

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA
UNIDAD DE POSTGRADO
“DIPLOMADO EN TRIBUTACIÓN”



MONOGRAFIA

**“FISCALIZACION Y CONTROL EN LA EMISION DE
FACTURAS POR LA VENTA DE CERVEZA EN SALONES DE
FIESTA”**

Diplomantes: Lic. Guarachi Quispe Reina Soledad
Lic. Vargas Tancara Magdalena

LA PAZ – BOLIVIA
2017

DEDICATORIA

A:

Dios por guiar y bendecir constantemente nuestras vidas. A nuestros padres por su apoyo incondicional en cada etapa de nuestra vida profesional.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a nuestro Dios Padre amado quien siempre está a nuestro lado, dándonos su bendición divina, guiándonos, cuidándonos, protegiéndonos y sobre todo dándonos fuerza para seguir adelante.

A nuestros padres por todo el amor comprensión y todo el apoyo que nos dieron durante nuestro desarrollo profesional, también a nuestros hermanos que de una u otra manera siempre estuvieron ayudándonos.

A nuestro tutor Lic. Hernán Paz por brindar su apoyo y asesoramiento en todo el transcurso de la realización de la presente monografía.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
1. INTRODUCCIÓN	1
2. ANTECEDENTES	2
3. PROBLEMATIZACIÓN	3
3.1. Identificación del Problema	3
3.2. Planteamiento del problema	3
4. JUSTIFICACIÓN	3
4.1. Relevancia Social	3
4.2. Relevancia Económica	4
4.3. Relevancia Política	5
4.4. Relevancia teórica	6
5. OBJETIVOS	7
5.1. Objetivo general	7
5.1. Objetivos específicos	7
6 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	8
6.1. Antecedentes del objeto de estudio	8
6.2. Teorías acerca del objeto de estudio	9
6.2.1 Los Impuesto en Joseph Stiglitz	9
6.2.2 Origen de los impuestos	10
6.2.3 Control, Verificación, Fiscalización	10
6.2.4 Aumento de Ingresos	12
6.2.5 Características deseables de un Sistema Tributario	12
6.2.6 Efecto de los Impuestos Progresivos	13
6.2.7 Impuestos Óptimos y Eficientes en el sentido de Pareto	13
6.2.8 Procedimiento de Control Tributario	13
6.2.9 Los impuestos en el mundo de Mariano Otálora	14
6.2.10 Los Impuestos de Ramsey	17
6.3 Conceptos importantes	18
6.3.1 Administración Tributaria	18
6.3.2 Impuesto	18
6.3.3 Factura	19
6.3.4 Cerveza	19
6.3.5 Recursos Tributarios	19
6.3.6 Capacidad Contributiva	20
6.3.7 Estado	20
7 MARCO METODOLOGICO	21
7.1. Enfoque de investigación	21

7.2.	Método de investigación.....	22
7.3.	Tipo de investigación.....	24
7.4.	Diseño de investigación.....	25
7.5.	Instrumentos de investigación.....	27
7.5.1.	Observación.....	27
7.5.2.	Análisis Bibliográfico.....	28
8	MARCO PROPOSITIVO.....	30
8.1	Capacitación a futuros Fedatarios.....	31
8.2	Visita previa a Salones de Fiesta.....	31
8.3	Función del Fedatario en la Actividad de Venta de cerveza en Salones de Fiesta.....	32
8.4	Implantación de Cultura tributaria a salones de Fiesta donde exista la venta de cerveza.....	33
8.5	Incentivos.....	34
8.6	Sanciones.....	34
8.7	Final de la Propuesta.....	35
9	CONCLUSIONES.....	36
10	RECOMENDACIONES.....	37
11	BIBLIOGRAFIA.....	38
	ANEXOS.....	39

1. INTRODUCCIÓN

La presente monografía está motivada por la falta de control en el ámbito tributario por la venta de cerveza en los salones de fiesta, lugares especialmente dedicados para rentarse con la finalidad de realizar en ellos fiestas familiares o sociales de celebraciones especiales como bodas, quince años, bautizos, prestes, aniversarios y toda clase de eventos permitidos por ley, que tienen como actividad secundaria la venta de cerveza que los dueños realizan sin emitir notas fiscales, ni pagar impuestos.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar que los acontecimientos sociales llevados a cabo en salones de fiesta ya son una tradición en Bolivia donde la cerveza constituye la bebida más popular para su consumo dentro de sus ambientes donde se estima comercializar más de cien cajas para cubrir los gastos del negocio.

La investigación surge por el interés de conocer cuánto se ha proliferado económicamente este tipo de actividad, ya que cada día crece más en el mercado, así como la necesidad de los consumidores, situando a la cerveza como la segunda bebida más popular en el mundo, ya que su venta tiende a ser un buen negocio, por su fuerte consumo en casi cualquier lugar.

En Bolivia la cerveza es la bebida alcohólica que más consumen los bolivianos, un estudio realizado por captura, por encargo de Fautapo y el BID, señala que se consumen 339 millones de litros de bebidas al año; la cerveza representa 69 %, ya que es la bebida alcohólica más industrializada, masiva y popular por lo que opaca el desempeño de las otras bebidas. Gran parte de la venta se realiza en los salones de fiesta de nuestro país.

Por lo tanto, el presente trabajo va dirigido al control y fiscalización en la venta de cerveza en salones de fiesta por alto consumo y por las altas ventas que realizan dentro de las mismas, no solo para conocer las causales de esta problemática tributaria también intervenir en acciones de prevención para evitar el aumento de la evasión tributaria y control en la emisión de facturas mediante un enfoque cualitativo, exploratorio y descriptivo.

2. ANTECEDENTES

En la Edad Media los individuos prestaban servicios directamente a los señores feudales, se trataba en la práctica de impuestos, si bien no se pagaba en dinero. El hecho de que se les obligara a prestar estos servicios significaba que eran en cierta medida esclavos. En la actualidad los impuestos están monetizados, donde el gobierno establece una base impositiva en base a los ingresos que obtienen y a partir de ahí se calcula el impuesto a pagar.

Hoy en día los sistemas impositivos varían según los países pudiéndose crear sistemas para el pago de impuestos sobre sus ingresos, aunque algunos contribuyentes evaden impuestos siendo está castigada en otros países según la gravedad de la situación.

Por otro lado, también se hace referencia a la madurez que ha desarrollado la industria de la venta de cerveza a nivel mundial, debido a su creciente y alto consumo que ha alcanzado en todos los grupos sociales, según testimonios en un matrimonio regular se puede consumir alrededor de 500 cajas de cerveza, esto varía dependiendo del poder económico que tiene las familias organizadoras.

Hasta agosto del pasado año las importaciones de cerveza se han duplicado respecto a las exportaciones de los fabricantes nacionales. Mientras las compras se incrementan cada año las ventas registran una marcada tendencia a subir. Existe un incremento en la demanda de producción y un incremento en la inversión, la industria está creciendo, eso motiva a la gente a invertir más y generar más ingresos.

Al exclamar ¡salud! y tomar cerveza, los bolivianos fortalecen una de las industrias más prósperas del país, que el año 2010 realizó una contribución impositiva de \$us 320 millones, generó un valor agregado de \$us 400 millones y empleó a 30.800 personas. En Bolivia, el consumo por persona de cerveza llega a 32.6 litros por año, uno de los más bajos de la región y el mundo, pero suficiente para convertir a la industria de la cerveza en una de las pocas consolidadas en el país.

3. PROBLEMATIZACIÓN

3.1. Identificación del Problema

En la actualidad en la ciudad de La Paz existen los denominadas salones de eventos sociales o salones de fiestas, dedicados al alquiler de los mismos para celebraciones (matrimonios, prestes, bautizos, etc.), los mismos que se dedican principalmente a la venta masiva de cerveza para el consumo de los acompañantes o invitados, dentro de sus ambientes, actividad que no se encuentra regulada por la Administración Tributaria.

3.2. Planteamiento del problema

¿Sera posible que mediante una propuesta de fiscalización y control en la emisión de facturas por la venta de cerveza en salones de fiestas generar ingresos para el Estado?

4. JUSTIFICACIÓN

4.1. Relevancia Social

Para el contribuyente es un tema inquietante porque consideran que el Estado no es equitativo en la redistribución del ingreso, o porque sencillamente no creen en el buen destino que se les da a los recursos obtenidos. Claro está que hay quienes piensan que es una forma de lograr mayor rentabilidad en la labor que realizan y obtener ventajas sobre quienes tributan correctamente.

