Share por niveles de consumo en Colombia</i>	8
<i>Tabla 5 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo sin ingresos bajos.</i>	9
<i>Tabla 6 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo per cápita sin ingresos bajos.</i>	9
<i>Gráfico 8 – Dinámica del Pocket Share ante la implantación del IVA General</i>	9
<i>Gráfico 9 – Cambios del Pocket Share ante la el IVA General y sin ingresos bajos</i>	9
<i>Tabla 7 – Las cinco categorías que más se favorecen y las que mas se afectan en el segundo escenario</i>	10
TERCER ESCENARIO – IVA A PRODUCTOS FACTURADOS	10
<i>Tabla 8 – Participación de los Ítems comprados por segmento de facturación de grupo</i>	10
<i>Gráfico 10 – Lugar de compra del Colombiano</i>	10

<i>Tabla 9 – Participación de los Ítems comprados por segmento de facturación total</i>	11
<i>Tabla 10 – Impacto de la implantación del IVA facturable</i>	11
<i>Tabla 11 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo per cápita sin ingresos bajos.</i>	11
<i>Gráfico 11 – Dinámica del Pocket Share ante la implantación del IVA General</i>	12
<i>Gráfico 12 – Cambios del Pocket Share ante la el IVA General, sin ingresos bajos y facturable</i>	12
<i>Tabla 12 – Las cinco categorías que más se favorecen y las que mas se afectan en el tercer escenario</i>	12

ANÁLISIS COMPARADO Y EL IMPACTO EN LAS PROYECCIONES A UN AÑO	13
AL DOCTOR CARRASQUILLA	23

INTRODUCCIÓN

Ante la propuesta del gobierno nacional de tasar los productos de la canasta familiar con un IVA del 2%, RADDAR¹ decidió establecer los impactos que esto podría causar en el consumidor colombiano, el mercado y los canales de comercialización frente a los recaudos obtenidos por el gobierno nacional.

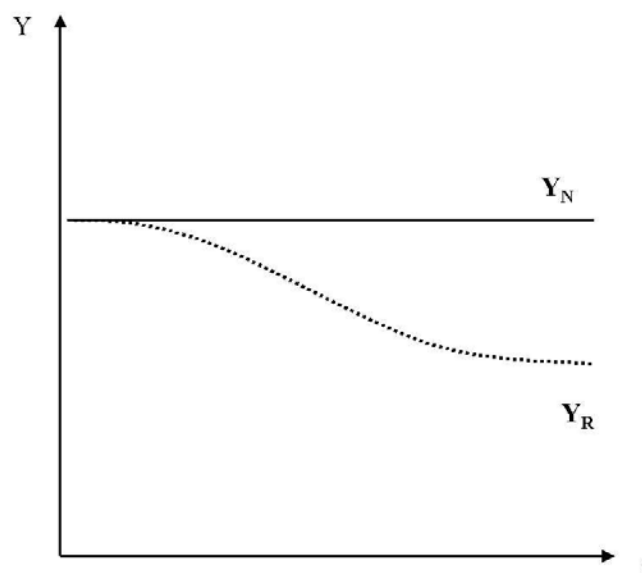
Dentro de la teoría macroeconómica neoclásica, es evidente que el impuesto puede ser absorbido, en parte por el productor con el fin de no perder su nivel de penetración en el mercado². En este caso particular, el impacto de la implantación del tributo se dirige completamente al consumidor ya que estamos hablando de bienes necesarios³, donde los márgenes de utilidad son muy bajos y los precios finales son fuertemente afectados por los márgenes de distribución. Por esto, el tasar un producto con un IVA del 2% es simplemente causar una inflación percibida⁴ al producto del 2% en un solo instante, causando una media

de inflación en un solo mes de 1,07% en todos los productos, y una tasa de inflación general de 2,69%. En este escenario, es muy importante anotar que la inflación media mensual de los productos en el país es de 0,57%⁵, lo que es 0,50 puntos porcentuales diferente al incremento percibido que ocurriría, que es lo mismo que un 86,94% más de la inflación percibida esperada.

EL ANÁLISIS TEÓRICO

La presencia de un aumento de precios para el consumidor tiene dos efectos fundamentales principales. El primero se refiere a la contracción de la capacidad de compra y el segundo a la reconstrucción de su estructura de consumo.

Gráfica 1 – Cambio del ingreso real en el tiempo en presencia de inflación



¹ RADDAR aplica una metodología de redes neuronales artificiales (RNA), que colecta tres grupos de fuentes de información para hacer las combinaciones de análisis y las proyecciones. La primera clase de fuentes se refiere a la información pública del DANE, DNP, Mincomercio, DIAN, entre otros. La segunda a información privada como AC Nielsen, Fedesarrollo, VISA, Cadenas Comerciales y Sistemas de información de Crédito. La tercera se refiere a los campos que hacemos de consumo: (+-) 32000 encuestas a consumidor y (+-) 32000 a puntos de venta mensuales; en adición al omnibus trimestral que nos ayuda a ajustar los umbrales del modelo. La información tiene un confiabilidad de 98% con márgenes de error de campo de (+-)2%, proyección (+-) 1,11% y una acertividad efectiva de cerca del 98,5% con un margen (+-) 2,22% sobre información de fuentes secundarias.

Esto nos ha permitido estudiar al consumidor desde enero de 1999, en trece ciudades principales, en tres niveles de ingreso y en por lo menos 176 grupos de productos.

² La teoría macroeconómica muestra como la curva de oferta se desplaza hacia abajo ante la contracción de la demanda y fija un precio de equilibrio menor para absorber el impacto del tributo y contener la contracción de la demanda.

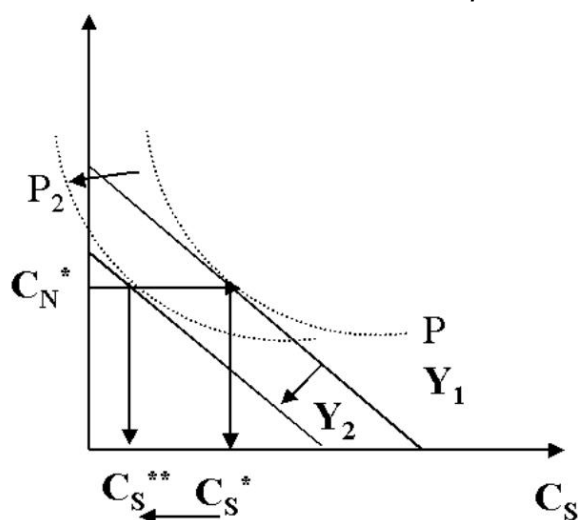
³ "Si la elasticidad de la demanda es perfectamente inelástica, ... y el impuesto por unidad es pagado totalmente por los demandantes". Pag 319. Nicholson (1997). TEORÍA MICROECONÓMICA. McGraw-Hill

⁴ No es un impacto a la inflación real ya que esta excluye la tasación tributaria.

⁵ Los cálculos se hacen sobre la metodología IPC98 del DANE que es medida desde enero de 1999, con un total de 364162 observaciones. Ver Anexo 1.

En el primer caso, como se observa en la gráfica 1, un consumidor con un ingreso constante Y_N pierde su capacidad real de compra ante la presencia de inflación, causando que su capacidad de compra Y_R se contraiga según crezcan los precios de los productos consumidos. Como la posibilidad de compra del mismo número de unidades de un bien desaparece ante el cambio en el precio del mismo, aun más cuando no hay divisibilidad del producto⁶. Un ejemplo, es el consumo de leche: si un consumidor tiene un ingreso de \$1.000, y sólo consume leche, y esta vale \$100 el litro puede comprar 10 litros de leche. Ante un cambio en el precio del producto del 2%, el consumidor sólo podrá comprar 9 litros, ya que no puede pedir 9,8 litros de leche en la tienda. Causando, con toda seguridad, que el ahorro forzado⁷ que genera el impuesto no compense sus necesidades.

Gráfica 2 – Recomposición del Canasta de un Consumidor ante un cambio de precios



⁶ Ver, Herrera, Camilo, "El Consumo Cultural en América Continental 2002", UNESCO, 2.002.

⁷ En la microeconomía neoclásica se plantea la divisibilidad del producto ante la infinidad de oferentes, más el mercado real esto no aplica por lo expuesto anteriormente. Entonces surge el ahorro forzado, que es mucho más evidente en fenómenos teóricos de pocos productos, ya que en escenarios de muchos productos la repartición de este ahorro en el consumo de otros bienes lleva el mismo a cero.

La gráfica 2⁸, nos permite comprender con mayor profundidad el caso anterior. En este caso, el consumidor consume leche y café. Siendo la leche un bien más necesario para él, estaría dispuesto a sacrificar su consumo de café (C_S) por leche (C_N). Si el precio de la leche es de \$100 por litro y el consumo de 10 litros, y el precio del café es de 200 por libra y se consumen 5 libras, entonces el consumidor contará con una capacidad de compra de \$2.000. Al igual que en la primera situación básica, el consumidor no podrá ante un cambio de precios. Sin embargo, puede comprar la totalidad de su bien con el mismo presupuesto, pues en este caso puede sacrificar el consumo del bien suntuuario (café), reduciendo su nivel de preferencias o bienestar pero asegurando el consumo de leche a sus niveles requerido.

Al introducir un cambio en los precios a la leche del 2%, ocurre que el precio de la leche aumenta a \$102, y genera un gasto de \$1020, lo que causa una caída del consumo de café a 4 libras (por no ser divisible), dejando un ahorro forzado de \$180, que para este caso teórico sólo le permitiría mejorar su consumo en el segundo mes pero no en el tercero⁹.

Gracias a este ejercicio, es claro que el cambio en el precio de un producto afecta la capacidad real de compra y la composición del consumo.

⁸ En la gráfica 2 C se refiere a consumo, N a necesario, S a suntuuario, Y a capacidad de compra, y P a la función de preferencias o bienestar.

⁹ Este es el caso de un fenómeno de satisfacción ilusoria, ya que el consumidor cree que ese ahorro le permite volver a su nivel de preferencias, pero en el tercer mes se da cuenta que no es cierto.

EL ESCENARIO COMPLETO

Cuando el escenario se refiere a la totalidad de la canasta de bienes de consumo del colombiano –que se puede resumir en 176 grupos de productos–, ocurren tres efectos particulares.

El primero, se refiere a que el ahorro forzado tiende a cero, por la gran cantidad de ítems de consumo dónde este dinero puede ser usado.

El segundo, tiene que ver con el efecto inflacionario en las elasticidades mismas de los precios, dado que el efecto precio por si mismo no es cierto pues en realidad se refiere a un impuesto. Lo que lleva a que el promedio de elasticidad observado se modifique irrealmente.

Finalmente el tercero, es la presencia de una elasticidad poco estudiada: la elasticidad mixta en un escenario sin *ceteris paribus*. Esta elasticidad, combina las elasticidades cruzada e ingreso, ya que en el escenario ideal de la microeconomía ante un cambio de precios no cambian otras variables (*ceteris paribus*) no es real, aún menos cuando ésta considera que los productos son divisibles¹⁰.

En este escenario, lo primero que se determinó fue que productos no tienen aún el IVA de los 176.

Se establecieron 95 grupos de productos dentro de la codificación DANE: *arroz, harina de maíz y otras harinas, pastas secas, cereales preparados, cereales para sopa, pan, otros productos de panadería, papa, yuca, otros tubérculos, plátano, cebolla, tomate, zanahoria, otras hortalizas y legumbres frescas, fríjol, ar-*

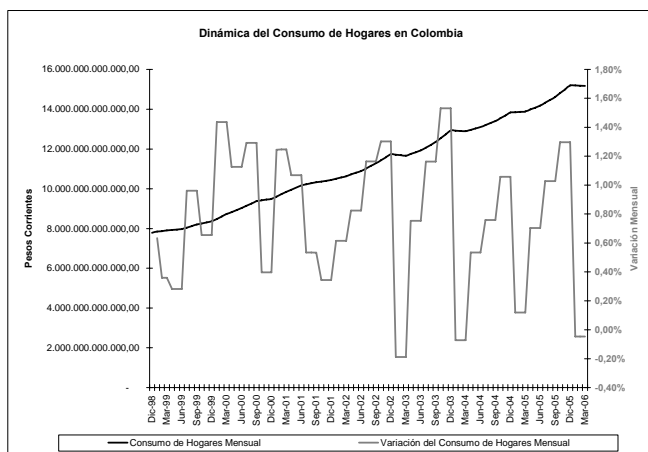
veja, otras hortalizas y legumbres secas, otras hortalizas y legumbres enlatadas, naranjas, bananos, tomate de árbol, moras, otras frutas frescas, frutas en conserva, res, cerdo, pollo, carnes frías y embutidos, pescado de mar, río y enlatado, otras de mar, huevos, leche, queso, otros derivados lácteos, aceites, grasas, panela, azúcar, café, chocolate, sal, otros condimentos, sopas y cremas, salsa y mayonesa, otros abarroses, jugos, gaseosas y maltas, otras bebidas no alcohólicas, almuerzo, hamburguesa, comidas rápidas calientes, gastos de cafetería, comidas rápidas frías, arrendamiento efectivo, arrendamiento imputado, servicio doméstico, gas, energía eléctrica, acueducto, alcantarillado y aseo, jabones, detergentes y blanqueadores, limpiadores y desinfectantes, insecticidas, ceras, papeles de cocina, otros utensilios de aseo, consulta médica general, medicina especializada, exámenes de laboratorio, imágenes diagnósticas, servicios hospitalización y ambulancias, medicinas, otras medicinas y gastos relacionados, matrículas básica y secundaria, pensiones, matrículas, otros costos educativos, textos, cuadernos, otros artículos escolares, otros gastos escolares, libros, revistas, periódicos, otros artículos relacionados con cultura, juegos de azar, revelado de fotografía, discos, bus, buseta, taxi, otros medios transporte urbano, bus intermunicipal y otros transporte intermunicipal.

Siendo estos el 71,02% del total del consumo actual.

