

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN EN TEMAS TRIBUTARIOS  
A TRAVÉS DEL PROGRAMA RADIAL “IMPUESTOS EN  
FACILITO” DE FEBRERO A JULIO DE 2016

**Memoria Laboral para la obtención del Grado de Licenciatura**

**Por:** Wilson Antonio Arteaga Castillo

**Tutor:** Lic. Marco Antonio Águila Alanes

LA PAZ – BOLIVIA

Diciembre, 2017

## **Dedicatoria y agradecimientos**

A mi padre y a mi madre, sin su esfuerzo incondicional no habría logrado encaminar mis metas y superarme día a día.

A Guadalupe y Emily, que con sus buenas energías, alegría y comprensión han apoyado este proceso.

A los docentes que participaron en este proceso del PETAENG, quienes con su experiencia, paciencia y dedicación han sido guías para plasmar este documento que resume mi experiencia profesional.

A veces olvidamos los objetivos trazados, pero después los encaminamos con más esfuerzo, ímpetu, constancia y dedicación.

## Índice general

Capítulo I.....	1
1.    Introducción .....	1
2.    Justificación.....	2
3.    Objeto de la sistematización .....	5
4.    Eje de la sistematización .....	5
5.    Objetivos .....	5
5.1.    Objetivo general.....	5
5.2.    Objetivos específicos.....	5
6.    Metodología.....	6
6.1.    Paradigma .....	6
6.2.    Métodos .....	7
6.3.    Técnicas.....	8
6.3.2.    Entrevista semi-estructurada.....	9
6.3.3.    Audio grafía .....	10
Capítulo II.....	11
2.1. Referente teórico.....	11
2.2. Comunicación.....	11
2.3. La radio.....	12
2.4. Géneros y formatos .....	14
2.5. Programa radial.....	17
2.6. Programas radiales formativos .....	18
2.7. Producción radiofónica .....	19
2.7.1. Pre-producción.....	20
2.7.2. Producción .....	21
2.7.3. Post-producción .....	22
2.8. Referente institucional.....	23
Capítulo III.....	25
3.1. Descripción de la actividad laboral .....	25
3.2. Trayectoria profesional.....	25
Capítulo IV.....	31

4.1. Sistematización de la experiencia desarrollada .....	31
4.2. Introducción .....	31
4.3. Antecedentes y contexto .....	33
4.4. Características del programa radial “Impuestos en Facilito” .....	35
4.4.1. Sinopsis .....	36
4.4.2. Objetivos .....	37
4.4.3. Estructura del programa .....	37
4.4.4. Etapas de la producción del programa radial “Impuestos en Facilito” .....	40
4.5. Resultados de la experiencia.....	61
Capítulo V.....	67
5.1. Análisis de la experiencia laboral .....	67
5.2. Más especialidades para afrontar el campo laboral .....	68
5.3. Actualización e innovación tecnológica .....	69

## Índice de cuadros

Cuadro 1: .....	32
Cuadro 2: .....	38
Cuadro 3: .....	39
Cuadro 4: .....	40
Cuadro 5: .....	42
Cuadro 6: .....	44
Cuadro 7: .....	56
Cuadro 8: .....	58

## Índice de imágenes

Imagen 1: Viviendas por tenencia a tecnologías de la información, según departamento, censos 2001 y 2012 (en porcentaje).....	14
Imagen 2: Organización del archivo digital del programa radial "Impuestos en Facilito" .....	61

## **Resumen ejecutivo**

El presente documento de Memoria Laboral sistematiza la experiencia del proceso de elaboración de contenidos de información tributaria para la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), difundido en radio Panamericana de la ciudad de La Paz durante febrero a julio de 2016.

La iniciativa comunicacional surge ante una necesidad institucional de informar a los contribuyentes y a la ciudadanía en general, respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias. Los programas radiales del ciclo 2016, priorizan sobre todo la difusión de información que facilita y simplifica el pago de los impuestos.

Tras la formulación de la metodología, los referentes teóricos y el referente institucional, este documento procede a desarrollar los elementos que han permitido el proceso de producción del programa radial, desde la pre-producción hasta la post-producción.

El informe final se sustenta con la recuperación de material de audio difundido en los programas radiales, testimonios de oyentes y voceros, además de entrevistas semi-estructuradas a actores clave que participaron en el proceso.

Con todos estos elementos que sistematizan la experiencia, se procede a describir las lecciones aprendidas, las tareas pendientes (como por ejemplo otras vías alternativas de difusión del programa) y lineamientos para encarar nuevos o un proyecto que priorice no solamente contenidos de tipo informativo sino llegar a producir contenidos educativos que sean permanentes y continuos.

Otro elemento de la Memoria Laboral es la reflexión sobre la necesidad de cambios en el actual Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, enfocando los esfuerzos en fortalecer las especialidades y la incorporación constante de innovaciones tecnológicas.

## **Capítulo I**

### **1. Introducción**

Este documento presenta el informe final de la Memoria Laboral que describe el manejo de contenidos de información en la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, de febrero a julio de 2016, en Comunicación Social y Relaciones Públicas (CSRP) del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) en la ciudad de La Paz.

El documento tiene como enfoque general la investigación tipo cualitativo y desarrolló los métodos: deductivo, descriptivo, analítico y sintético, que fueron utilizados para nutrir y sustentar la Memoria Laboral.

Se utilizó la revisión documental para recopilar conceptos radiofónicos, alocuciones de actores clave. Esto se vio fortalecido con la aplicación de entrevistas semi-estructuradas a protagonistas del programa radial “Impuestos en Facilito” 2016, que intervinieron en el proceso de elaboración de los contenidos de información en temas tributarios.

El presente trabajo, resume este largo recorrido y para su mejor comprensión está dividido en los siguientes capítulos; Capítulo I, en el cual se determinan los aspectos centrales de la Memoria Laboral como por ejemplo el objeto, el eje y los objetivos de la sistematización; Capítulo II, donde se señalan todos los elementos teóricos que sustentan el manejo de contenidos informativos en la producción del programa radial; Capítulo III, que corresponde a la descripción de la actividad laboral, que se resume en cuatro experiencias; Capítulo IV, en este apartado se analizan, describen y sintetizan los elementos de los procesos en el manejo de información en la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, de febrero a julio de 2016.

Finalmente, en el Capítulo V se realiza el análisis de la experiencia laboral considerando varios elementos para la reflexión, la contribución para fortalecer los procesos de investigación y las prácticas comunicacionales de acuerdo a la evolución de las tecnologías de información.

## **2. Justificación**

El Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) es una de las entidades recaudadoras más importantes del país por lo que requiere distintas vías para transmitir información y orientación a los contribuyentes y a la ciudadanía en general.

En la gestión 2015, se ejecutaron 27 campañas masivas de comunicación, 21 en televisión y 27 en radio emisoras<sup>1</sup>. El programa radial “Impuestos en Facilito” se constituye en una alternativa de mayor duración del SIN para informar a toda la ciudadanía y en especial a los contribuyentes sobre temas tributarios como la importancia del pago de los impuestos y las herramientas para cumplir con estas obligaciones.

Por tanto, se utilizó al programa de radio como un medio y una herramienta para transmitir contenidos tributarios y conceptos que permitan a los oyentes informarse y orientarse sobre los tributos nacionales.

“Asimismo fue un canal decisivo para difundir educación fiscal acorde al nuevo Estado, inculcar el cumplimiento de las obligaciones tributarias; y reafirmar el deber y la responsabilidad de evitar la evasión y fraude impositivo en el Estado”, (Servicio de Impuestos Nacionales, 2015; p. 76).

---

<sup>1</sup> En la Memoria Institucional del SIN – 2015, se establece que el SIN, a través de Comunicación Social y Relaciones Públicas (CSR), tiene la misión de diseñar e implementar el Plan Estratégico Comunicacional (PEC), para proponer y ejecutar campañas masivas y alternativas de información orientadas a posicionar a la institución como prestadora de un buen servicio.



La producción del programa radial “Impuestos en Facilito” responde a una necesidad institucional de informar a los contribuyentes y a la ciudadanía en general, respecto al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Particularmente, en el ciclo 2016 se hace énfasis a la simplificación de trámites en la Administración Tributaria y las herramientas para el cumplimiento oportuno del pago de los impuestos, desvirtuando algunas versiones a nivel internacional que aseveran que en Bolivia existirían complicaciones para realizar estas obligaciones.

Los resultados de un estudio denominado “Paying Taxes 2015”<sup>2</sup> elaborado por el Banco Mundial en conjunto con PwC<sup>3</sup>, advierten que en Bolivia se realizan 42 procedimientos para el pago de impuestos y se destinan 1025 horas para este objetivo.

“Lo que aplicando un cálculo matemático, supone 11 jornadas diarias por cada mes, dedicadas a este específico fin”, (Confederación de Empresarios de Bolivia, 2016; p. 10)

Mientras que en Doing Business<sup>4</sup>, “se observa que Bolivia obtiene las peores calificaciones en las áreas de pago de impuestos, apertura de un negocio y manejo de los permisos de construcción, respectivamente”, (Populi, 2016; p.2). En las conclusiones de este mismo documento respecto al pago de impuestos, señala que Bolivia presenta altos costos en términos de cantidad de pagos y tiempo que requiere la preparación, presentación y pago de impuestos.

Particularmente, en diciembre de 2015, enero y febrero de 2016, se produce un ataque constante a la institución por la supuesta complejidad en el pago y cálculo de los impuestos.

---

<sup>2</sup>Paying Taxes 2015. Recuperado el 30 de junio 2017, a horas 20:00, del sitio web [www.pwc.com/payingtaxes](http://www.pwc.com/payingtaxes).

<sup>3</sup>PwC (PricewaterhouseCoopers) es la mayor organización de servicios profesionales del mundo. Apoyándonos en el conocimiento y habilidades de más de 223.000 personas en 157 países, construimos relaciones al prestar servicios basados en la calidad y la integridad. Recuperado, el 26 de octubre de 2017, de: <https://www.pwc.com/bo/es/acerca-de-nosotros/historia.html>

<sup>4</sup>El proyecto Doing Business proporciona una medición objetiva de las normas que regulan la actividad empresarial y su aplicación en 190 economías y ciudades seleccionadas en el ámbito subnacional y regional. Recuperado, el 30 de octubre de 2017, de: <http://espanol.doingbusiness.org/about-us>

Surgen opinadores del área económica que interpretan estos datos y señalan que existirían dificultades en la liquidación de los tributos.

Adicionalmente existía un escenario negativo debido a que varios sectores manifestaron su molestia en contra del SIN sobre varios temas; el lanzamiento del Sistema de Facturación Virtual (SFV), las sanciones tributarias, la modificación del Código Tributario, la actualización de valores del Régimen Tributario Simplificado (RTS), la universalización de las facturas, las multas millonarias y el supuesto terrorismo tributario.

Entonces, todas estas observaciones respecto al pago de impuestos en Bolivia requerían ser aclarados a través de varios productos comunicacionales; una de estas iniciativas fue el programa radial “Impuestos en Facilito”.

El producto comunicacional se sustentó con los datos de la Memoria Institucional 2015, que señala: la institución orientó sus actividades a tres campos: i) mejorar la normativa tributaria reglamentaria y los procesos; ii) controlar las actividades económicas de forma intensiva y masiva en todo el país; y iii) facilitar el cumplimiento tributario, a través de la mejora paulatina de atención al contribuyente y ampliando la cobertura de los servicios.

Este documento concluye que se han simplificado los procesos de empadronamiento, se ha coadyuvado estratégicamente a la atención personalizada y virtual a través del uso masivo y dinámico de la red internet, capacitación, entre otros.

La Memoria Institucional 2016 del SIN, ratifica que se han implementado nuevos servicios que facilitan el cumplimiento de las obligaciones tributarias como el Certificado Electrónico de la No Tenencia de NIT, los formularios del Impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuesto a las Transacciones (IT) resumidos, la ampliación de horarios, entre otros.

Entonces, el programa radial “Impuestos en Facilito”, de 30 minutos de duración, difundió contenidos de información tributaria relacionados principalmente a: los servicios y

herramientas de simplificación de trámites para los contribuyentes; la normativa tributaria; los beneficios del pago de los impuestos; entre los más importantes.

### **3. Objeto de la sistematización**

Los contenidos de información tributaria en la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) difundido en radio Panamericana de la ciudad de La Paz, durante febrero a julio de 2016.

### **4. Eje de la sistematización**

Proceso de elaboración de contenidos de información tributaria para la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, difundido en radio Panamericana de la ciudad de La Paz.

### **5. Objetivos**

#### **5.1. Objetivo general**

Recuperar la experiencia del manejo de la información tributaria en la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, de febrero a julio de 2016, difundido en radio Panamericana de la ciudad de La Paz.

#### **5.2. Objetivos específicos**

Compilar la información referida a la producción del programa radial “Impuestos en Facilito” de información y orientación en temas tributarios de febrero a julio de 2016.

Describir las etapas de producción del programa radial “Impuestos en Facilito”

Analizar el proceso de producción del programa radial “Impuestos en Facilito”

Identificar lecciones aprendidas, retos, obstáculos y desafíos en la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, de febrero a julio de 2016.

## **6. Metodología**

### **6.1. Paradigma**

“El estructural-funcionalismo, estructuro-funcionalismo o, finalmente, funcionalismo estructural, fue y es sin duda, una de las matrices teóricas más relevantes para la investigación de la sociedad, al punto de que casi hasta la década de 1970 se erigió como el paradigma dominante de la sociología contemporánea, esto es, como un práctico sinónimo de Sociología”, (Torrico, 2016; p. 28).

El enfoque teórico estructural-funcionalista ve a la sociedad como un sistema de partes operantes o subsistemas unidos, uno de los cuales es el que constituyen los medios de comunicación (radio, televisión y prensa), que realizan una contribución esencial. Los mecanismos que producen esta contribución de los medios de información a la sociedad son, ante todo, las necesidades y demandas de los participantes en la población (contribuyentes), ya sean individuos o colectividades.

Al responder de modo coherente y digerible a cada una de las demandas por separado, los medios de información consiguen ciertos beneficios para la sociedad en su totalidad. Así, la teoría estructural-funcionalista no tiene por qué suponer una orientación ideológica a partir de los medios de comunicación (aunque suponga en realidad la conveniencia ideológica) sino que describe los medios de comunicación como esencialmente autodirectivos y autocorrectivos con determinadas reglas y funciones institucionales.

Al ser el paradigma estructural-funcionalista el que se acerca a una visión de los medios de información, en este caso, la radio como un medio masivo y que se presenta como un sistema interrelacionado con las funciones, el presente trabajo se enfocó a sistematizar la experiencia del manejo de la información tributaria en la producción de un programa radial por semana del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), de febrero a julio de 2016.

Precisamente, de lo que se trata es de mantener el orden, la estabilidad social y que las funciones de las partes de una sociedad estén organizadas en torno a una estructura. Adicionalmente se puede señalar que el paradigma se ajusta a una necesidad institucional donde se emite los mensajes a un receptor que llegaría a estar condicionado por el emisor que define los contenidos de información.

“El estructural-funcionalismo, como macroteoría que es, se constituyó recuperando estas aportaciones previas sintetizadas en la afirmación clave de que la sociedad es una estructura cuya cohesión y estabilidad dependen del cumplimiento institucional de funciones por sus partes, del control del cambio social y de que los actores sociales se desempeñen en base a orientaciones normativas compartidas, comunes”, (Torrico, 2016; p. 30).

El paradigma propuesto encara varios preceptos que fueron aplicados al trabajo precedente; la producción, las funcionalidades, la estructura y lo instructivo. Por ende, hay que trabajar y desarrollar los objetivos planteados en función a la metodología y construyendo los lineamientos del conocimiento. En tanto que el enfoque general fue de tipo cualitativo porque permitió dar profundidad a los datos para lograr describir el eje de la sistematización, su contexto y las conclusiones.

## **6.2. Métodos**

El presente trabajo utilizó los siguientes métodos: deductivo, descriptivo, analítico y sintético.

**Método deductivo:** permitió analizar de manera lógica los procesos de la producción del programa radial hasta llegar a las características de su emisión en el medio de comunicación radial.

Permitió describir el proceso de lo general a lo particular, de los contenidos de información para aterrizar en el tema propuesto semanalmente. Entonces se organizó todos los elementos y contenidos aplicando la experiencia en un proceso lógico y ordenado.

**Método descriptivo:** se utilizó la descripción de los hechos más sobresalientes, las características y procesos que influyeron en la producción de los contenidos informativos, para producir el programa radial “Impuestos en Facilito”.

Este método sirvió también para mostrar los contenidos informativos, las virtudes, las dificultades y los desafíos, para proponer nuevos proyectos que prioricen la producción de programas radiales de tipo informativo-instructivo.

**Método analítico – sintético:** al realizar el presente trabajo el autor procedió a disgregar cada uno de los elementos de la experiencia, al mismo tiempo de resumir de manera metódica todas las particularidades y partes del documento.

### **6.3. Técnicas**

#### **6.3.1. Revisión documental**

Se utilizó esta técnica para revisar todo tipo de documentos impresos (Ley 848, Código Tributario 2492, trípticos, memorias institucionales) y digitales (resoluciones normativas de directorio, resoluciones administrativas, herramientas de la Oficina Virtual, aplicativos y herramientas que facilitan el pago de los impuestos), que intervinieron en el proceso de elaboración de los contenidos de información del programa radial.

Al mismo tiempo, se efectuó la recuperación y transcripción de audios de entrevistados clave en el programa radial “Impuestos en Facilito“, porque constituyeron en fuente de información del proceso de sistematización. Estos actores fueron: el ex Ministro de Economía y Finanzas Públicas; Luis Arce Catacora; los ex presidentes del Servicio de Impuestos Nacionales, Roberto Ugarte Quispaya y Erik Ariñez Bazán; y de cinco oyentes que expresaron sus puntos de vista sobre la iniciativa. Estas opiniones fueron organizadas en función a los objetivos del proceso de sistematización.

#### **6.3.1.1. Instrumento: fichaje**

Se utilizó este instrumento para registrar, ordenar, y sistematizar toda la información documental recolectada de la experiencia. Además, sirvió para clasificar los datos, el contenido de las entrevistas (después de ser transcritas) según su importancia; es decir, lo que prioriza y resalta el entrevistado.

