

Estudio de reforma del rol del Consumidor Final en los impuestos al Valor Agregado y Ganancias, cambios en la emisión y registración de comprobantes

Study of the reform of the role of the final consumer in taxes to value added and profits, changes in the issuance and registration of receipts

Ruiz, Liliana Marcela; Marciali, Javier Ricardo

Universidad Juan Agustín Maza

DOI: <https://doi.org/10.59872/icu.v8i12.520>

Correo de correspondencia: administracionciencia@umaza.edu.ar
Recepción: 31/10/2024; Aceptación: 18/12/2024;
Publicación: 07/02/2025

Palabras claves: Impuesto al Valor agregado; Consumidor final; Valle de Uco
Keywords: Value added tax; End consumer; Uco Valley

Resumen

El Impuesto al Valor Agregado grava al objeto, sin importar quién es el sujeto que consume. Esto implica que resulta de carácter regresivo, ya que alcanza en mayor proporción a los sectores de más bajos ingresos, los cuales contribuyen en mayor proporción relativa.

Entre los objetivos de la investigación podemos mencionar: 1) Evaluar cuál sería el impacto de las modificaciones propuestas en los consumidores finales del Valle de Uco de Mendoza; y 2) Describir la percepción de los profesionales de Ciencias Económicas, hacia las propuestas de esta investigación.

La recolección de datos se realizó mediante encuestas, siendo las unidades de análisis 60 consumidores finales del Valle del Uco, de los cuales 39 son consumidores finales y 21 consumidores finales-monotributistas. Las variables analizadas fueron: efecto del IVA (efecto) como variable respuesta y las covariables o variables explicativas fueron las siguientes: nivel de ingreso y nivel de consumo. Además, se tomó como factor o variable cualitativa, si eran consumidores monotributistas o no.

Utilizando el test Anova en el programa R nos da como resultado que la covariable nivel de consumo explica significativamente el nivel de la variable respuesta y con menor significatividad la covariable nivel de ingreso. Se pudo comprobar que existen diferencias significativas entre el efecto del IVA entre consumidores monotributistas y los que no lo son.

Abstract

The Value Added Tax taxes the object, regardless of who the consumer is. This implies that it is regressive in nature, since it reaches a greater proportion of the lowest-income sectors, which contribute in a greater relative proportion.

Among the objectives of the research we can mention: 1) Evaluate what would be the impact of the proposed modifications on the final consumers of the Uco Valley of Mendoza; and 2) Describe the perception of Economic Sciences professionals towards the proposals of this research.

Data collection was carried out through surveys, with the units of analysis being 60 final consumers of the Uco Valley, of which 39 are final consumers and 21 final consumers-monotributistas. The variables analyzed were: effect of VAT (effect) as a response variable and the covariates or explanatory variables were the following: income level and consumption level. In addition, whether they were monotributist consumers or not was taken as a factor or qualitative variable.

Using the Anova test in R gives us the result that the consumption level covariate significantly explains the level of the response variable and the income level covariate is less significant. It was found that there are significant differences between the effect of VAT between monotributist consumers and those who are not.

Introducción

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al objeto (bienes y servicios) sin importar quién es el sujeto que lo consume, es decir, que al no tener en cuenta las condiciones personales del sujeto incidido resulta de carácter regresivo (Reig, 2001), ya que alcanza en mayor proporción a los sectores de más bajos ingresos y de menor riqueza acumulada, los cuales no obstante tributar menos en términos absolutos, contribuyen en mayor proporción relativa en comparación con los individuos más pudientes (Ley 20631/73 y Decreto 862/2019). El INDEC (2019 y 2020) determinó que el 22,7% del gasto de consumo de hogares se destina a alimentos y bebidas no alcohólicas; 14,5% a vivienda, agua, electricidad y gas, además de 14,3% al transporte, según el relevamiento de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares que se realizó entre 2017 y 2018. El IVA por su técnica de liquidación genera oposición de intereses entre compradores y vendedores, debido a que los contribuyentes inscriptos tienen interés en obtener de su proveedor o prestador de servicios las facturas que exterioricen su crédito de impuesto para poder sustraerlo de su débito fiscal, salvo en la última etapa donde los consumidores finales deben pagar el IVA de todo el proceso productivo-distributivo y no pueden trasladarlo o deducirlo en su liquidación de Impuesto a las Ganancias. (Fenochietto, 2001). El consumidor final es el contribuyente de hecho del gravamen, quien al consumir destina parte de su renta para el pago del impuesto, constituyendo para éste un gasto no recuperable; si a éstos se les discrimina el IVA en los comprobantes se propone que puedan computarlo como gasto deducible en el Impuesto a las Ganancias (IG) [Ley 20628/73, Decreto 862/19, Raimondi, y (2000)]. Es una investigación aplicada de simulación de liquidación de estos gravámenes con aplicaciones informáticas, comparando los resultados obtenidos entre la aplicación de la normativa vigente y las propuestas formuladas. El trabajo de campo se desarrolló en el Valle de Uco de la provincia de Mendoza y de los datos obtenidos se analizaron los efectos impositivos de la propuesta, en consumidores finales y monotributistas consumidores, estratificándolos por nivel de ingreso y consumo.