¹⁰ Herrera, Camilo, "Antimicroeconomía", RADDAR, 2006.

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

Gráfica 3 – Cambio en la dinámica del consumo de hogares



Fuente: RADDAR CONSUMO – Modelación del autor.¹¹

PRIMER ESCENARIO – IVA GENERAL

Inicialmente medimos el impacto del aumento efectivo de precios bajo el supuesto del 2% planteado por el gobierno nacional. Este escenario causa un efecto de contracción del consumo promedio¹² de -1,4206%, siendo el promedio medio del último año de cambio corriente del consumo de -0.1289% (como se puede apreciar en la gráfica 3), situación que modifica el ciclo observado de consumo.

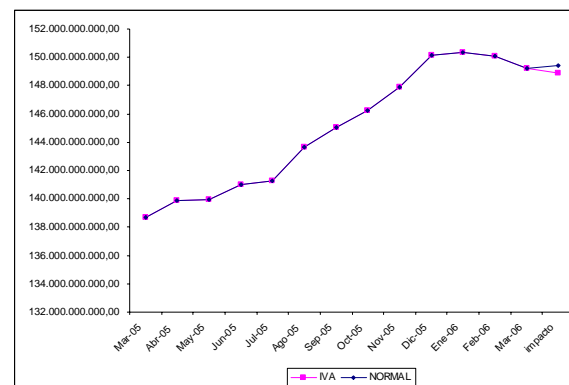
Esta contracción causaría en un año un recaudo efectivo estimado de **\$2.603.297.634.790,85** pesos por este tributo¹³, situación que sería asumida en su mayoría por la clase media y en una manera importante por los niveles de ingreso bajo que nunca han pagado IVA (ver tabla 1).

¹¹ La fuente de las gráficas y las tablas siempre es la encuesta continua de RADDAR y el Observatorio RADDAR RSI, con cálculos del autor.

¹² Se refiere a un efecto promedio porque según el mes en el que se aplique, las condiciones podrían hacer variar el estimado sobre un margen del $\pm 2\%$. Se toma como mes de estudio marzo de 2006, y se estima un mes de impacto de inflación no existente.

¹³ El dato se estimó restando el dato de consumo proyectado para el mes planteado con el impacto del IVA a el mismo escenario sin IVA y se multiplicó por 12 meses.

Gráfica 4– Cambio en la dinámica del consumo de hogares ante la aplicación del IVA general



Esta situación presenta un serio problema social, ya que las personas de niveles de consumo bajo que nunca han pagado el tributo tendrán una contracción real de su consumo como si fuera un shock de ingreso.

Tabla 1 – Impacto de la implantación del IVA

NIVEL DE CONSUMO	IMPACTO DEL IVA UNIVERSAL	PART
BAJOS	647.341.030.378,06	24,87%
MEDIOS	1.352.860.319.953,98	51,97%
ALTOS	603.096.284.458,81	23,17%
TOTAL	2.603.297.634.790,85	

general por niveles de consumo

Tabla 2 – Impacto de la implantación del IVA

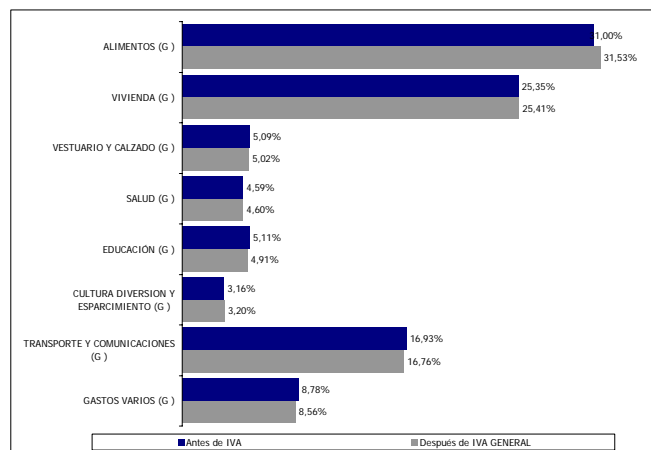
NIVEL DE CONSUMO	CRECIMIENTO DEL CONSUMO PER CAPITA SIN IVA GENERAL	CRECIMIENTO DEL CONSUMO PER CAPITA SIN CON GENERAL
BAJOS	0,758%	-0,665%
MEDIOS	0,494%	-0,867%
ALTOS	0,329%	-1,282%
TOTAL	0,524%	-0,903%

general por niveles de consumo per cápita

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

La tabla 2 nos pone esta situación en mayor detalle: si no se aplicará la medida, el consumo per cápita promedio aumentaría un 0,5%, más con la medida el consumo per cápita caería un -0,9%, lo que significa la pérdida de 0,06% de capacidad de compra. Siendo esta situación mucho más crítica en los niveles de consumo bajos, donde se vería el mayor impacto ya que el consumo per cápita decrecería un -0,665% en adición a perder un crecimiento del 0,758%. Este cambio causa una recomposición media del consumo donde la naturaleza necesaria de los alimentos desplaza el consumo de otros bienes en el pocket share y curiosamente los desplazamientos dados en otros ítems causan que el consumo en entretenimiento aumente.

Gráfico 5 – Dinámica del Pocket Share ante la implantación del IVA General



Esto se explica por la presencia previa de IVA en estos grupos de consumo. Sin embargo, se puede apreciar que algunos mercados serían fuertemente impactados (Ver Anexo 2 para el listado completo).

Gráfico 6 – Cambios del Pocket Share ante la implantación del IVA General

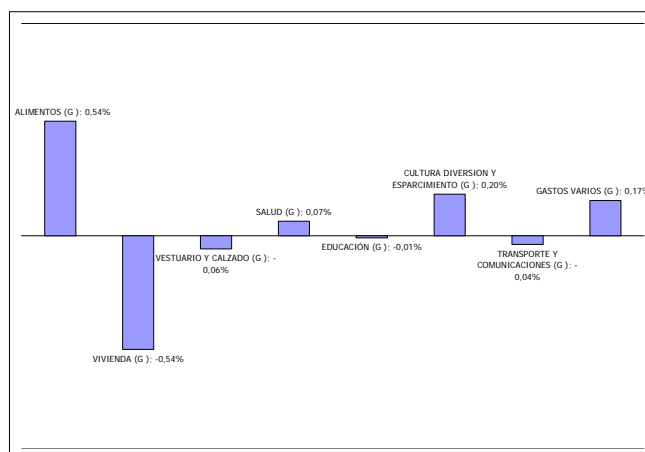


Tabla 3 – Las cinco categorías que más se favorecen y las que mas se afectan

ITEM	VAR
PAPA (P)	15,05%
TUBÉRCULOS (SC)	13,17%
TUBÉRCULOS Y PLÁTANOS (C)	12,11%
TOMATE DE ARBOL (P)	8,64%
PLÁTANO (SC)	8,35%
ARVEJA (P)	-3,97%
HORTALIZAS Y LEGUMBRES (C)	-6,56%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES FRESCAS (P)	-9,07%
HORTALIZAS Y LECHUGAS FRESCAS (SC)	-9,15%
TOMATE (P)	-15,32%

Esto nos hace pensar que si bien existe un recaudo por el nuevo tributo, también se debe dar un menor recaudo en los productos que ya tenían el impuesto pero redujeron sus ventas.

Ante esto, se estimó la Tasa Implícita General del IVA – TIGIVA¹⁴, que fue de **3,25%** para 2005 y se descontó del nuevo recaudo, causando un verdadero recaudo adicional de

¹⁴ Esta tasa se estima de una manera práctica y tiene dificultades porque sobrestima el IVA Intermedio no descontado.
TIGIVA = Recaudo de IVA Interno/Consumo de Hogares

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

\$2.602.451.149.974,96, lo que significaría un aumento del recaudo de **22,8%** en términos las cuentas del año pasado.

SEGUNDO ESCENARIO – IVA A NIVELES DE INGRESO MEDIOS Y ALTOS – LA PROPUUESTA DEL GOBIERNO

Sobre este análisis surge una idea común: no afectar los niveles de consumo bajo. El gobierno ha propuesto subsidiar por medio directo a las clases bajas¹⁵ como se logrado con éxito en el programa familias en acción.

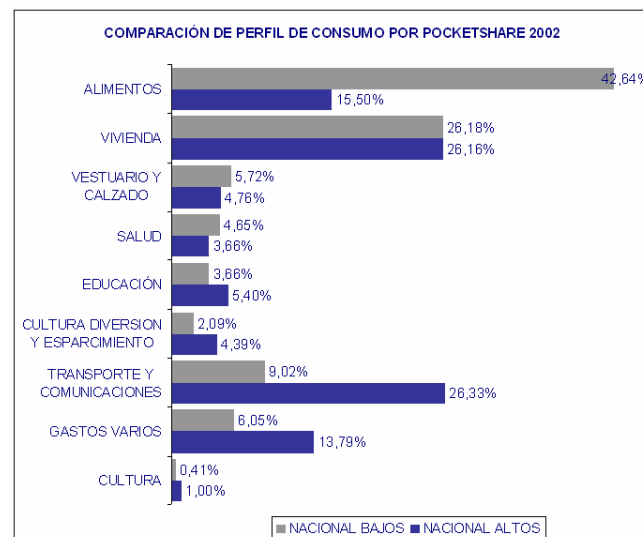
En este caso solamente se tributaría efectivamente a las personas que tienen un nivel de consumo medio y alto, evitando que las clases menos favorecidas sean impactadas ante su estructura de consumo de bienes necesarios como se puede apreciar en el gráfico 7, donde queda claro que el 47% del consumo de una persona de ingresos bajos es alimentos frente a un 15,5%.

Tabla 4 – Cambio del pocket share ante IVA sin ingresos bajos

POCKET SHARE DE INGRESOS BAJOS	SIN IVA	CON IVA	CAMBIO
ALIMENTOS (G)	42,40%	42,50%	0,2435%
VIVIENDA (G)	26,12%	26,34%	0,8492%
VESTUARIO Y CALZADO (G)	4,95%	4,85%	-2,0927%
SALUD (G)	4,89%	4,84%	-0,8663%
EDUCACIÓN (G)	3,62%	3,45%	-4,7059%
CULTURA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (G)	1,95%	1,96%	0,4823%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES (G)	10,34%	10,34%	0,0576%
GASTOS VARIOS (G)	5,75%	5,72%	-0,4226%

Evidenciando que si el impuesto se aplica a los ingresos bajos, el consumo de vestuario, salud, educación y gastos suntuarios se vería afectado ante la necesidad de mantener el gasto en alimentos (ver tabla 4).

Gráfico 7 – Diferencia del Pocket Share por niveles de consumo en Colombia



Sobre esta evidencia, la posición del gobierno de evitar que este núcleo poblacional sea impactado por el tributo es completamente apegada a la constitución y a su programa de gobierno. Entonces, se midió el impacto en el recaudo del IVA del 2% según la información de la encuesta continúa de consumo de RADDAR, con el fin de establecer el mayor recaudo y el impacto en los sectores de consumo.

Se obtuvo que el recaudo estimado en un año es de \$2.291.679.837.445,52, un 13,6% menos que el escenario general. Escenario que se impacta con la TIGIVA y queda aparentemente en **\$2.290.934.677.860,54**, generando una diferencia real con el primer escenario del 11,97%.

Este recaudo causa una reducción del consumo del -1,25%, con la ventaja que no afecta tanto a los sectores productivos:

¹⁵ Esto se propone ante el impacto en el ingreso de los hogares menos favorecidos, más existen otras opciones de subsidio vía oferta como ya se ha planteado, ver anexo 3.

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

Tabla 5 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo sin ingresos bajos.

NIVEL DE CONSUMO	IMPACTO DEL IVA SIN INGRESOS BAJOS	PART
BAJOS	1.067.687.569.828,71	46,59%
MEDIOS	827.513.199.121,01	36,11%
ALTOS	396.479.068.495,83	17,30%
TOTAL	2.291.679.837.445,55	100,00%

Curiosamente en la tabla 5 se nota que en este escenario el gran perdedor es la clase baja, pese a no ser impactada directamente por el tributo. Esto se debe a que la demanda agregada de ingresos bajos se ve afectada ante el crecimiento de la demanda de otros niveles, por el mayor pago que hacen estos sectores por los productos. Mayor pago que es financiado por ahorro o por crédito, ya que en ambos casos los niveles de ingreso medio y alto tienen dicha capacidad, y que es transmitido por un menor precio de los productos en ingresos bajos, que finalmente es una estrategia de los productores para mantener volumen de venta.

Tabla 6 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo per cápita sin ingresos bajos.

NIVEL DE CONSUMO	IMPACTO DEL IVA GENERAL SIN INGRESOS BAJOS PERCAPITA
BAJOS	40.026,72
MEDIOS	45.819,14
ALTOS	242.773,85
TOTAL	49.423,82

Algunos productos que son impactados por el IVA general son comprados en ciertas localidades de los núcleos urbanos por personas de ingresos bajos y simplemente el mercado no puede diferenciar. En adición a esto algunos productos que son afectados son vendidos al mismo monto en diferentes niveles de ingreso, ya que se asume como un efecto inflacionario, causando esto una contracción del

2,39% en el consumo de ingresos bajos. Estas situaciones demuestran que la medida de tributo universal, al ser aplicada por grupos de ingreso, termina causando un ruido tal que causa un efecto no deseado en la protección a ser protegida¹⁶.