Desde el punto de vista social, se justifica porque es un *control* que se aplica al consumo específico de la cerveza, en este aspecto el Estado para poder integrar este control en el ámbito de esta actividad, debería incrementar su rol de educador en el tema de tributos, se deberían profundizar las medidas tendientes a informar a la ciudadanía sobre los efectos positivos del pago de los tributos y la nocividad que produce la omisión del ingreso de los mismos.

La enseñanza del cumplimiento fiscal debe ser inculcada a los ciudadanos desde temprana edad, se debe comenzar en la etapa de la educación primaria a los fines de arraigar estos conceptos desde la niñez.

En este sentido podemos decir que la creación de una conciencia tributaria no tiene una atención adecuada, sobre todo en los países en vías de desarrollo, entre los que nos encontramos.

El desconocimiento de las funciones vitales que cumple el Estado para con la sociedad, como la educación, justicia, salud y seguridad, hacen que exista por parte de los habitantes una especie de apatía sobre la política tributaria y con ella un desinterés social general.

Es por esto que se debe confrontar esta erogación no solo con los costos sociales del incumplimiento y presión social que ejercen en la sociedad los evasores y elusores, sino también por el contrato social llevado a cabo por el pueblo y el Estado, a fin de que administre los fondos que no son propios

4.2. Relevancia Económica

La trascendencia económica que conlleva el control en la venta de cerveza en salones de fiesta mediante la emisión de notas fiscales trae consigo la obtención de mayor recaudación tributaria de tal manera de aumentar los ingresos para el TGN y una mejor distribución de ingresos para salud, educación, obras, proyectos administrados por el gobierno asegurando la equidad y la redistribución de ingresos.

Además, se justifica porque el control inexistente en la emisión de facturas por el consumo de cerveza en estos locales genera una evasión por tanto una contravención al código tributario, aspecto que debe de subsanarse mediante el control que propone la investigación.

La costumbre boliviana de beber cerveza también se refleja en los impuestos que percibe el Estado, el aporte que da la industria cervecera a la economía del país es más de 400 millones dólares americanos por año y más de 320 millones de dólares por el tema impositivo, el mayor contribuyente privado al Tesoro General del Estado.

El control de la emisión de facturas y fiscalización en la recaudación tributaria tiene efectos positivos en la economía boliviana influye en la conducta en el ahorro, inversión aumento recursos, mayores ingresos para solventar los gastos del Estado,

En caso de un descenso de la recaudación tributaria se podría originar por una alta sensibilidad al comportamiento de la actividad económica, por ejemplo, por cada 1% de desaceleración económica en el país, los impuestos recaudados disminuyen en su mismo porcentaje.

Una orientación impositiva direcciona a mejorar la eficiencia de la administración tributaria, tratando de reducir la evasión tributaria y orientar a la formalidad de los contribuyentes en la emisión de facturas, controlar la misma ya que mayor recaudación proviene del impuesto al valor agregado y la segunda por impuestos directos sobre las utilidades.

4.3. Relevancia Política

El incremento de la recaudación tributaria por efecto de un mayor control en la emisión de facturas por la venta de cerveza en los locales de fiesta, trae consigo mejoras en la imagen política de la administración tributaria y en consecuencia del gobierno central porque se tiene una mayor cantidad de recursos para la distribución de la renta.

El sistema tributario ideal sería recaudar los ingresos esenciales sin un excesivo endeudamiento público, y hacerlo sin desalentar la actividad económica por ende comprende la utilización de diversos instrumentos fiscales, entre ellos los impuestos, para conseguir los objetivos económicos y sociales que una comunidad políticamente organizada desea promover.

La eficiencia de la Administración Tributaria mejora al reducir la evasión tributaria y mejora las facultades de fiscalización, y como responsabilidad política manteniendo el sistema tributario transparente. Por otro lado, ayuda a al Sistema Tributario a considerarse justo porque trata de forma a los que se encuentran en circunstancias similares y que obliga a pagar más impuestos a los que se pueden soportar mejor la carga tributaria.

La tributación es el medio práctico para la recaudación de ingresos para financiar el gasto público en bienes y servicios que demanda la mayoría de las personas. Sin embargo, no es fácil el control y la fiscalización ni la eficiencia de una buena administración tributaria ni la informatización de operaciones sin los suficientes recursos la cual mediante la recaudación y control podría establecer sistemas tributarios racionales, modernos y eficientes.

4.4. Relevancia teórica

Existe una justificación teórica, porque el diseño de un proceso de control y fiscalización de la autoridad tributaria genera un nuevo conocimiento acerca de la operativización de controles en contra de la evasión fiscal, que implica establecer mecanismos óptimos para llevar adelante una política de cultura tributaria.

Es decir, que el control y fiscalización por parte de la administración tributaria ayuda para un futuro un antecedente sobre el mejoramiento en el control de emisión de factura en sector de población dedicada a la venta de cerveza y por ende analizar los cambios que se producen en los mismos.

A través de la implantación de un control generara información sobre este tipo de actividad que se hace cotidiano en el país, de manera que a través de ellas guíen al individuo para que pueda interpretarla y así lograr contribuir a la formación en valores ciudadanos rompiendo el círculo vicioso y hacer conciencia de que la tributación no solo es una obligación sino un deber de cada persona ante la sociedad los cuales deben conducir hacia la aceptación y la concientización.

Es importante mediante el control de emisión de facturas, crear cultura y conciencia tributaria en este tipo de población de manera que se entienda que la contribución y el destino de las contribuciones y así el beneficio que se genera es para la misma sociedad, no olvidemos de la responsabilidad tanto de cumplir con las obligaciones, así como de servicio a la misma.

5. OBJETIVOS

A medida que se realiza una investigación, se establece objetivos a fin de tener una visión de los que se desea y así obtener los resultados esperados. A continuación, se detalla de manera general y específica los objetivos que se pretende alcanzar:

5.1. Objetivo general

Establecer un control en la emisión de notas fiscales a través del cual se pueda regular la actividad de venta de cerveza en los salones de fiesta.

5.1. Objetivos específicos

- ✓ Analizar los efectos de la fiscalización sobre salones de fiestas que se dedican a la venta masiva de cerveza sin emitir nota fiscal
- ✓ Determinar la cantidad de salones de fiestas que se dedican a la venta masiva de cerveza sin emitir la respectiva nota fiscal
- ✓ Describir el incremento de la recaudación tributaria por la venta de cerveza en salones de fiestas, sobre la recaudación total de impuestos internos
- ✓ Diseñar un mecanismo de control para la emisión de facturas en salones de fiestas

6 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

6.1. Antecedentes del objeto de estudio

Celebrar un matrimonio, cumpleaños, preste u otro acontecimiento en la ciudad de La Paz por ejemplo tiene un costo elevado y uno de los gastos más significativos es el alquiler del salón que va desde los Bs. 1.500 hasta Bs. 15.000 o más, solo por diez horas con los invitados en el lugar. El flete solo incluye el salón, mesas, sillas, el servicio de seguridad y de limpieza, las reservas se las debe realizar hasta con un año de anticipación.

Los salones de fiestas tienen un elevado alquiler sobre todo aquellos que gozan de prestigio por su tamaño, decoración, ubicación céntrica, acceso a servicio de transporte, seguridad constante y limpieza. Entré ellos están Rubí, Faraón, Atlantis, Reina Isabel, Hércules y Kandilejas, cuyos fletes oscilan entre los 10 mil y 15 mil bolivianos.

“La gente busca un salón bien ubicado, higiénico y seguro”, asegura Guillermo Choque, propietario de los locales Faraón y Nefertiti, ambos ubicados al inicio de la avenida Vásquez, a una cuadra de la terminal de buses. (Crecimiento de Salones de Fiesta, 2015)

Además de los ingresos que los dueños de estos salones de fiesta perciben, estos tienen como actividad secundaria si se podría decir, la venta de cerveza en sus ambientes, actividad no regulada por la Administración Tributaria, razón por la cual se ve en la necesidad de establecer un control en la emisión de facturas por la venta de cerveza, específicamente en los acontecimientos que se realizan en los salones de fiesta

Las agencias de cerveza actúan como un intermediario entre los cerveceros y los salones que venden el producto final, el Estado recauda impuestos sobre los beneficios del distribuidor de cerveza para agregar a los ingresos públicos y regular la venta de alcohol monitoreado la venta de cada distribuidor. Para operar una empresa de distribución de cerveza legalmente necesitas permisos tanto a nivel municipal y nacional.