#### **6.3.2. Entrevista semi-estructurada**

Esta técnica fue aplicada para recabar información desde la perspectiva de los principales actores que intervinieron en el proceso de producción del programa radial “Impuestos en Facilito”.

La entrevista semi-estructurada fue aplicada a cinco actores clave; Jessica Fernández Saravia, ex responsable de Comunicación y RR.PP del SIN; Susana Ríos, ex viceministra de Política Tributaria; René Arteaga García, ex servidor público del SIN que participó en la mayoría de los programas radiales; y los servidores públicos Oscar Blanco Cuenca y Ruth Baspineiro.

##### **6.3.2.1. Instrumento: guía de preguntas**

La entrevista fue realizada a través de una guía de preguntas semi-estructurada que permitieron al investigador indagar sobre el manejo de la información del programa radial y

al mismo tiempo recuperar toda la experiencia, mediante testimonios de ex autoridades y técnicos que impulsaron y apoyaron esta iniciativa.

### **6.3.3. Audio grafía**

La técnica fue utilizada para obtener información de las grabaciones de los programas radiales difundidos durante febrero a julio de 2016. Entonces se recopiló los siguientes datos de la emisión de los programas que comprenden; la fecha de emisión, el título del programa, el contenido mínimo y el número de preguntas formuladas a través del Facebook – Creando Cultura Tributaria Bolivia.

En el caso de los contenidos mínimos se recurrió a esta técnica para resumir los conceptos principales que se difundieron en los programas radiales.

Respecto a la información de las preguntas del Facebook – Creando Cultura Tributaria Bolivia se realizó la contabilización de las preguntas por programa y el total de todo el ciclo 2016.

#### **6.3.3.1. Técnica: registro sonoro**

El registro sonoro sirvió para obtener información adicional de los procesos de producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, a través del almacenamiento correcto de las grabaciones, de los contenidos y del orden cronológico de la emisión de los programas.

Entonces ha posibilitado el análisis de los elementos utilizados desde una óptica del registro de los programas radiales y plasmar las evidencias del proceso de producción.

La cabecera de esta ficha de registro contiene los siguientes datos: título (Programa radial “Impuestos en Facilito”), ciudad (La Paz), nombre del medio de comunicación (Radio Panamericana), tiempo aproximado de duración (30 minutos o más) y locutor o locutores (Juan José Hidalgo, Paola Baldivieso).



## Capítulo II

### 2.1. Referente teórico

A fin de describir de la mejor forma los procesos de la experiencia es necesario desarrollar varios conceptos vinculados a la comunicación que permiten respaldar todo el trabajo realizado como la comunicación, la comunicación radiofónica, la radio y la producción radiofónica.

### 2.2. Comunicación

“En términos más generales, comunicación puede entenderse como el proceso por el cual un contenido es codificado y transmitido desde un emisor (o fuente) a un receptor (o destinatario), es recibido, decodificado y comprendido por este último” (Otero y Núñez, 2009; p.40).

La comunicación se puede entender como un proceso en el que se transmiten o intercambian mensajes (emisor, receptor, ruido, mensaje, retroalimentación). Es decir, que constantemente establecemos una conexión con otras personas con el propósito de intercambiar ideas, conceptos, recibir información u otro tipo de mensajes.

La información que se emite a través de los medios de comunicación puede tener diferentes objetivos, que buscan quizás cambiar alguna actitud, ampliar conocimientos, modificar percepciones hasta manipular o estimular. Sin embargo, esto no quiere decir que se tenga todo el control de los receptores, sino que ellos pueden determinar qué información o datos son útiles para su diario vivir.

En este proceso de la comunicación, adquiere un rol importante el emisor al ser quien emite el mensaje de una manera escrita, verbal o a través de otro tipo de señales que en la otra vereda el receptor se encarga de decodificar.

Entonces el emisor “lo mismo que receptor, son conceptos característicos de la teoría de la información, inspirada en la matemática y la ingeniería, y su función es describir los elementos de una experiencia de transmisión entre aparatos y no necesariamente entre personas. Posteriormente, se usan indistintamente para uno y otro caso”, (Otero y Núñez, 2009; p.60).

Esto es lo que se denomina la teoría matemática de la información desarrollada en la década de los 40 por Shannon y Weaver, donde la transmisión de la información entre el emisor y receptor es de forma lineal.

### **2.3. La radio**

La radio es un medio de comunicación masiva donde el receptor es igual a una masa informe y en ese contexto podría definirse más bien como un medio de difusión de información (Romo, 1982; p. 5).

Considerando la definición de Romo, la radio es un medio de comunicación capaz de transportar los mensajes más variados y está basado en una serie de elementos sonoros y no sonoros que ayudan a construir la comunicación radiofónica (la palabra, la música, el efecto sonoro y el silencio).

Según Tenorio, 2012; p. 19 “la radio es una superviviente por naturaleza, no olvidemos que la base de la radio está marcada por la misma esencia de la comunicación, y ésta, por su naturaleza, también forma parte de nuestro instinto de supervivencia”.

De acuerdo a la UNESCO<sup>5</sup>, “en el mundo en desarrollo, la radio– la llamada “tecnología vieja” –tiene muchísimo alcance, sobre todo en las zonas rurales o las regiones poco pobladas. Los aparatos de radio están en todas partes: al menos el 75% de los hogares de los países en desarrollo tiene acceso a un aparato de radio”.

---

<sup>5</sup>Informe de Seguimiento de la Educación para Todos en el Mundo (UNESCO, 2012).

La radio pese al avance de la tecnología se va adaptando a las necesidades de su audiencia; al ser un medio masivo gratuito permite al oyente realizar otras actividades a la vez sin perjudicar su rutina diaria y ayuda a desarrollar la imaginación.

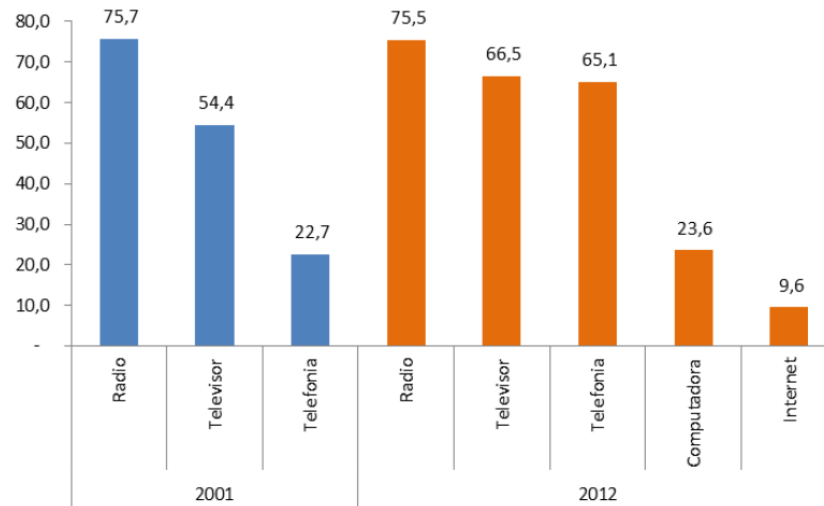
El medio radiofónico tiene una magia, que pese a sus desventajas<sup>6</sup>, sigue siendo el más creativo y dinámico y no sólo promueve la participación del oyente por las denominadas vías de comunicación tradicionales como el teléfono, los mensajes, últimamente se ha adaptado a interactuar con el oyente a través de mensajes por las redes sociales (Facebook, Twitter y WhatsApp).

En una nota de prensa, difundida el 13 de febrero de 2017, el Instituto Nacional de Estadística (INE), advierte que en Bolivia, al menos 75,5% de los hogares tiene acceso a la radio, que representa 2.117.300 hogares con este aparato, según el Censo 2012, a propósito del Día Mundial de la Radio sobre la base de un estudio de viabilidad realizado por la UNESCO, considerando a la radio como un medio de comunicación de bajo costo apropiado para llegar a comunidades alejadas.

Datos revelan que el departamento de La Paz cuenta con el mayor número de hogares con radio 83,0%, seguido de Oruro con 79,5% y Tarija con 78,2%, de acuerdo con el Censo 2012.

---

<sup>6</sup> Según Kaplún son; la unisensorialidad, ausencia del interlocutor, perceptor condicionado y fugacidad.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

**Imagen 1: Viviendas por tenencia a tecnologías de la información, según departamento, censos 2001 y 2012 (en porcentaje)**

Estos datos indican que la radio continúa siendo un medio que goza de la preferencia de la población y se constituye en una importante vía de difusión de información dejando a la televisión en un segundo lugar.

Según información recabada de la página web de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), [www.att.gob.bo](http://www.att.gob.bo), en La Paz, existe un registro de 63 radioemisoras en Frecuencia Modulada y 52 en Amplitud Modulada (ATT, 2017).

#### **2.4. Géneros y formatos**

José Ignacio López Vigil (2000; p. 81), afirma que existen tres grandes géneros de la radiodifusión, en los que habitualmente se ordenan los tipos de programas:

- Dramático
- Género periodístico
- Musical

En cambio Mario Kaplún (1999; p. 155), señala que los programas de radio se pueden agrupar en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predomine netamente bien la música, bien la palabra. En caso de los programas hablados los divide en:

- Monólogo
- Diálogo
- Drama

Dentro de esa clasificación, además establece la existencia de 12 formatos radiales: la charla, el noticiero, el comentario, el diálogo didáctico, el reportaje, entre otros.

En cambio Portugal y Yudchak (2008; p. 119) consideran ocho géneros radiales:

- Tipos de programa (misceláneas)
- Musicales
- Deportivos
- Espectáculos
- Institucionales (profesionales)
- Informe periodístico (investigaciones)
- Micro (microprogramas, producciones breves)

Mientras que Mata y Scarafía (1998; pp. 28-29) hacen referencia a los siguientes géneros: periodístico, dramático, narrativo, musical, de entretenimiento, o el educativo (...) y de formatos muy utilizados como los informativos: noticiero, revista informativa, los dramáticos: radionovelas, sociodramas, los narrativos: leyendas, cuentos, etc., y también los de entretenimiento: programas de concursos, festivales, revistas musicales; o los educativos: revistas educativas.

Para la fundamentación teórica respecto al uso de los formatos en el programa “Impuestos en Facilito”, se van a desarrollar los programas tipo diálogo donde se ubican los formatos: Diálogo Didáctico como el gran formato del programa y el Radio Consultorio como formato secundario, que dieron forma y estructura al programa.

Entiéndase como Diálogo Didáctico como “Uno de los recursos más sencillos es el programa dialogado o diálogo didáctico. Sin llegar a la complejidad del reportaje o del drama, es posible montarlo sin excesivo despliegue técnico y siempre resulta más interesante, dinámico y pedagógicamente eficaz que la charla explicativa”, (Kaplún, 1999; p. 163).

El Radio Consultorio como un programa que se realiza con base a las consultas de los oyentes, quienes las formulan por carta o también por teléfono (...) Pero además su principal ventaja reside en que los temas reflejan intereses reales y concretos de la audiencia, (Kaplún, 1999; pp. 163-164).

Al precisar estos dos formatos se puede ensayar que podrían existir diferentes programas que adopten o se adapten a programas especializados, como por ejemplo en economía, política fiscal o tributos. “Podemos idear programas que amalgamen varios de estos modelos, o que contengan una variedad de elementos tomados de distintos formatos, dando así, por combinación, nuevos esquemas”, (Kaplún M., 199; p. 157).

En cambio y según Tenorio (2012; p. 20) la radio del futuro presenta una característica de interactividad con el oyente, aunque a la fecha todavía limitada a la participación vía telefónica y a las clásicas dedicatorias, pero que tiende a cambiar y manejar nuevos soportes para interactuar con la audiencia (...) “Una interactividad basada en nuevos hábitos de consumo, como el uso del chat, e-mails, mensajes de voz, “rss”<sup>7</sup>, galería de

---

<sup>7</sup> RSS es una forma muy sencilla para que puedas recibir, directamente en tu ordenador o en una página web online (a través de un lector RSS) información actualizada sobre tus páginas web favoritas, sin necesidad de que tengas que visitarlas una a una. Recuperado el 31 de mayo, del sitio web <http://www.rss.nom.es/>.

fotos, redes sociales y profesionales, video y las llamadas TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación)”.

Se tiene que hacer hincapié en que la radio es uno de los medios que más se adapta al avance de las TIC, mencionar por ejemplo que varios programas radiales emitidos en la ciudad de La Paz utilizan como un mecanismo de participación del oyente los mensajes de voz y texto a través del WhatsApp.

## **2.5. Programa radial**

De acuerdo a (Portugal & Yudchak, 2008) un programa radial puede nacer por:

- El deseo de hacer radio, de vivir tal experiencia (sin definición de programa)
- La idea de un programa específico
- Una necesidad institucional o empresarial

Entonces, encarar la producción de un programa radial surge de la necesidad de establecer claramente el proyecto y el plan del programa, y en este caso se entenderá por programa no una emisión, una audición, una unidad de tiempo; sino una serie, un conjunto de emisiones que tendrán una temática común, que estarán agrupadas bajo un mismo título permanente -el nombre del programa- que adoptará un mismo formato, que tendrá una misma duración y se irradiará periódicamente, siempre los mismos días a la misma hora. Eso es un programa: una serie, un conjunto de emisiones, como lo afirma Kaplún (1999; p. 311).

Los programas radiales, a diferencia de los géneros y formatos, no se caracterizan por su lineamiento general y la forma particular en su organización, sino fundamentalmente, por su estructura, características y duración, (Águila M., 2016; p. 60).

Entonces estos conceptos hacen distinguir que los programas radiales deberían tener una estructura, características y duración, pero además objetivos, planificación de contenidos diarios, semanales y mensuales, pero esto dependerá del tipo de programa.

En radio hay que escribir con el corazón poniéndose en los zapatos del otro o la otra (quien nos escucha), pero teniendo en cuenta que nunca seremos el otro o la otra, así que lo mejor es ser nosotras o nosotros mismos, pero semejantes a nuestro prójimo, (Pretiz, 1996).

## **2.6. Programas radiales formativos**

“Hace unos años, cuando se afirmaba esto, se pensaba inmediatamente en los programas educativos, es decir, de alfabetización, de salud, consejos para el hogar, campañas de limpieza o sobre cómo controlar la plaga de la roya. Estos espacios de instrucción siguen siendo necesarios, porque todavía la región latinoamericana y caribeña muestra amplios sectores de la población marginados, sin posibilidad de ir a la escuela”, (López Vigil, 2000; p. 139).

Entonces es importante comprender que existe necesidad de crear programas que desde una óptica formativa desarrollen contenidos de tipo informativo, pero a la vez instructivos, tal el caso por ejemplo en temas tributarios, económicos, de salud, entre otros.

Aunque está bien, como lo admite López Vigil (2015) “Hay que instruir e instruirse, hay que escuchar, leer y disponer de muchos datos. Pero nunca confundamos instrucción con educación. Porque la educación trabaja valores, actitudes. Una persona analfabeta puede ser más educada que un doctor, muy instruido pero muy discriminador” (p. 13).

En tanto se podría advertir que es un proceso entre el que instruye – el emisor – y el instruido – el receptor – que a través del desarrollo de contenidos de tipo informativos tienden a adquirir conocimientos, pero sin llegar a un nivel educativo que requiere mucho más tiempo y es un proceso más complejo.



“En cambio, la radio se ha mostrado eficaz como medio para informar, para transmitir conocimientos y para promover inquietudes. Asimismo es posible a través de la radio llevar a una reflexión sobre valores y actitudes, estimular el raciocinio, favorecer la formación de una conciencia crítica”, (Kaplún, 1999; p. 155).

Evidentemente, al difundir contenidos informativos a través de un medio masivo como la radio se busca que los receptores puedan adquirir ciertos conocimientos de un tema o varios temas, pero que tengan un eje conductor como por ejemplo la prevención de enfermedades, la violencia hacia las mujeres, pago de impuestos, entre otros.

“La radio puede ser efectiva para informar y aumentar conocimientos. La comunicación interpersonal es especialmente ventajosa donde la influencia es ejercida. Lo que a una le falta, la otra proporciona”, (Manduley, 1976; p. 67).

## **2.7. Producción radiofónica**

“Una vez reunido y ordenado el material, comienza la tarea radiofónica propiamente dicha. Lo primero es seleccionar, determinar con claridad cuál es el contenido, el mensaje central que se quiere comunicar; tener una idea clara de lo que queremos decir”, (Kaplún, 1999; p. 326).

No solamente implica ordenar el material, sino recabar toda la información necesaria para la producción como en el caso de un programa especializado en temas tributarios que se debería nutrir con materiales impresos (leyes, resoluciones, decretos, manuales), audiovisuales u otros que puedan ser utilizados en el contenido de la información a ser difundida.

Adicionalmente, señala (Kaplún, 1999) que luego se debe dosificar ese contenido. Si se trata de un programa seriado, habrá que dividir el tema y determinar cuál va a ser la idea central que nos proponemos comunicar en cada una de las emisiones como por ejemplo los temas tributarios (p. 326).

Otro aspecto importante es el logístico, según el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), (2013; p. 8) “La logística de producción demanda pensar, además, en el presente, el pasado y el futuro; exige igualmente que se considere el mayor número de escenarios posibles para evitar fallas, prever problemas y adelantar posibles soluciones. Concretamente, respecto del recurso auditivo, la producción radiofónica reclama la incorporación creativa y eficaz de los cuatro elementos básicos del sonido: voz, música, efectos sonoros y silencios”.

Entonces, la producción radiofónica puede ser entendida como un proceso dinámico que implica varios momentos según los objetivos, los contenidos, la estructura del programa, los tiempos hasta las necesidades.

Según la Guía de Producción Radiofónica del Centro de Comunicación Voces Nuestras de Costa Rica (2011), en un programa pregrabado, la producción implica la pre y post-producción, mientras que en un programa en directo normalmente sólo tiene una etapa de pre-producción (p.15).

### **2.7.1. Pre-producción**

La pre-producción, es considerada como la etapa inicial para producir y preparar el programa radial y podemos señalar las siguientes actividades: determinación del tema, los contenidos, organizar y asignar tareas; investigar; redactar guiones y libretos; buscar recursos (económicos, humanos y materiales); revisión de detalles y ensayos.