Gráfico 8 – Dinámica del Pocket Share ante la implantación del IVA General

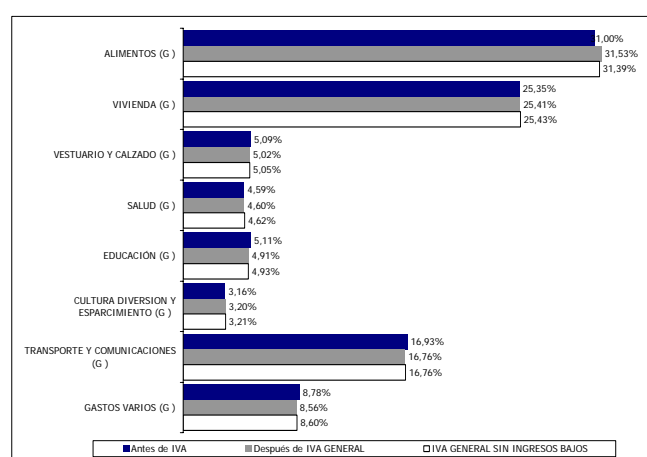
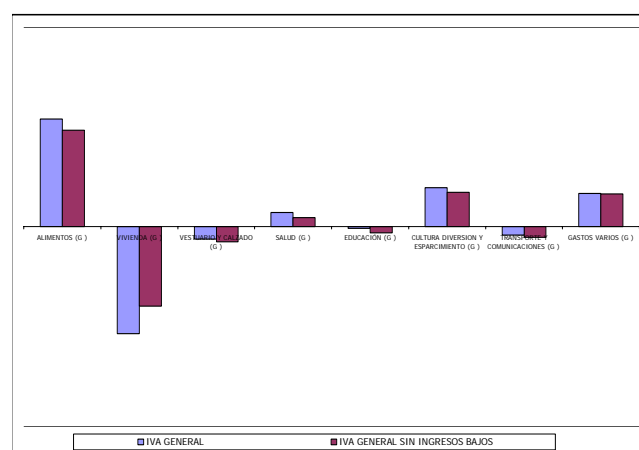


Gráfico 9 – Cambios del Pocket Share ante la el IVA General y sin ingresos bajos



¹⁶ Ese es uno de los típicos casos de pérdida de bienestar por las imperfecciones de mercado. se busca proteger una población y termina siendo esta la más vulnerable, gracias a las imperfecciones del mercado. ver, Nicholson, libd, pag. 320.

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

Las gráficas 8 y 9 demuestran que el impacto del IVA sin ingresos bajos es menor que el IVA general, más afecta mucho más los sectores de vestuario y educación, y corrige el efecto del mayor gasto en entretenimiento.

Tabla 7 – Las cinco categorías que más se favorecen y las que mas se afectan en el segundo escenario

ITEM	VAR
FRUTAS EN CONSERVA (SC)	0,4214%
FRUTAS EN CONSERVA (P)	0,4214%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	0,4167%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON CULTURA (P)	0,4167%
SERVICIO DOMÉSTICO (P)	0,3875%
MUEBLES DE ALCoba (P)	-1,4507%
EDUCACIÓN (G)	-1,4507%
ARTÍCULOS DE JOYERÍA, OTROS PERSONALES (C)	-1,4507%
MUEBLES DEL HOGAR (C)	-1,4507%
SERVICIO DE PARQUEADERO (P)	-1,4507%

En este escenario – y como era predecible – la estructura de los más afectados no está sesgada a productos necesarios (como en el escenario anterior) y muestra el impacto del impuesto a nivel de sustitución de compras (listado completo en anexo 4).

En este escenario, la pérdida de recaudo inicial es de \$745.159.584,98 (20,07% más que el recaudo de IVA de 2005), siendo claramente inferior que en el anterior y causando cada vez menos impacto de traslape.

TERCER ESCENARIO – IVA A PRODUCTOS FACTURADOS

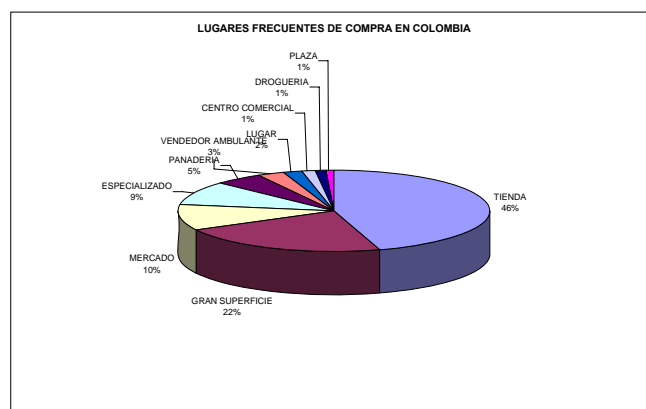
La idea del IVA general es teóricamente válida, bajo el supuesto que fuera ejecutable; lo cual no es cierto porque para lograr el recaudo de dicho tributo sería necesario que todos los canales comerciales formales del país factura-

ran de manera periódica para poder hacer la captura del IVA, pero la estructura comercial del país no permite esto.

Tabla 8 – Participación de los Ítems comprados por segmento de facturación de grupo

GRUPO DANE	FACTURACIÓN	NO FACTURACIÓN
ALIMENTOS	69,98%	30,02%
VIVIENDA	31,32%	68,68%
VESTUARIO	19,52%	80,48%
SALUD	43,51%	56,49%
EDUCACION	19,96%	80,04%
ENTRETENIMIENTO	28,08%	71,92%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	9,92%	90,08%
GASTOS VARIOS	46,11%	53,89%
TOTAL	57,92%	42,08%

Gráfico 10 – Lugar de compra del Colombiano



Una estructura de consumo sin facturación de 42% en la cantidad de ítems, causa serias dificultades en la aplicación de este tributo, siendo aún más difícil en los grupos de transporte y educación. Anteriormente la DIAN propuso la creación de la boleta fiscal como primer paso en este proceso, más la complejidad del mismo y el clima político causaron su desaparición.

El colombiano hoy, mayoritariamente compra en la tienda del barrio (1 de cada 4 – ver gráfi-

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

co 10) y a un nivel de detal que sólo lo explica la comprabilidad¹⁷ de cada uno de los bienes.

En este mismo sentido la siguiente tabla muestra que hay una gran concentración de compra de ítems sin facturación en alimentos y gastos varios, por esta misma condición de necesidad de compra y su distribución en tienda de barrio, por ejemplo la periodicidad de compra de ítems de desayuno (leche, pan y huevos)

Tabla 9 – Participación de los Ítems comprados por segmento de facturación total

GRUPO DANE	FACTURACIÓN	NO FACTURACIÓN
ALIMENTOS	80,58%	51,54%
VIVIENDA	1,88%	6,15%
VESTUARIO	0,98%	6,03%
SALUD	1,59%	3,08%
EDUCACION	0,21%	1,28%
ENTRETENIMIENTO	0,98%	3,76%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	0,35%	4,78%
GASTOS VARIOS	13,42%	23,39%
TOTAL	100,00%	100,00%

Por lo tanto al implantar el tributo sólo a los establecimientos que efectivamente tributan hoy, la medida tendrá efectos inmediatos y reales y permitiría un recaudo efectivo, con la posibilidad de permitir la ampliación de la norma con la legalización¹⁸ de más establecimientos.

En este caso el recaudo sería de \$1.057.859.377.295,98 sin traslape y **\$1.057.515.405.139,97** con traslape, que si bien es tan sólo el 40,63% del recaudo estimado del escenario general, también es un aumento del 9,27% en el recaudo anual del IVA, lo cual no es nada despreciable.

¹⁷ Comprabilidad es un concepto que se refiere a la capacidad real de pago de un bien. Por ejemplo existen casos documentados que en las zonas de ingresos bajos de las principales ciudades, el fiado de la tienda esta siendo remplazado por la venta de unidades al detal de productos, al punto de vender cucharadas de aceite de cocina.

¹⁸ Esta legalización se refiere a que el establecimiento facture de manera continua y se convierta en retenedor de IVA.

Tabla 10 – Impacto de la implantación del IVA facturable

NIVEL DE CONSUMO	IMPACTO DEL IVA SIN INGRESOS BAJOS	PART
BAJOS	544.845.457.292,77	51,50%
MEDIOS	390.341.267.928,89	36,90%
ALTOS	122.672.652.074,26	11,60%
TOTAL	1.057.859.377.295,93	100,00%

Es claro que la medida seguirá afectando a todos los niveles de ingreso pero en menor medida. Como se puede apreciar en la tabla 9, en volumen, el mayor impacto lo lleva el nivel de ingresos bajos, pero en la tabla 11 se aprecia que es el nivel de ingresos alto el que más resulta afectado.

Tabla 11 – Impacto de la implantación del IVA general por niveles de consumo per cápita sin ingresos bajos.

NIVEL DE CONSUMO	IMPACTO DEL IVA GENERAL SIN INGRESOS BAJOS PERCAPITA
BAJOS	40.026,72
MEDIOS	45.819,14
ALTOS	242.773,85
TOTAL	49.423,82

Esta medida afectará en menor medida la reponderación del pocket share del colombiano medio, y afectará mayormente al sector de entretenimiento y dará un mayor espectro de consumo a algunos gastos suntuarios.

En el gráfico 12 se puede apreciar que esta medida favorece mucho más al sector de los alimentos que al de mantenimiento de vivienda, y afecta más que nunca el tema educativo, sobre todo en los renglones de textos y útiles escolares.

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

Gráfico 11 – Dinámica del Pocket Share ante la implantación del IVA General

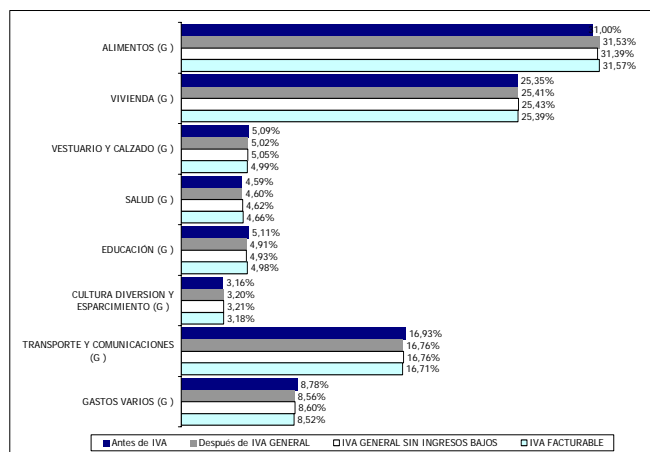
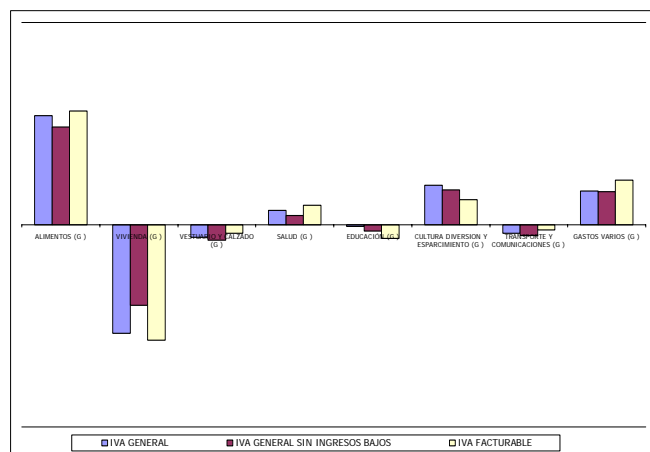


Gráfico 12 – Cambios del Pocket Share ante la el IVA General, sin ingresos bajos y facturable



Si bien la implantación del tributo en los puntos de venta que ya facturan causa una contracción del consumo total del 0,58%, la estructura de consumo final demuestra que la implantación de tributos al sector cultural no afecta de manera importante sus ventas, ya que los consumidores frecuentes de estos bienes no se afectan de manera importante por un sobre precio del 2%. Tal es el caso de los

libros que logra absorber por lo menos la mitad del impacto del precio y sólo pierde cerca de 1% de sus ventas, mientras que sectores como los artículos para el cuidado del cabello presentan una alta sensibilidad al precio, lo que demuestra que la naturaleza necesaria del bien es una condición de cada consumidor.

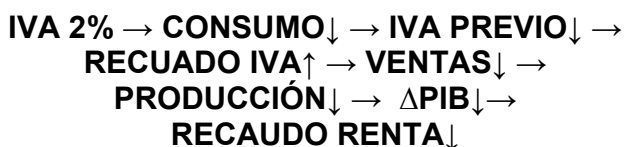
Tabla 12 – Las cinco categorías que más se favorecen y las que mas se afectan en el tercer escenario

ITEM	VAR
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	1,059%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON CULTURA (P)	1,059%
REVISTAS (P)	1,035%
LIBROS (P)	1,002%
SERVICIO DOMÉSTICO (P)	0,978%
ARTÍCULOS DEPORTIVOS (P)	-0,300%
JUEGO DE SÁBANAS Y FUNDAS (P)	-0,300%
SERVICIO DE PARQUEADERO (P)	-0,300%
PAÑALES Y OTROS (P)	-0,300%
ARTICULOS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO (P)	-0,300%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ANÁLISIS COMPARADO Y EL IMPACTO DE LOS ESCENARIOS PLANTEADOS

Estos tres escenarios tienen claras implicaciones en la demanda agregada, el consumo de hogares, el consumo per cápita y el futuro del consumo en el país, ya que se presentan como choques de ingreso forzados que limitan el mercado y causan un impacto en la producción misma. Causando un diagrama de causalidad así:



Donde se puede apreciar que un aumento del IVA causa finalmente una desaceleración de la economía.

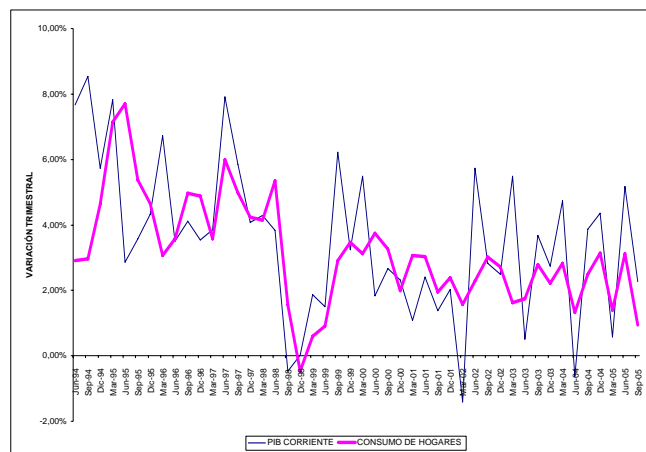
Se podría decir que una caída en el consumo de los hogares en un punto porcentual, puede ocasionar una caída de

Desafortunadamente, las herramientas de RADDAR no son las más sofisticadas para medir el cambio en el PIB o la contracción del recaudo de renta, pero si para entender los impactos en el consumo.