6.2. Teorías acerca del objeto de estudio

6.2.1 Los Impuesto en Joseph Stiglitz

Los impuestos a diferencia de la mayoría de las transferencias de dinero de una persona a otra, que se realizan voluntariamente, son obligatorios, si no lo fueran nadie tendrían incentivos para contribuir a sufragarlos debido al problema del polizón. Sin embargo, la capacidad del Estado para obligar a los ciudadanos a contribuir a financiar los bienes públicos también puede permitirle obligarlos a apoyar a un grupo social de intereses especiales, puede obligar a un grupo a renunciar a sus recursos a favor de otro. (Stiglitz, pág. 475)

El impuesto, al ser una categoría tributaria, es un pago efectuado al Estado por mandato de la Ley, en el que no existe retribución específica en servicios públicos o bienes por el valor equivalente al monto pagado. El impuesto constituye la principal fuente de recursos del Estado, permite financiar bienes y servicios públicos, así como el gasto social. (Mariana, 2009)

En otras palabras, es un pago que efectúa en favor del Estado para solventar los gastos del mismo, los impuestos en Bolivia son los ingresos que más aporte dan al TGN por lo tanto, a mayores ingresos mayores financiamientos para la salud, gobiernos municipales, educación y otros.

Son tributos las obligaciones en dinero que el Estado en ejercicio de su poder de imperio, impone con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines. Impuesto es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador una situación prevista por Ley, independiente de toda actividad estatal relativa al contribuyente. (Gaceta Oficial de Bolivia, 2014, pág. 17 Art 10)

El impuesto hace referencia al tributo que se establece y se pide según sea la capacidad financiera de aquellos que no están exentos de abonarlo. Tiene la particularidad de no basarse en una contraprestación determinada o directa por parte de quien lo reclama. Su objetivo es financiar los gastos del acreedor que generalmente es el estado. (Gardey, 2008)

6.2.2 Origen de los impuestos

Los impuestos son tan antiguos como la creación de los Estados. La Biblia decía que debía apartarse un diezmo (una décima parte) de las cosechas para fines distributivos y para mantener a los sacerdotes. No estaba tan claro cuál era el mecanismo que se utilizaba para conseguir que se cumpliera esta norma, y la Biblia no dice nada sobre el grado de evasión fiscal. En la Edad Media los individuos prestaban servicios directamente a los señores feudales.

Existen embargo, dos distinciones fundamentales entre los tributos feudales y los impuestos modernos. En el primer caso, los individuos no podían abandonar su feudo (sin permiso de su señor). Actualmente, pueden elegir el lugar donde desean vivir y, por lo tanto, la jurisdicción en la que pagaran sus impuestos. En segundo lugar, mientras en el sistema feudal los individuos estaban obligados a trabajar, en el sistema monetario moderno solo se los obliga a compartir con el Estado. (Stiglitz, pág. 476)

6.2.3 Control, Verificación, Fiscalización

La Administración Tributaria dispondrá indistintamente de amplias facultades de control, verificación, fiscalización e investigación, a través de los cuales, en especial, podrá:

1. Exigir al sujeto pasivo o tercero responsable la información necesaria, así como cualquier libro, documento y correspondencia con efectos tributarios.
2. Inspeccionar y en su caso secuestrar o incautar registros contables, comerciales, aduaneros, datos, bases de datos, programas de sistema (software de base) y programas de aplicación (software de aplicación), incluido el código fuente, que se utilicen en los sistemas informáticos de registro y contabilidad, la información contenida en las bases de datos y toda otra documentación que sustente la obligación tributaria o la obligación de pago.

3. Realizar actuaciones de inspección material de bienes, locales, elementos, explotaciones e instalaciones relacionados con el hecho imponible. Requerir el auxilio inmediato de la fuerza pública cuando fuera necesario o cuando sus funcionarios tropezaran con inconvenientes en el desempeño de sus funciones.
4. Realizar controles habituales y no habituales de los depósitos aduaneros, zonas francas, tiendas libres y otros establecimientos vinculados no al comercio exterior, así como practicar avalúos o verificaciones físicas de toda clase de bienes o mercancías, incluso durante su transporte o tránsito.
5. Requerir de las entidades públicas, operadores de comercio exterior, auxiliares de la función pública aduanera y terceros, la información y documentación relativas a operaciones de comercio exterior, así como la presentación de dictámenes técnicos elaborados por profesionales especializados en la materia.
6. Solicitar informes a otras Administraciones Tributarias, empresas o instituciones tanto nacionales como extranjeras, así como organismos internacionales.
7. Intervenir los ingresos económicos de los espectáculos públicos que no hayan sido previamente puestos a conocimiento de la Administración Tributaria para su control tributario.
8. Embargar preventivamente dinero y mercancías en cuantía suficiente para asegurar el pago de la deuda tributaria que corresponda exigir por actividades lucrativas ejercidas sin establecimiento y que no hubieran sido declaradas.
9. Recabar del juez cautelar de turno, orden de allanamiento y requisa que deberá ser despachada dentro de las (5) horas siguientes a la presentación del requerimiento fiscal, con habilitación de días y horas inhábiles si fueran necesarias, bajo responsabilidad. (Gaceta Oficial de Bolivia, 2014, pág. 17 ART 10)

6.2.4 Aumento de Ingresos

La principal propuesta para aumentar los ingresos es que las prestaciones de la seguridad social estén sujetas al pago de impuestos. La tributación se basa en el principio general de que los impuestos deban basarse en la “capacidad de pago” las personas que tiene una renta más alta deben pagar unos impuestos más altos. Una excepción importante es que una gran parte de los ahorros para la jubilación esté exenta de impuestos, en parte para animar a la gente a ahorrar más para su jubilación (Stiglitz, pág. 409)

Lo que quiere decir, es que los impuestos se basan de acuerdo a la capacidad de pago que cada contribuyente tiene, por ejemplo, las contribuyentes que generen más ingresos deben pagar más que las personas que ganen menos de esa manera generar un ahorro para el futuro.

6.2.5 Características deseables de un Sistema Tributario

Los impuestos son inevitablemente dolorosos. Como cabría esperar, el diseño de los sistemas tributarios siempre ha sido objeto de considerables controversias. Por decirlo de la forma más sencilla, a la mayoría de la gente le gustaría pagar menos impuestos. Se acepta que un buen sistema tributario debe tener cinco propiedades:

1. Eficiencia económica: no debe interferir en la asignación eficiente de los recursos.
2. Sencillez administrativa: debe ser fácil y relativamente barato de administrar.
3. Flexibilidad: debe ser capaz de responder fácilmente (en algunos casos automáticamente) a los cambios de las circunstancias económicas.
4. Responsabilidad política: debe diseñarse de tal forma que cada individuo pueda averiguar que está pagando y saber en qué medida el sistema refleja sus preferencias-
5. Justicia: debe ser justo en su manera e tratar a los diferentes individuos. (Stiglitz, pág. 483).

6.2.6 Efecto de los Impuestos Progresivos

El impuesto sobre la cerveza era un impuesto por unidad, por ejemplo, por lo que el consumo de cerveza aumentaba, la deuda tributaria aumentaba proporcionalmente. Lo mismo ocurría en el caso del impuesto sobre la renta precedente de intereses. Algunos impuestos sobre los salarios, como las cotizaciones a la seguridad social, son proporcionales (hasta un determinado máximo) pero no así otros, como el impuesto sobre la renta de las personas físicas (Stiglitz, pág. 573).

Es decir, que a medida que aumenta la venta de cerveza, de la misma manera aumenta el importe por impuestos, en otras palabras incrementa proporcionalmente, en otros casos no sucede lo mismo existe un límite en el incremento de los impuestos.

6.2.7 Impuestos Óptimos y Eficientes en el sentido de Pareto

Para juzgar las estructuras tributarias utilizamos el concepto de eficiencia de Pareto: una estructura tributaria es eficiente en el sentido de Pareto cuando no existe otra que pueda mejorar el bien estar de alguna persona sin empeorar el de otras. Si existe ese otro sistema tributario, el sistema actual es claramente ineficiente.

En el sistema de Pareto el sistema tributario óptimo es el conjunto de impuestos que maximiza el bien estar social. Es evidente que cada función social de bienestar genera una estructura tributaria óptima. Uno de los objetivos de la teoría de los impuestos óptimos es averiguar si los sistemas tributarios que son eficientes en el sentido de Pareto tienen algunas propiedades generales, es decir algunas propiedades que se cumplen independientemente de la función social de bienestar. (Stiglitz, pág. 589)

6.2.8 Procedimiento de Control Tributario

La Administración Tributaria podrá de oficio verificar el correcto cumplimiento de la obligación de emisión de factura, nota fiscal o documento equivalente mediante operativos de control. Cuando advierta la comisión de esta contravención tributaria, los funcionarios actuantes y un testigo de actuación,

quienes deberán elaborar un acta, caso contrario se dejará, expresa constancia de la negativa de esta actuación.