#### **2.7.1.1. Libreto radiofónico**

En sencillas palabras, el libreto constituye el texto completo del programa radial de manera detallada desde la instrucción al operador hasta locutores, entrevistados, entre otros.

“El libreto es la estructura textual de un programa radial. Este documento detalla por escrito todo el programa de radio, todo lo que va a decir el locutor, la música que se va a

tocar, los efectos de sonido que se van a insertar y el momento preciso en que se va a escuchar cada cosa”, (Unesco, 2009; p.18).

El libreto en este sentido constituye un elemento fundamental para la producción de un programa radial que aborda temáticas complejas, pues los temas técnicos tienen que prácticamente traducirse a un lenguaje para el oído.

“El libreto es la versión escrita de las palabras que el locutor debe decir y de la música y sonidos que el operador debe insertar (...) El libreto además de ser una obra literaria y educativa, es un instrumento de trabajo para todos los que intervienen en el programa, por eso debe diagramarse en forma precisa, ordenada y detallada”, (Unicef, n/a; p.27).

López Vigil<sup>8</sup> afirma “el guion es un esquema de ideas, una estructura narrativa, que puedes utilizar en cine, en TV, en radio, en cualquier medio. Y libreto es cuando está escrito todo el texto del audio que se va a locutar e interpretar, sea en radio, en TV o en cine”.

### **2.7.2. Producción**

Según el IMER (2013) la producción consiste en el adecuado manejo de los recursos técnicos, humanos y materiales para desarrollar y ejecutar una idea creativa desde su concepción hasta convertirse en una realidad audible (p. 25).

En la producción del programa en vivo se debe definir los siguientes aspectos, según la Guía de Producción Radiofónica del Centro de Comunicación Voces Nuestras de Costa Rica (2011); definir el concepto, establecer el objetivo (como producto comunicativo), nombre del programa, tiempo de duración y periodicidad, horario de transmisión, público al que va dirigido, secciones, equipo de producción, colaboradores y publicidad.

---

<sup>8</sup> Ante la pregunta ¿En qué se diferencia un guión de un libreto? Responde José Ignacio López Vigil, 1 de junio de 2015. Recuperado de <https://radialistas.net/topic/en-que-se-diferencia-un-guion-de-un-libreto/>

Una vez que se logran definir todos estos aspectos, la siguiente etapa es la definición de los bloques, la estructura, los temas a difundirse, el libreto, el guion, etc. que pasan por un responsable asignado a estas tareas.

La producción, se nutre de un elemento fundamental; el libreto. Como ya se había explicado significa que está escrito todo el texto, pero esto no quiere decir que sea algo cerrado, sino que puede ser flexible y depende también de la habilidad del locutor para inquirir en ciertos aspectos o inclusive improvisar.

### **2.7.3. Post-producción**

Finalmente, la post-producción implica: el montaje y edición; copiado; transmisión y evaluación, (Araya C. 2006; pp. 170-171).

En la post-producción se debe considerar además la grabación del programa, otras alternativas de difusión como a través de redes sociales o en la página web de la institución o medio de comunicación, y no solamente cerrar el ciclo de la post-producción con la transmisión en vivo.

“De esta forma, la transmisión es la emisión radiofónica regular por antena o por descarga en tiempo real de un sitio de Internet. La distribución corresponde al envío de las copias a otras emisoras, cuando existen cadenas, grupos empresariales radiofónicos o radios de otros países que emiten los mismos programas”, (Araya C., 2006; p. 171).

Adicionalmente, en la post-producción se debería considerar organizar un archivo digital correctamente ordenado; en el mismo se debería incluir los libretos y las grabaciones. El material incluso podría ser utilizado como consulta y posteriormente efectuar la evaluación.

“Las tres etapas de pre-producción, producción y post-producción radiofónica deben cumplirse en todos sus aspectos cuando se realiza un programa grabado. En cambio, si el programa se produce en vivo, la producción y algunas tareas de la post-producción se

llevan a cabo de manera simultánea en un sólo momento y espacio”, (Araya C., 2006; p. 171).

## **2.8. Referente institucional**

El programa radial fue realizado en Comunicación Social y Relaciones Públicas del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

El SIN fue creado por Decreto Supremo del 19 de marzo de 1919, inicialmente como la “Dirección General de la Renta de Alcoholes e Impuestos Internos de la República”. La primera administración tributaria se estableció con el asesoramiento de la Comisión Financiera dirigida por Edwin Kemmerer en 1928, con la vigencia de 12 impuestos nacionales.

El 22 de diciembre de 2000, se promulga la Ley N° 2166 “Ley de Servicio de Impuestos Nacionales” - S.I.N, constituyéndose en una entidad derecho público, 'autárquica, con independencia, administrativa, funcional, técnica y financiera, con jurisdicción y competencia en todo el territorio nacional, personería jurídica y patrimonio propio.

La misión del SIN establece: “Recaudar los recursos provenientes de los impuestos nacionales que el Estado Plurinacional requiere para consolidar el Modelo Económico Social Comunitario Productivo para el Vivir Bien”<sup>9</sup>.

La Visión es “Ser una entidad facilitadora del cumplimiento de las obligaciones tributarias, referente en el contexto latinoamericano, certificada por su excelencia organizacional, aplicando normativa e instrumentos modernos para cumplir con su misión institucional y desarrollando una Cultura Tributaria sólida en el Estado Plurinacional”.

---

<sup>9</sup> Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), s.f. Misión y Visión institucionales. Recuperado, el 07 de julio 2017, de:  
[http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=842&Itemid=502](http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=842&Itemid=502)

El Plan Estratégico Institucional (PEI) 2016-2020 establece cuatro ejes: a) Considerar al contribuyente como un cliente y como lo más importante para el SIN. b) Enfocarse en mejorar, facilitar y simplificar los procesos (trámites). c) Trabajar en fortalecer la solidez y solvencia institucional y d) Fortalecer la cultura organizacional y desarrollo de los recursos humanos.

En el PEI, también se señala que existe un comportamiento creciente del registro de contribuyentes “por lo que el padrón acumulado supera los 813 mil NIT al 2015, desde el 2013 se ha superado la cifra de los 60 mil registros por gestión, hecho que destaca el trabajo realizado por la AT para ampliar su cobertura y llegar a la mayor parte de las actividades económicas que se desarrollan”.

## **Capítulo III**

### **3.1. Descripción de la actividad laboral**

El postulante a continuación realiza una descripción del desempeño profesional más importante como una opción a la titulación por Memoria Laboral en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA).

Este trabajo escrito se resume en cuatro momentos laborales importantes desde la perspectiva del perfil profesional del autor: las funciones, la dependencia y los logros; en la ONG - Red Nacional de Trabajadoras/es de la Información y Comunicación (Red Ada); en la Agencia de Prensa Gráfica (APG); en la Federación de Asociaciones Municipales (FAM) y en el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

Hace más de 13 años, el postulante aplica los conocimientos adquiridos en aulas universitarias, desarrollando principalmente capacidades y habilidades a nivel periodístico, de producción en radio y de comunicación institucional.

### **3.2. Trayectoria profesional**

#### **Red Nacional de Trabajadoras/es de la Información y Comunicación (Red Ada)**

La Red Ada es una organización que tiene la visión de desarrollar procesos comunicacionales-educativos desde un enfoque de derechos humanos, económicos, políticos sociales y culturales, de género, generacionales e interculturales.

Después de realizar una pasantía de febrero a agosto de 2004, el postulante fue invitado a formar parte de la ONG, previa entrevista con la Directora (Elena Crespo) se le asigna realizar las siguientes funciones; despachos radiales con enfoque de género y la elaboración

de notas periodísticas para los boletines electrónicos CONCON, Sistema Indígena, Ciberenredadas y la revista impresa Crónica Azul.

Al tener una experiencia previa, en radio Agustín Aspiazu (96.1 FM), el postulante fue responsable de la supervisión de despachos radiales en idioma aymara e instrucción a compañeros en esta tarea.

### **Productor radial de la Red Ada**

En el marco de diferentes convenios con organizaciones sociales de mujeres y compromisos de la institución con financiadores, había la necesidad de producir microprogramas de prevención contra la violencia; precisamente, la otra faceta del postulante es la producción radial.

En noviembre de 2004, la Directora Ejecutiva de la Red Ada, Elena Crespo, asigna al autor la producción de seis microprogramas y el gran desafío de montar un estudio de grabación y producción. Con la colaboración de los compañeros pasantes y de planta, se adecuó un espacio para un estudio con un equipo Pentium IV y micrófono Shure SM58 (micrófono dinámico – unidireccional), había deficiencias técnicas, pero fueron absueltas con creatividad y el software (Sound Forge V. 5.1), que proporciona herramientas para limpiar audios, efectos sonoros, entre otros.

Posteriormente, se realizó la redacción de los libretos que tenían como base testimonios reales de mujeres que habían sufrido la violencia extrema denominada femicidio. Luego se procedió a la producción de los seis primeros productos radiales propios de la Red Ada, los mismos fueron difundidos en oportunidad del “Día Internacional de la No Violencia contra las Mujeres”.

Es importante señalar que posteriormente, el suscrito realiza trabajos de consultoría por producto, principalmente para elaborar cuñas, microprogramas y programas radiales.



Efectuando una contabilización, aproximadamente se produjeron 200 productos radiales para esta organización.

- Campaña “El feminicidio en Bolivia, ni una muerte más”
- Campaña “Los derechos de las mujeres en Bolivia”, 2008
- Campaña sobre” ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos en Bolivia”
- Campaña “Violencia contra la mujeres”
- Campaña “Derechos de los pueblos indígenas”
- Campaña “Ejercicio de los derechos de los niños y niñas”
- Campaña “acoso y violencia política en razón de género”
- Campaña “Ser diferente es un derecho– Basta de Homofobia”

### **Agencia de Prensa Gráfica (APG)**

APG - Noticias S.R.L. fue fundada el 11 de noviembre de 2005 por un grupo de profesionales; tiene el objetivo principal de brindar información objetiva, veraz e independiente a sus clientes. Los servicios de esta agencia son principalmente fotografías y notas periodísticas que los clientes pueden descargar de la página web [www.apg.com.bo](http://www.apg.com.bo)

El postulante es contratado por APG en noviembre de 2006 para redactar noticias periodísticas en el ámbito político, posteriormente en seguridad y economía.

Con el editor se definían los temas de interés por la mañana y se realizaba la cobertura de prensa, los temas coyunturales obligatoriamente debían estar en la agenda informativa y adicionalmente, los periodistas debían elaborar notas exclusivas.

Las notas coyunturales prácticamente llegaban por la inercia en la cobertura diaria, empero las exclusivas requerían más habilidad. En el caso de estas últimas recurría a fuentes de primera mano que constituían los asesores de los senadores y diputados, estas personas tenían en sus escritorios información que no había sido difundida como por ejemplo solicitudes de informe, proyectos de ley, denuncias, etc.

Al realizar este tipo de cobertura directamente en las comisiones y comités de la ahora Asamblea Legislativa Plurinacional, se tenía la posibilidad de guardar una nota por varios días hasta esperar el momento preciso para lanzar la misma.

En este mismo nivel de dependencia, habían otros tres periodistas (economía, sociales y deportes) y el que llevaba la coordinación era el editor que podía congelar, postergar o eliminar una nota, porque no tenía consistencia o quizá hacía falta la contraparte. Durante el desempeño laboral en APG, el postulante pudo aprender las experiencias de cobertura periodística y redacción de los editores: Mario Daza, Ernesto Murillo y Jorge Jové.

### **Federación de Asociaciones Municipales (FAM-BOLIVIA)**

La Federación de Asociaciones Municipales de Bolivia (FAM-Bolivia) es una institución de derecho privado, sin fines de lucro y dotada de personalidad jurídica propia y capacidad de obrar, formada libre y voluntariamente por once entidades de representación municipal, que en conjunto constituyen el Sistema Asociativo Municipal boliviano.

En enero de 2008, después de una entrevista y examen de suficiencia teórico-práctico, el postulante es contratado para una consultoría como periodista de la radio Onda Local y la Agencia de Noticias EnlaRed de la Federación de Asociaciones Municipales.

Las funciones más importantes de Wilson Arteaga Castillo en esta institución fueron: la conducción del noticiero Onda Local Noticias (meridiano y vespertino), conducción y producción de un programa radial de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), producción de microprogramas radiales educativos, elaboración de notas periodísticas para la agencia de noticias y la revista impresa Poder Local.

En responsabilidades del mismo nivel se encontraban otros cuatro periodistas (Erika Guardia Vidangos, José Antonio Meneses, Ruth Pocoata Huanca y Claudia Castañeta Gavincha). La responsable de Comunicación era María Delina Otazu y durante este periodo

laboral (2008-2011), los editores de contenidos fueron; Iván Bustillos Zamorano y Mavi Ortiz Echazú.

“Carrera del Milenio”, se denominó al programa radial de los ODM, de 15 a 20 minutos, en el formato tipo radio reportaje y “Mensajero de la Salud” era un microprograma que tenía contenidos de prevención sobre las enfermedades endémicas en el país.

### **Agencia de Noticias Enlared y radio Onda Local**

La Agencia de Noticias Enlared Municipal y radio Onda Local estaban cohesionados, las notas redactadas para el portal web servían de base para la elaboración de la nota radial que posteriormente era difundida en el noticiero meridiano o vespertino.

Otra función importante fue la redacción de los libretos para los noticieros de la radio Onda Local y que tenía cuatro procesos; primero grabar despachos de los corresponsales; segundo la redacción del lead; tercero seleccionar las notas más importantes para los titulares y por último, impresión de libretos para locutores y operador.

La agencia de noticias, era reconocida a nivel nacional y las notas periodísticas se replicaban en medios impresos por ejemplo la investigación de la muerte de un periodista de la radio municipal de Pucarani, los efectos de contaminación minera en sub cuenca Desaguadero-Poopó, la alerta de sequía en el Lago Titicaca a consecuencia de la falta de lluvias, entre los temas más importantes.

### **Realización de productos comunicacionales tributarios**

#### **Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) - Comunicación Social y RR.PP (CSRP)**

En julio de 2012, es contratado como Consultor en Línea (Periodista/Productor radial) para el diseño y ejecución de una estrategia comunicacional para públicos externos a través de las redes sociales.

Las funciones que se desempeñaron fueron la elaboración de productos comunicacionales y la actualización de información institucional en las redes sociales; el libretaje y coordinación del programa radial “Impuestos en Facilito”; monitoreo de prensa; y la redacción y difusión de notas de prensa.

En noviembre de ese mismo año, el postulante se integra al personal de planta en el puesto de periodista, cumpliendo prácticamente las mismas funciones. Actualmente realiza tareas administrativas y periodísticas en CSRP del SIN. Recientemente, elaboró el producto audiovisual “Ecos Tributarios”, una especie de cápsula informativa, que tiene contenido noticioso e institucional.

Además la responsable de CSRP (Viviana Ariñez Roca) a través de un memorándum le designa como responsable del manejo de los archivos digitales de CSRP del SIN, cuya función es realizar la actualización de la información, verificar los contenidos y creación de carpetas, además de llevar un registro conforme a la implementación de la gestión de calidad ISO 9001:2015.

De acuerdo a lo establecido en el manual de funciones, todas las actividades deben ser coordinadas con la Responsable de Comunicación y Relaciones Públicas y Presidencia Ejecutiva del SIN.

### **Otras experiencias laborales**

El suscrito postulante también realizó consultorías por producto para varias instituciones como por ejemplo para la Fundación Colectivo Cabildeo en la producción de cuñas radiales, microprogramas y videos; el Instituto de Desarrollo Humano (IDH) con una investigación en la población GLBTT; en Trócaire - agencia de cooperación extranjera de la Iglesia Católica en la producción de un video; en el Semanario el Obrero como periodista; corresponsal de dos radios de Cochabamba (Centro de Producción Radiofónica - Cepra, San Rafael), entre las más importantes.

## Capítulo IV

### 4.1. Sistematización de la experiencia desarrollada

### 4.2. Introducción

El Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) realiza campañas informativas permanentes a través de Comunicación Social y Relaciones Públicas (CSR) por ejemplo sobre los beneficios que traen el pago de los impuestos para todos los bolivianos y bolivianas.

Una de estas iniciativas comunicacionales fue el programa radial “Impuestos en Facilito”, teniendo como productor a Wilson Antonio Arteaga Castillo. En la gestión 2012, comienza el primer ciclo, en tres idiomas (castellano, aymara y quechua) y en cinco radios de cobertura nacional, alcanzó también notable relieve y fue calificada por organismos internacionales como “una positiva innovación” en Latinoamérica para educar y fomentar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y reducir los márgenes de evasión y fraude impositivo (Servicio de Impuestos Nacionales - SIN, 2012; p. 62).

Al ser un programa masivo e innovador se difunde nuevamente en los años: 2013, 2014, 2015 y 2016 como un espacio alternativo de información y orientación a los contribuyentes y a la ciudadanía en general.

En el siguiente cuadro se hace un resumen de los resultados de la difusión de los programas radiales en radio Panamericana de la ciudad de La Paz:

**Cuadro 1:**

**Resultados programas radiales difundidos de 2012 a 2016**

<b>AÑO</b>	<b>CANTIDAD DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS</b>	<b>VÍA DE PARTICIPACIÓN DE LOS OYENTES</b>
2012	22	Llamadas telefónicas
2013	25	Llamadas telefónicas
2014	11	Facebook
2015	25	Facebook
2016	23	Facebook

**Nota:** Elaboración propia con datos de las memorias institucionales 2012 a 2016 del SIN.

La sistematización y el proceso de documentación se realizó de febrero a julio de 2016, cuando se emitió el último ciclo del programa “Impuestos en Facilito”, en radio Panamericana de la ciudad de La Paz.

El producto comunicacional se caracterizó por ordenar de manera lógica los temas tributarios bolivianos, empero no siempre se cumplían debido a problemas externos coyunturales o decisiones superiores, por ejemplo una marcha de gremiales que advertían que se iba a eliminar el Régimen Tributario Simplificado (RTS) o que en el país existe muchas complicaciones para el pago de los tributos y que requerían ser aclarados en la emisión del programa.