Es evidente en la información del DANE expuesta en el gráfico 13, que existe una clara correlación entre la dinámica del PIB y del Consumo de los Hogares en Colombia¹⁹. Esto nos lleva a pensar que ante una caída del consumo sin lugar a dudar la economía se contraerá, tal vez no en la misma proporción, ya que dicha contracción será adicionada par-

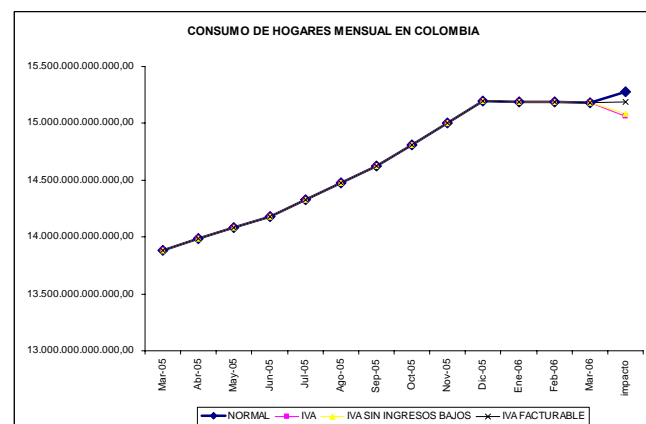
cialmente a la demanda interna por medio del gasto público.

Gráfico 13 – Variación trimestral del PIB y del Consumo de Hogares



Lo que significa que el consumo será contraído, siendo fundamental comprender los impactos que esto tendría. En los tres escenarios propuestos el impacto es distinto, como se puede apreciar en los gráficos 14 y 15. En el caso de la aplicación de la medida – para este caso en particular – el mercado crecería y con cualquiera de los escenarios caerá.

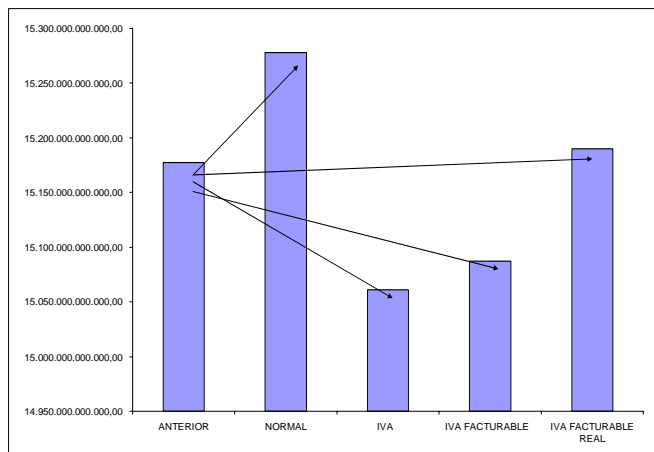
Gráfico 14 – Impacto de la medida del IVA en el consumo de hogares mensual



¹⁹ La correlación entre las variaciones trimestrales del PIB y del Consumo de Hogares es de 0,5254, con una significancia inferior al 0,1%.

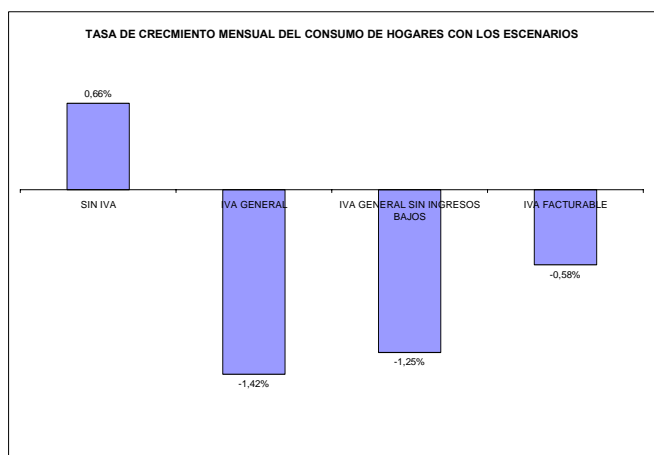
EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

Gráfico 15 – Impacto de la medida del IVA en el consumo de hogares mensual -2



El peor escenario como es predecible es el caso de la aplicación universal donde el mercado cae un -1,42% y mejor es el de la aplicación en los puntos de venta con facturación, donde tan sólo cae un -0,58, como se aprecia en el gráfico 16.

Gráfico 16 – Impacto de la medida del IVA en el consumo de hogares mensual -2



Estos impactos contraerán el PIB en el corto plazo, como si fuesen un shock de ingreso que será para los consumidores un impacto real en su capacidad de compra.

Gráfico 17 – Impacto de la medida del IVA en el consumo per capita

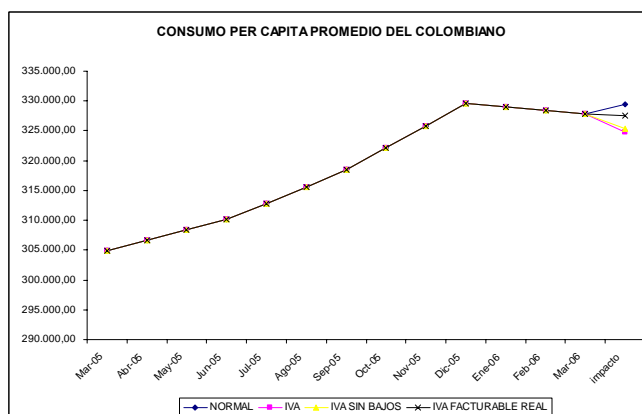
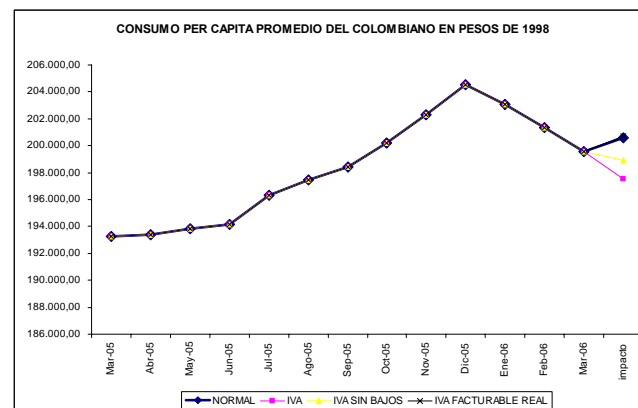


Gráfico 18 – Impacto de la medida del IVA en el consumo per capita real



Es importante anotar que en este momento el consumo per capita viene en una caída real de la capacidad de compra por condiciones del mercado, y como se puede apreciar en las gráficas 17 y 18, estas medidas pueden ahondar esta contracción y desacelerar el crecimiento de la economía, que hasta finales de 2005 estaba logrando recuperar el consumo interno.

Como se aprecia en el gráfico 19, la aplicación de la medida será sentida por el consumidor de manera importante, en adición a que hace menos de cinco años recibió un choque simi-

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

lar por vía de los ingresos, lo cual genera que el impacto sea mayor.

Gráfico 19 – Impacto de la medida del IVA en el consumo per capita.

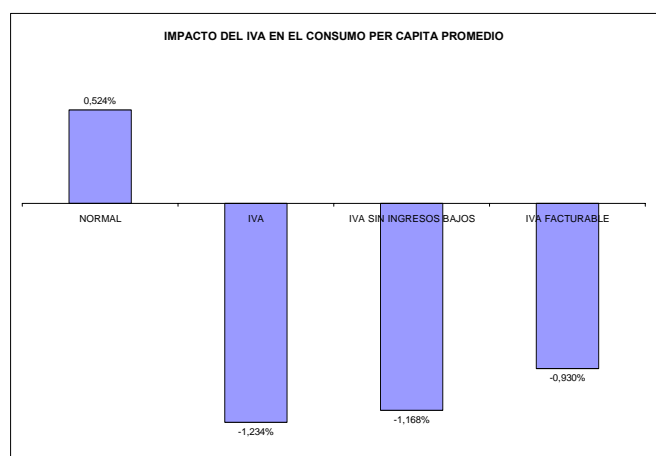
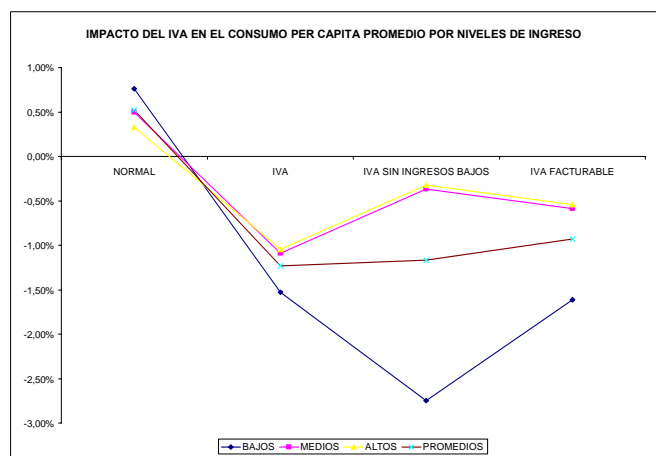


Gráfico 20 – Impacto de la medida del IVA en el consumo per capita por niveles de consumo



Lo que nos deja ver que en cualquiera de las medidas, las clases de capacidad de compra bajas son las más afectadas por la pérdida de bienestar del mercado., pese a que sólo el primer escenario los afecta directamente. Esto nos permite apreciar que si bien el objetivo de la medida no es afectar las clases de menor capacidad de compra, estas se verán impactadas por los fenómenos secundarios de la

contracción del PIB, como la caída del ingreso real, la disminución del empleo²⁰ y la pérdida de bienestar general.

Tabla 13 – Impacto de las medidas por niveles de ingreso per capita.

	NORMAL	IVA	IVA SIN INGRESOS BAJOS	IVA FACTURABLE
BAJOS	\$ 143.183	\$ 141.160	\$ 139.847	\$ 141.481
MEDIOS	\$ 461.096	\$ 454.854	\$ 457.278	\$ 459.295
ALTOS	\$ 1.917.399	\$ 1.886.625	\$ 1.897.168	\$ 1.911.139
PROMEDIOS	\$ 329.500	\$ 324.822	\$ 325.382	\$ 327.599
BAJOS	0,76%	-1,53%	-2,75%	-1,62%
MEDIOS	0,49%	-1,09%	-0,37%	-0,59%
ALTOS	0,33%	-1,05%	-0,32%	-0,54%
PROMEDIOS	0,52%	-1,23%	-1,17%	-0,93%

PÉRDIDA DE CAPACIDAD				
BAJOS	\$ 2.022,36	\$ 3.335,56	\$ 1.702,15	
MEDIOS	\$ 6.242,29	\$ 3.818,26	\$ 1.801,09	
ALTOS	\$ 30.774,22	\$ 20.231,15	\$ 6.259,62	
PROMEDIOS	\$ 4.678,70	\$ 4.118,65	\$ 1.901,21	

La tabla 13 aclara este panorama: en peor escenario, el colombiano promedio pierde \$4.678 pesos y en el mejor \$1.901 mensuales.

Tabla 13 – Recuados efectivos de la medida y su respectivo traslape con IVA previo

IVA	2.603.297.634.791
IVA SIN INGRESOS BAJOS	2.291.679.837.446
IVA FACTURABLE	1.057.859.377.296

RECAUDO SIN TRASLAPE	
IVA	2.602.451.149.975
IVA SIN INGRESOS BAJOS	2.290.934.677.861
IVA FACTURABLE	1.057.515.405.140

TRASLAPE	
IVA	846.484.816
IVA SIN INGRESOS BAJOS	745.159.585
IVA FACTURABLE	343.972.156

²⁰ Se afirma que el empleo se disminuye ante la contracción de la demanda y la seguida contracción de oferta,

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

Estos recaudos y las posiciones de contracción de los consumidores medios nos dejan una serie de reflexiones:

1. Es necesario aplicar el IVA universal en Colombia, pero estamos muy lejos de lograrlo, no sólo por el ambiente político y la capacidad de facturación, sino porque el mercado esta en una fase de recuperación.
2. La posición más justa del modelo es el segundo escenario, donde no se le impone el tributo a los niveles de consumo bajo. Ya que el recaudo es eficiente y el impacto es más fuerte en los niveles de consumo alto.
3. La estructura de compra del colombiano nos hace pensar en nueva medidas de tributación sobre el concepto de comprabilidad y las elasticidades precio, ya que la medida aplicará negativamente a sectores que no son cobijados directamente.
4. Si el problema es de caja en el estado, ciertamente la aplicación inmediata de la medida le causaría un recaudo de cerca de un billón de pesos anual, lo que corregiría el déficit fiscal del SPNF en cerca de 0,4 puntos porcentuales del PIB, siendo esto similar al superávit causado por las empresas públicas a nivel local. Lo que significa un aumento en las arcas del estado y con la favorabilidad de ser periódico durante el año, aumentando el recaudo del IVA en cerca de 8%.
5. Si se logra la aplicación completa, estamos hablando de una corrección de déficit del SPNF en cerca de 1 punto

porcentual del PIB y aumentaría el recaudo del IVA interno en un 18%.

Estas reflexiones nos hacen pensar que si bien la aplicación del IVA universal es deseable, parece que sus beneficios son muy pocos frente a las pérdidas que causa.

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

CONPES, Cierre Fiscal de 2005

DANE, diversos datos tomados de
www.dane.gov.co

Herrera, Valles, “La Dinámica del Consumo en Colombia 2005”, RADDAR – Universidad de Málaga

Herrera, Camilo, “Antimicroeconomía – Una Nueva Visión de Equilibrio General”, por venir, RADDAR.