El sujeto pasivo podrá convertir la sanción de clausura por el pago inmediato de una multa equivalente a diez (10) veces el monto de lo no facturado, siempre que sea la primera vez. En adelante no se aplicará la convertibilidad, tratándose de servicios de salud, educación y hotelería la convertibilidad podrá aplicarse más de una vez.

Ante la posibilidad física de aplicar la sanción de clausura se procederá al decomiso temporal de las mercancías por los plazos previstos para dicha sanción, debiendo el sujeto pasivo o tercero responsable cubrir los gastos.

La sanción de clausura no exime al sujeto pasivo del cumplimiento de las obligaciones tributarias, sociales y laborales correspondientes. De la misma manera debe cumplir con las mismas obligaciones a las que está sujeta, no existe una exención en este tipo de casos.

Tardándose de la venta de gasolinaz, diésel oíl y gas natural vehicular en estaciones de servicio autorizadas por la entidad competente, la sanción consistirá en la clausura definitiva del establecimiento, sin posibilidad de que la misma sea convertida en multa.

6.2.9 Los impuestos en el mundo de Mariano Otálora

El primer antecedente de cálculos y proyecciones fiscales se pueden encontrar en el código de Hammurabi (3800 a.c.) en esta época a pedido del Gobierno se realizaban diferentes tipos de censos para poder realizar un cálculo aproximado de los ingresos que contarán a través de la recaudación de impuestos.

En los tiempos de los Reinos Cristianos, los impuestos eran determinados según la necesidad del Rey y en cualquier momento podía sorprender con un nuevo plan impositivo, sin la necesidad de contar con ningún documento ni planificación podían crear mecanismos de recaudación mas exigentes o simplemente aumentar los vigentes.

En el antiguo Egipto, mantener los altos gastos del Estado requería de impuestos muy altos. Los campesinos fueron el sector más presionado, en donde debía pagar en especies; en muchos casos alcanzaba al 50% de las cosechas. La producción agrícola fue el motor de la recaudación. Entre los cultivos destacados a orillas del Río Nilo eran el trigo, legumbres, hortalizas y la cebada.

Las tasas de impuestos eran fijadas en forma anual según los rendimientos proyectados de las cosechas. Para determinar las riquezas personales de cada propietario, los escribas reales, tomaban nota de las cantidades de campo, ganado y cantidad de oro.

En la antigua Grecia, el orden y la prolijidad de los registros era admirable, los contadores fiscales eran encargados de llevar el control de las cuentas públicas. En la época de Pericles (conocida como la Edad de Oro de Atenas) el desarrollo comercial y financiero convirtió a Grecia en una potencia sin igual.

Los impuestos directos que gravaban a renta y el patrimonio de los ciudadanos, los impuestos indirectos sobre el consumo y el mercado, sumados a los derechos de aduana fueron los ingresos más importantes del imperio.

Como característica única de Grecia cuando imponía un impuesto de emergencia por una guerra o acontecimientos similares, al tiempo de finalizarla rescindía la obligación y en caso de existir un sobrante, muchas veces el imperio era devuelto.

El imperio Romano estableció tributos sobre los territorios conquistados y sobre las personas. Eran tan importante el poderío económico, que el excedente nunca pudo ser administrado correctamente, ni distribuido en forma equitativa ya que todo el dinero era destinado a los lujos de la minoría

Sin duda alguna el gran ingreso de Roma estaba constituido por los botines y tributos que debían pagar los países vencidos (dinero, joyas y muchas veces con sus cosechas); el pueblo romano colaboraba en la recaudación a través

de los derechos de importación, exportación, los originales impuestos a la herencia del 5% y sobre las ventas del 1% de las ganancias.

Los impuestos eran establecidos por partes iguales, pero también se clasificaban a los contribuyentes según su importancia de sus ganados y de sus patrimonios. Eran muy comunes los impuestos al “paso”, derechos para entrar a las ciudades, para pasar los puentes.

Nadie podía dejar de pagar impuestos, los censores e inspectores recorrían todo el territorio con frecuencia con el afán de encontrar algo nuevo sin declarar, se enumeraban los árboles, se registraban los animales y lo mismo con las personas.

Los aztecas tenían diferentes impuestos: los de guerra y por ocasiones religiosas. A los pueblos dominados y sometidos implementaron diferentes tributos en especies, mercancía y servicios tan exigentes que generaban la destrucción paulatina de la sociedad vencida; ya que todos los alimentos, el comercio, eran apropiados por el vencedor de cada enfrentamiento.

Los incas contaban con leyes estrictas y con castigos muy severos para quienes la incumplían, el funcionamiento del aparato del Estado estaba influenciado en la recaudación de impuestos. Todo lo recaudado se destinaba a sostener el culto religioso y sus templos, mantenimiento de la nobleza y el pueblo en general.

Los impuestos deben entenderse como el pago o esfuerzo que realizan las personas para obtener una mejor sociedad, como se administre el dinero recaudado nos demostraba el tipo de sociedad que somos o queremos ser. En presencia de impuestos nace automáticamente el malestar, en los países desarrollados el termómetro más utilizado pero poco preciso, para poder medir la aceptación o rechazo de la comunidad es la evasión.

Se supone que la evasión es la respuesta hacia lo “justo” e “injusto”, al no sentirme parte o participe de este impuesto, al vivirlo como un castigo que limita mi crecimiento, la evasión como respuesta de la sociedad permite

proyectar e ir midiendo para los recaudadores si un tributo puede o no prosperar en el tiempo.

En otras sociedades encontramos muchos ejemplos en donde en comunidad se organiza y frena aumentos en los alimentos o servicios “no compramos más leche”, “no cargamos combustible de determinado establecimiento”, “hoy no utilizamos el celular”; todas estas respuestas tiene un fuerte impacto en quienes tomas las decisiones.

En el caso de los impuestos en el país a un gran número de contribuyentes le encantaría encontrar alguna manera que le permite reducir el impuesto al mínimo, algo mágico que la despertarse al día siguiente todo se haya solucionado; generalmente del impacto del impuesto se habla mucho, quejas entre los compañeros cercanos de trabajo, con su jefe, con su familia, con el contador, pero nunca nos organizamos.

La evasión sirve de atenuarse, en donde los estados saben que aplican tasas exigentes o exorbitantes y el ciudadano utiliza esta escapatoria como contraofensiva hacia lo injusto y pensando en el ámbito privado que le ganó la batalla al Estado, que uno es más vivo. Al margen de esta reflexión relativa, es claro que la evasión no es la solución a nuestros problemas; al contrario empeora cualquier situación privada.

6.2.10 Los Impuestos de Ramsey

A Ramsey no le preocupaba la redistribución sino solo la eficiencia. Pero suponía que el Estado no podía establecer un impuesto de cuantía fija. Por lo tanto, tenía que recaudar ingresos por medio de impuestos sobre las mercancías.

Según Ramsey “En ausencia de impuestos sobre la renta o sobre los beneficios y suponiendo que todas las personas son idénticas, para recaudar ingresos y minimizar el exceso de gravamen es necesario establecer impuestos en relación inversa a la elasticidad de la demanda y la oferta

Según esta teoría Ramsey indica que la eficiencia de la administración tributaria es más importante que la redistribución de los ingresos obtenidos, que en ausencia de impuestos disminuye los beneficios y que si todas las personas se las tomara por igual minimizaría los ingresos para el Estado,

6.3 Conceptos importantes

6.3.1 Administración Tributaria

Administración es la organización encuadrada dentro del sector público, cuya misión es recaudar impuestos y otros ingresos públicos necesarios para el sostenimiento de las cargas públicas, mediante la aplicación de leyes fiscales. En los últimos años asistimos a una corriente que trata de atribuirle determinados rasgos de autonomía, en materia de gestión de personal y presupuestaria, fundamentalmente. (Alvarez, 2006, pág. 05)

6.3.2 Impuesto

El impuesto es la suma clase de tributo (obligaciones generalmente en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración tributaria.

Un impuesto es un tributo que se paga al Estado para soportar los gastos públicos, es el tributo cuya obligación tiene como hecho generador la una situación prevista por Ley, independiente de toda actividad estatal relativa al contribuyente. (Nacionales, 2014, pág. 17 ART 10)

Es decir, que la ley debe ser para todos dependiendo a la capacidad que tenga cada contribuyente, hablando de la venta de cerveza en salones de fiesta estos eligieron la opción más rentable pues obtienen ingresos fijos cada fin de semana por esta actividad.