Los objetivos propuestos fueron: a) Analizar los efectos de las modificaciones propuestas -deducción del IVA en el IG- en los Consumidores Finales del Valle de Uco de Mendoza; b) Evaluar cuál sería el impacto de las modificaciones propuestas en los sectores de menores ingresos del Valle de Uco de Mendoza; c) Evaluar los efectos de las modificaciones propuestas en los Monotributistas (consumidores finales) del Valle de Uco de Mendoza; d) Describir la percepción de los profesionales de Ciencias Económicas, hacia las propuestas de esta investigación.

Materiales y métodos

Es una investigación experimental, sobre la muestra obtenida, se determinó el impacto del IVA y de IG, comparando los resultados obtenidos entre la aplicación de la normativa vigente y las propuestas formuladas. Es una investigación cuantitativa, ya que esta información se obtuvo por medio de recolección de datos y cálculos realizados mediante la utilización de aplicaciones informáticas. Las unidades de análisis que conformaron la muestra, fueron empleados en relación de dependencia y monotributistas (consumidores finales) con muestreos estratificados por nivel de ingreso y consumo en la zona de Valle de Uco. En la zona del Valle de Uco se asientan productores primarios de frutas y hortalizas, como bodegas y galpones de empaque de ajo, con gran cantidad de trabajadores, amparados en distintos convenios laborales, por lo que se tuvo en consideración los montos establecidos por los Convenio Colectivos de Trabajo de las actividades que tienen mayor incidencia en la zona de Valle de Uco, por ejemplo, Agrario, Vitivinícola, Comercio. Se tomaron los mismos parámetros de consumo que actualmente se aplican para la tarjeta alimentaria, (comida, medicamentos y transporte) no bebidas alcohólicas ni cigarrillos (Diario el Sol, 4 agosto de 2019). Estas simulaciones tuvieron como finalidad comparar el efecto impositivo (variable respuesta) para los empleados en relación de dependencia y para los monotributistas (consumidores finales) (Marchevsky, 2006). Las covariables o variables explicativas son: nivel de ingreso y el nivel de consumo de las unidades de análisis. Desde punto de vista estadístico, se planteó un modelo lineal y se comprobaron a través de los residuos del modelo, los supuestos de normalidad, homoscedasticidad e independencia (test de Shapiro-Wilk, test Breusch-Pagan y test Durbin-Watson, respectivamente) utilizando los comandos del Restudio. También es una investigación cualitativa, porque se analizó la percepción de una muestra de profesionales de Ciencias Económicas, mediante la realización de entrevistas

Resultados

La recolección de datos se realizó mediante encuestas, siendo las unidades de análisis 60 consumidores finales del Valle del Uco, de los cuales 39 son consumidores finales y 21 consumidores finales-monotributistas.

Las variables analizadas fueron: efecto del IVA (efecto) como variable respuesta y las covariables o variables explicativas fueron las siguientes: nivel de ingreso (ingreso) y nivel de consumo (consumo). Además, se tomó como factor o variable cualitativa, si eran consumidores monotributistas o no (mono). Para analizar la relación de la variable respuesta (efecto) con las variables explicativas (ingreso y consumo), se realizaron los siguientes gráficos:

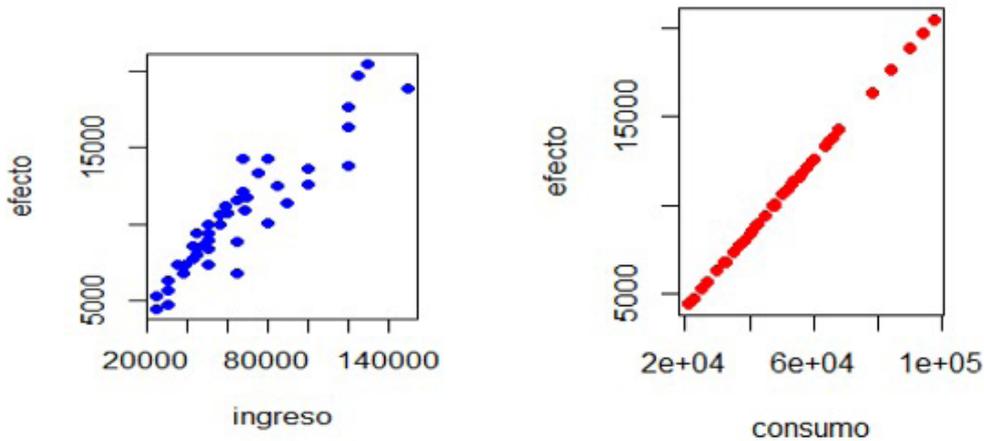


Figura 1: Niveles de ingreso y consumo

En el gráfico de la izquierda, se ve una tendencia creciente entre la variable efecto y la variable ingreso. En el gráfico de la derecha, se ve una tendencia notablemente creciente entre la variable efecto y la variable consumo, por lo que podría ser una relación lineal con pendiente positiva para las variables explicativas (ingreso y consumo) con relación a la variable efecto. Respecto a la relación de la variable respuesta (efecto) con el factor (mono), se realizó el gráfico que se indica a continuación:

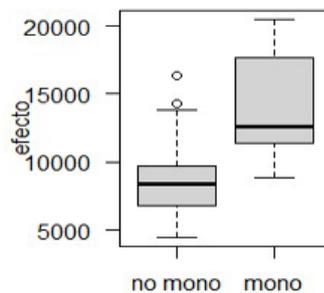


Figura 2: Relaciones

Como se observa en el gráfico anterior, la mediana de la variable efecto de los consumidores no monotributistas está por debajo de la mediana de los consumidores monotributistas, por lo que se evidencian diferencias significativas entre ambos. También, la variabilidad de la variable efecto es significativamente mayor en los consumidores monotributistas que en los que no lo son. A continuación, planteamos un modelo lineal para explicar la relación de la variable efecto con las variables explicativas (ingreso y consumo) y el factor mono; y analizamos a través de los residuos del modelo los supuestos considerados.

$$Y_{ij} = \beta_0 + \beta_1 X_{1ij} + \beta_2 X_{2ij} + \alpha_i + \epsilon_{ij}$$

Donde

$$\epsilon_{ij} \sim iid N(0, \sigma^2), i = 1, 2; j = 1, \dots, n_i; n_1 = 39, n_2 = 21$$

- Es decir, los errores ϵ_{ij} se suponen normales, homoscedásticos e independientes
- Y_{ij} = variable respuesta -efecto del IVA en un consumidor j que es monotributista (o no)
- X_{1ij} = ingreso de un consumidor j que es monotributista (o no)
- X_{2ij} = consumo de un consumidor j que es monotributista (o no)
- α_i = efecto del factor mono sobre el nivel de la variable respuesta

Ajustamos con RStudio el modelo anterior. Eliminamos los datos atípicos y analizamos a través de los residuos de este modelo los supuestos considerados. De acuerdo a los resultados obtenidos y luego de realizar transformaciones (boxcox) los errores son

normales (test de Shapiro-Wilk), homoscedásticos (test Breusch-Pagan) e independientes (test Durbin-Watson). A continuación, escribimos el modelo lineal estimado para la relación media de efecto del IVA en función del nivel de consumo, el nivel de ingreso y el factor mono. Posteriormente, planteamos las hipótesis sobre la bondad de ajuste general de este modelo, ajustamos a una constante (media general):

H0: El modelo lineal no es bueno (el modelo no difiere significativamente de una constante).

Versus:

H1: El modelo lineal es bueno (el modelo difiere significativamente de una constante).

Ajustamos el modelo a una constante (media general) y de acuerdo al p-valor calculado con el test de la bondad del ajuste (Anova, en R) nos arrojó un p-valor significativamente menor al estadístico de prueba, con distribución F de Fischer, $\alpha = 0.05$. Por lo que rechazamos H0 y concluimos que el modelo es bueno, aceptando la H1, es decir, que el modelo lineal difiere significativamente de una constante.

Planteamos la hipótesis adecuada para probar si las covariables ingreso y consumo son significativas para explicar el modelo y el test correspondiente.

Utilizando el test Anova en R nos da como resultados que la covariable nivel de consumo explica significativamente el nivel de la variable respuesta y con menor significatividad la covariable nivel de ingreso. Se pudo comprobar que existen diferencias significativas entre el efecto del IVA entre consumidores monotributistas y los que no lo son.