Nicholson, “Teoría Microeconómica”, Mc Graw Hill.

Diferentes notas de prensa sobre el tema.

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ANEXO 1 - ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LA VARIACIÓN DE INFLACIÓN PERCIBIDA ANTE LA APLICACIÓN DEL IVA DEL 2%

	MES	IVA GENERAL	Variación
Media	0,57%	1,07%	86,94%
Error típico	0,02%	0,01%	-34,01%
Mediana	0,21%	2,00%	854,13%
Moda	0,00%	0,00%	
Desviación estándar	2,37%	1,56%	-34,01%
Varianza de la muestra	0,06%	0,02%	-56,45%
Curtosis	2557,11%	11661,88%	356,06%
Coficiente de asimetría	87,03%	-422,75%	-585,73%
Rango	63,91%	59,29%	-7,22%
Mínimo	-21,04%	-31,09%	47,76%
Máximo	42,86%	28,20%	-34,21%
Suma	10262,48%	19184,82%	86,94%
Cuenta	17.940,00	17.940,00	0,00%
Mayor (1)	42,86%	28,20%	-34,21%
Menor(1)	-21,04%	-31,09%	47,76%
Nivel de confianza(95,0%)	0,03%	0,02%	-34,01%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ANEXO 2 - LISTADO DE CATEGORIAS IMPACTADAS POR LA APLICACIÓN DEL IVA GENERAL

ITEM	VAR
PAPA (P)	15,05%
TUBÉRCULOS (SC)	13,17%
TUBÉRCULOS Y PLÁTANOS (C)	12,11%
TOMATE DE ARBOL (P)	8,64%
PLÁTANO (SC)	8,35%
PLÁTANO (P)	8,35%
OTRAS FRUTAS FRESCAS (P)	7,13%
FRUTAS FRESCAS (SC)	6,35%
FRUTAS (C)	6,30%
AZÚCAR (P)	6,28%
COMBUSTIBLES (SC)	5,45%
GAS (P)	5,45%
NARANJAS (P)	5,36%
SERVICIO DE LAVANDERÍA (P)	4,70%
PORTE DE CARTAS (P)	4,46%
OTROS SERVICIOS RELACIONADOS, CUIDADO (P)	4,40%
COMPRA Y CAMBIO DE ACEITE (P)	4,35%
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS (P)	4,28%
SERVICIOS AL VESTUARIO (SC)	3,93%
ALQUILER DE VIDEOS Y JUEGOS ELECTRÓNICOS (P)	3,93%
PANELA Y AZÚCAR (SC)	3,91%
SERVICIOS DEL VESTUARIO Y CALZADO (C)	3,74%
OLLAS (P)	3,59%
DE COCINA (SC)	3,58%
SERVICIOS DE CORREO (SC)	3,56%
SARTENES Y REFRACTARIAS (P)	3,52%
SERVICIO DE TELEFONÍA RESIDENCIAL (P)	3,45%
COMUNICACIONES (C)	3,44%
SERVICIO DE TELEFONÍA (SC)	3,44%
VAJILLA (P)	3,33%
COLCHONES Y ALMOHADAS (P)	3,30%
EDUCACIÓN SUPERIOR Y NO FORMAL (SC)	3,26%
MATRÍCULAS (P)	3,26%
SERVICIO DE ALQUILER DE ROPA (P)	3,25%
SERVICIO DE REPARACIÓN DE CALZADO (P)	3,20%
ARGOLLAS (P)	3,20%
SERVICIOS AL CALZADO (SC)	3,18%
SERVICIO Y ARTICULOS DE LIMPIEZA (P)	3,17%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS (SC)	3,16%

ITEM	VAR
UTENSILIOS DE COMEDOR (SC)	3,12%
ARTÍCULOS DE JOYERÍA (SC)	3,11%
SERVICIO DE PARQUEADERO (P)	3,10%
AGUARDIENTE (P)	3,03%
ARTICULOS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO (P)	2,94%
ARTÍCULOS DE JOYERÍA, OTROS PERSONALES (C)	2,94%
MUEBLES DE SALA (P)	2,90%
OTROS SERVICIOS (P)	2,88%
OTROS SERVICIOS FINANCIEROS (P)	2,86%
GASTOS DE ASEGURAMIENTO PRIVADOS EN SALUD (C)	2,82%
ASEGURAMIENTO PRIVADO (SC)	2,82%
GASTO DE ASEGURAMIENTO PRIVADO (P)	2,82%
SERVICIOS PARA EL CUIDADO PERSONAL (SC)	2,81%
UTENSILIOS DOMÉSTICOS (C)	2,81%
SERVICIOS DE MECÁNICA (P)	2,80%
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO (SC)	2,78%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO, CIGARRILLO (C)	2,75%
NEVERA (P)	2,72%
OTROS BIENES Y SERVICIOS (C)	2,70%
SERVICIOS FINANCIEROS (SC)	2,70%
SERVICIOS BANCARIOS (P)	2,69%
ROPA INTERIOR PARA HOMBRE (P)	2,68%
COMBUSTIBLE (P)	2,66%
GASTOS VARIOS (G)	2,63%
OTROS MUEBLES DEL HOGAR (SC)	2,61%
OTROS MUEBLES DEL HOGAR (P)	2,61%
MUEBLES DEL HOGAR (C)	2,61%
JUEGO COMPLETO (SC)	2,61%
TABACO (SC)	2,59%
CIGARRILLOS (P)	2,59%
TRANSPORTE PERSONAL (C)	2,58%
ESTUFA (P)	2,57%
CORTINAS (P)	2,54%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE ORAL (P)	2,53%
SERVICIOS DE TURISMO (P)	2,52%
BATERÍAS (P)	2,51%
ARTÍCULOS PARA EL ASEO, CUIDADO PERSONAL (C)	2,49%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE CORPORAL (P)	2,49%
RELOJES (P)	2,49%
ALCOBA (SC)	2,46%
VESTIDO PARA NIÑA (P)	2,45%
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL (SC)	2,45%
MUEBLES DE ALCOBA (P)	2,45%
MUEBLES DE COMEDOR (P)	2,43%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
ROPA DEL HOGAR (C)	2,43%
ROPA INTERIOR PARA NIÑOS (P)	2,43%
APARATOS DOMÉSTICOS (C)	2,42%
APARATOS PARA LABORES DEL HOGAR (SC)	2,42%
PESCADO FRESCO, CONGELADO, SALADO,EN (SC)	2,40%
PESCADO DE MAR, RÍO Y ENLATADO (P)	2,40%
SALA Y BAÑO (SC)	2,37%
TRANSPORTE AÉREO (SC)	2,36%
PASAJE AÉREO (P)	2,36%
OTROS UTENSILIOS DOMÉSTICOS (SC)	2,35%
OTROS UTENSILIOS DOMÉSTICOS (P)	2,35%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE Y CUIDADO FACIAL (P)	2,34%
SERVICIO DE CORTE DE CABELLO (P)	2,34%
ROPA INTERIOR PARA MUJER (P)	2,34%
SERVICIOS PARA DISTRACCIÓN, ESPARCIMIENTO (SC)	2,31%
VEHÍCULOS (P)	2,31%
COMPRA VEHÍCULOS, OTROS TRANSPORTES PERSONALES (SC)	2,31%
PESCADO Y OTRAS DE MAR (C)	2,29%
LLANTAS (P)	2,28%
OTROS VEHÍCULOS PARA TRANSPORTE (P)	2,28%
SERVICIOS DE T.V. (P)	2,28%
APARATOS ORTOPÉDICOS (SC)	2,24%
APARATOS ORTOPÉDICOS U ORTESICOS (P)	2,24%
SERVICIO DE CONFECCIÓN (P)	2,24%
VESTUARIO NIÑOS (SC)	2,23%
SERVICIOS RELACIONADOS CON DIVERSIÓN (P)	2,23%
TOALLAS Y MANTELES (P)	2,22%
OTROS APARATOS DEL HOGAR (P)	2,21%
VESTUARIO HOMBRE (SC)	2,21%
CAMISA PARA NIÑO (P)	2,20%
CAMISAS PARA HOMBRE (P)	2,20%
JUEGO DE SÁBANAS Y FUNDAS (P)	2,19%
OTROS SERVICIOS DE TELEFONÍA (P)	2,16%
BLUSA PARA MUJER (P)	2,16%
VESTUARIO Y CALZADO (G)	2,15%
MORAS (P)	2,15%
OTROS APARATOS DE SONIDO (P)	2,14%
SAL (P)	2,14%
CUBIERTOS (P)	2,09%
CAMISITAS Y VESTIDOS PARA BEBÉ (P)	2,08%
OTRAS PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRE (P)	2,08%
CALZADO PARA HOMBRE (P)	2,06%
LAVADORA (P)	2,05%
VESTUARIO (C)	2,05%

ITEM	VAR
OTROS ARTÍCULOS PERSONALES (SC)	2,04%
OTROS ARTÍCULOS PERSONALES (P)	2,04%
OTRAS DE MAR (SC)	2,03%
OTRAS DE MAR (P)	2,03%
VESTUARIO MUJER (SC)	2,02%
ARTÍCULOS DEPORTIVOS (P)	2,02%
PANTALONES PARA HOMBRE (P)	2,00%
COBIJAS Y CUBRELECHOS (P)	1,98%
APARATOS DE SONIDO (SC)	1,95%
SERVICIOS, AFICIONES, DISTRACCIÓN,ESPARCIMIENTO (C)	1,94%
EQUIPO DE SONIDO (P)	1,93%
CALZADO DE HOMBRE (SC)	1,91%
BANANOS (P)	1,86%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES (G)	1,85%
OTROS APARATOS DE VIDEO E IMAGEN (P)	1,82%
HUEVOS (SC)	1,82%
HUEVOS (P)	1,82%
PANTALONES PARA MUJER (P)	1,79%
APARATOS PARA LA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (C)	1,78%
PANTALONES PARA NIÑO (P)	1,77%
OTRAS PRENDAS DE VESTIR PARA MUJER (P)	1,77%
CALZADO (C)	1,74%
MEDICINA ESPECIALIZADA (P)	1,73%
CULTURA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (G)	1,72%
APARATOS DE VIDEO (SC)	1,71%
CALZADO DEPORTIVO (P)	1,69%
OTROS PRODUCTOS RELACIONADOS CUIDADO (P)	1,67%
TELEVISOR (P)	1,65%
CERVEZA (P)	1,64%
OTROS PRODUCTOS DE PANADERIA (P)	1,63%
CALZADO DE MUJER (SC)	1,61%
CALZADO PARA MUJER (P)	1,61%
CONSULTA (SC)	1,58%
YUCA (P)	1,56%
CONSULTA MÉDICA GENERAL (P)	1,48%
SALSA Y MAYONESA (P)	1,47%
SERVICIOS PROFESIONALES (C)	1,46%
EXÁMENES DE LABORATORIO (P)	1,41%
ARTÍCULOS PARA AFICIONES (SC)	1,41%
COMBUSTIBLES Y SERVICIOS PÚBLICOS (C)	1,32%
SERVICIO DOMÉSTICO (P)	1,31%
CALZADO DE NIÑOS (SC)	1,31%
CALZADO PARA NIÑOS (P)	1,31%
EXÁMENES (SC)	1,31%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
CONDIMENTOS (SC)	1,26%
ALIMENTOS (G)	1,25%
PAPELES DE COCINA (P)	1,24%
INSTRUCCIÓN Y ENSEÑANZA (C)	1,23%
SALUD (G)	1,20%
SERVICIO HOSPITALIZACIÓN, OTROS RELACIONADOS (SC)	1,18%
SERVICIOS HOSPITALIZACIÓN Y AMBULANCIAS (P)	1,18%
OTROS UTENSILIOS DE ASEO (SC)	1,18%
OTROS UTENSILIOS DE ASEO (P)	1,15%
VESTUARIO BEBE (SC)	1,10%
OTRAS MEDICINAS Y GASTOS RELACIONADOS (P)	1,05%
IMÁGENES DIAGNÓSTICAS (P)	1,03%
INSECTICIDAS (P)	1,02%
DETERGENTES Y BLANQUEADORES (P)	0,98%
PRODUCTOS DE PANADERIA (SC)	0,98%
EDUCACIÓN (G)	0,97%
CULTURA (G)	0,94%
ENERGÍA ELÉCTRICA (P)	0,93%
VIVIENDA (G)	0,92%
CERAS (P)	0,87%
ALIMENTOS VARIOS (C)	0,85%
BIENES Y ARTÍCULOS PARA SALUD (C)	0,83%
RES (P)	0,81%
MEDICINAS Y OTROS RELACIONADOS (SC)	0,81%
MEDICINAS (P)	0,80%
COMIDAS RÁPIDAS FRÍAS (P)	0,78%
REVISTAS (P)	0,75%
PASTAS SECOS (P)	0,74%
LIMPIADORES, INSECTICIDAS (SC)	0,73%
COMIDA EN RESTAURANTE (SC)	0,70%
ALMUERZO (P)	0,70%
CEREALES Y PRODUCTOS DE PANADERIA (C)	0,69%
TRANPORTE PÚBLICO (C)	0,68%
OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA PROPIA (SC)	0,68%
GASTO DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA (C)	0,67%
LIBROS (P)	0,67%
ARRENDAMIENTOS (SC)	0,67%
ARRENDAMIENTO EFECTIVO (P)	0,67%
OTRAS COMIDAS FUERA DEL HOGAR (SC)	0,66%
ARTÍCULOS PARA LIMPIEZA (C)	0,64%
COMIDAS FUERA DEL HOGAR (C)	0,64%
ARTÍCULOS CULTURALES (SC)	0,64%
PERIÓDICOS (P)	0,61%
ARRENDAMIENTO IMPUTADO (P)	0,60%