6.3.3 Factura

La factura es un documento de carácter mercantil que indica una compraventa de un bien o servicio y, además, incluye toda la información de la operación. Podemos decir que es una acreditación de una transferencia de un producto o servicio tras la compra del mismo (Garcia, 2012).

Las facturas de venta son un instrumento que sirve como constancia para el vendedor y para el comprador de la operación realizada. Describe en ella lo que se ha comprado y por ende vendido, y el precio pagado. En este caso el hecho descrito es la operación de compraventa. Se deben consignar en ella los datos personales del comprador y del vendedor su domicilio y sus condiciones respecto a las cargas impositivas.

6.3.4 Cerveza

La cerveza es una bebida alcohólica no destilada elaborada a base de granos de cereales, como la cebada, por ejemplo, cuyo componente son los granos de almidón seguidamente modificado para ser luego fermentado en agua y aromatizado con lúpulo.

Nombre de una bebida alcohólica elaborados por la fermentación de soluciones obtenidas de cereales y otros granos que contienen almidón. La mayor parte de las cervezas se elaboran con cebada malteada a las que se da sabor con lúpulo. En Japón, China y Corea, la cerveza se hace de arroz recibe el nombre de saque, samsu y suk respectivamente; en África se usan mijo, sorgo y otras semillas; mientras que el kvass ruso se hace con de centeno fermentado.

6.3.5 Recursos Tributarios

Se consideran recursos tributarios a los recursos que el Estado obtiene mediante la aplicación de su poder de imperio y cuya característica común es la obligatoriedad, es decir, el Estado crea obligaciones tributarias a cargo de los individuos y entidades a través de leyes dentro de los límites y facultades que se fijan las constituciones nacionales y/o provinciales.

Es decir, los recursos tributario son todos los recursos que obtiene el Estado mediante los impuestos, contribuciones especiales, tasas, patentes, impuestos a los bienes inmuebles y muebles, transferencias generadas por la obtención de ingresos tributarios mediante la administración tributaria ingresos que genera los sujetos pasivo.

6.3.6 Capacidad Contributiva

La capacidad contributiva supone que quienes más poseen, mayores impuestos deben abonar. Sin embargo, esto no siempre se cumple ya que muchas veces se priorizan otras causas: el incremento de la recaudación, la disuasión de compra de un cierto producto, el fomento de determinadas actividades. (Gardey, 2008)

Cuando hablamos de capacidad contributiva, hablamos que el pago o la contribución por cada ciudadano dependerá de los ingresos que genere, mayores ingresos mayores será contribución para los ingresos del país, por otro lado no siempre se cumple por priorizar otras situaciones que se presenta en transcurso del tiempo.

6.3.7 Estado

“El Estado es considerado como la organización jurídico – política más perfecta que se conoce hasta el presente, es la institución de instituciones. La palabra Estado viene del participio latino status y se define como un ente jurídico supremo, como algo no visible, pero palpable en lo sujetos sometidos a un orden jurídico establecido en el que existen obligaciones y se reconoce derechos” (Urquizu, 2009, pág. 41).

El Estado definida como un comunidad social que consta de una organización política común que cuenta con un órgano de gobierno propio independiente políticamente. Es la unidad jurídica de los individuos que constituyen un pueblo que vive al abrigo de un territorio u bajo el imperio de una Ley, con el fin de alcanzar un bien común.

7 MARCO METODOLOGICO

7.1. Enfoque de investigación

Es de tipo cuantitativo, en la definición genérica de lo cuántico esta intrínseca la relación que se establece con el objeto /sujeto de la investigación: interesa conocerla en su relación con sus similares, pero desde afuera por ello el énfasis en la medición de las proporciones en el seguimiento al comportamiento a lo largo del tiempo.

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.

De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables, se traza un plan para probarlas, se miden las variables en un determinado contexto, se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto a la hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 4)

Tiene un enfoque cualitativo, mediante el cual determinamos las variables que se presentan el objeto de investigación como la cantidad de cajas la cantidad de personas que asisten por cada acontecimiento, los ingresos que generan por evento, por lo mismo analizar y extraer una serie de conclusiones.

La investigación cualitativa, como sostiene Denzin y Lincoln (1994), es un campo muy amplio que atraviesa disciplinas, problemas de investigación, métodos y perspectivas epistemológicas. Implica una serie de prácticas que no se encuentran ligadas con una determinada teoría o paradigma en particular ni son privativas de una u otra área del conocimiento. Por consiguiente, no es un conjunto unificado de principios compartidos por numerosos estudios, sino un marco marcado por tensiones y contradicciones

que se expresan en distintas definiciones y concepciones, paradigmas y estilos de investigación. (Barragan, 2008, pág. 93)

Es decir que mediante una investigación cualitativa nos ayuda a explicar lo que se observa sobre el objeto de investigación, buscar lo preciso, específico, analizar conceptos y todo aquello que ayude a responder las interrogantes generadas y de cumplir con los objetivos trazados.

La investigación cuantitativa se sirve de números y métodos estadísticos, para explicar lo que se observa; es objetiva en cuanto a su enfoque en el sentido de que sólo busca medidas precisas y un análisis de los conceptos que son objetivos para responder a sus interrogantes (Álvarez; 1996: 186).

Este enfoque cuantitativo nos ayudara en la investigación de venta de cerveza en salones de fiesta, ya que para la misma se observara la actividad, el movimiento que estas tienen, en qué medida los consumidores obtienen el producto, para posteriormente analizar y explicar el impacto que tiene en la economía boliviana y por ende la contribución que podría tener la Administración Tributaria.

7.2. Método de investigación

Método es un término griego que deriva de las raíces griegas “meta” que significa hacia y “ados” que significa vía o camino. Entonces método designaría el camino hacia algo, la manera de conducir el pensamiento a las acciones para alcanzar una meta.

El análisis consiste en la desmembración de un todo, en sus elementos para observar su naturaleza, peculiaridades, relaciones, etc. Es una observación y examen minucioso de un hecho en particular, es la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos

A partir de las características de la investigación se aplicara el método de investigación analítico, que es un camino para llegar a un resultados mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constituidos, es aquel que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes para observar las causas, la naturaleza y los efectos, permitiéndonos

conocer más del objeto de estudio con lo que se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías

En el método analítico se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. (ABAD, 2009, pág. 94)

Para poder proponer un diseño para un control en la venta de cerveza en los salones de fiesta aplicando este método, nos permitirá observar la naturaleza de la actividad, mediante su análisis y comprender mejor el movimiento que tiene, su magnitud así como se desarrolla.

Al igual emplearemos el método inductivo que se asocia originariamente a los trabajos de Francis Bacon a comienzos del siglo XVII. En términos muy generales, consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

Para Hernández Sampieri R, el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. Esta investigación se usa cuando se procesan y se analizan los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados y en el análisis e interpretación de la información. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 107)

Es importante realizar un registro de las actividades de venta de cerveza en salones de fiesta, analizar lo observado, el movimientos que tiene su comercialización en los distintos acontecimientos que se llevan a cabo en estos ambientes y así de esta manera interpretar la información.

Para esto conlleva observar la capacidad que tienen los salones de fiesta para recibir a los invitados, la clase social (alta, media, baja) a la que pertenecen, el tipo de acontecimiento que se lleva a cabo (matrimonios, bautizos quince años, prestes, etc. Y analizar cada aspecto relevante `para obtener datos precisos para llevar a cabo la investigación.

7.3. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo exploratorio, ya que se trata de un estudio novedoso respecto al control de la venta de cerveza en salones de fiesta, situación que no fue estudiada anteriormente, por tal es un terreno desconocido, este tipo de investigación nos ayudara a familiarizarnos con el tema y obtener mayor información y así lograr tener una investigación más completa.

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se han abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura revelo que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y aéreas desde nuevas perspectivas. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 91)

La investigación es también de tipo descriptiva ya que para poder establecer un control de la venta de cerveza en salones de fiesta se necesita conocer los diferentes aspectos del negocio como cuantos salones se dedican a esta actividad, información sobre los asistentes, ubicación de salones, movimiento comercial entre otros.

“Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 92).

Para la investigación se reunirá información acerca de la venta de cerveza en salones de fiesta, es decir todo lo que caracteriza la venta, sus ambientes que son los locales, el producto que es la cerveza, los comerciantes que en el caso son los propios dueños de los salones, la afluencia que existe en las fiestas, etc.

7.4. Diseño de investigación

La investigación tiene un diseño no experimental porque son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en lo que solo se observan los fenómenos en ambiente natural para analizarlos, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza.