El programa interactuó con los oyentes a través de dos vías: en una primera etapa (2012-2013), mediante llamadas telefónicas y en una segunda (2014-2016) con preguntas planteadas en el Facebook: “Creando Cultura Tributaria Bolivia”<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup>La página de Facebook registra un total de 88.208 seguidores. Recuperado, el 22 de julio 2017, a horas 22:13, de: <https://www.facebook.com/culturatributariabolivia/>

El documento describe el proceso de producción del programa radial en castellano, porque los contenidos de información tributaria redactados en este idioma servían de base para la emisión en Aymara y Quechua.

Además, sistematiza los principales aspectos de la experiencia vivida, desde la elaboración de los contenidos de información tributaria, hasta los niveles de coordinación con los actores involucrados. “Impuestos en Facilito”, adopta los formatos: Diálogo Didáctico (como el principal, gran formato) Radio Consultorio (secundario), sondeo de opinión y cápsula informativa; estos dos últimos como pequeños formatos como parte del gran formato. El programa radial fue ejecutado desde lo práctico a lo teórico, para su realización se desarrollaron las tres fases de la producción radiofónica; pre-producción, producción y post-producción.

### **4.3. Antecedentes y contexto**

El programa radial “Impuestos en Facilito” se emitió de 2012 a 2016, con una frecuencia semanal y duración de 30 minutos. Nace desde una propuesta institucional y con el objetivo de informar y orientar a los contribuyentes, y a la ciudadanía en general en temas tributarios.

El primer programa fue difundido, el 24 de julio de 2012, en la franja estelar de radio Panamericana – Micrófono Abierto, en horario matutino. “Estamos tratando de que la opinión pública, la población pueda conocer de estos temas de los impuestos, a fin de que tengamos mayor conciencia de la ciudadanía”, (R. Ugarte<sup>11</sup>, Programa “Impuestos en Facilito”, 24 de julio de 2012).

Los dos primeros ciclos del programa se caracterizaron por la participación de oyentes a través de llamadas telefónicas. Una vez que el vocero institucional desarrollaba toda la temática se procedía a abrir la línea telefónica previa coordinación con el responsable de la producción del programa.

---

<sup>11</sup> Roberto Ugarte Quispaya, expresidente del Servicio de Impuestos Nacionales.

A continuación, se rescatan algunos testimonios de oyentes que participaron en el programa vía teléfono.

“Felicitar al Presidente de Impuestos Internos por esta iniciativa de información y segundo es preguntarle que está haciendo Impuestos Internos para esos grandes comerciantes informales que hay en la Eloy Salmon, en la Uyustus, en la 16 de Julio”, (Colque H., Programa “Impuestos en Facilito”, 27 de julio de 2012).

“Felicitar al señor de Impuestos Nacionales por sacarnos de muchas dudas que nosotros tenemos”, (Oyente no identificado, Programa “Impuestos en Facilito”, 28 de agosto de 2012).

Los programas emitidos en 2012, tenían la característica de la participación, no solamente de servidores públicos, sino también de personalidades. El exministro de Economía y Finanzas, Luis Arce Catacora, ponderaba el incremento de las recaudaciones. “Yo creo que uno de los logros que el gobierno nacional tiene es el incremento sustancioso que hemos observado en nuestras recaudaciones de impuestos”, (L. Arce, Programa “Impuestos en Facilito”, 14 de agosto de 2012).

Al año siguiente, “Impuestos en Facilito” renueva los temas tributarios con la actualización de la normativa y fortalece los contenidos informativos. “Este programa año tras año lo estamos fortaleciendo mucho mejor a fin de que nosotros entremos a una explicación necesaria de parte de la Administración Tributaria para los contribuyentes y la ciudadanía en general respecto al cumplimiento impositivo”, señala en su alocución, el 25 de abril de 2013, el ex presidente Roberto Ugarte Quispaya.

El programa radial incluso sobrevive a los cambios en la Administración Tributaria, el 30 de julio de 2013, es posesionado como nueva autoridad Erik Ariñez Bazán. Al cierre del tercer ciclo del programa, el ex presidente pondera esta iniciativa. “A toda la audiencia dirigirme y decirles miren señores que es importante el pago de los impuestos ¿porque es



importante? Porque con estos recursos después podemos incrementar inversiones públicas, reitero salud, educación, infraestructura, etc.”, (E. Ariñez<sup>12</sup>, Programa “Impuestos en Facilito”, 7 de agosto de 2013).

Mientras que durante el periodo (2014-2016) se optó por innovar la participación de los oyentes a través de las redes sociales, los contribuyentes escribían sus interrogantes en la biografía de la página de Facebook: Creando Cultura Tributaria Bolivia.

Además está dinámica proporcionaba a todos los visitantes del Facebook una especie de historial de preguntas y respuestas, que podían ser consultadas en cualquier momento y podían servir de referencia.

#### **4.4. Características del programa radial “Impuestos en Facilito”**

**Género:** Informativo

**Formato principal:** Diálogo didáctico (gran formato)

**Formatos secundarios:** Radio Consultorio (formato secundario)

**Pequeños formatos:** Piezas dentro del gran formato: capsula informativa y sondeo de opinión (Estos formatos breves eran producidos por Comunicación Social y Relaciones Públicas del SIN y se difundían exclusivamente en el programa radial)

**Idioma:** castellano pero el programa también fue difundido en aymara y quechua

**Público al que va dirigido:** Contribuyentes y público en general.

**Frecuencia de transmisión:** Semanal.

**Día de emisión:** miércoles

**Duración aproximada:** 30 minutos.

**Horario:** 10:30 A 11:00

**Medio de transmisión o emisión:** Radio Panamericana de la ciudad de La Paz

---

<sup>12</sup> Erik Ariñez Bazán, expresidente del Servicio de Impuestos Nacionales.

#### **4.4.1. Sinopsis**

El programa radial “Impuestos en Facilito” estaba destinado a la difusión de contenidos de información y orientación en temas tributarios bolivianos en la misma franja estelar de radio Panamericana de la ciudad de La Paz, de febrero a julio de 2016.

La producción y difusión del programa radial, estaba a cargo de Comunicación Social y Relaciones Públicas (CSRP) en coordinación con la Gerencia Nacional de Atención al Contribuyente y Cultura Tributaria del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

En este programa radial la ciudadanía en general y en especial los contribuyentes podían informarse sobre distintos temas del ámbito tributario como la función institucional del SIN, la importancia del pago de los impuestos, los beneficios, las obligaciones tributarias, los impuestos más conocidos (IVA, IT, IUE, RC-IVA).

El programa estaba estructurado en tres sectores o segmentos; introducción, desarrollo y preguntas de la audiencia. Además se determinó “refrescar” el programa con la inclusión de cápsulas informativas institucionales y sondeos de opinión que eran producidos por CSRP del SIN. Estos formatos breves podían ser incorporados en el libreto y dependía de la temática que se abordaba semanalmente.

Antes del inicio de cada ciclo radial, el productor planteaba un cronograma tentativo de temas que eran coordinados con la Gerencia Nacional de Atención al Contribuyente y Cultura Tributaria.

Entonces al ser la temática tributaria muy densa, se añadía elementos de facilidad de palabra, lenguaje sencillo y comprensible. “Sería erróneo acrecentar aún más la dificultad, con el empleo de un lenguaje oscuro y complicado”, (Kaplún, 1999; p. 101).

#### 4.4.2. Objetivos

- Producir un programa radial de información y orientación en temas tributarios bolivianos de febrero a julio de 2016, en Comunicación Social y Relaciones Públicas (CSRП) del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN)
- Incrementar las recaudaciones y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Difundir información sobre la importancia de cumplir con el pago de los impuestos para la generación de recursos económicos en favor del Estado Plurinacional.

#### 4.4.3. Estructura del programa

El programa estaba organizado en 3 sectores y uno opcional que era variable porque estaba sujeto al tiempo:

**1er sector:** introducción del tema; personal técnico del SIN que participaba del programa realizaba una introducción general de los conceptos y normativa tributaria.

**2do sector:** desarrollo del tema; se informa y orienta con ejemplos sobre el tema propuesto.

**3er sector:** preguntas de los oyentes, el cual consistía en interactuar con los oyentes a través de preguntas formuladas en el Facebook: Creando Cultura Tributaria Bolivia y que eran absueltos por un técnico del SIN.

**Sector opcional:** adicionalmente se podían introducir sondeos de opinión y cápsulas<sup>13</sup> informativas institucionales.

---

<sup>13</sup> En Manual de Estilo de rtve. Define al microespacio como: a unidad temática de la programación de una emisora que, en tiempo breve y con estructura propia, trata sobre noticias, asuntos o personajes. Recuperado, el 12 de octubre de 2017, de: <http://manualdeestilo.rtve.es/anexos/7-5-glosario-de-terminos-utilizados-en-el-lenguaje-radiofonico/>

“La estructura del programa ha sido correctamente diseñada y estaba acorde a los contenidos que queríamos entregar al público, sin embargo, éste ha quedado un poco estático y necesitaba evolucionar y cambiar de acuerdo a la dinamicidad de la normativa tributaria”, (R. Arteaga<sup>14</sup>, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

La estructura del programa tiene como uno de sus segmentos más importantes la participación de los oyentes (O. Blanco<sup>15</sup>, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017), “también daba la opción de la participación de los mismos contribuyentes o ciudadanos que tenían dudas acerca del pago de un impuesto, de algún tema referido a tributación, por tanto tenía dinámica el programa”.

Entonces, los distintos sectores estaban organizados de una manera simple dando la posibilidad de desarrollar los contenidos. “Bueno creo que la estructura del programa nos daba lugar a explicar el tema, ir avanzando en detalles y después venían las preguntas”, (R. Baspineiro<sup>16</sup>, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

**Cuadro 2:**

**Estructura del programa radial**

La conducción del programa estaba a cargo de dos locutores: varón y mujer.

<b>DETALLE</b>	<b>TIEMPO APROXIMADO</b>
Característica inicio del programa	30 segundos
<b>APERTURA Y PRESENTACIÓN</b>	1 minuto
Presentación del primer sector	1 minuto

<sup>14</sup> Rene Arteaga García, exservidor público de la Gerencia Nacional de Atención al Contribuyente y Cultura Tributaria del SIN.

<sup>15</sup> Oscar Blanco Cuenca, actual Gerente General del SIN.

<sup>16</sup> Ruth Baspineiro Uribe, actual Gerente Nacional de Atención al Contribuyente y Cultura Tributaria del SIN.

<b>PRIMER SECTOR</b> Introducción	6 minutos
<b>SEGUNDO SECTOR</b> Desarrollo del tema (conceptos, procedimientos y ejemplos)	12 minutos
<b>TERCER SECTOR</b> Los locutores hacen las preguntas al entrevistado (de forma intercalada) que fueron planteadas en la red social. El entrevistado absuelve las dudas.	8 minutos
<b>DESPEDIDA Y CIERRE</b>	1 minuto
Característica cierre del programa	30 segundos

La producción y coordinación del programa radial estaba a cargo de un responsable asignado por Comunicación Social y RR.PP del SIN.

**Cuadro 3:**

**Recursos humanos**

<b>NOMBRE</b>	<b>ACTIVIDAD/RESPONSABILIDAD</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Wilson Arteaga	Productor y coordinador general	Técnico I, de Comunicación Social y Relaciones Públicas (CSRP) del SIN.
Wilson Arteaga	Redes sociales	Técnico I, de CSRP en coordinación con la Gerencia Nacional de Atención al Contribuyente y Cultura Tributaria.

Radio Panamericana	Encargado de controles	Operador radio Panamericana
Radio Panamericana	Conductores radio	Los locutores designados por el medio eran: Juan José Hidalgo y Paola Baldivieso.

**Cuadro 4:**  
**Recursos técnicos**

<b>EQUIPO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>USO</b>
Grabadora portátil o reportera digital	CSRP	Para realizar las grabaciones de los programas emitidos
Laptop	CSRP	Preguntas en las redes sociales
Modem WiFi	CSRP	Conexión a internet
Software de edición de audio	CSRP	Edición de grabaciones para su posterior emisión en redes sociales

#### **4.4.4. Etapas de la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”**

##### **4.4.4.1. Pre-producción**

En esta etapa del proceso de producción, el productor en coordinación con CSRP del SIN, procedía a definir los temas semanales a difundirse durante el ciclo radial, las características de apertura y cierre, la redacción de los libretos, la selección y coordinación con los voceros y la coordinación con personal de radio Panamericana de la ciudad de La Paz.

## **- Definición de la temática**

Una vez que se precisaban los elementos principales del programa radial “Impuestos en Facilito”, se debía definir las temáticas a difundir.

“Los niveles de coordinación eran de la máxima autoridad ejecutiva de la institución, Cultura Tributaria, se coordinaba con estos voceros alternos que han surgido para la elaboración del programa. La producción la hacíamos nosotros en Comunicación”, (J. Fernández<sup>17</sup>, comunicación telefónica, 18 de noviembre de 2017).

Al inicio del ciclo radial, el productor en coordinación con la Gerencia de Nacional de Atención al Contribuyente y Cultura Tributaria, proponía una estructura base de temas para su difusión considerando sobre todo la secuencia lógica; es decir, ordenados y que guardaban cierta relación entre sí.

Adicionalmente, se podía modificar la estructura de los temas propuestos semanalmente considerando los siguientes aspectos:

- Coyuntura (referida a los escenarios económicos, políticos y sociales)
- Fechas de vencimiento de los impuestos
- Nuevas herramientas para el cumplimiento de obligaciones tributarias

“Buscabas temas claves para hacer el guión para hacer el libreto, buscabas temas de coyuntura y bastante demanda informativa. Nuestro propósito iba relacionado a incrementar la recaudación y al cumplimiento de la obligación tributaria”, (J. Fernández, comunicación telefónica, 18 de noviembre de 2017).

“Teníamos establecidos los programas que se iban a hacer a lo largo del año, pero debido a temas emergentes o de urgencia, hacían que estos temas se posterguen y en algunos casos se eliminen”, (R. Arteaga, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

---

<sup>17</sup> Jessica Fernández Saravia, exresponsable de Comunicación Social y Relaciones Públicas del SIN.

El siguiente cuadro muestra los temas que fueron propuestos y los que fueron difundidos en el quinto ciclo del programa radial:

**Cuadro 5:**

**Datos de los temas propuestos y difundidos**

<b>No</b>	<b>TEMAS PROPUESTOS</b>	<b>TEMAS DIFUNDIDOS</b>
1	Sistema tributario en Bolivia	Simplificamos y facilitamos
2	Nuevos contribuyentes	Oficina Virtual
3	Plataformas de atención, plataformas móviles y kioscos tributarios	Plataformas de Atención, plataformas móviles y kioscos tributarios
4	Capacitaciones externas, Portal Web/redes sociales	Puntos Exclusivos de Asistencia y Línea Gratuita 800103444
5	Regímenes especiales	Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)
6	Oficina Virtual del SIN	Capacitaciones externas, Portal Web/redes sociales
7	Modalidades de facturación	Impuesto al Valor Agregado (IVA)
8	Dosificación de facturas manuales	Impuesto sobre las Utilidades de la Empresa (IUE)
9	Características de las facturas	Impuesto a las Transacciones (IT)
10	Principales impuestos: IVA	Régimen Complementario – IVA
11	Principales impuestos IT	Nuevos Contribuyentes (pasos para formalizar una actividad económica)
12	Principales impuestos: IUE	Servicios de Plataformas de Atención al Contribuyente y Kioscos Tributarios
13	Resumen IVA, IT e IUE	Ampliación de Horarios de Atención al Contribuyente
14	Principales Impuestos RC – IVA	Dosificación de Facturas a través de la Oficina Virtual



15	Alquileres y anticréticos	Libros de Compras y Ventas (SFV)
16	Libros de Compras y Ventas (LCV)	Introducción al Sistema de Facturación Virtual (SFV)
17	Sistema de Facturación Virtual	Bancarización
18	Aplicativos del SIN	Operativos de asistencia a los contribuyentes
19	Bancarización	Simplificación de formularios y trámites
20	Ley 812	Modificaciones al Código Tributario - Ley 812
21	Contravenciones tributarias: deberes formales	Ley 812 - formularios 8001, 8002, 8003
22	Facilidades de Pago	Compras Vinculadas al Transporte
23	Resumen ciclo	Libros de Compras y Ventas II

El cuadro anterior muestra que no se ha cumplido la propuesta de temas planteados para el ciclo radial debido a los factores que anteriormente se habían explicado, pero sí se informó a los contribuyentes sobre los temas más recurrentes como por ejemplo de los impuestos más conocidos (IVA, IT, IUE).

“Son operaciones básicas que debería conocer todo contribuyente para evitar el incurrir en algún incumplimiento, algún deber formal que le genere a futuro alguna sanción, por tanto, los temas seleccionados en mi criterio han sido bastante adecuados”, (O. Blanco, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

### **- Guión del programa**

Una vez definidos la estructura y los temas del programa se procedió a escribir el guión, que podía ser modificado según las sugerencias de la institución y especialmente cuando se incorporaban en el programa los pequeños formatos: sondeo de opinión y cápsula informativa.

El guión constituye una especie de guía previa antes de la elaboración del libreto. Además que señala elementos técnicos como los tiempos, indicaciones para operadores y locutores.