ITEM	VAR
ARTÍCULOS CULTURALES Y OTROS RELACIONADOS (C)	0,56%
MATRÍCULAS BASICA Y SECUNDARIA (P)	0,54%
LIMPIADORES Y DESINFECTANTES (P)	0,54%
OTROS COSTOS EDUCATIVOS (SC)	0,53%
OTROS COSTOS EDUCATIVOS (P)	0,53%
BUS (P)	0,52%
ABARROTES (SC)	0,52%
QUESO (P)	0,49%
PAN (P)	0,48%
COMIDAS RÁPIDAS CALIENTES (P)	0,47%
CEREALES PREPARADOS (P)	0,46%
EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA (SC)	0,43%
GASTOS DE CAFETERÍA (P)	0,42%
OTROS CONDIMENTOS (P)	0,41%
SERVICIOS PÚBLICOS (SC)	0,41%
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS (P)	0,40%
PENSIONES (P)	0,40%
JABONES, DETERGENTES Y BLANQUEADORES (SC)	0,40%
LÁCTEOS, GRASAS Y HUEVOS (C)	0,39%
TRANSPORTE URBANO (SC)	0,39%
CARNES (SC)	0,39%
PAÑALES Y OTROS (P)	0,37%
BUS INTERMUNICIPAL (P)	0,37%
COMIDAS RÁPIDAS (SC)	0,36%
GASEOSAS Y MALTAS (P)	0,36%
CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE (C)	0,36%
CEREALES (SC)	0,35%
TRANSPORTE INTERMUNICIPAL (SC)	0,34%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (SC)	0,33%
ARROZ (P)	0,33%
FRUTAS EN CONSERVA (SC)	0,32%
FRUTAS EN CONSERVA (P)	0,32%
SOPAS Y CREMAS (P)	0,32%
LECHE Y DERIVADOS (SC)	0,30%
HAMBURGUESA (P)	0,30%
JUGOS (P)	0,29%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES ENLATADAS (P)	0,28%
DISCOS (P)	0,27%
CEREALES PARA SOPA (P)	0,26%
REVELADO DE FOTOGRAFÍA (P)	0,26%
BUSETA (P)	0,26%
LECHE (P)	0,26%
TAXI (P)	0,25%
OTROS MEDIOS TRANSPORTE URBANO (P)	0,21%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
OTROS GASTOS RELACIONADOS (SC)	0,21%
OTROS TRANSPORTE INTERMUNICIPAL (P)	0,20%
JUEGOS DE AZAR (P)	0,20%
TEXTOS (P)	0,20%
OTROS ABARROTES (P)	0,17%
PANELA (P)	0,10%
HARINA DE MAÍZ Y OTRAS HARINAS (P)	0,09%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	0,07%
OTROS GASTOS ESCOLARES (P)	0,07%
ARTÍCULOS ESCOLARES Y OTROS RELACIONADOS (C)	0,04%
ARTÍCULOS ESCOLARES (SC)	0,03%
OTRAS BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (P)	-0,01%
ACEITES (P)	-0,02%
DERIVADOS DE LA CARNE (SC)	-0,04%
CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS (P)	-0,04%
OTROS ARTÍCULOS ESCOLARES (P)	-0,05%
ACUEDUCTO, ALCANTARILLADO Y ASEO (P)	-0,08%
JABONES (P)	-0,09%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	-0,16%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON CULTURA (P)	-0,16%
CERDO (P)	-0,23%
OTROS TUBÉRCULOS (P)	-0,34%
CHOCOLATE (P)	-0,47%
ACEITES Y GRASAS (SC)	-0,52%
CUADERNOS (P)	-0,80%
POLLO (P)	-0,80%
CAFÉ Y CHOCOLATE (SC)	-0,81%
CAFÉ (P)	-1,05%
FRÍJOL (P)	-1,33%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES SECAS (P)	-1,49%
GRASAS (P)	-1,94%
HORTALIZAS Y LECHUGAS SECAS Y ENLATADAS (SC)	-2,07%
ZANAHORIA (P)	-2,18%
CEBOLLA (P)	-3,73%
ARVEJA (P)	-3,97%
HORTALIZAS Y LEGUMBRES (C)	-6,56%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES FRESCAS (P)	-9,07%
HORTALIZAS Y LECHUGAS FRESCAS (SC)	-9,15%
TOMATE (P)	-15,32%

ANEXO 3 – COLUMNA DEL AUTOR EN EL DIARIO EL NUEVO SIGLO

Lunes 18 de Abril de 2004
El Nuevo Siglo

AL DOCTOR CARRASQUILLA

Por Camilo Herrera Mora

En este momento que usted y su equipo se debaten en las mesas del acuerdo político para establecer un consenso sobre la reforma tributaria estructural con la fuerte oposición de los sectores liberales, creo que la siguiente reflexión aportará en el tema del IVA universal.

El planteamiento de la universalidad tributaria en el IVA es completamente lógico para cualquier economista en dos sentidos: la reducción de evasión y la simplificación del sistema. Más es completamente ilógico en un tema específico: la regresividad causada en estratos bajos.

Ante esto le propongo que se plantee un IVA universal del 8% para todos y cada uno de los productos, en adición a un esquema de control de precios vía subsidio en el impuesto de renta. Me explico: se establece un acuerdo con los productores de bienes y servicios de la canasta básica y se plantea un esquema de control de precios que logre que el aumento en el precio final por el concepto del IVA sea asumido por la industria productora y se descuente en el impuesto de renta en su totalidad.

Siendo así claro que la demanda de hogares liberaría capacidad de compra en cerca de 7%, aumentado la demanda agregada y causando un crecimiento real adicional cercano a

4 puntos porcentuales. En el mismo sentido si bien en el primer año el recaudo por renta caería cerca del 3%, el recaudo por IVA aumentaría cerca del 18% dejando en para el primer año de aplicación un aumento en los ingresos tributarios de cerca de 3%.

Este esquema como es claro tiene dos problemas fundamentales: la anteriormente llamada “boleta fiscal” y la socialización de la idea que “el IVA universal no genera aumento de precios en la canasta básica”.

Finalmente este esquema que causa un crecimiento de mediano plazo de la economía cercano al 1% adicional y aumenta los ingresos tributarios en 10%, puede ser acompañado de una reducción del impuesto de renta con el fin de equilibrar la posición del “socio implícito” (El Fisco) que obtiene un beneficio sobre costos de producción del 29,5% frente a un 15,5% que percibe el empresario.

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ANEXO 4 - LISTADO DE CATEGORÍAS IMPACTADAS POR LA APLICACIÓN DEL IVA GENERAL SIN INGRESOS BAJOS

ITEM	VAR
FRUTAS EN CONSERVA (SC)	0,4214%
FRUTAS EN CONSERVA (P)	0,4214%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	0,4167%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON CULTURA (P)	0,4167%
SERVICIO DOMÉSTICO (P)	0,3875%
REVISTAS (P)	0,3832%
OTROS TRANSPORTE INTERMUNICIPAL (P)	0,3647%
LIBROS (P)	0,3384%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES ENLATADAS (P)	0,2852%
PAPELES DE COCINA (P)	0,2624%
ARTÍCULOS CULTURALES Y OTROS RELACIONADOS (C)	0,2617%
ARTÍCULOS CULTURALES (SC)	0,2463%
REVELADO DE FOTOGRAFÍA (P)	0,2146%
TAXI (P)	0,2079%
PERIÓDICOS (P)	0,1866%
OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA PROPIA (SC)	0,1803%
TRANSPORTE INTERMUNICIPAL (SC)	0,1653%
ARRENDAMIENTO IMPUTADO (P)	0,1556%
LIMPIADORES Y DESINFECTANTES (P)	0,1542%
DISCOS (P)	0,1387%
BUS INTERMUNICIPAL (P)	0,1281%
OTROS ABARROTES (P)	0,1003%
GASTO DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA (C)	0,0731%
COMIDAS RÁPIDAS FRÍAS (P)	0,0574%
OTROS GASTOS RELACIONADOS (SC)	0,0413%
LIMPIADORES, INSECTICIDAS (SC)	0,0370%
CEREALES PREPARADOS (P)	0,0355%
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS (P)	0,0335%
COMIDA EN RESTAURANTE (SC)	0,0329%
ALMUERZO (P)	0,0329%
OTRAS FRUTAS FRESCAS (P)	0,0297%
ABARROTES (SC)	0,0266%
COMIDAS FUERA DEL HOGAR (C)	0,0195%
NARANJAS (P)	0,0186%
HAMBURGUESA (P)	0,0073%

ITEM	VAR
FRUTAS (C)	0,0059%
FRUTAS FRESCAS (SC)	0,0019%
OTRAS COMIDAS FUERA DEL HOGAR (SC)	0,0042%
DERIVADOS DE LA CARNE (SC)	0,0056%
CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS (P)	0,0056%
JUEGOS DE AZAR (P)	0,0073%
QUESO (P)	0,0112%
SALSA Y MAYONESA (P)	0,0156%
COMIDAS RÁPIDAS (SC)	0,0201%
OTROS UTENSILIOS DE ASEO (SC)	0,0311%
CERAS (P)	0,0510%
POLLO (P)	0,0697%
COMIDAS RÁPIDAS CALIENTES (P)	0,0702%
CULTURA (G)	0,0779%
PESCADO FRESCO, CONGELADO, SALADO, EN (SC)	0,0794%
PESCADO DE MAR, RÍO Y ENLATADO (P)	0,0794%
ENERGÍA ELÉCTRICA (P)	0,0854%
PESCADO Y OTRAS DE MAR (C)	0,0858%
CERDO (P)	0,0874%
OTROS PRODUCTOS DE PANADERIA (P)	0,0881%
VIVIENDA (G)	0,0924%
JUGOS (P)	0,0946%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES FRESCAS (P)	0,0977%
OTROS MEDIOS TRANSPORTE URBANO (P)	0,0993%
OTRAS DE MAR (SC)	0,1014%
OTRAS DE MAR (P)	0,1014%
TRANSPORTE URBANO (SC)	0,1142%
MORAS (P)	0,1152%
INSECTICIDAS (P)	0,1163%
GASEOSAS Y MALTAS (P)	0,1226%
TOMATE DE ARBOL (P)	0,1273%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (SC)	0,1280%
OTROS UTENSILIOS DE ASEO (P)	0,1304%
DETERGENTES Y BLANQUEADORES (P)	0,1323%
GASTOS DE CAFETERÍA (P)	0,1350%
CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE (C)	0,1380%
PRODUCTOS DE PANADERIA (SC)	0,1392%
ALIMENTOS (G)	0,1431%
BANANOS (P)	0,1437%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
ARTÍCULOS PARA LIMPIEZA (C)	- 0,1463%
CARNES (SC)	- 0,1489%
SERVICIOS PÚBLICOS (SC)	- 0,1516%
LECHE Y DERIVADOS (SC)	- 0,1548%
HORTALIZAS Y LECHUGAS FRESCAS (SC)	- 0,1659%
BUSETA (P)	- 0,1665%
PAN (P)	- 0,1778%
RES (P)	- 0,1787%
ALIMENTOS VARIOS (C)	- 0,1868%
LÁCTEOS, GRASAS Y HUEVOS (C)	- 0,1875%
COMBUSTIBLES Y SERVICIOS PÚBLICOS (C)	- 0,1879%
SOPAS Y CREMAS (P)	- 0,1912%
LECHE (P)	- 0,2050%
ZANAHORIA (P)	- 0,2057%
ACUEDUCTO, ALCANTARILLADO Y ASEO (P)	- 0,2137%
HORTALIZAS Y LEGUMBRES (C)	- 0,2156%
CEREALES Y PRODUCTOS DE PANADERIA (C)	- 0,2278%
TOMATE (P)	- 0,2350%
ARVEJA (P)	- 0,2384%
HUEVOS (SC)	- 0,2385%
HUEVOS (P)	- 0,2385%
OTRAS BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (P)	- 0,2426%
CAFÉ (P)	- 0,2440%
JABONES, DETERGENTES Y BLANQUEADORES (SC)	- 0,2451%
CEBOLLA (P)	- 0,2526%
BUS (P)	- 0,2545%
ACEITES (P)	- 0,2651%
HARINA DE MAÍZ Y OTRAS HARINAS (P)	- 0,2676%
CAFÉ Y CHOCOLATE (SC)	- 0,2703%
TRANPORTE PÚBLICO (C)	- 0,2858%
AZÚCAR (P)	- 0,2889%
ARRENDAMIENTOS (SC)	- 0,2892%
ARRENDAMIENTO EFECTIVO (P)	- 0,2892%
CEREALES PARA SOPA (P)	- 0,2922%
ACEITES Y GRASAS (SC)	- 0,2937%
PLÁTANO (SC)	- 0,2952%
PLÁTANO (P)	- 0,2952%
HORTALIZAS Y LECHUGAS SECAS Y ENLATADAS (SC)	- 0,3013%
CHOCOLATE (P)	- 0,3095%
YUCA (P)	- 0,3107%
OTROS TUBÉRCULOS (P)	- 0,3139%