En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. La investigación no experimental es un parteaguas de varios estudios cuantitativos, como las encuestas de opinión, los estudios *ex post-facto* retrospectivos y prospectivos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 152)

Es decir, que la investigación es de diseño no experimental, porque observaremos el ambiente en que se dan esta actividad, para analizarlos no se puede influir en ellas porque son sucesos que ya pasaron son situaciones ya existentes, como el caso de la venta de cerveza ya que es una actividad sin la emisión de factura que lleva ya muchos años sin ningún control.

Cuando hablamos de un diseño no experimental, hablamos de acudir a las calles más conocidas por la cantidad de salones que se sitúan en las mismas, analizar el consumo y la venta de cerveza que se genera en estos ambientes y los efectos que se producen tanto como la recaudación de ingresos para el Estado y los beneficios para el mismo.

En la investigación no experimental estamos más cerca de las variables formuladas hipotéticamente como “reales” y, en consecuencia, tenemos mayor validez externa (posibilidad de generalizar los resultados a otros individuos y situaciones comunes). (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

Distintos autores han adoptado diversos criterios para catalogar la investigación no experimental. Se categoriza de la siguiente manera de clasificar dicha investigación: por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos.

Por lo tanto la presente investigación, es de diseño no experimental de corte transeccional o transversal porque este tipo de investigaciones recopilan información, datos en un momento único, es decir, analizar el nivel o modalidad de una o varias variables en un momento dado.

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

Por otro lado hablamos de un diseño transeccional exploratorio ya que el tema que abarcamos en la investigación trata de un tema nuevo, por lo tanto exploraremos dentro de este sector de la población con actividad de salones de fiesta como es el control, el manejo

El propósito de los diseños transeccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo del otro diseño (no experimental) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

En otras palabras, hablamos de un tema nuevo en el cual vamos a explorar la población, las contribuciones, las ventas, los ingresos que se producen. Es una investigación que se basa en la no emisión de facturas y los ingresos que generaría esta actividad con un control mas riguroso y eficiente. Lo que quiere decir, es analizar el movimiento que tiene la comercialización de cerveza en los salones, de esa manera analizar el impacto que produce en la economía.

7.5. Instrumentos de investigación

7.5.1. Observación

Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías. Útil, por ejemplo, para analizar conflictos familiares, eventos masivos (como la violencia en los estadios de fútbol), la aceptación-rechazo de un producto en un supermercado, el comportamiento de personas con capacidades mentales distintas, la adaptación de operarios a una nueva maquinaria, etc. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 252).

Es decir, que tenemos como instrumento de investigación la observación mediante el cual registraremos los comportamientos las situaciones que se dan dentro de la venta de cerveza en los salones de fiesta, que observa lo que hacen como es el movimiento económico que aspectos de debe considerar para implantar un mayor control, por otro lado, ver como es el hecho generador entre el cliente y vendedor los motivos que le llevan al contribuyente a no emitir factura.

La observación en un instrumento en la investigación cualitativa para recoger datos sobre la cantidad de salones que existen en la ciudad de La Paz nos proporciona fotografías escritas de la investigación, observar el comportamiento de los contribuyentes en un escenario natural como es un día de fiesta la cantidad de cerveza que se vende por acontecimiento.

El principio de la observación es que uno no pregunta a la gente sobre sus visiones, perspectivas, actitudes o sentimientos, sino que observa lo que hacen y lo que dicen, porque se considera que “del dicho al hecho hay mucho trecho”. De ahí que las prácticas y el lenguaje son fundamentales. (Barragan, 2008)

Observar implica tomar notas sistemáticamente sobre eventos, comportamientos, objetos, etc., encontrados en el lugar de estudio. De ahí el instrumento fundamental llamado “Cuaderno de notas de campo”, el cual constituye el soporte en el que se realizan las descripciones de lo que se ha observado. (Barragan, 2008)

Para la investigación presente utilizamos como instrumento la observación, de esa manera obtener información, datos relevantes y tomar nota de cada aspecto, como el comportamiento de los contribuyentes dentro de esta actividad, clientes o consumidores registrar la cantidad de fiestas que la gente realiza una estimación mínima de cuantas cajas de cerveza se vende por acontecimiento

7.5.2. Análisis Bibliográfico

Los instrumentos de información son aquellas que proporcionan datos, referencias, antecedentes, comparaciones sobre determinados aspectos de la realidad y el pensamiento. El término tiene varias acepciones pero todas remiten al fundamento informativo de los documentos.

La fuente bibliográfica directa fundamental es la bibliografía. En el sentido instrumental, es una lista o repertorio de documentos impresos o publicados y, por extensión, de todo tipo de documento. La bibliografía puede ser universal, nacional, regional, de un autor, de un tema, etc. Las bibliografías especializadas son la base para la construcción de balances de la cuestión. Las de publicaciones oficiales registran lo publicado en una gestión pública internacional, nacional, regional y/o local (Barragan, 2008).

Es decir que para la presente investigación nos apoyamos en documentos impresos es decir archivos que hablen primeramente sobre la cultura que tenemos en nuestra ciudad, revistas regionales que hablan sobre el movimiento que genera las grandes fiestas en la ciudad de La Paz, periódicos, que nos hablen sobre la contribución tributaria que da al Estado todo tipo de documento que ayude como instrumento de investigación

En el proceso de recolección de datos de información para la construcción de un objeto de investigación o de un proyecto de tesis, la investigación con análisis bibliográfico o documental ocupa un lugar importante ya que garantiza la calidad de los fundamentos teóricos de la investigación. Por ser un proceso sistemático y secuencial de la recolección y la selección del material que servirá como fuente metodológica para la investigación.

Denominadas también obras de consulta o de referencia, constituyen un conjunto de documentos que tienen por objetivo ofrecer información básica sobre un tema especializado. Estas son las bibliografías, diccionarios, enciclopedias, directorios, guías informativas, guías estadísticas, balances de la cuestión o estados de arte, hemerografías, índices de publicaciones periódicas, resúmenes, anuarios, atlas, etc. (Barragan, 2008).

En otras palabras hablamos de documentos que nos generen la información básica importante sobre el objeto de investigación. Por ejemplo, revistas que hablen sobre la economía que mueve a este sector en específico, es decir, nos garantiza el la calidad de información obtenida los fundamentos básicos para la investigación, es un proceso de selección y recolección de toda la materia que sirva como fuente de información.

Cuando hablamos de un análisis bibliográfico hablamos de un instrumento esencial en la investigación, se constituye como una estrategia operacional donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades ya sean teóricas o no, se utilizan diferentes tipo de documentos. Mediante la cual indagamos, analizamos, interpretamos los datos e información sobre el tema, con la finalidad de obtener resultados que serán base para el desarrollo de la investigación.

Como en todo proceso de investigación la búsqueda de fuentes bibliográficas y documentales esta estrechamente asociada a los objetivos de la investigación. Por la recopilación adecuada de datos que nos permite redescubrir hechos sugerir soluciones y orientar hacia otras fuentes de investigación.

8 MARCO PROPOSITIVO

Se conoce que los acontecimientos sociales en el país son ya una costumbre y para su desarrollo se expende bebidas alcohólicas en sus ambientes “Salones de Fiesta” entre ellos la más popular la cerveza, para poder tener un control eficiente por la venta de este producto, se necesita que los funcionarios de la Administración Tributaria tengan el criterio de mejorar las necesidades y realidad social así como el desarrollo laboral, para lo cual el equipo ha visto necesario realizar propuestas para su mejora.

Con la elaboración de esta propuesta se pretende establecer un control en la emisión de facturas a través de la cual se pueda regular la actividad de venta de cerveza en los salones de fiesta y combatir la evasión de impuestos en nuestro país.

Mediante una serie de propuestas, ayudamos en el mejoramiento el, control y fiscalización de tributos con la administración tributaria, de tal manera de ayudar al contribuyente a medida que declare sus impuestos ayudar con incentivos

Cuando hablamos de crear una propuesta o medidas que incentiven a la emisión de facturas, como adoptar una medida para disminuir el fraude tributario y permitir una mayor eficiencia tributaria. La propuesta tributaria parte de la idea de que falta una administración tributaria más sólida la cual incentiva a la evasión tributaria.

Es decir que se debe modernizar, actualizar el régimen sancionatorio y crear herramientas para facilitar el cobro de impuestos. La evasión de impuestos y la no emisión de facturas es un problema para la administración tributaria pero al mismo tiempo es un desafío. Por lo tanto, presentamos algunas propuestas que pueden tomarse en cuenta para un mejor control y fiscalización de la emisión de facturas en salones de fiestas por venta de cerveza.

Entre los puntos a tocar en la presente propuesta está la capacitación a futuros fedatarios, visita previa a los salones de fiesta, el detalle de la función que

realizara el fedatario en los salones de fiesta, así como la implantación de cultura tributaria a los contribuyentes como se detalla a continuación.