**Cuadro 6:**

**Guión del programa radial**

<b>NOMBRE:</b> Impuestos en Facilito		<b>LOCUTORES:</b> Juan José Hidalgo, Paola Baldivieso
<b>DURACIÓN:</b> 30 minutos		
<b>EMISORA:</b> Radio Panamericana		
<b>RESPONSABLE</b>	<b>INSTRUCCIÓN</b>	<b>TIEMPO APROX</b>
<b>OPERADOR</b>	ENTRA CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA Y LUEGO CORTINA AGIL	25'' – 30''
<b>LOCUTORES</b>	Saludos a los oyentes y presentación del entrevistado.	1'
<b>OPERADOR</b>	CIERRA MICRÓFONOS Y SUBE CORTINA	5''
<b>PRIMER SECTOR</b>		
<b>LOCUTORES</b>	Presentación del tema, comienzo del 1er bloque	1'
<b>LOCUTORES/ VOCERO INSTITUCIONAL</b>	Formulación de preguntas y respuesta a cuestionantes.	6'
<b>OPERADOR</b>	SUBE CORTINA Y DESPUÉS BAJA AL FONDO	3''
<b>SEGUNDO SECTOR</b>		
<b>LOCUTORES</b>	Continúa con el 2do sector, desarrollo del tema.	30''
<b>LOCUTORES/ VOCERO INSTITUCIONAL</b>	Continúa formulación de preguntas y respuesta.	12'
<b>OPERADOR</b>	SUBE CORTINA Y DESPUÉS DEJA DE FONDO	3''
<b>TERCER SECTOR</b>		

<b>LOCUTORES/ VOCERO INSTITUCIONAL</b>	Prosigue con el 3er sector. Lectura de preguntas del Facebook y respuesta	8'
<b>OPERADOR</b>	SUBE CORTINA Y BAJA AL FONDO	
<b>LOCUTORES</b>	Señala que el tiempo del programa ha terminado y despide al entrevistado.	30''
<b>VOCERO INSTITUCIONAL</b>	Se despide y realiza invitación al siguiente programa.	30''
<b>OPERADOR</b>	CIERRA MICROFÓNOS Y ENTRA CARACTERÍSTICA DE CIERRE DEL PROGRAMA	25'' – 30''

Otro de los elementos fundamentales para la difusión del programa era la elaboración de las características de apertura y cierre, que identificaban al programa radial y debían ser ágiles para “atrapar” y llamar la atención de los oyentes.

#### **- Redacción del libreto**

Antes de la elaboración del libreto, semanalmente, se procedía a recolectar información de manuales, trípticos, volantes y otro material impreso que tenga relación con la temática a desarrollar. Además se debía recurrir obligatoriamente a la Ley 843, al Código Tributario 2492 y a las Resoluciones Normativas de Directorio (RND) del SIN.

Kaplún Mario (1999) afirma: “Salvo casos excepcionales, las emisiones de radio no se improvisan, sino que se emiten sobre la base de un texto previamente escrito” (p.325).

En el libreto del programa radial “Impuestos en Facilito”, se detallaba todo el texto de los diálogos tanto de locutores y entrevistados, con el objetivo de que los contenidos informativos sean comprensibles para los oyentes y no ocurran confusiones, imprecisiones de los conceptos tributarios.

“Es un proceso que cuesta, porque evidentemente traducir lo que dice la normativa y con el sentido que dice la normativa para que las personas nos entiendan de manera afable es un trabajo difícil”, (S. Ríos<sup>18</sup>, entrevista personal, 24 de julio de 2017).

Entonces se tomaba en cuenta para la redacción del libreto los siguientes elementos:

- Frases cortas, comprensibles y sencillas
- Tratar de usar palabras coloquiales evitando lo técnico
- Ejemplos que permitan al oyente graficar una situación particular del tema abordado en el programa
- Y redundar en algunos conceptos considerando que el tema tributario es una materia técnica, normativa y de cumplimiento.

“El objetivo es el de informar a toda la población, esta materia que algunas personas la ven un poco complicada y la verdad que es una materia bien técnica, estamos tratando de explicar de la manera más fácil, de la manera más simple”, (E. Ariñez, Programa “Impuestos en Facilito”, 8 de octubre de 2013).

El libreto constituye una herramienta esencial para que entrevistados y locutores puedan desarrollar la temática de una manera ordenada. “Los libretos eran esenciales para llevar adelante el programa ya que proporcionaban una guía clara de cuál era la secuencia que teníamos que seguir”, (R. Arteaga, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

A continuación se presenta una muestra del libreto radiofónico, del 05 de mayo de 2016, en el que se explica a los oyentes los pasos a seguir para formalizar una actividad económica en el país.

---

<sup>18</sup> Susana Ríos Laguna, exviceministra de Política Tributaria.

**LIBRETO PROGRAMA No 11**  
**INSCRIPCIÓN DE NUEVOS CONTRIBUYENTES**

<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA</u></b>
<b>LOCUTOR 1 Y 2:</b>	(PRESENTACIÓN LOCUTORES). Hoy conoceremos los pasos necesarios que se requieren para formalizar una actividad económica en el país. Desde la inscripción en el Padrón Nacional de Contribuyentes pasando por las obligaciones tributarias que tenemos en el Estado.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y LUEGO BAJA</u></b>
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	Una vez más, damos una cordial bienvenida a todos nuestros oyentes y por supuesto a René Arteaga García, servidor público del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN). Bienvenido.
<b>VOCERO:</b>	(SALUDOS DEL VOCERO/A) Juan José y Paola
<b>LOCUTOR/A 2:</b>	¿Qué importancia tiene para cualquier actividad económica recabar el Número de Identificación Tributaria (NIT)? ¿Para qué sirve?
<b>VOCERO:</b>	El NIT lo que hace es permitir, a cualquier contribuyente primero identificarse para que pueda estar habilitado, legalmente, a realizar trámites ante la Administración Tributaria; y segundo ejercer una actividad económica con toda normalidad, en el marco de lo que manda la ley. No olvidemos que la formalización de un negocio contribuye al desarrollo de todo el país. Entonces el NIT, es un número asignado por la Administración Tributaria a toda persona natural y/o jurídica que quiere formalizar y realizar cualquier actividad económica en el territorio nacional

<b>LOCUTOR/A</b> <b>2:</b>	¿Qué pasos se debe seguir para obtener el NIT?
<b>VOCERO:</b>	El primer paso es la preinscripción en el Padrón Nacional de Contribuyentes, ingresando a la página web <a href="http://www.impuestos.gob.bo">www.impuestos.gob.bo</a> Inmediatamente acceden a la Oficina Virtual y luego proceden a llenar los datos del formulario MASI.
<b>LOCUTOR/A</b> <b>1:</b>	¿En facilito cómo se realiza el llenado de este formulario?
<b>VOCERO:</b>	<p>El llenado del formulario MASI 001 es bastante sencillo. Los contribuyentes deben ingresar a la página web <a href="http://www.impuestos.gob.bo">www.impuestos.gob.bo</a> y buscar la opción Oficina Virtual.</p> <p>Una vez en la Oficina Virtual deberán crear un usuario temporal en la opción REGISTRO AL PADRÓN y seleccionar la opción NUEVOS. Después, deben iniciar la sesión con sus datos de usuario e inmediatamente llenar los DATOS DE TRÁMITE, al Régimen Impositivo y el tipo de Contribuyente que serán en adelante</p> <p>Una vez cumplido los pasos, lo siguiente será proporcionar los datos de domicilio habitual y domicilio fiscal.</p> <p>Una vez que el contribuyente ha llenado todos los datos del Formulario MASI 001, inmediatamente el sistema generará un número de trámite con el listado de obligaciones tributarias y documentos que deberá presentar en Plataforma de Atención al Contribuyente de su jurisdicción, dentro de los 20 días hábiles siguientes a su envío.</p> <p>Vencido el plazo señalado, el trámite será cancelado automáticamente, debiendo el solicitante iniciar el procedimiento nuevamente.</p>

<b>LOCUTOR/A</b> <b>2:</b>	¿Cuáles son los requisitos; es decir qué documentos de respaldo debo presentar a Impuestos Nacionales para formalizar mi actividad?																								
<b>VOCERO:</b>	<p>Requisitos: (explica el cuadro que de los requisitos para la apertura del NIT)</p> <table border="1" data-bbox="516 468 1404 1241"> <thead> <tr> <th data-bbox="516 468 914 632"><b>REQUISITOS (Documentos originales)</b></th> <th data-bbox="914 468 1052 632"><b>Persona Natural</b></th> <th data-bbox="1052 468 1247 632"><b>Empresa Unipersonal</b></th> <th data-bbox="1247 468 1404 632"><b>Persona jurídica</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="516 632 914 741">Cédula de Identidad o Cédula de extranjero vigente</td> <td data-bbox="914 632 1052 741" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td data-bbox="1052 632 1247 741" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td data-bbox="1247 632 1404 741" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="516 741 914 909">Factura o aviso de cobranza de consumo de energía eléctrica</td> <td data-bbox="914 741 1052 909" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td data-bbox="1052 741 1247 909" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td data-bbox="1247 741 1404 909" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="516 909 914 1018">Croquis del negocio y vivienda</td> <td data-bbox="914 909 1052 1018" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td data-bbox="1052 909 1247 1018" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> <td data-bbox="1247 909 1404 1018" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="516 1018 914 1127">Testimonio de Constitución</td> <td data-bbox="914 1018 1052 1127"></td> <td data-bbox="1052 1018 1247 1127"></td> <td data-bbox="1247 1018 1404 1127" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td data-bbox="516 1127 914 1241">Testimonio de Poder del Representante Legal</td> <td data-bbox="914 1127 1052 1241"></td> <td data-bbox="1052 1127 1247 1241"></td> <td data-bbox="1247 1127 1404 1241" style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>	<b>REQUISITOS (Documentos originales)</b>	<b>Persona Natural</b>	<b>Empresa Unipersonal</b>	<b>Persona jurídica</b>	Cédula de Identidad o Cédula de extranjero vigente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Factura o aviso de cobranza de consumo de energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Croquis del negocio y vivienda	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Testimonio de Constitución			<input checked="" type="checkbox"/>	Testimonio de Poder del Representante Legal			<input checked="" type="checkbox"/>
<b>REQUISITOS (Documentos originales)</b>	<b>Persona Natural</b>	<b>Empresa Unipersonal</b>	<b>Persona jurídica</b>																						
Cédula de Identidad o Cédula de extranjero vigente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																						
Factura o aviso de cobranza de consumo de energía eléctrica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																						
Croquis del negocio y vivienda	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																						
Testimonio de Constitución			<input checked="" type="checkbox"/>																						
Testimonio de Poder del Representante Legal			<input checked="" type="checkbox"/>																						
<b>LOCUTOR/A</b> <b>1:</b>	¿En qué momento obtengo mi NIT?																								
<b>VOCERO:</b>	<p>Una vez llenado el formulario MASI 001 y generado el Número de Trámite. El contribuyente deberá acercarse a la gerencia distrital de su jurisdicción donde se recabará sus datos, verificará domicilio y procederá a la entrega del Número de Identificación Tributaria (NIT) Se procederá además a la captura de las huellas dactilares, se tomará una fotografía y se procederá a la georeferenciación del domicilio del contribuyente.</p> <p>Con los requisitos y pasos aprobados, recién el nuevo contribuyente estará registrado, legalmente y para certificarlo, la Administración</p>																								

	Tributaria le hará entrega de tres documentos: el Número de Identificación Tributaria, el Certificado de Inscripción al PBD y la Tarjeta MASI.
<b>LOCUTOR:</b>	¿Qué sucede cuando el contribuyente por alguna razón hubiera extraviado alguno de estos documentos? ¿Puede solicitar su reposición?
<b>VOCERO:</b>	<p>Los contribuyentes que hayan extraviado alguno de estos documentos pueden solicitar su reposición en la gerencia distrital de su jurisdicción.</p> <p>Por ejemplo, en el caso de la reposición de la Tarjeta MASI, pueden solicitar una nueva tarjeta solamente presentando su documento de identidad en la Plataforma de Atención al Contribuyente donde se haya inscrito.</p> <p>Citar: RND N° 10-0012-16. MODIFICACIONES E INCORPORACIONES A LA R.N.D. N° 10-0009-11 PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN Y MODIFICACIONES AL PADRÓN NACIONAL DE CONTRIBUYENTES BIOMÉTRICO DIGITAL (PBD-11)</p>
<b>LOCUTOR:</b>	¿De qué manera el Servicio de Impuestos Nacionales facilita la inscripción de nuevos contribuyentes?
<b>VOCERO:</b>	<p>El Servicio de Impuestos Nacionales llega a todos los contribuyentes a través de las denominadas Plataformas Móviles, que son instaladas en avenidas, calles y plazas concurridas en todo el país.</p> <p>De esta manera la Administración Tributaria desplaza a nivel nacional las denominadas Plataformas Móviles, para que los contribuyentes</p>



	<p>registren sus actividades económicas y recaben el Número de Identificación Tributaria (NIT),</p> <p>El registro de nuevos contribuyentes además se realiza es “in situ”, en el lugar donde funciona el negocio o la actividad económica. Es decir, que servidores públicos de Impuestos Nacionales se trasladan hasta el negocio de los contribuyentes para facilitar su registro.</p> <p>Recientemente, en Santa Cruz, el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) logró inscribir al Padrón de Contribuyentes a los gremialistas de tres asociaciones, en la sede del Comercial Los Pozos, de la ciudad de Santa Cruz, para que cumplan adecuadamente sus obligaciones impositivas.</p> <p>(Anexo. Lista de Plataformas Móviles)</p>																									
<p>LOCUTOR/A 2:</p>	<p>En el Régimen General ¿qué impuestos debo pagar y cuáles son sus características? ¿Qué fechas de vencimiento debo considerar?</p>																									
<p>VOCERO:</p>	<p>(Explica las principales obligaciones que tienen los nuevos contribuyentes, de acuerdo a datos del siguiente cuadro)</p> <table border="1" data-bbox="516 1289 1404 1841"> <thead> <tr> <th></th> <th><u>IUE</u></th> <th><u>IT</u></th> <th><u>IVA</u></th> <th><u>RC-IVA</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><u>¿QUÉ GRAVA?</u></td> <td>Utilidad Neta</td> <td>Ingresos Brutos</td> <td>Ventas, servicios, importaciones</td> <td>Ingresos dependientes</td> </tr> <tr> <td><u>¿CUÁNTO SE PAGA?</u></td> <td>25%</td> <td>3%</td> <td>13%</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td><u>¿CÓMO SE PAGA?</u></td> <td>Form. 500 Form.510</td> <td>Form. 400</td> <td>Form. 200 Form. 210</td> <td>Form. 610</td> </tr> <tr> <td><u>¿CUÁNDO SE PAGA?</u></td> <td>Cada año</td> <td>Cada mes</td> <td>Cada mes</td> <td>Cada mes</td> </tr> </tbody> </table>		<u>IUE</u>	<u>IT</u>	<u>IVA</u>	<u>RC-IVA</u>	<u>¿QUÉ GRAVA?</u>	Utilidad Neta	Ingresos Brutos	Ventas, servicios, importaciones	Ingresos dependientes	<u>¿CUÁNTO SE PAGA?</u>	25%	3%	13%	13%	<u>¿CÓMO SE PAGA?</u>	Form. 500 Form.510	Form. 400	Form. 200 Form. 210	Form. 610	<u>¿CUÁNDO SE PAGA?</u>	Cada año	Cada mes	Cada mes	Cada mes
	<u>IUE</u>	<u>IT</u>	<u>IVA</u>	<u>RC-IVA</u>																						
<u>¿QUÉ GRAVA?</u>	Utilidad Neta	Ingresos Brutos	Ventas, servicios, importaciones	Ingresos dependientes																						
<u>¿CUÁNTO SE PAGA?</u>	25%	3%	13%	13%																						
<u>¿CÓMO SE PAGA?</u>	Form. 500 Form.510	Form. 400	Form. 200 Form. 210	Form. 610																						
<u>¿CUÁNDO SE PAGA?</u>	Cada año	Cada mes	Cada mes	Cada mes																						

	<table border="1"> <tr> <td><b>0</b> HASTA EL 13 DE CADA MES</td> <td><b>1</b> HASTA EL 14 DE CADA MES</td> <td><b>2</b> HASTA EL 15 DE CADA MES</td> <td><b>3</b> HASTA EL 16 DE CADA MES</td> <td><b>4</b> HASTA EL 17 DE CADA MES</td> </tr> <tr> <td><b>5</b> HASTA EL 18 DE CADA MES</td> <td><b>6</b> HASTA EL 19 DE CADA MES</td> <td><b>7</b> HASTA EL 20 DE CADA MES</td> <td><b>8</b> HASTA EL 21 DE CADA MES</td> <td><b>9</b> HASTA EL 22 DE CADA MES</td> </tr> </table>	<b>0</b> HASTA EL 13 DE CADA MES	<b>1</b> HASTA EL 14 DE CADA MES	<b>2</b> HASTA EL 15 DE CADA MES	<b>3</b> HASTA EL 16 DE CADA MES	<b>4</b> HASTA EL 17 DE CADA MES	<b>5</b> HASTA EL 18 DE CADA MES	<b>6</b> HASTA EL 19 DE CADA MES	<b>7</b> HASTA EL 20 DE CADA MES	<b>8</b> HASTA EL 21 DE CADA MES	<b>9</b> HASTA EL 22 DE CADA MES
<b>0</b> HASTA EL 13 DE CADA MES	<b>1</b> HASTA EL 14 DE CADA MES	<b>2</b> HASTA EL 15 DE CADA MES	<b>3</b> HASTA EL 16 DE CADA MES	<b>4</b> HASTA EL 17 DE CADA MES							
<b>5</b> HASTA EL 18 DE CADA MES	<b>6</b> HASTA EL 19 DE CADA MES	<b>7</b> HASTA EL 20 DE CADA MES	<b>8</b> HASTA EL 21 DE CADA MES	<b>9</b> HASTA EL 22 DE CADA MES							
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	¿Cuáles son las principales obligaciones tributarias?										
<b>VOCERO:</b>	<p>Es importante señalar que las principales obligaciones tributarias son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuesto al Valor Agregado (IVA)</li> <li>• Impuesto a las Transacciones (IT)</li> <li>• Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE).</li> <li>• Envío de Libros de Compras y Ventas</li> <li>• Libro de Ventas Menores</li> <li>• Certificado de Inscripción en el PBD</li> <li>• Certificado de dosificación facturas</li> <li>• Exposición del cartel “Exija su factura”</li> </ul> <p>El contribuyente además tendrá que presentar la respectiva declaración jurada que está sujeto a la fecha del vencimiento del NIT que tenga</p>										
<b>LOCUTOR/A 2:</b>	¿Alguna información importante para el contribuyente?										
<b>VOCERO:</b>	Las PLATAFORMAS DE ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE atienden actualmente en horario continuo, de 8:30 a 18:30, SIN INTERRUPCIONES, de lunes a viernes, en las GERENCIAS DISTRITALES de todo el país y en las Gerencias Grandes Contribuyentes (GRACOS) de las ciudades de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba.										