ITEM	VAR
TUBÉRCULOS Y PLÁTANOS (C)	- 0,3170%
TUBÉRCULOS (SC)	- 0,3230%
PAPA (P)	- 0,3248%
PASTAS SECOS (P)	- 0,3286%
CEREALES (SC)	- 0,3327%
OTROS CONDIMENTOS (P)	- 0,3357%
FRÍJOL (P)	- 0,3362%
JABONES (P)	- 0,3386%
CONDIMENTOS (SC)	- 0,3437%
COMBUSTIBLES (SC)	- 0,3515%
GAS (P)	- 0,3515%
SAL (P)	- 0,3521%
PANELA Y AZÚCAR (SC)	- 0,3616%
GRASAS (P)	- 0,3756%
ARROZ (P)	- 0,3869%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES SECAS (P)	- 0,3942%
PANELA (P)	- 0,4785%
TOTAL (T)	- 0,5948%
ARTÍCULOS PARA AFICIONES (SC)	- 0,9002%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES (G)	- 0,9272%
CULTURA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (G)	- 1,0163%
SERVICIOS, AFICIONES, DISTRACCIÓN, ESPARCIMIENTO (C)	- 1,1966%
SERVICIO DE TELEFONÍA (SC)	- 1,4507%
SERVICIO Y ARTICULOS DE LIMPIEZA (P)	- 1,4507%
OTROS APARATOS DEL HOGAR (P)	- 1,4507%
APARATOS DOMÉSTICOS (C)	- 1,4507%
APARATOS PARA LABORES DEL HOGAR (SC)	- 1,4507%
CALZADO DEPORTIVO (P)	- 1,4507%
GASTOS DE ASEGURAMIENTO PRIVADOS EN SALUD (C)	- 1,4507%
ASEGURAMIENTO PRIVADO (SC)	- 1,4507%
GASTO DE ASEGURAMIENTO PRIVADO (P)	- 1,4507%
CAMISITAS Y VESTIDOS PARA BEBÉ (P)	- 1,4507%
OTRAS MEDICINAS Y GASTOS RELACIONADOS (P)	- 1,4507%
TRANSPORTE PERSONAL (C)	- 1,4507%
COMBUSTIBLE (P)	- 1,4507%
OTROS ARTÍCULOS ESCOLARES (P)	- 1,4507%
SALA Y BAÑO (SC)	- 1,4507%
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL (SC)	- 1,4507%
TRANSPORTE AÉREO (SC)	- 1,4507%
PASAJE AÉREO (P)	- 1,4507%
SERVICIO DE REPARACIÓN DE CALZADO (P)	- 1,4507%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
CAMISA PARA NIÑO (P)	- 1,4507%
VESTUARIO MUJER (SC)	- 1,4507%
VESTUARIO Y CALZADO (G)	- 1,4507%
EDUCACIÓN SUPERIOR Y NO FORMAL (SC)	- 1,4507%
MATRÍCULAS (P)	- 1,4507%
SERVICIOS PARA EL CUIDADO PERSONAL (SC)	- 1,4507%
INSTRUCCIÓN Y ENSEÑANZA (C)	- 1,4507%
SERVICIOS BANCARIOS (P)	- 1,4507%
OTROS PRODUCTOS RELACIONADOS CUIDADO (P)	- 1,4507%
COMPRA Y CAMBIO DE ACEITE (P)	- 1,4507%
VESTUARIO HOMBRE (SC)	- 1,4507%
EXÁMENES DE LABORATORIO (P)	- 1,4507%
MEDICINAS Y OTROS RELACIONADOS (SC)	- 1,4507%
SALUD (G)	- 1,4507%
BLUSA PARA MUJER (P)	- 1,4507%
ARTÍCULOS PARA EL ASEO, CUIDADO PERSONAL (C)	- 1,4507%
ARTÍCULOS DE JOYERIA (SC)	- 1,4507%
CERVEZA (P)	- 1,4507%
APARATOS PARA LA DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO (C)	- 1,4507%
CALZADO DE MUJER (SC)	- 1,4507%
CALZADO PARA MUJER (P)	- 1,4507%
JUEGO COMPLETO (SC)	- 1,4507%
PANTALONES PARA MUJER (P)	- 1,4507%
APARATOS DE SONIDO (SC)	- 1,4507%
VEHÍCULOS (P)	- 1,4507%
LLANTAS (P)	- 1,4507%
SERVICIOS DEL VESTUARIO Y CALZADO (C)	- 1,4507%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE Y CUIDADO FACIAL (P)	- 1,4507%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS (SC)	- 1,4507%
ESTUFA (P)	- 1,4507%
PANTALONES PARA HOMBRE (P)	- 1,4507%
SERVICIOS DE TURISMO (P)	- 1,4507%
SERVICIOS AL VESTUARIO (SC)	- 1,4507%
CONSULTA MÉDICA GENERAL (P)	- 1,4507%
SERVICIO DE ALQUILER DE ROPA (P)	- 1,4507%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE CORPORAL (P)	- 1,4507%
NEVERA (P)	- 1,4507%
CUADERNOS (P)	- 1,4507%
IMÁGENES DIAGNÓSTICAS (P)	- 1,4507%
SERVICIO DE CONFECCIÓN (P)	- 1,4507%
ARTÍCULOS DEPORTIVOS (P)	- 1,4507%

ITEM	VAR
OTROS VEHÍCULOS PARA TRANSPORTE (P)	- 1,4507%
GASTOS VARIOS (G)	- 1,4507%
ROPA INTERIOR PARA NIÑOS (P)	- 1,4507%
OTROS UTENSILIOS DOMÉSTICOS (SC)	- 1,4507%
OTROS UTENSILIOS DOMÉSTICOS (P)	- 1,4507%
OTROS ARTÍCULOS PERSONALES (SC)	- 1,4507%
OTROS ARTÍCULOS PERSONALES (P)	- 1,4507%
OTROS COSTOS EDUCATIVOS (SC)	- 1,4507%
OTROS COSTOS EDUCATIVOS (P)	- 1,4507%
OTROS SERVICIOS FINANCIEROS (P)	- 1,4507%
VAJILLA (P)	- 1,4507%
MUEBLES DE SALA (P)	- 1,4507%
VESTUARIO (C)	- 1,4507%
OTROS APARATOS DE VIDEO E IMAGEN (P)	- 1,4507%
MEDICINA ESPECIALIZADA (P)	- 1,4507%
VESTUARIO NIÑOS (SC)	- 1,4507%
MEDICINAS (P)	- 1,4507%
SERVICIOS RELACIONADOS CON DIVERSIÓN (P)	- 1,4507%
TOALLAS Y MANTELES (P)	- 1,4507%
SERVICIOS DE T.V. (P)	- 1,4507%
ALQUILER DE VIDEOS Y JUEGOS ELECTRÓNICOS (P)	- 1,4507%
OTRAS PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRE (P)	- 1,4507%
EQUIPO DE SONIDO (P)	- 1,4507%
COMPRA VEHÍCULOS, OTROS TRANSPORTES PERSONALES (SC)	- 1,4507%
CALZADO DE HOMBRE (SC)	- 1,4507%
OTROS SERVICIOS RELACIONADOS, CUIDADO (P)	- 1,4507%
MUEBLES DE COMEDOR (P)	- 1,4507%
CAMISAS PARA HOMBRE (P)	- 1,4507%
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO (SC)	- 1,4507%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO, CIGARRILLO (C)	- 1,4507%
CALZADO DE NIÑOS (SC)	- 1,4507%
CALZADO PARA NIÑOS (P)	- 1,4507%
EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA (SC)	- 1,4507%
ARTÍCULOS ESCOLARES Y OTROS RELACIONADOS (C)	- 1,4507%
CONSULTA (SC)	- 1,4507%
OTROS SERVICIOS (P)	- 1,4507%
VESTUARIO BEBE (SC)	- 1,4507%
SERVICIOS DE CORREO (SC)	- 1,4507%
CUBIERTOS (P)	- 1,4507%
PORTE DE CARTAS (P)	- 1,4507%
SERVICIO HOSPITALIZACIÓN, OTROS RELACIONADOS (SC)	- 1,4507%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
SERVICIOS HOSPITALIZACIÓN Y AMBULANCIAS (P)	- 1,4507%
VESTIDO PARA NIÑA (P)	- 1,4507%
ALCOBA (SC)	- 1,4507%
ARTÍCULOS ESCOLARES (SC)	- 1,4507%
SERVICIO DE TELEFONÍA RESIDENCIAL (P)	- 1,4507%
BATERÍAS (P)	- 1,4507%
UTENSILIOS DE COMEDOR (SC)	- 1,4507%
SERVICIOS PROFESIONALES (C)	- 1,4507%
ROPA INTERIOR PARA MUJER (P)	- 1,4507%
OTRAS PRENDAS DE VESTIR PARA MUJER (P)	- 1,4507%
OTROS APARATOS DE SONIDO (P)	- 1,4507%
COLCHONES Y ALMOHADAS (P)	- 1,4507%
OTROS BIENES Y SERVICIOS (C)	- 1,4507%
SERVICIOS FINANCIEROS (SC)	- 1,4507%
OTROS MUEBLES DEL HOGAR (SC)	- 1,4507%
OTROS MUEBLES DEL HOGAR (P)	- 1,4507%
CALZADO (C)	- 1,4507%
SERVICIOS PARA DISTRACCIÓN, ESPARCIMIENTO (SC)	- 1,4507%
TELEVISOR (P)	- 1,4507%
SERVICIOS AL CALZADO (SC)	- 1,4507%
SERVICIO DE CORTE DE CABELLO (P)	- 1,4507%
SARTENES Y REFRACTARIAS (P)	- 1,4507%
SERVICIO DE LAVANDERÍA (P)	- 1,4507%
MATRÍCULAS BASICA Y SECUNDARIA (P)	- 1,4507%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	- 1,4507%
OTROS GASTOS ESCOLARES (P)	- 1,4507%
CALZADO PARA HOMBRE (P)	- 1,4507%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE ORAL (P)	- 1,4507%
EXÁMENES (SC)	- 1,4507%
TABACO (SC)	- 1,4507%
CIGARRILLOS (P)	- 1,4507%
UTENSILIOS DOMÉSTICOS (C)	- 1,4507%
CORTINAS (P)	- 1,4507%
APARATOS ORTOPÉDICOS (SC)	- 1,4507%
APARATOS ORTOPÉDICOS U ORTESICOS (P)	- 1,4507%
AGUARDIENTE (P)	- 1,4507%
PENSIONES (P)	- 1,4507%
TEXTOS (P)	- 1,4507%
ROPA INTERIOR PARA HOMBRE (P)	- 1,4507%
SERVICIOS DE MECÁNICA (P)	- 1,4507%
ROPA DEL HOGAR (C)	- 1,4507%

ITEM	VAR
PAÑALES Y OTROS (P)	- 1,4507%
OTROS SERVICIOS DE TELEFONÍA (P)	- 1,4507%
PANTALONES PARA NIÑO (P)	- 1,4507%
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS (P)	- 1,4507%
LAVADORA (P)	- 1,4507%
ARGOLLAS (P)	- 1,4507%
ARTICULOS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO (P)	- 1,4507%
COMUNICACIONES (C)	- 1,4507%
OLLAS (P)	- 1,4507%
COBIJAS Y CUBRELECHOS (P)	- 1,4507%
DE COCINA (SC)	- 1,4507%
APARATOS DE VIDEO (SC)	- 1,4507%
BIENES Y ARTÍCULOS PARA SALUD (C)	- 1,4507%
RELOJES (P)	- 1,4507%
JUEGO DE SÁBANAS Y FUNDAS (P)	- 1,4507%
MUEBLES DE ALCOBA (P)	- 1,4507%
EDUCACIÓN (G)	- 1,4507%
ARTÍCULOS DE JOYERÍA, OTROS PERSONALES (C)	- 1,4507%
MUEBLES DEL HOGAR (C)	- 1,4507%
SERVICIO DE PARQUEADERO (P)	- 1,4507%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ANEXO 5 - LISTADO DE CATEGORIAS IMPACTADAS POR LA APLICACIÓN DEL IVA GENERAL EN LUGARES CON FACTURACIÓN

ITEM	VAR
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	1,059%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS CON CULTURA (P)	1,059%
REVISTAS (P)	1,035%
LIBROS (P)	1,002%
SERVICIO DOMÉSTICO (P)	0,978%
ARTÍCULOS CULTURALES Y OTROS RELACIONADOS (C)	0,946%
ARTÍCULOS CULTURALES (SC)	0,935%
REVELADO DE FOTOGRAFÍA (P)	0,912%
PERIÓDICOS (P)	0,892%
PAPELES DE COCINA (P)	0,891%
DISCOS (P)	0,857%
OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA PROPIA (SC)	0,834%
ARRENDAMIENTO IMPUTADO (P)	0,817%
LIMPIADORES Y DESINFECTANTES (P)	0,816%
OTROS GASTOS RELACIONADOS (SC)	0,786%
GASTO DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA (C)	0,759%
JUEGOS DE AZAR (P)	0,751%
LIMPIADORES, INSECTICIDAS (SC)	0,734%
CULTURA (G)	0,699%
OTROS UTENSILIOS DE ASEO (SC)	0,687%
CERAS (P)	0,673%
ENERGÍA ELÉCTRICA (P)	0,649%
VIVIENDA (G)	0,644%
INSECTICIDAS (P)	0,628%
OTROS UTENSILIOS DE ASEO (P)	0,618%
DETERGENTES Y BLANQUEADORES (P)	0,616%
ARTÍCULOS PARA LIMPIEZA (C)	0,607%
SERVICIOS PÚBLICOS (SC)	0,603%
COMBUSTIBLES Y SERVICIOS PÚBLICOS (C)	0,578%
ACUEDUCTO, ALCANTARILLADO Y ASEO (P)	0,560%
JABONES, DETERGENTES Y BLANQUEADORES (SC)	0,538%
ARRENDAMIENTOS (SC)	0,507%
ARRENDAMIENTO EFECTIVO (P)	0,507%
JABONES (P)	0,473%
COMBUSTIBLES (SC)	0,464%