8.1 Capacitación a futuros Fedatarios

Es difícil crear una administración tributaria eficiente sin contar con un personal bien educado así como capacitado y la evasión fiscal por la venta de cerveza en salones de fiesta carece de control, de ahí nace la necesidad de integración de fedatarios fijos específicamente en este tipo de actividad para el control en la emisión de facturas y notas de venta en este tipo de negocio, para ello se capacitará a un grupo de profesionales y egresados en ciencias administrativas.

La Administración Tributaria no ataca, ni se ensaña contra el trabajo libre, al contrario, permanentemente capacita a los propietarios de negocio para que se enmarquen en la Ley Tributaria, la labor del fedatario fiscal es preventiva, informativa, disuasiva o de control y de sanción.

Las funciones del fedatario deben ser cumplidas en la forma que establece la Administración Tributaria, por tanto deben realizar sus funciones con mucho cuidado para no perjudicar a nadie pues las tareas que realiza son bastante delicadas.

La capacitación implica un adiestramiento práctico del personal, la temática contemplara temas de Administración Tributaria, legislación tributaria, procedimientos operativos, seguridad y comunicaciones, así un estudio de mercado objetivo en el caso el movimiento de la actividad de venta de cerveza en salones de fiesta, todo esto con el fin del cumplimiento de sus fines.

8.2 Visita previa a Salones de Fiesta

Antes de la fiscalización, se visitarán locales para prevenirlos e informarlos acerca de sus obligaciones tributarias e impulsar al contribuyente a tener una relación transparente con el fisco, así como ponerles en conocimiento los requisitos que deben tener para la construcción y apertura de salones de fiesta.

Al visitar al contribuyente, se le exterioriza la gran cantidad de información que sobre el posee, provengan estas de fuente interna como externa, lo que permitirá al fiscalizador conozca de antemano la realidad de su futuro verificado, de esta forma la relación fisco-contribuyente es más transparente, en términos de fiscalización, ello contribuirá en forma potencial el desarrollo de este proceso.

Con el uso de esta herramienta se realizará la caracterización del universo de los contribuyentes que pertenecen a este ámbito Impositivo, de esta manera se lograra una profesionalización de los verificadores, y lo que es más importante, se lograra incrementar el riesgo de ser verificado de cada uno de los contribuyentes.

A través de este procedimiento se implementará un Sistema de Control permanente que permite que, a través del conocimiento de cierto nivel de ingresos de cada contribuyente, realizar un seguimiento permanente de los integrantes del segmento caracterizado, logrando incrementar el riesgo de ser detectado por parte de aquel que realiza maniobras tendientes a evadir sus obligaciones tributarias.

8.3 Función del Fedatario en la Actividad de Venta de cerveza en Salones de Fiesta

La figura del agente encubierto será para favorecer la efectividad en los procesos de fiscalización de esta manera impedir la consumación de delitos, que actuaran como compradores de cerveza en estos salones de fiesta para constatar el cumplimiento por parte de los comerciantes de la obligación de emitir y entregar facturas y comprobantes equivalentes con los que documenten las respectivas operaciones.

Si el local en el que se adquirió la cerveza entrega una factura con la legalidad que amerita, el fedatario regresara con la compra, felicitara al contribuyente, le explicara la función que cumple y devuelve el producto a cambio del dinero entregado.

Una vez que los funcionarios habilitados se identifiquen como tales al contribuyente o responsable, de no haberse consumido el bien (cerveza), se

procederá a anular la operación y, en su caso, la factura o documento emitido quedaran anuladas,

Una cuestión importante es que los funcionarios actuantes no están obligados a pedir facturas o documentos equivalentes, tal cual lo normado como regla se encuentra en la ley 2492, Código Tributario en su artículo 103, donde establece la verificación del cumplimiento de deberes formales y de la obligación de emitir factura.

Si el local en el que se adquirió la cerveza entrega una factura con la legalidad que amerita, el fedatario regresara con la compra, felicitara al contribuyente, le explicara la función que cumple y devuelve el producto a cambio del dinero entregado.

8.4 Implantación de Cultura tributaria a salones de Fiesta donde exista la venta de cerveza

Para que el sector de salones de fiesta cuya actividad secundaria es la venta de cerveza tenga conocimiento de temas impositivos, se necesita implantar en los contribuyentes cultura tributaria como una estrategia para evitar la evasión de impuestos, donde se pretende realizar actividades como:

- 1.- Realización de cursos de capacitación sobre temas impositivos dirigidos específicamente a dueños de salones de fiesta.
- 2.-Ejecucion de un programa de sorteos de tipo lotería tributaria para incentivar al cumplimiento de deberes formales.
- 3.- Distribución de folletos y trípticos en los sectores donde existan salones de fiesta acerca de lo importante es tener una relación transparente entre el fisco – contribuyente.
- 4.- Distribución de folletos y trípticos al público en general para su conocimiento y obligación que tienen de exigir su factura por la venta de cerveza en salones de fiesta.

8.5 Incentivos

¿Con o sin Factura? Esta es una de las preguntas que más se oye en Bolivia al comprar electrodomésticos, ropa o pago por un servicio, con el objetivo de evitar el pago del IVA. Como medida para impulsar la emisión de factura, la administración tributaria, plantea diversos incentivos tributarios.

Los incentivos tributarios son medidas legales que suponen la exoneración o una minoración del impuesto a pagar y cuya finalidad es promover determinados objetivos relacionados con políticas productivas.

En nuestro caso se aplicara Programa de incentivo tributario “La factura de la felicidad”, donde podrán participar los compradores de cerveza en salones de fiesta que cuenten con facturas de su respectiva compra emitidas en un determinado periodo.

La modalidad de premiación será mediante sorteo, con el fin de promover el desarrollo y solventar los servicios públicos, y no solo aumentar la presión fiscal de los contribuyentes tradicionales sino se asegure de ampliar la carga tributaria en este sector específicamente, quienes a pesar de recibir jugosas ganancias cada fin de semana se amparan en la informalidad.

8.6 Sanciones

Respecto a las sanciones, como todo contribuyente es responsable de emitir factura a pesar que el cliente no lo pida de acuerdo a normas legales dentro del país, caso contrario está expuesto a sanciones o multas y posible clausura del establecimiento.

El incumplimiento de la obligación de emitir factura, nota fiscal o Documento privado equivalente hará presumir, sin admitir prueba de lo contrario, la falta de pago del impuestos por lo que el comprador no tendrá derecho al cómputo del crédito fiscal a que se refiere el Art 8.

Es decir, que existe una obligación hacia el sujeto pasivo por la emisión de factura, caso contrario se tomara medidas sancionatorias de acuerdo a Ley y reglamento que dispone la Administración Tributaria. Recordemos que para efectos tributarios quienes están obligados a emitir factura y no lo hagan

podrán ser objeto de sanción, clausura, o el cierre del establecimiento de comercio, oficina o consultorio, o sitio donde se ejerza la actividad, profesión u oficio, en el caso ser la clausura de los salones de fiesta donde se vende el producto de la cerveza.

8.7 Final de la Propuesta

La intención de la Administración Tributaria con estas medidas es perseguir a los evasores de pago de impuestos que los dueños que venden cerveza en salones de fiesta incurren, para con ello reprimir con sanciones sobre estas actitudes de la no emisión de la facturas de esta manera obtener más control en las mismas y mejorar el servicio como entidad recaudadora. Por otro lado crear concientización en los contribuyentes en la emisión de facturas para evitar sanciones multas.

Con la propuesta se pretende lograr que el contribuyente cumpla con sus obligaciones tributarias y, por ende, se obtenga una reducción de la evasión fiscal, corregir los vacíos o ambigüedades estableciendo una actuación transparente e íntegra de las actividades que realizan los contribuyentes, en nuestro caso la venta de cerveza en los ambientes denominados “salones de fiesta”

9 CONCLUSIONES

Concluida nuestra monografía, presentamos las debidas recomendaciones de la misma:

- Se ha analizado los efectos de la fiscalización sobre salones de fiestas que se dedican a la venta masiva de cerveza sin emitir nota fiscal, llegando a concluir que la determinada actividad económica evidentemente incurre en la evasión fiscal y en consecuencia debe ejecutarse un mecanismo de control para evitar la no emisión de facturas.
- Se realizó visitas en el periodo de fin de semana donde es más afluente esta actividad, pudiendo constatar que en una zona como la calle Juan Granier y sus aledaños, los salones que se encuentran en esta zona ninguna de ellas emite facturas por la venta de cerveza.