	Y a partir del 16 de mayo del año en curso, se ampliará el horario de atención de 8:00 a 18:30.
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	Se ampliará el horario de atención? Qué servicios ofrecen en estas Plataformas?
<b>VOCERO:</b>	<p>Es correcto, desde el 16 de mayo las Plataformas atenderán de 8:00 a 18:30, de manera continua.</p> <p>En las PLATAFORMAS DE ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE podrán realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La APERTURA DEL NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT)</li> <li>- MODIFICAR O ACTUALIZAR DATOS EN EL PADRÓN BIOMÉTRICO DIGITAL</li> <li>- PODRÁN CONSULTAR DEUDAS Y</li> <li>- CORREGIR ERRORES MATERIALES.</li> <li>-</li> </ul>
<b>LOCUTOR/A 2:</b>	En este horario continuo estarán también disponibles los Kioscos Tributarios?
<b>VOCERO:</b>	<p>Así es, considerando que los Kioscos funcionan también en las Plataformas de Atención al Contribuyente. En estos espacios el contribuyente puede auto gestionar, con los guías o apoyo respectivos, su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PRE INSCRIPCIÓN AL PADRÓN BIOMÉTRICO DIGITAL,</li> <li>- PRESENTAR DECLARACIONES JURADAS</li> <li>- REALIZAR EL PROCESO DE ENVÍO DE INFORMACIÓN (LIBRO DE COMPRAS Y VENTAS. Y BANCARIZACIÓN) Y ACCEDER AL SISTEMA DE FACTURACIÓN VIRTUAL</li> </ul>

<b>LOCUTOR 1 Y 2 :</b>	Es momento de interactuar con todos nuestros amigos que han formulado preguntas en el Facebook de CREANDO CULTURA TRIBUTARIA BOLIVIA.
<b>VOCERO:</b>	(RESPONDE PREGUNTAS DE LAS REDES SOCIALES)
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>MÚSICA CARACTERÍSTICA PROGRAMA</u></b>
<b>LOCUTOR/A:</b>	<b>(LOCUTOR DESPEDIDE AL VOCERO INSTITUCIONAL)</b>
<b><u>VOCERO:</u></b>	Despedida.
<b>LOCUTOR/A:</b>	<b>(DESPEDIDA E INVITACIÓN AL SIGUIENTE PROGRAMA)</b>
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DE CIERRE</u></b>

Precisamente, los contenidos de los libretos desarrollaban conceptos de la normativa tributaria y las herramientas que coadyuvan al cumplimiento de estas obligaciones.

“Yo creo que los contenidos han sido claros, precisos, se han tocado temas básicamente tal vez de la normativa y las obligaciones que tenía cada uno de los contribuyentes respecto a esa normativa”, (R. Baspineiro, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

Los actores principales coinciden en la importancia del libreto para la difusión del programa radial, porque ordena y delimita el tema a tratar. “Son temas técnicos-tributarios. Entonces tiene que encontrarse los términos precisos para que la audiencia entienda el mensaje que se pretende transmitir, por tanto me parece excelente que haya tenido ese soporte”, (O. Blanco, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

## **- Voceros institucionales del programa**

Una vez que se redactaba el libreto, se procedía a la designación del vocero institucional para el programa semanal, se evaluaba internamente sus potencialidades y se consideraba su experiencia en el ámbito tributario.

“Conocimiento, especialidad en los temas y facilidad de hablar ante un micrófono, facilidad de palabra, que si bien conozca el tema, también pueda explicar lo que habíamos llamado en facilito un tema tan árido como era el tributario”, (J. Fernández, comunicación telefónica, 18 de noviembre de 2017).

Una vez que era designado el vocero se procedía a socializar el libreto, esperando el visto bueno por parte del profesional o técnico de Impuestos Nacionales que asistía a la entrevista; el mismo podía efectuar sugerencias como aumentar preguntas o quizás complementar las respuestas.

Al respecto, (R. Arteaga, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017) que participó como vocero en la mayoría de los programas tenía dos tareas importantes: primero, definir y sugerir cuáles eran los temas de actualidad y aquellos que la gente necesitaba información y segundo, consistía en la revisión del libreto final para ver si había alguna incongruencia.

El vocero se constituía en un representante institucional del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), que bajo los parámetros antes mencionados, era un experto o tenía amplio conocimiento de los temas tributarios de dominio nacional y que tenía facilidad de palabra.

Posteriormente, el libreto era revisado y aprobado por la responsable de CSRP, y se procedía a la coordinación con los voceros institucionales, que comprendía básicamente: la definición de horario de salida y contar con material impreso de apoyo (resoluciones, leyes y otros).

**Cuadro 7:**

**Cronograma de la pre-producción**

<b>CRONOGRAMA ACTIVIDADES PRE-PRODUCCIÓN</b>				
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIÉRCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>
Socialización del libreto con el vocero o voceros. Posterior, aprobación por parte de CSRP.	En caso de existir observaciones se procede a modificar y ajustar el mismo. Definición horario de salida al medio de comunicación.	Salida al medio de comunicación. Impresión de libretos (copias para operador y locutores)	Reunión de coordinación con la responsable de CSRP para definir el enfoque del programa, vocero o voceros.	Revisión de material impreso sobre la temática a tratar y redacción del libreto

**4.4.4.2. Producción**

En esta etapa, se consideran varios elementos para la difusión del programa en vivo a través del medio de comunicación; desde la entrega de los libretos hasta la obtención de la grabación del programa emitido.

Adicionalmente se cuidaba los aspectos técnicos, ubicación correcta del vocero institucional en la cabina, distancia adecuada de los micrófonos y algunas recomendaciones para evitar ruidos que puedan afectar la transmisión de los contenidos.

### **- Emisión del programa radial en vivo**

El productor del programa debía trasladarse con el vocero institucional hasta el medio de comunicación entre 15 a 20 minutos antes de la emisión en vivo del programa.

A tiempo de entregar los libretos y el guión, se procedía a coordinar con el operador de la radio, el horario de la última tanda publicitaria y aspectos técnicos para la grabación (audio mp3 – 256 kbs y estéreo).

Antes de la emisión en vivo se recomendaba a los locutores, que para mejor comprensión de la temática abordada, no deberían salirse de los parámetros establecidos en el libreto, empero según su experiencia podían aportar elementos a la entrevista como por ejemplo datos sobre la normativa vigente, la página web [www.impuestos.gob.bo](http://www.impuestos.gob.bo), la Oficina Virtual del SIN, u otras herramientas que coadyuvan el pago de los tributos.

En la cabina de radio debía fluir un diálogo directo y comprensible. “El contenido además era dinámico, era ameno y lo que pretendía era transmitir los mensajes de una manera sencilla, clara, oportuna para todo el público contribuyente y el ciudadano”, (R. Arteaga, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

Dentro la estructura del programa se planificaba la participación de los oyentes durante aproximadamente ocho minutos aunque este tiempo podía extenderse o acortarse dependiendo del contenido y el tema. Es así que se locutaron 160 preguntas en los 23 programas difundidos en 2016; es decir; poco más de 14 preguntas por programa radial (Ver anexo. Registro Audio gráfico).

### **- Preguntas vía Facebook**

El quinto ciclo del programa al igual que el tercer y cuarto, se caracterizaron por interactuar con los oyentes a través del Facebook Creando Cultura Tributaria Bolivia, este

mecanismo posibilitaba que los participantes no redunden en sus preguntas y permitían que el vocero institucional responda de la manera más adecuada.

Los actores que participaron en el programa destacan que se haya abierto la participación de los oyentes a través del Facebook.

“Desde el punto de vista del propósito del programa siempre es bueno e interesante que la gente participe, porque pregunta y eso como institución a nosotros nos da la chance de poder aclarar ciertos aspectos que probablemente no están claros para el contribuyente”, O. Blanco, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

“Ha tenido dos aspectos relevantes; primero, fue algo novedoso, fue algo innovador y segundo, él que el público pueda comunicarse a través de un medio accesible para todos, barato era algo importante”, (R. Arteaga, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

“Me ha parecido muy bien ya que realmente como es una red social, de forma masiva se podía recibir preguntas sin tener limitantes”, (R. Baspineiro, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

La participación de los oyentes a través de esta vía, le daba dinamismo al programa. El siguiente cuadro muestra algunas de las preguntas que planteaban los oyentes.

**Cuadro 8:**  
**Registro de algunas preguntas formuladas por los oyentes**

<b>FECHA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PREGUNTA</b>
02/03/2016	Julio Rojas Solano	¿Qué requisitos debo tomar en cuenta para la presentación de Impuesto a las Utilidades anual siendo que soy una persona natural con un NIT de una comercial?
06/04/2016	Litzi Escobar	¿En caso de un periódico digital, qué tipo de facturas me sirven para el IVA, habitualmente



		hago llamadas al interior para contactarme con las instituciones y empresas y hago uso de las tarjetas de las empresas de telefonía, me sirven?
27/04/2017	Diego Flores Fernández	¿Cuál la diferencia y cuál el motivo para que los contribuyentes se clasifiquen en Newton y Newton Especifico?
25/05/2016	Maura Rodríguez Carballo	¿Estoy enviando los Libros de Compras y Ventas, las facturas anuladas y las no utilizadas, debo reportar en otro formato son facturas manuales?
27/07/2016	Ana Victoria Churqui	¿Es recomendable enviar los Libros de Compras y Ventas por la Oficina Virtual o Facilito?

En el cuadro se puede apreciar que la totalidad de los oyentes realizaban consultas vinculadas a temas tributarios. El productor efectuaba una especie de filtro para evitar que los locutores puedan leer quejas, denuncias y otro tipo de opiniones, que no se constitúan en un aporte al programa radial.

Las preguntas de los oyentes en la biografía de la página de Facebook daban la posibilidad de seleccionar las interrogantes vinculadas al tema que se estaba difundiendo, las relacionadas con el ámbito tributario y filtrar aquellas que no aportaban a los objetivos del programa.

“Hemos implementado esa otra herramienta (Facebook) y ha tenido mejor resultado, porque podías filtrar las preguntas y era en simultaneo con el productor y el entrevistador”, (J. Fernández, comunicación telefónica, 18 de noviembre de 2017).

Opinión que también comparte (R. Arteaga, 2017) “Además que nos permitía filtrar algunas preguntas que no correspondían al tema, que estaban fuera de contexto o que no eran pertinentes al programa mismo”.

#### **4.4.4.3. Post-producción**

En esta etapa, el postulante realizó la recopilación semanal del audio del programa emitido en el medio de comunicación, para su posterior difusión en la red social Facebook y en YouTube del SIN. Además organizó un archivo digital (Audioteca) de todas las emisiones del programa radial en 2016, que comprendían el audio y el libreto correspondiente.

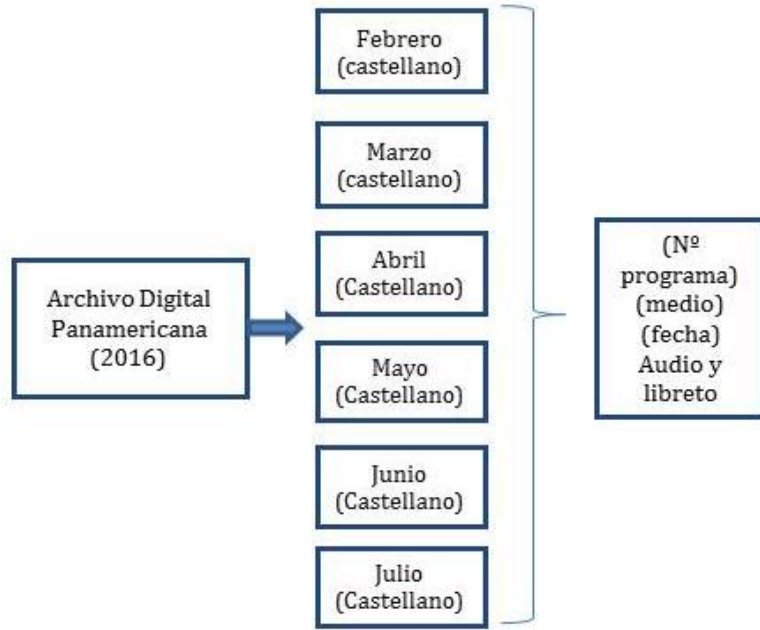
##### **- Difusión en la página web del SIN y YouTube**

Una vez que terminaba la emisión en vivo del programa, el productor copiaba en un medio digital el audio del programa difundido, obviamente debía cumplir con las especificaciones técnicas antes señaladas.

El archivo de audio era editado para que no exista ningún bache; en el caso de la página web [www.impuestos.gob.bo](http://www.impuestos.gob.bo) se cargaba el archivo de audio con un peso reducido mientras el formato de video con una imagen que identifique al programa radial se cargaba al Facebook – Servicio de Impuestos Nacionales.

##### **- Archivo digital**

Adicionalmente, se organizó un archivo digital de los audios y libretos del programa radial “Impuestos en Facilito” que tiene las siguientes características:



**Imagen 2: Organización del archivo digital del programa radial "Impuestos en Facilito"**

El archivo digital estaba organizado cronológicamente de manera mensual y debía contener el archivo de audio (mp3) y el libreto (Word) con el mismo nombre (1 Panamericana 24-02-2016).

Las carpetas de audios y libretos pueden ser utilizadas como referencia para efectuar nuevas propuestas de temas o encarar otros proyectos que coadyuven al cumplimiento de obligaciones tributarias.

#### **4.5. Resultados de la experiencia**

Al efectuar la sistematización de los procedimientos del manejo de la información tributaria en la producción del programa radial “Impuestos en Facilito”, de febrero a julio de 2016, en radio Panamericana de la ciudad de La Paz, se ordenó, analizó y describió el desarrollo de la experiencia.

El proceso de la pre-producción del programa fue el acertado, porque se lograron identificar los pasos a seguir para el lanzamiento del programa radial que comprende una

planificación adecuada desde reuniones de coordinación, definición de los temas, redacción del libreto hasta preparar los aspectos previos antes de su emisión.

Los contenidos informativos fueron definidos por CSRP del SIN, considerando elementos de secuencia lógica y coyuntura, entonces se tenía a un receptor condicionado porque las decisiones se las tomaban a nivel del emisor.

Otro elemento de la pre-producción es la utilización del libreto, que constituye la base fundamental de estos contenidos, ya que los mismos requerían ser adecuados de un lenguaje técnico, a uno comprensible y sencillo para todos los oyentes. Los voceros institucionales fueron claves para el proceso de sistematización y también aportaron elementos que destacan esta particularidad.

Los voceros institucionales evidentemente tenían formación amplia de la materia tributaria, pero desconocían o tenían poco conocimiento de cómo explicar estos elementos técnicos a través de la radio, llegar a los oyentes a través del oído. En tal sentido, el libreto constituía en una herramienta fundamental y conforme a su participación como voceros adquirieron mayor facilidad de palabra.

En la etapa de la producción se identificaron elementos para una adecuada organización fundamentalmente del proceso de emisión en vivo. La emisión en vivo del programa estaba debidamente planificada, considerando los siguientes elementos; horarios, soportes escritos (libretos, normativa tributaria), publicidad, locutores y equipos técnicos (computadora portátil, grabadora, flash memory).

Pese a estar debidamente proyectada la difusión del programa en vivo, el productor debía tener información práctica a la mano del tema que se estaba tratando como por ejemplo trípticos, manuales tributarios e inclusive las leyes que respaldan el cumplimiento del pago de los impuestos.

En la post-producción se logró describir los procesos para la difusión del programa a través de la página web del SIN y YouTube, sin embargo, un tema pendiente es su difusión por otras vías como por ejemplo a través de una radio en línea, Blogs, Soundcloud y otras redes sociales.

Al respecto, (S. Ríos, entrevista personal, 24 de julio de 2017) señala: “Bueno todas las vías que sirvan para poder informar al contribuyente, a la gente, a la persona de a pie, cuál es la importancia de los impuestos en Bolivia, creo que es importante y además porque cualquier persona que en algún momento tenga la expectativa de generar algún emprendimiento”.

Una de las debilidades identificadas en la producción del programa radial es que no se cumplieron los temas propuestos en orden lógico, debido a que imperaron otros factores para su difusión semanal como el tema coyuntural. Es más, la experiencia se desarrolló en un escenario bastante adverso debido a movilizaciones principalmente de sectores de gremiales, transportistas y carniceros.

Como antecedente es importante señalar que, a partir de 2014, se decide suprimir la participación de los oyentes a través de llamadas telefónicas cuando el elemento más importante de este medio masivo es el audio. Y es que las llamadas telefónicas le añadían un plus al programa con la frescura de las voces, pero esta participación no podía ser controlada.

Otro referente es la experiencia que se desarrolló durante 2012 y 2013, con la emisión de preguntas a través de llamadas telefónicas, constituían un riesgo para el vocero y la institución debido a que algunos oyentes formulaban opiniones fuera de contexto y denuncias que no enriquecían el programa radial.

El 24 de septiembre de 2013, en el programa radial se había desarrollado el tema de las características de las facturas y sus modalidades, pese a aplicar el filtro está era la consulta de uno de los oyentes: “Gracias Panamericana por este servicio, por este incentivo que nos

hace. Yo quiero por un lado hacer un reclamo, hacer un recuerdo a los señores de la Renta, mire nosotros facturamos a puras empresas, pero lo material que compro en la Ceja, en la Graneros vendedores que venden por metro de tela no dan factura y no hay control”, (Oyente no identificado, programa radial “Impuestos en Facilito”, 24 de septiembre de 2013).

Entonces, se puede evidenciar que el oyente no ha formulado ninguna pregunta y ha manifestado más bien una queja en contra del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).

La participación de los oyentes a través del Facebook le otorgaba al programa un elemento adicional referido al cumplimiento de los objetivos de informar y orientar, porque se elegía solamente las preguntas que eran un aporte al programa dejando de lado comentarios, opiniones, quejas, insultos y denuncias, entonces se tenía la interacción con los oyentes de una manera controlada.

La radio es un medio de comunicación auditivo que requiere esa frescura de las voces quizás a futuro se debería pensar en este tipo de programas, pero considerando varias vías de participación no solamente el Facebook sino llamadas telefónicas, audios grabados de WhatsApp, preguntas de oyentes en plataformas de Atención al Contribuyente, entre otros.

“Bueno me ha parecido una buena iniciativa institucional para que todas las personas se puedan informar respecto de la vigencia de los impuestos, la estructura de los impuestos, las obligaciones que tienen que cumplir, los procedimientos que son aplicables y también los beneficios que pueden tener”, (S. Ríos, entrevista personal, 24 de julio de 2017).