ITEM	VAR
GAS (P)	0,464%
FRUTAS EN CONSERVA (SC)	0,269%
FRUTAS EN CONSERVA (P)	0,269%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES ENLATADAS (P)	0,228%
OTROS ABARROTES (P)	0,171%
COMIDAS RÁPIDAS FRÍAS (P)	0,158%
CEREALES PREPARADOS (P)	0,152%
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS (P)	0,151%
COMIDA EN RESTAURANTE (SC)	0,151%
ALMUERZO (P)	0,151%
OTRAS FRUTAS FRESCAS (P)	0,150%
ABARROTES (SC)	0,149%
COMIDAS FUERA DEL HOGAR (C)	0,147%
NARANJAS (P)	0,147%
HAMBURGUESA (P)	0,143%
FRUTAS (C)	0,143%
FRUTAS FRESCAS (SC)	0,141%
OTRAS COMIDAS FUERA DEL HOGAR (SC)	0,140%
DERIVADOS DE LA CARNE (SC)	0,139%
CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS (P)	0,139%
QUESO (P)	0,137%
SALSA Y MAYONESA (P)	0,136%
COMIDAS RÁPIDAS (SC)	0,135%
POLLO (P)	0,120%
COMIDAS RÁPIDAS CALIENTES (P)	0,120%
PESCADO FRESCO, CONGELADO, SALADO, EN (SC)	0,117%
PESCADO DE MAR, RÍO Y ENLATADO (P)	0,117%
PESCADO Y OTRAS DE MAR (C)	0,115%
CERDO (P)	0,114%
OTROS PRODUCTOS DE PANADERIA (P)	0,114%
JUGOS (P)	0,112%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES FRESCAS (P)	0,111%
OTRAS DE MAR (SC)	0,110%
OTRAS DE MAR (P)	0,110%
MORAS (P)	0,106%
GASEOSAS Y MALTAS (P)	0,104%
TOMATE DE ARBOL (P)	0,102%
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (SC)	0,102%
ARTÍCULOS PARA AFICIONES (SC)	0,101%
GASTOS DE CAFETERÍA (P)	0,100%
CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE (C)	0,099%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
PRODUCTOS DE PANADERIA (SC)	0,099%
ALIMENTOS (G)	0,097%
BANANOS (P)	0,097%
CARNES (SC)	0,096%
LECHE Y DERIVADOS (SC)	0,094%
HORTALIZAS Y LECHUGAS FRESCAS (SC)	0,091%
PAN (P)	0,087%
RES (P)	0,087%
ALIMENTOS VARIOS (C)	0,084%
LÁCTEOS, GRASAS Y HUEVOS (C)	0,084%
SOPAS Y CREMAS (P)	0,083%
TOTAL (T)	0,083%
LECHE (P)	0,079%
ZANAHORIA (P)	0,078%
HORTALIZAS Y LEGUMBRES (C)	0,075%
CEREALES Y PRODUCTOS DE PANADERIA (C)	0,072%
TOMATE (P)	0,070%
ARVEJA (P)	0,069%
HUEVOS (SC)	0,068%
HUEVOS (P)	0,068%
OTRAS BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS (P)	0,067%
CAFÉ (P)	0,067%
CEBOLLA (P)	0,064%
ACEITES (P)	0,060%
HARINA DE MAÍZ Y OTRAS HARINAS (P)	0,060%
CAFÉ Y CHOCOLATE (SC)	0,059%
AZÚCAR (P)	0,053%
CEREALES PARA SOPA (P)	0,052%
ACEITES Y GRASAS (SC)	0,052%
PLÁTANO (SC)	0,051%
PLÁTANO (P)	0,051%
HORTALIZAS Y LECHUGAS SECAS Y ENLATADAS (SC)	0,049%
CHOCOLATE (P)	0,047%
YUCA (P)	0,047%
OTROS TUBÉRCULOS (P)	0,046%
TUBÉRCULOS Y PLÁTANOS (C)	0,045%
TUBÉRCULOS (SC)	0,043%
PAPA (P)	0,042%
PASTAS SECOS (P)	0,041%
CEREALES (SC)	0,040%
OTROS CONDIMENTOS (P)	0,039%
FRÍJOL (P)	0,039%
CONDIMENTOS (SC)	0,037%
SAL (P)	0,034%

ITEM	VAR
PANELA Y AZÚCAR (SC)	0,031%
GRASAS (P)	0,027%
ARROZ (P)	0,023%
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES SECAS (P)	0,021%
CULTURA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (G)	0,016%
PANELA (P)	0,004%
SERVICIOS, AFICIONES, DISTRACCIÓN, ESPARCIMIENTO (C)	0,115%
OTROS TRANSPORTE INTERMUNICIPAL (P)	0,117%
TAXI (P)	0,133%
TRANSPORTE INTERMUNICIPAL (SC)	0,137%
BUS INTERMUNICIPAL (P)	0,141%
OTROS MEDIOS TRANSPORTE URBANO (P)	0,164%
TRANSPORTE URBANO (SC)	0,165%
BUSETA (P)	0,171%
BUS (P)	0,180%
TRANSPORTE PÚBLICO (C)	0,183%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES (G)	0,247%
SERVICIOS DE T.V. (P)	0,300%
CAMISITAS Y VESTIDOS PARA BEBÉ (P)	0,300%
APARATOS DOMÉSTICOS (C)	0,300%
APARATOS PARA LABORES DEL HOGAR (SC)	0,300%
SERVICIOS DE CORREO (SC)	0,300%
NEVERA (P)	0,300%
CALZADO DEPORTIVO (P)	0,300%
SERVICIOS RELACIONADOS CON DIVERSIÓN (P)	0,300%
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO (SC)	0,300%
SERVICIOS PARA EL CUIDADO PERSONAL (SC)	0,300%
SALUD (G)	0,300%
VESTUARIO (C)	0,300%
VESTUARIO HOMBRE (SC)	0,300%
COMPRA Y CAMBIO DE ACEITE (P)	0,300%
CUADERNOS (P)	0,300%
GASTOS VARIOS (G)	0,300%
CALZADO (C)	0,300%
AGUARDIENTE (P)	0,300%
OTROS APARATOS DEL HOGAR (P)	0,300%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE CORPORAL (P)	0,300%
EXÁMENES (SC)	0,300%
SERVICIOS DEL VESTUARIO Y CALZADO (C)	0,300%
COMBUSTIBLE (P)	0,300%
CONSULTA MÉDICA GENERAL (P)	0,300%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
VESTUARIO Y CALZADO (G)	0,300%
SERVICIOS BANCARIOS (P)	0,300%
VESTIDO PARA NIÑA (P)	0,300%
MEDICINAS (P)	0,300%
EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA (SC)	0,300%
ARGOLLAS (P)	0,300%
APARATOS DE SONIDO (SC)	0,300%
VESTUARIO MUJER (SC)	0,300%
SERVICIO Y ARTICULOS DE LIMPIEZA (P)	0,300%
UTENSILIOS DOMÉSTICOS (C)	0,300%
MUEBLES DE SALA (P)	0,300%
OTROS SERVICIOS FINANCIEROS (P)	0,300%
OTROS COSTOS EDUCATIVOS (SC)	0,300%
OTROS COSTOS EDUCATIVOS (P)	0,300%
TRANSPORTE PERSONAL (C)	0,300%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE Y CUIDADO FACIAL (P)	0,300%
BIENES Y ARTÍCULOS PARA SALUD (C)	0,300%
SALA Y BAÑO (SC)	0,300%
MUEBLES DE COMEDOR (P)	0,300%
OTROS SERVICIOS RELACIONADOS, CUIDADO (P)	0,300%
VESTUARIO NIÑOS (SC)	0,300%
OTROS APARATOS DE VIDEO E IMAGEN (P)	0,300%
SERVICIOS PROFESIONALES (C)	0,300%
OTROS MUEBLES DEL HOGAR (SC)	0,300%
OTROS MUEBLES DEL HOGAR (P)	0,300%
ARTÍCULOS PARA EL ASEO, CUIDADO PERSONAL (C)	0,300%
CALZADO DE MUJER (SC)	0,300%
CALZADO PARA MUJER (P)	0,300%
ARTÍCULOS DE JOYERÍA (SC)	0,300%
SERVICIO DE ALQUILER DE ROPA (P)	0,300%
OTROS UTENSILIOS DOMÉSTICOS (SC)	0,300%
OTROS UTENSILIOS DOMÉSTICOS (P)	0,300%
GASTOS DE ASEGURAMIENTO PRIVADOS EN SALUD (C)	0,300%
ASEGURAMIENTO PRIVADO (SC)	0,300%
GASTO DE ASEGURAMIENTO PRIVADO (P)	0,300%
PORTE DE CARTAS (P)	0,300%
ARTÍCULOS DE JOYERÍA, OTROS PERSONALES (C)	0,300%
SERVICIOS AL VESTUARIO (SC)	0,300%
PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL (SC)	0,300%
CAMISAS PARA HOMBRE (P)	0,300%
SERVICIOS DE MECÁNICA (P)	0,300%

ITEM	VAR
EXÁMENES DE LABORATORIO (P)	0,300%
SERVICIO DE TELEFONÍA (SC)	0,300%
SERVICIOS PARA DISTRACCIÓN, ESPARCIMIENTO (SC)	0,300%
TELEVISOR (P)	0,300%
VEHÍCULOS (P)	0,300%
OTROS ARTÍCULOS RELACIONADOS (SC)	0,300%
OTROS GASTOS ESCOLARES (P)	0,300%
SERVICIO DE REPARACIÓN DE CALZADO (P)	0,300%
EDUCACIÓN SUPERIOR Y NO FORMAL (SC)	0,300%
MATRÍCULAS (P)	0,300%
CAMISA PARA NIÑO (P)	0,300%
CORTINAS (P)	0,300%
ALQUILER DE VIDEOS Y JUEGOS ELECTRÓNICOS (P)	0,300%
OTROS ARTÍCULOS PERSONALES (SC)	0,300%
OTROS ARTÍCULOS PERSONALES (P)	0,300%
OTROS ARTÍCULOS ESCOLARES (P)	0,300%
OTRAS MEDICINAS Y GASTOS RELACIONADOS (P)	0,300%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO, CIGARRILLO (C)	0,300%
COBIJAS Y CUBRELECHOS (P)	0,300%
PANTALONES PARA MUJER (P)	0,300%
SERVICIO HOSPITALIZACIÓN, OTROS RELACIONADOS (SC)	0,300%
SERVICIOS HOSPITALIZACIÓN Y AMBULANCIAS (P)	0,300%
CONSULTA (SC)	0,300%
OLLAS (P)	0,300%
BLUSA PARA MUJER (P)	0,300%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS (SC)	0,300%
OTROS SERVICIOS (P)	0,300%
JUEGO COMPLETO (SC)	0,300%
LLANTAS (P)	0,300%
ESTUFA (P)	0,300%
SERVICIOS DE TURISMO (P)	0,300%
EDUCACIÓN (G)	0,300%
OTROS PRODUCTOS RELACIONADOS CUIDADO (P)	0,300%
OTROS APARATOS DE SONIDO (P)	0,300%
ALCOBA (SC)	0,300%
PANTALONES PARA HOMBRE (P)	0,300%
DE COCINA (SC)	0,300%
ROPA INTERIOR PARA HOMBRE (P)	0,300%
SERVICIOS AL CALZADO (SC)	0,300%
CALZADO DE HOMBRE (SC)	0,300%
EQUIPO DE SONIDO (P)	0,300%

EL IMPACTO DE LA IMPLANTACIÓN IVA EN CANASTA FAMILIAR EN EL CONSUMO DEL COLOMBIANO

ITEM	VAR
ROPA INTERIOR PARA NIÑOS (P)	0,300%
OTROS SERVICIOS DE TELEFONÍA (P)	0,300%
CALZADO DE NIÑOS (SC)	0,300%
CALZADO PARA NIÑOS (P)	0,300%
TRANSPORTE AÉREO (SC)	0,300%
PASAJE AÉREO (P)	0,300%
SARTENES Y REFRACTARIAS (P)	0,300%
CERVEZA (P)	0,300%
ROPA DEL HOGAR (C)	0,300%
APARATOS PARA LA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (C)	0,300%
COMUNICACIONES (C)	0,300%
BATERÍAS (P)	0,300%
IMÁGENES DIAGNÓSTICAS (P)	0,300%
TABACO (SC)	0,300%
CIGARRILLOS (P)	0,300%
UTENSILIOS DE COMEDOR (SC)	0,300%
ARTÍCULOS ESCOLARES Y OTROS RELACIONADOS (C)	0,300%
SERVICIO DE LAVANDERÍA (P)	0,300%
CALZADO PARA HOMBRE (P)	0,300%
VAJILLA (P)	0,300%
INSTRUCCIÓN Y ENSEÑANZA (C)	0,300%
MEDICINAS Y OTROS RELACIONADOS (SC)	0,300%
RELOJES (P)	0,300%
LAVADORA (P)	0,300%
SERVICIO DE CONFECCIÓN (P)	0,300%
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS (P)	0,300%
OTROS VEHÍCULOS PARA TRANSPORTE (P)	0,300%
TEXTOS (P)	0,300%
COMPRA VEHÍCULOS, OTROS TRANSPORTES PERSONALES (SC)	0,300%
OTROS BIENES Y SERVICIOS (C)	0,300%
SERVICIOS FINANCIEROS (SC)	0,300%
COLCHONES Y ALMOHADAS (P)	0,300%
APARATOS DE VIDEO (SC)	0,300%
MUEBLES DE ALCOBA (P)	0,300%
CUBIERTOS (P)	0,300%
MUEBLES DEL HOGAR (C)	0,300%
APARATOS ORTOPÉDICOS (SC)	0,300%
APARATOS ORTOPÉDICOS U ORTESICOS (P)	0,300%
ARTÍCULOS ESCOLARES (SC)	0,300%
SERVICIO DE TELEFONÍA RESIDENCIAL (P)	0,300%
PENSIONES (P)	0,300%

ITEM	VAR
VESTUARIO BEBE (SC)	0,300%
OTRAS PRENDAS DE VESTIR PARA MUJER (P)	0,300%
ROPA INTERIOR PARA MUJER (P)	0,300%
MEDICINA ESPECIALIZADA (P)	0,300%
SERVICIO DE CORTE DE CABELLO (P)	0,300%
TOALLAS Y MANTELES (P)	0,300%
ARTICULOS PARA LA HIGIENE ORAL (P)	0,300%
OTRAS PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRE (P)	0,300%
PANTALONES PARA NIÑO (P)	0,300%
MATRÍCULAS BASICA Y SECUNDARIA (P)	0,300%
ARTÍCULOS DEPORTIVOS (P)	0,300%
JUEGO DE SÁBANAS Y FUNDAS (P)	0,300%
SERVICIO DE PARQUEADERO (P)	0,300%
PAÑALES Y OTROS (P)	0,300%
ARTICULOS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO (P)	0,300%