Se pudo constatar que esto es más debido al desconocimiento que tiene el sujeto pasivo, que viene dada por la ausencia de cultura tributaria, un factor determinante también ha sido la falta de conciencia tributaria la cual tiene su origen en la falta de educación de los contribuyentes que pertenecen a este sector.

- Se diseñó un plan de control para la emisión de facturas en salones de fiesta, que empieza desde la capacitación de fedatarios, visitas previas a los salones, implantar cultura tributaria a los contribuyentes hasta llegar a una fiscalización.

Es una propuesta que nos parece adecuada para poner un alto y reflexionar sobre los graves daños que producen en la sociedad la evasión fiscal específicamente en esta actividad de la venta de cerveza en salones de fiesta, que conlleva grandes ganancias por su masiva comercialización.

10 RECOMENDACIONES

➤ Se recomienda describir el incremento de la recaudación tributaria por la venta de cerveza en salones de fiestas, sobre la recaudación total de impuestos internos una vez que se haya implementado los mecanismos de control de venta de cerveza en salones de fiestas.

Para de esta manera poder justificar el crecimiento del patrimonio de los dueños de salones de fiesta y detectar inconsistencias sobre sus ingresos por no contar con un adecuado conocimiento de sus obligaciones tributarias y obtener información más precisa.

➤ Se recomienda la presente investigación para el análisis de futuros trabajos en materia de control en la emisión de facturas y fiscalización por parte de contribuyentes que se encuentran en la actividad de venta de cerveza en salones de fiestas.

Con base en el presente trabajo se deberían intensificar las inspecciones en el mercado laboral y específicamente en los salones de fiesta pues en la mayoría de las actividades de este rubro obtienen ingresos elevados sin realizar el respectivo pago de impuestos-

11 BIBLIOGRAFIA

(s.f.).

ABAD. (2009).

Alvarez, A. R. (2006). Mejores Practicas en la Administracion Tributaria. En *Mejores Practicas en la Administracion Tributaria* (pág. 5).

Barragan, R. (2008). *Guia para la Formulacion y Ejecucion de proyectos de investigacion*. La Paz.

CRECIMIENTO DE SALONES DE FIESTA. (12 de MARZO de 2015). *PAGINA SIETE*, pág. A4.

Delgado, K. (2008). Una Experiencia de Innovacion Didactica. *Revista educativa*.

Gaceta Oficial de Bolivia. (2014). *CODIGO TRIBUTARIO LEY 2492*. LA PAZ BOLIVIA: Gaceta Oficial de Bolivia.

Garcia, D. A. (2012). *Contabilidad Basica y Documentos Mercantiles*. La Paz.

Gardey, J. P. (2008).

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodoloía de la Investigación* (Vol. 4). Mexico.

Mariana, O. (209). *COMO PAGAR IMPUESTOS SIN EVADIR*.

Nacionales, I. (2014). *Ley N° 2492* . La Paz - Bolivia.

Stiglitz, J. E. (s.f.). *La Economia del Sector Publico*. España.

Urquizu, C. O. (2009). *Economia Fiscal* (Primera ed.).



Alquilar un salón de fiestas en La Paz cuesta hasta Bs15 mil

Un local vale por su ubicación céntrica, acceso a transporte, seguridad y, ante todo, limpieza. Debe ser ostentoso y se lo debe reservar con un año de anticipación



Salón Rubí en Miraflores, uno de los más impactantes. Caben 700



Ivone Juárez / La Paz

Celebrar un matrimonio, cumpleaños, preste u otro acontecimiento en la ciudad de La Paz cuesta plata, y uno de los gastos más significativo es el alquiler del salón: hasta 15.000 bolivianos, sólo por unas diez horas con los invitados en el lugar.

El flete sólo incluye el salón, mesas, sillas, el servicio de seguridad y de limpieza. Las reservas se las debe realizar hasta con un año de anticipación.

Pero no todos los salones de fiestas de La Paz tienen este elevado alquiler, sólo algunos, aquellos que gozan de prestigio por su tamaño, decoración, ubicación céntrica, acceso a servicio de transporte, seguridad constante y limpieza. Entre ellos están Rubí, Faraón, Atlantis, Reina



seguridad constante y limpieza. Entre ellos están Rubí, Faraón, Atlantis, Reina Isabel, Hércules y Kandilejas, cuyos fletes oscilan entre los 10 mil y 15 mil bolivianos.

"La gente busca un salón bien ubicado, higiénico y seguro", asegura Guillermo Choque, propietario de los locales Faraón y Nefertitti, ambos ubicados al inicio de la avenida Vásquez, a una cuadra de la terminal de buses. El Faraón tiene capacidad para 500 personas, Nefertitti para 300. Choque asegura que sus ambientes son de los más elegantes y de mayor jerarquía de La Paz, porque por ellos pasaron "personalidades políticas y económicos".



Ostentoso, pero elegante
El decorado de un salón de fiesta es fundamental. Si hasta hace unos años el arreglo estaba a cargo de los organizadores de la fiesta, hoy es un detalle innecesario, porque los locales están adornados con cornisas, relieves, figuras de colores intensos, luces, lámparas de cristal enormes que penden de los techos. No precisan ningún adorno para impresionar a los invitados

"Cuidamos todos los detalles. Las lámparas las trajimos de Italia, la cristalería de Francia. Los pisos son cerámica española", remarca el dueño del Faraón.



David Salazar, administrador del salón Rubí, destaca que el local es uno de los más cotizados por su "diseño imponente con materiales de primera, colores y luces, que son el marco ideal para una fiesta de nivel".

"El Comité Cívico nos condecoró con el Chuquiago de Oro, porque el salón está catalogado como el mejor de La Paz", añade. Rubí está en la avenida Tejada Sorzano de Miraflores, a una cuadra de la plaza Villarroel. Tiene capacidad para 700 invitados.



Seguridad total

Otro de los valores que cuenta a la hora de elegir un salón de fiesta es la seguridad. Al respecto, los locales más caros de La Paz se jactan de estar bien equipados.

Johnny la Fuente, propietario de Kandilejas, asegura que cuentan con cámaras de seguridad dentro y fuera de local y con un monitoreo constante para identificar la presencia de cualquier "sospechosos" en el salón.

Bolivia importa más cerveza de la que vende a otros países

Comercio. El 73% de las compras procede de Brasil y el 95% de las ventas se dirige al mercado chileno

Exportaciones e importaciones de cerveza

Importaciones de cerveza de malta por país de origen		Exportaciones de cerveza de malta por país de destino	
Enero-agosto		Enero-agosto	
Volumen kg 2015	Valor Sus 2015	Volumen kg 2015	Valor Sus 2015
Volumen kg 2014	Valor Sus 2014	Volumen kg 2014	Valor Sus 2014
Brasil	10.770.701	Chile	3.736.660
	8.625.712		3.642.800,44
México	1248.362	Ecuador	0,00
	611.102		89.280
Argentina	454.216	España	143.656
	440.348		40.148
EEUU	141.765	EEUU	34.230,92
	97.080		0,00
Alemania	135.985	Perú	0,00
	95.181		506.863
Resto países	73.497	Puerto Rico	66
	747		0,00
Total 2014: 9.983.724	Total 2015: 12.710.972	Total 2014: 4.313.322,36	Total 2015: 3.897.437
Enero-agosto Volumen kg 2015: 4.217.679 Valor Sus 2015: 3.255.973 Volumen kg 2014: 795.890 Valor Sus 2014: 416.653 Argentina: 374.305 Valor Sus 2014: 431.116 EEUU: 270.397 Valor Sus 2014: 182.361 Alemania: 100.278 Valor Sus 2014: 167.274 Resto países: 4.507 Valor Sus 2014: 100.174 Total 2014: 4.553.551 Total 2015: 5.763.056		Enero-agosto Volumen kg 2015: 2.108.736 Valor Sus 2015: 2.102.364,44 Ecuador: 0,00 Valor Sus 2015: 44.832 España: 110.988 Valor Sus 2015: 31.320 EEUU: 10.350 Valor Sus 2015: 21.103,50 Perú: 0,00 Valor Sus 2015: 276.767,66 Puerto Rico: 368 Valor Sus 2015: 0,00 Total 2014: 2.476.387,60 Total 2015: 2.230.442	

INFOGRAFÍA: FMG/LA RAZON. FUENTE: INE, ELABORACIÓN IBCI

Info importaciones-exportaciones cerveza.

SALONES DE FIESTA Y LA VENTA DE CERVEZA





INVITADOS INGRESANDO AL SALON DE FIESTAS



INVITADOS CONSUMIENDO CERVEZA