La evaluación de algunos de los actores que participaron en la difusión del programa es positiva, incluso se atreven a señalar que la gente pregunta sobre esta iniciativa comunicacional.

“La evaluación del programa es positiva de todo punto de vista tanto, desde la institución que ha tenido una herramienta, un canal importante para llegar al público, a los

contribuyentes que necesitaban esa información”, (R. Arteaga, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

“En cuanto a los programas me parecen que eran muy útiles, de hecho, tal vez tenía mucha audiencia, en las que en algún momento he podido tal vez recoger algunas inquietudes de los oyentes”, (R. Baspineiro, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

“Si me dices que yo evalué el programa le daría un ocho, ¿por qué ocho? Porque cumplió con las expectativas de un programa que la gente esperaba que me imaginara extraño el programa”, (O. Blanco, entrevista personal, 17 de noviembre de 2017).

A partir de estos elementos se podría señalar que a futuro se debería proponer la difusión de un nuevo programa con características similares, pero tratando no solamente de informar e instruir a los oyentes, sino avanzar un poco más y planificar un programa educativo que promueva una cultura tributaria en los oyentes.

Un programa educativo-formativo que pueda ampliar conocimientos, cambiar actitudes, transmitir valores y no sólo instructivo-informativo que emite mensajes con objetivos particulares y precisos, sería interesante porque se llegaría de manera masiva a la ciudadanía en general, a los contribuyentes y a aquellas personas que quieran formalizar su actividad económica o quieran emprender un negocio en el país.

Este nuevo programa debería considerar como apoyo y refuerzo otro elemento para su difusión, se propone una cartilla educativa que acompañe el audio y que grafique situaciones de procedimientos que eran muy complicados explicar solamente con la voz.

“Mi evaluación ha sido positiva, pero como siempre, pero como todo es perfectible, hay que inyectar, ahora tienes más herramientas en redes sociales, tienes que ir innovando, si continuas con esa lógica tienes que adaptarte a la realidad, tienes que ver en qué momento estas y con qué herramientas puedes trabajar en un programa de radio”, (J. Fernández, comunicación telefónica, 18 de noviembre de 2017).

El programa radial “Impuestos en Facilito” si bien cumplió con las expectativas esperadas a nivel institucional como advertimos en las líneas precedentes, pero hace falta todavía llegar con más información a los oyentes y contribuyentes sobre los temas tributarios. La misma complejidad de los temas hace que se requieran procesos más largos y continuos para difundir este tipo de información, porque lamentablemente la radio tiene esa desventaja, la fugacidad, puede ser que durante la emisión del programa los auditores hayan comprendido la temática, pero a la vuelta de la esquina hayan olvidado todo o parte de lo informado.

Las redes sociales brindan una serie de posibilidades no explotadas por ejemplo en los programas de radio grabados, habrá que incorporar elementos audiovisuales (tortas, cuadros, infografías) que ayudan a comprender mejor los procedimientos tributarios.

La experiencia desarrollada en la producción de los contenidos de información del programa radial “Impuestos en Facilito”, fortalece todos los conocimientos adquiridos en aulas universitarias, pero también revela que existe una brecha grande entre la teoría y la práctica. Además, cada situación laboral que se presenta es distinta una de otra y esta variedad enriquece todas las potencialidades y virtudes que se puedan desarrollar a nivel profesional.



## Capítulo V

### 5.1. Análisis de la experiencia laboral

Desde que el estudiante ingresa a la Carrera de Comunicación Social de la UMSA, se le brinda una infinidad de elementos teóricos-prácticos para aplicarlos en su vida profesional, al mismo tiempo con cada desafío va adquiriendo destrezas, conocimientos y habilidades.

El artífice del documento egreso con el Pan de Estudios Vigente desde 1998, aprobado por RES. H.C.U. 357/97, pensum que maneja varios ejes fundamentales para la formación académica del estudiante. “La nueva currícula de Comunicación con su estructura central de los Talleres Síntesis y Verticales garantiza la tan ansiada unidad de teoría y práctica para la formación del futuro profesional. Resolviendo, de esta manera, varias interrogantes e incertidumbres de los estudiantes en especial”, (Carrera Comunicación Social, 1998; p.8).

El pensum responde aparentemente a exigencias de los campos laborales de la época donde hay cierta inclinación hacia el ámbito periodístico y las especialidades de radio, televisión y prensa, pero se requiere repensar la formación en el ámbito teórico - práctico, de análisis y metodológico, fundamental para concluir con la licenciatura.

En el plan de estudios aparece en tercer año la materia de métodos de investigación, pero después desaparece, empero debería ser tomada en cuenta nuevamente en quinto año, para refrescar en el estudiante los aspectos del diseño y perfil de una investigación.

Es más, quizás debería haber un taller desde cuarto año donde se instruya al estudiante para definir; la modalidad de titulación, el apoyo en la redacción del perfil (tesis, trabajo dirigido, proyecto) y la aprobación de un borrador, posteriormente el tutor continuaría el proceso en quinto año.

Aspecto que debe ser reforzado con el uso del método científico, las teorías de la comunicación, los aspectos epistemológicos, hasta las metodologías.

Entonces, al plantear estos talleres se pretende mejorar los elementos de la práctica investigativa y las metodologías a utilizarse para terminar con éxito la carrera. Tal vez también sería prudente plantear en estos simulacros de defensas de perfil e informe final.

En quinto año, una vez que el estudiante ha definido la modalidad de titulación, redactado el perfil en borrador, las clases deberían dedicarse a pulir estos documentos y avanzar en el diagnóstico y ensayar un borrador del informe final.

El otro aspecto que no debe ser descuidado son los temas administrativos, porque el estudiante no recibe información clara y veraz de cuáles son los procedimientos a seguir. En este sentido, habría que pensar en un documento o un manual que indique paso a paso todo el proceso que debe seguir el postulante, desde la aprobación del perfil hasta la titulación.

## **5.2. Más especialidades para afrontar el campo laboral**

El plan de estudios de la carrera enfatiza, como ya se había mencionado, el ámbito periodístico y la inserción en los medios de comunicación masivos como fundamentales en la formación del comunicador. Sin embargo, otras dimensiones del ámbito comunicacional deberían considerarse para ampliar el campo laboral de los estudiantes, el marketing y la publicidad, por ejemplo, la formulación e implementación de estrategias, planes, proyectos y campañas de comunicación, la formulación de proyectos sociales, la elaboración de materiales educativos, el periodismo digital, entre otros.

Esta apertura de nuevas materias y talleres deberá articularse de manera transversal con el resto de las materias y considerar una integración del conocimiento con la preparación académica de los futuros profesionales.

### **5.3. Actualización e innovación tecnológica**

Al efectuar esta evaluación, es imperioso señalar que en el periodo de estudiante (1996-2003) existían muchas deficiencias en la carrera respecto a un estudio adecuado, por ejemplo para las prácticas de producción radial.

En esa época se contaba con un estudio con compacteras, decks casetera, micrófonos y un mixer o consola de sonido, cuando ya había irrumpido la producción digital. Aunque se contaba con una computadora, no era suficiente.

Por tanto, se requiere una actualización permanente de los equipos de producción en las tres especialidades radio, televisión y prensa, donde el estudiante pueda realizar una práctica guiada de los procesos de elaboración de los productos comunicacionales.

Es así, que en los últimos años el ámbito de experiencia requerido por instituciones públicas y privadas ha cambiado, requieren profesionales que tengan varias capacidades y habilidades desde el diseño gráfico hasta la producción audiovisual. Empero, es necesario que los profesionales se especialicen en un área para realizar un trabajo más eficiente y de calidad.

El avance constante de las TICs obliga a innovar y a crear nuevas carreras y nuevas especialidades, por ejemplo periodismo digital, y asignaturas específicas donde se desarrollen y profundicen el manejo las redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter) y otros soportes, pero de forma planificada y profesional.

## **Bibliografía**

- Águila, M. (2016). Géneros, formatos y programas radiales: sus diferencias. En la revista Comunicólogos Bolivia. La Paz, Bolivia. Ed.: Crear Tiempo.
- Briones, G. (2002). Epistemología de las ciencias sociales. Bogotá, Colombia: Ed. ARFO.
- Jubileo, F. (2015). Sistema Tributario en Bolivia. En la revista Serie Debate Público N° 5. La Paz, Bolivia. Ed.: n/a.
- Kaplún, M. (1999). Producción de programas de radio. Quito – Ecuador. Ed.: Quipus.
- Mata, M. y Scaraffía, S. (1993). Lo que dicen las Radios. Quito, Ecuador. Ed.: ALER.
- Portugal, M., & Yudchak, H. (2008). Hacer radio. Buenos Aires – Argentina. Ed.: Galerna.
- Pretiz, L. (1996). Producción de materiales educativos: impresos, radiofónicos y audiovisuales. San José - Costa Rica. Ed.: Miscelaneas.
- Ramos, C. (1991). La comunicación un punto de vista organizacional. México. Ed.: Trillas.
- Tenorio, I. (2012). La Nueva Radio. Barcelona – España. Ed.: Marcombo SA.
- Torrice, E. (2016). Comunicación de los matrices a los enfoques. La Paz – Bolivia. Ed.: Punto de Encuentro.
- Unesco (2009). Manual de capacitación en radio. Santa Cruz – Bolivia. Ed.: n/a
- Vigil, I. L. (2000). Manual Urgente para radialistas apasionados. Quito – Ecuador. Ed.: Artes Gráficas Silva.

## Webgrafía

ATT (2017). Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes. Recuperado, el 25 de mayo de 2017, de: [www.att.gob.bo](http://www.att.gob.bo)

Araya, C. (2006). Cómo producir un programa de radio. Revista Educación. Recuperado, el 21 de agosto de 2017, de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44030211>

Banco Mundial (2017). Paying Taxes 2015. Recuperado, el 28 de junio 2017, a horas 22:00 de:  
<http://documentos.bancomundial.org/curated/es/758831468126901094/pdf/952190WP0Box380C00Paying0Taxes02015.pdf>

Banco Mundial (2017). Doing Business 2016. Recuperado, el 28 de junio de 2017 de:  
<http://espanol.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2016>

CEPB (2016). Boletín Informativo, Situación y Perspectivas de la Inversión Nacional, Análisis de Contexto, Año 5, número 9, Noviembre y diciembre 2016. Recuperado, el 05 de julio de 2017, de: [http://www.cepb.org.bo/wp-content/uploads/2017/02/Boletin\\_NoviembreDiciembre2016.pdf](http://www.cepb.org.bo/wp-content/uploads/2017/02/Boletin_NoviembreDiciembre2016.pdf)

Carrera Comunicación Social (1998). Programa Académico Carrera: Ciencias de la Comunicación Social – UMSA. Recuperado, el 28 de noviembre de 2017, de:  
<http://comunicacion.umsa.bo/documents/86766105/168856412/Libro+Azul>

Economía Bolivia (2017). Bolivia, el peor país del mundo en cuanto a facilidad para pagar impuestos. Recuperado el 29 de junio 2017 de:  
<http://www.economiabolivia.net/2014/11/21/bolivia-el-peor-pais-del-mundo-en-cuanto-a-facilidad-para-pagar-impuestos/>

Instituto Mexicano de la radio (2013). Guía Práctica de Estilo Radiofónico. Recuperado, el 20 de agosto de 2017, de: [http://www.imer.mx/wp-content/uploads/sites/36/guia\\_pract\\_estilo\\_radio\\_2013.pdf](http://www.imer.mx/wp-content/uploads/sites/36/guia_pract_estilo_radio_2013.pdf)

Manovich, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital. Barcelona: Paidós Ibérica. Recuperado, el 18 de julio de 2017, de: <https://uea1arteycomunicacion.files.wordpress.com/2013/09/manovich-el-legunaje-de-los-nuevos-medios.pdf>

Manduley, J. (1976). El foro de radio rural como una estrategia para educar adultos para el desarrollo comunitario. Recuperado, el 04 de noviembre de 2017, de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791998>

Memoria Institucional SIN (2016). Recuperado, el 31 de octubre de 2017, de: [http://www.impuestos.gob.bo/pag/Memorias\\_Institucionales](http://www.impuestos.gob.bo/pag/Memorias_Institucionales)

Memoria Institucional SIN (2015). Recuperado, el 26 de junio de 2017, de: [http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=960&Itemid=522](http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=960&Itemid=522)

Memoria Institucional SIN (2014). Recuperado, el 26 de junio de 2017, de: [http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=960&Itemid=522](http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=960&Itemid=522)

Memoria Institucional SIN (2013). Recuperado, el 26 de junio de 2017, de: [http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=960&Itemid=522](http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=960&Itemid=522)

Memoria Institucional SIN (2012). Recuperado, el 27 de junio de 2017, de: [http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com\\_content&view=article&id=960&Itemid=522](http://www.impuestos.gob.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=960&Itemid=522)

Otero, E. y Núñez, R (2009). Comunicación. De la A a la Z. Recuperado, el 06 de octubre de 2017, de: [http://www.edisonotero.cl/PDF/libros\\_comunicacion\\_A\\_Z.pdf](http://www.edisonotero.cl/PDF/libros_comunicacion_A_Z.pdf)

Populi (2016). Asuntos Públicos - Doing Business 2017: ¿Cuán difícil es tener un negocio formal en Bolivia? Recuperado, el 09 de julio de 2017, a horas 20:00 de: <http://www.populi.org.bo/n-192-doing-business-2017-cuan-dificil-es-tener-un-negocio-formal-en-bolivia/>

Araya, C. (2004). Cómo planear un programa de radio. Recuperado, el 01 de octubre de 2017, de: <http://www.redalyc.org/pdf/440/44028115.pdf>

Romo, G. M. (1982). Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Recuperado, el 15 de agosto de 2017, de: [http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&type=normal&fulltext=b\\_creator%3A\(ROMO+GIL+Mar%C3%ADa+Cristina\)&pos=1](http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=search&type=normal&fulltext=b_creator%3A(ROMO+GIL+Mar%C3%ADa+Cristina)&pos=1)

Unicef (n/a). La radio. Recuperado, el 27 de noviembre de 2017, de: [https://www.unicef.org/honduras/LA\\_RADIO\\_OK.pdf](https://www.unicef.org/honduras/LA_RADIO_OK.pdf)

Vigil, J. (2015). Pasión por la Radio. Recuperado, el 10 de septiembre de 2017, de: <https://radialistas.net/article/pasion-por-la-radio-capacitacion-de-capacitadores/>

Zuñiga, L. y Arenas J. (2011). Guía de producción radiofónica. Recuperado, el 10 de septiembre de 2017, de: [http://www.vocesnuestras.org/sites/default/files/doc/manual.audio\\_voces.pdf](http://www.vocesnuestras.org/sites/default/files/doc/manual.audio_voces.pdf)

## **ANEXOS**



## **Anexo 1**

### **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

Semiestructurada

#### **Guía de preguntas**

Dirigida a: **JESSICA FERNANDEZ SARAVIA,**

Profesión: LIC. COMUNICACIÓN SOCIAL

Cargo: **EXRESPONSABLE DE COMUNICACIÓN DEL SIN**

Fecha: 18 DE NOVIEMBRE DE 2017

---

- 1.- ¿A qué públicos iban dirigidos los mensajes?
- 2.- ¿Qué elementos se consideraba para designar a los voceros del programa?
- 3.- ¿Cuáles eran los niveles de coordinación?
- 4.- ¿Qué evaluación le podrías dar al programa radial?

### **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

Semiestructurada

#### **Guía de preguntas**

Dirigida a: **SUSANA RÍOS**

Profesión: ABOGADA

Cargo: **EXVICEMINISTRA DE POLÍTICA TRIBUTARIA**

Fecha: 24 DE JULIO DE 2017

---

- 1.- ¿Qué opinión tiene sobre el programa radial Impuestos en Facilito?
- 2.- ¿Usted cree que la radio es una buena vía para transmitir este tipo de información?
- 3.- ¿La utilización de un libreto, un guión será necesario para difundir este tipo de información?
- 4.- ¿Usted cree que se requieren más vías para transmitir este tipo de información?

## ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Semiestructurada

### ACTORES CLAVE QUE PARTICIPARON EN EL PROGRAMA COMO VOCEROS INSTITUCIONALES

#### Guía de preguntas

Dirigida a: OSCAR BLANCO CUENCA

Profesión: LIC. COMUNICACIÓN SOCIAL

Cargo: **GERENTE GENERAL SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES**

Fecha: 17 DE NOVIEMBRE DE 2017

---

#### Guía de preguntas

Dirigida a: RENÉ ARTEAGA GARCÍA

Profesión: LIC. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cargo: **EXSERVIDOR PÚBLICO DEL SERVICIO DE IMPUESTOS  
NACIONALES**

Fecha: 17 DE NOVIEMBRE DE 2017

---

#### Guía de preguntas

Dirigida a: RUTH BASPINEIRO URIBE

Profesión: LIC. ECONOMÍA

Cargo: **GERENTE NACIONAL DE ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE DEL  
SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES**

Fecha: 17 DE NOVIEMBRE DE 2017

---

- 1.- ¿Qué opinión le merece la estructura del programa?
- 2.- ¿Usted cree que los contenidos que se difundieron fueron claros y precisos?
- 3.- ¿Consideras que los libretos eran necesarios para la difusión del programa?
- 5.- ¿Qué te pareció la participación de los oyentes a través del Facebook?
- 6.- ¿Qué evaluación le podrías dar al programa radial?