Utilizando los aplicativos de AFIP, analizamos el efecto del IVA en la deducibilidad en el IG para la determinación de este gravamen y observamos una relación creciente según el nivel de consumo de los consumidores finales, mientras que guarda menor relación con el nivel ingreso. (Ley 24977/98. Ley de Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes).

Se realizaron entrevistas a cinco profesionales en Ciencias Económicas y del análisis de las respuestas obtenidas, se obtuvo una percepción positiva con relación al objeto de estudio de la presente investigación; manifestando la necesidad de realizar reformas en el sistema tributario argentino, a efectos de mitigar los efectos de la regresividad del Impuesto al Valor Agregado en los sectores de menores niveles de ingresos.

Discusión

Respecto a la deducibilidad del IVA en el I.G. para la determinación de este gravamen, observamos una relación creciente según el nivel de consumo de los consumidores finales, y en menor medida con el nivel de ingreso. Es decir, el nivel de consumo de los consumidores finales explica significativamente el efecto del IVA en el I.G. y con menor significatividad el nivel de ingreso. Se pudo comprobar que existen diferencias significativas entre el efecto del IVA entre consumidores monotributistas y aquellos que no lo son.

El IVA, al ser un gravamen regresivo, el efecto redistributivo es negativo y tiene una mayor incidencia en los individuos de menores ingresos. Es dable señalar que en los sectores de menores ingresos el gasto en alimentos, vivienda y salud representa un porcentaje más elevado que en los sectores de mayores ingresos, según datos del INDEC (2019 y 2020). Por lo cual se plantea la necesidad de implementar políticas fiscales que tiendan a atenuarles la carga tributaria, como sería la propuesta en esta investigación de considerarlo un gasto deducible en el IG.

Conclusión

El IVA es un gravamen a los consumos de las personas, estructurado de una manera indirecta y generalizada, por lo tanto, abarca a la universalidad de bienes y servicios, y en el momento de incidir al sujeto consumidor, no permite tomar en consideración sus condiciones personales, ni su nivel de ingreso. De esta forma, el grado de afectación al momento de tener que sufrir el impuesto será indiferente a las cualidades personales del sujeto y su nivel de ingreso, manifestándose entonces un efecto regresivo y una merma significativa de capacidad de consumo en sectores económicamente vulnerables. La posibilidad de deducir en el IG el IVA discriminado en los comprobantes a los consumidores finales, implicaría para el consumidor final ir reemplazando condición del gravamen de gasto no recuperable en un gasto deducible que podría generarle saldos a su favor. El sistema propuesto beneficiaría entonces, a los consumidores finales y consumidores monotributistas, de menores recursos. Esto también tendría efectos fiscales positivos, desde el punto de vista de la recaudación tributaria, porque forzaría la declaración de la operación por parte del vendedor, locador o prestador. La presente investigación sirva para su debate en ámbitos académicos y también que sirva de base para otros estudios para la reforma del Sistema Tributario Argentino.

Referencias Bibliográficas

- Decreto 862 de 2019 [Ministerio de Economía]** Decreto Reglamentario del Impuesto a las Ganancias. 9 de diciembre de 2019.
- Decreto 692 de 1998 [Ministerio de Economía]** Decreto Reglamentario del Impuesto al Valor Agregado. 17 de junio de 1998.
- Diario el Sol (4 agosto de 2019)**. Cuánto gastan los argentinos en alimentos, vivienda y servicios. <https://www.elsol.com.ar/cuanto-gastan-los-argentinos-en-alimentos-vivienda-y-servicios>
- Fenochietto, R. (2001)**. Impuesto al Valor Agregado: Análisis Económico, Técnico y Jurídico. La Ley.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - Argentina. (2019)**. Informe de Gastos de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-45-151>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - Argentina. (2020)**. Informe de Ingresos de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-45-151>
- Ley 20628 de 1973**. Ley de Impuesto a las Ganancias. 31 de diciembre de 1973. Boletín Oficial Nº 22821.
- Ley 20631 de 1973**. Ley de Impuesto al Valor Agregado. 31 de diciembre de 1973. Boletín Oficial Nº 22821
- Ley 24977 de 1998**. Ley de Régimen Simplificado para Pequeños Contribuyentes. 2 de julio de 1998. Boletín Oficial Nº 28931
- Marchevsky, R. (2006)** *I.V.A. Análisis Integral*. Ediciones Macchi.
- Raimondi, C. y Atchabahian, A. (2000)**. *El impuesto a las Ganancias*. 3º Edición. Ed. Depalma
- Reig, E. J. (2001)**. *Impuesto a las Ganancias*. 10º Edición. Ediciones Macchi.