## Anexo 2

### Registro Audio gráfico del programa radial

<b>TÍTULO:</b> “Impuestos en Facilito”		<b>Ciudad:</b> La Paz	
<b>Medio:</b> Radio Panamericana		<b>Duración aprox:</b> 30 minutos	
<b>LOCUTORES:</b> Juan José Hidalgo – Paola Baldivieso			
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>BREVE CONTENIDO</b>	<b>N° PREGUNTAS DE LOS OYENTES A TRAVÉS DEL FACEBOOK</b>
24/02/2016	Simplificamos y facilitamos	El programa desarrolla contenidos de asistencia tributaria.	6
02/03/2016	Oficina Virtual	La Oficina Virtual es un servicio a través del cual los contribuyentes pueden realizar diferentes trámites y consultas tributarias.	7
09/03/2016	Plataformas de Atención, plataformas móviles y kioskos tributarios.	Son servicios del SIN donde se puede realizar desde la apertura del NIT hasta la solicitud de información.	6
16/03/2016	Línea Gratuita 800103444 y Puntos Exclusivos de Asistencia.	El programa desarrolló las características de la Línea Gratuita orientadas a absolver las necesidades de información y orientación, y los puntos de asistencia para pequeños obligados (MYPES).	9

23/03/2016	Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)	Los NAF propician asesoramiento gratuito a contribuyentes y potenciales contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, a través de la participación de estudiantes universitarios que brindan asistencia tributaria y contable de manera personalizada y gratuita.	4
30/03/2016	Capacitaciones externas, Portal Web/redes sociales	El SIN planifica una serie de cursos de capacitación gratuitos que se realizan a nivel nacional, en cada una de las gerencias distritales. Además ofrece servicios de asistencia a través de las redes sociales.	5
06/04/2016	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Es un impuesto que se aplica al valor agregado, de alcance nacional, indirecto y se aplica sobre el consumo en cada una de las etapas de la transformación de un producto y en proporción al valor agregado del producto. El consumidor o usuario final es, en definitiva, el que se hace cargo del impuesto.	9
13/04/2016	Impuesto sobre las Utilidades de la Empresa (IUE)	El IUE es un impuesto anual que se declara y paga después del cierre de una gestión. Debe ser calculado y pagado sobre el 25% de las utilidades.	6
20/04/2016	Impuesto a las Transacciones (IT)	Es un impuesto que se aplica a todas las transacciones; es decir, una operación comercial que realizan dos personas o	9

		entre una persona y una empresa.	
27/04/2016	Régimen Complementario – IVA	El RC-IVA es un impuesto que se calcula sobre el 13% sobre los ingresos que perciben las personas naturales por sueldos, salarios, bonos, primas, dietas, comisiones y otros, obtenidos por su trabajo en empresas privadas o entidades públicas.	13
4/05/2016	Nuevos Contribuyentes	Pasos para formalizar una actividad económica.	6
11/05/2016	Servicios de Plataformas de Atención al Contribuyente y Kioscos Tributarios	El contenido de información que desarrolla es referido a los horarios y servicios.	5
18/05/2016	Ampliación de Horarios de Atención al Contribuyente	Desarrolla los servicios que brindan las Plataformas de Atención al Contribuyente que a partir del 16 de mayo de 2016, atienden de 8:00 a 18:30.	4
25/05/2016	Dosificación de Facturas a través de la Oficina Virtual	Desarrolla los procedimientos para la dosificación de facturas manuales desde la Oficina Virtual.	6
1/06/2016	Libros de Compras y Ventas (LCV)	Los LCV son los registros que se hacen de las facturas de compras como de ventas que además son declaradas mensualmente en el Formulario 200 del IVA.	2

8/06/2016	Introducción al Sistema de Facturación Virtual (SFV)	El SFV elimina los trámites presenciales en las Plataformas de Atención al Contribuyente e incorpora múltiples beneficios.	3
15/06/2016	Bancarización	El concepto se relaciona con el acceso a los servicios financieros por parte de la población. Cuando las transacciones son iguales o mayores a Bs 50.000, hay un tratamiento especial en el tema tributario.	4
22/06/2016	Operativos de asistencia a los contribuyentes	Se refiere a diferentes procedimientos destinados al cumplimiento de deberes formales de los contribuyentes como por ejemplo, la emisión de la factura o nota fiscal, la inscripción en el Padrón Nacional de Contribuyentes, entre otros.	16
29/06/2016	Simplificación de formularios y trámites	Facilitación del pago de impuestos a contribuyentes del Régimen Tributario Simplificado (RTS), directamente a entidades financieras, sin necesidad de presentar físicamente el formulario 4500.	13
6/07/2016	Modificaciones al Código Tributario - Ley 812	A partir de la promulgación de la Ley 812, los contribuyentes se benefician con una tasa menor de interés para regularizar sus deudas tributarias.	7
13/07/2016	Ley 812 -	Se refiere a las facilidades que la	0

	formularios 8001, 8002, 8003	Administración Tributaria otorga a los contribuyentes para regularizar sus deudas.	
20/07/2016	Compras Vinculadas al Transporte	Compras relacionadas a la actividad del Transporte que luego serán utilizadas para el descargo de impuestos.	6
27/07/2016	Libros de Compras y Ventas II	Información sobre las compras y ventas que realizan los contribuyentes. Herramientas para cumplir con esta obligación tributaria.	14
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>		<b>160</b>

### Anexo 3

#### Características de apertura y cierre del programa radial “Impuestos en Facilito” 2016

	<b>OPERADOR:</b>	<b>MÚSICA CARACTERÍSTICA</b>
	<b>LOCUTOR:</b>	A partir de este momento, el Servicio de Impuestos Nacionales presenta su programa IMPUESTOS EN FACILITO.
	<b>LOCUTORA:</b>	Un programa radial que pretende simplificar y facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
	<b>LOCUTOR:</b>	Impuestos en Facilito es una producción del Servicio de Impuestos Nacionales.
	<b>OPERADOR:</b>	<b>CIERRE CARACTERÍSTICA</b>

	<b>OPERADOR:</b>	<b>MÚSICA CARACTERÍSTICA</b>
	<b>LOCUTOR:</b>	Aquí termina Impuestos en Facilito, un programa de información y orientación tributaria para toda la ciudadanía.
	<b>LOCUTORA:</b>	Fue una producción del Servicio de Impuestos Nacionales.
	<b>OPERADOR:</b>	<b>CIERRE CARACTERÍSTICA</b>



**Anexo 4****LIBRETO PROGRAMA N° 1  
SIMPLIFICAMOS Y FACILITAMOS**

<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA</u></b>
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	<p>Amigos y amigas, bienvenidos/as a este nuevo ciclo del programa radial “Impuestos en Facilito” que por quinto año consecutivo se difunde a través de radio Panamericana, todos los miércoles, de 10:00 a 10:30.</p> <p>Recordemos que “Impuestos en Facilito” tiene la finalidad de informar y orientar a la población sobre materia tributaria y acerca de la importancia de cumplir con el pago de impuestos para contribuir al desarrollo del país.</p>
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y LUEGO BAJA</u></b>
<b>LOCUTOR/A 2:</b>	<p>Arrancamos un nuevo ciclo en radio Panamericana.</p> <p>El año pasado, “Impuestos en Facilito” reunió un importante número de radioescuchas, que en cada programa absolvió dudas acerca de cómo formalizar su actividad económica o negocio, cumplimiento de obligaciones tributarias, entre otros.</p> <p>Hoy en el primer programa desarrollaremos los aspectos más importantes de las herramientas que facilitan el cumplimiento de obligaciones tributarias.</p> <p>Damos la bienvenida al servidor Público, René Arteaga García, de Impuestos Nacionales, ¿Cómo está bienvenido?</p>
<b>VOCERO:</b>	(SALUDOS VOCERO)
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	¿Cómo Impuestos Nacionales ayuda al cumplimiento de las obligaciones tributarias?

<b>VOCERO:</b>	<p>Todos los bolivianos tenemos obligaciones tributarias y nos dice la Constitución que todos los bolivianos debemos contribuir de acuerdo a nuestra capacidad económico.</p> <p>Entonces, la labor fundamental del SIN es facilitar al ciudadano que cumpla con esas obligaciones tributarias. En ese afán es que ofrecemos asistencia tributaria permanente a través de las Plataformas de Atención al Contribuyente, los Kioscos Tributarios, línea gratuita, redes sociales y una serie de servicios que prestamos a toda la población.</p>
<b>LOCUTOR 2:</b>	<p>Entonces desarrollemos cada una de estas herramientas que simplifican y facilitan el cumplimiento tributario. ¿Qué son las Plataformas de Atención al Contribuyente?</p>
<b>VOCERO:</b>	<p>La Plataforma de Atención al Contribuyente es una oficina, un lugar físico donde la gente puede acudir a realizar diferentes trámites desde la apertura del Número de Identificación Tributaria, más conocido como NIT, hasta la solicitud de información. Si usted tiene algún problema como por ejemplo de llenar un formulario, utilizar el facilito, obligaciones tributarias, acuda a estas Plataformas porque estamos siempre para ayudarlo y ofrecerle asistencia.</p>
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	<p>En esta misma línea también los contribuyentes pueden optar por los kioscos tributarios?</p>
<b>VOCERO:</b>	<p>Los Kioscos Tributarios permiten a las personas que no tienen Internet acceder, en forma gratuita, a todos los servicios en línea desde las oficinas del SIN y adicionalmente el contribuyente recibe la asistencia de un profesional asignado a esta tarea.</p>

	<p>Como se hace mucho énfasis en la parte tecnológica y las personas necesitan asistencia, hemos creado estos Kioscos Tributarios con conexión permanente al internet.</p> <p>Hay que remarcar que tendrán la ayuda de un profesional que le explicará como por ejemplo cómo se ingresa a la Oficina Virtual, cómo instalar el Facilito, cómo enviar la información, entre otros. Visítenos en el Kiosco Tributario y usted va a encontrar toda la asistencia que necesita respecto a las obligaciones que tiene que cumplir mediante el internet.</p>
<b>LOCUTOR/A 2:</b>	Es importante que los servidores públicos brinden asistencia a los contribuyentes también en las plazas, en lugares concurridos?
<b>VOCERO:</b>	<p>Eso también es cierto porque no solamente nos limitamos a este trabajo de asistencia en nuestras oficinas sino que tratamos de acercarnos a la gente mediante las Plataformas Móviles.</p> <p>Una Plataforma Móvil es una oficina temporal en algún lugar concurrido en una plaza, una avenida, una calle y nosotros ahí brindamos asistencia y asesoramiento a todos los contribuyentes y ciudadanos.</p>
<b>LOCUTOR 2:</b>	¿Cómo funcionan estas Plataformas Móviles, hay algún cronograma establecido?
<b>VOCERO:</b>	<p>Es una iniciativa que cumple tres años y estamos trabajando de manera permanente con personal especializado que se dedica a la atención del público. En nuestra página web se puede encontrar un listado, un cronograma de donde vamos a estar con esta asistencia.</p> <p>En esta Plataforma Móvil se brinda todos los servicios e incluso el año pasado hemos incursionado con un nuevo servicio que se</p>

	<p>llama la inscripción insitu, es decir que nosotros hacemos la inscripción de su negocio o actividad en lugar donde se encuentre esta Plataforma.</p>
<b>LOCUTOR 1:</b>	<p>Al mismo tiempo, implementó alguna asistencia específica para los MYPES?</p>
<b>VOCERO</b>	<p>Si, correcto. En este entendido, sabemos que quienes necesitan más asistencia, justamente, son aquellos emprendedores que están iniciando su negocio, que están empezando su actividad económica y, por lo tanto, todos aquellos propietarios de micros y pequeñas empresas tienen un punto especial de asistencia en todas nuestras oficinas a nivel nacional.</p> <p>Usted acude a la gerencia distrital y pregunta cuál es el Punto de Asistencia Específica para Mypes y ahí le explicarán cuáles son sus obligaciones tributarias desde el inicio de su actividad económica.</p> <p>En estos Puntos se presta ayuda a los pequeños obligados o MYPES, para el cumplimiento efectivo de sus deberes impositivos y se les proporciona información sobre sus derechos y otras temáticas impositivas.</p> <p>No estamos como bolivianos acostumbrados a ejercer nuestros derechos, a veces reclamamos pero tenemos que conocer específicamente cuáles son los derechos que tenemos por ley, el Código Tributario nos dice: “usted tiene derecho – por ejemplo – a recibir asistencia técnica, a recibir un trato cordial de los funcionarios, de los servidores públicos. Entonces, todos estos derechos le vamos a enseñar, y usted tiene que aprender a ejercer sus derechos sobre todo si se trata de una micro o de una pequeña</p>

	empresa.
<b>LOCUTOR 2:</b>	Otra modalidad de asistencia a los contribuyentes es a través de Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF ¿en qué consisten estos Núcleos de Apoyo?
<b>VOCERO:</b>	<p>Bueno, los NAF son una iniciativa muy interesante que se implementa con todas las universidades y es una invitación abierta a todas las universidades a nivel nacional. Un NAF es un consultorio tributario que está instalado en predios de una universidad para brindar asistencia tributaria a la ciudadanía y a los contribuyentes.</p> <p>Las universidades y los institutos tienen la posibilidad de tener este consultorio tributario para brindar asistencia gratuita a la gente que necesita información, porque mucha gente, hay que reconocer, “cuando voy a Impuestos Nacionales o tengo que esperar mucho tiempo o me resulta muy lejos, entonces prefiero ir a la universidad”.</p> <p>El NAF está siendo atendido por jóvenes de último año que han recibido la suficiente información teórica y capacitación práctica en nuestras oficinas como para poder absolver todas sus dudas. Entonces, si usted va a la universidad le van a dar toda la información tributaria que usted necesita desde la inscripción hasta la realización de declaraciones juradas.</p>
<b>LOCUTOR/A 1:</b>	En este ámbito de simplificar y facilitar el cumplimiento de obligaciones tributarias también están las capacitaciones gratuitas. ¿Cómo puede la ciudadanía acceder a estos cursos?

<b>VOCERO:</b>	<p>Estos cursos son gratuitos y para acceder, nada más tienen que acudir a los espacios destinados. No necesitan una inscripción previa, no necesita usted ser un contribuyente o presentar el NIT, nada. Usted acude y participa en estos cursos y para saber el detalle de cursos a nivel nacional, en nuestras oficinas, tiene que ingresar a la página oficial de Impuestos Nacionales <a href="http://www.impuestos.gob.bo">www.impuestos.gob.bo</a> y al pie encontrará un link, un banner, un enlace que se denomina “Capacitación externa”. Usted ingresa ahí y va a encontrar un listado de cursos como por ejemplo sobre la instalación del Facilito, envío de Libro de Compras y Ventas, el famoso QRquincho, modalidades de facturación, entre otros. Lo importante es que son GRATUITOS, sin costo para el contribuyente.</p> <p>Y para conocer el cronograma de cursos, llámenos al 800-10-3444, en la línea gratuita le informarán los lugares y las horas de estos cursos.</p>
<b>LOCUTOR/A 2:</b>	<p>A propósito de la línea gratuita ¿qué beneficios brinda a los contribuyentes?</p>
<b>VOCERO:</b>	<p>Lo que pasa es que la línea gratuita está siendo operada. Tenemos ahí más de una veintena de profesionales tributarios que le pueden brindar asesoramiento acerca de cualquier tema tributario. La línea gratuita es un servicio fundamental, porque ahí usted puede satisfacer su demanda de información acerca de cualquier tema tributario. Por ejemplo cómo yo puedo hacer mi bancarización, cómo voy a hacer la inactivación de facturas, cómo utilizo el Facilito, cuáles son los plazos, si hay prórroga o no en alguna u otra obligación que tengo, cómo lleno un formulario determinado, y un sinnúmero de dudas y preguntas que tiene la población.</p>

	Entonces llame al 800-10-3444 y usted ahí va a encontrar las respuestas a todas las dudas tributarias que usted tenga.
<b><u>LOCUTOR/A 1:</u></b>	¿Se brinda asistencia a los contribuyentes a través de las redes sociales?
<b><u>VOCERO:</u></b>	<p>Si, por supuesto, porque no olvidemos que debido al avance tecnológico y que todos nosotros andamos prendidos a nuestros móviles o estamos todo el tiempo en el Facebook o en el Whatsapp, estamos utilizando estas herramientas para acercarnos a la gente.</p> <p>Todos los contribuyentes y la ciudadanía en general pueden participar en Facebook a través de un grupo denominado “Creando Cultura Tributaria Bolivia”. Entonces, invitamos a toda la gente que tome su celular o su computadora, ingrese al Facebook ahí en el buscador y escriba “Creando Cultura Tributaria Bolivia” y ahí le dan un “Like”, un “me gusta” y ustedes van a recibir información permanente acerca de las últimas resoluciones, la normativa vigente, cambios que ha habido en los trámites, procedimientos tributarios y además, todos los jueves tenemos un espacio en el Facebook que se llama “Don Fisco en Línea”.</p> <p>“Don Fisco en Línea” está en el tercer año, y hay una base importante de preguntas y respuestas, que a lo mejor, la duda que usted tiene alguien ya preguntó, y la respuesta está ahí. Como esto es interactivo, mucha gente nos pide, después de que brindamos la respuesta – obviamente tenemos alguna felicitación porque la respuesta ha sido acertada – nos piden aclaraciones, y hacemos las aclaraciones correspondientes para que la gente esté 100% satisfecha con la respuesta que estemos dando.</p>

	<p>Además pueden encontrar información en nuestras cuentas de redes sociales:</p> <p>Facebook – sinbolivia / creandocultura tributaria</p> <p>Twitter - @sinbolivia / @cctbolivia</p> <p>YouTube – channel/uc6hf... / CulturaTributariaBol</p>
<p><b><u>LOCUTOR 2:</u></b></p>	<p>Sin embargo, también todos los contribuyentes pueden cumplir sus obligaciones tributarias a través de la Oficina Virtual.</p>
<p><b><u>VOCERO:</u></b></p>	<p>La Oficina Virtual es un servicio en el sitio web del Servicio de Impuestos Nacionales (<a href="http://www.impuestos.gob.bo">www.impuestos.gob.bo</a>), a través del cual los contribuyentes pueden realizar diferentes trámites y consultas tributarias.</p> <p>Es un portal que está habilitado las 24 horas del día, los 7 días a la semana, los 365 días del año, incluidos los domingos y los feriados.</p> <p>La Oficina Virtual precisamente busca brindar todos los servicios que se tienen en las plataformas de atención al contribuyente, pero como su nombre dice de manera virtual y desde la comodidad de su negocio, casa o en cualquier lugar donde exista una conexión a internet.</p> <p>La Oficina Virtual ofrece los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de todo tipo de declaraciones juradas</li> <li>• Consultas y solicitud de dosificación de facturas</li> <li>• Consultas de trabajos de impresión</li> <li>• Presentación del libro de compras y ventas IVA</li> <li>• Presentación de declaraciones juradas originales sin</li> </ul>



	<p>datos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultas del extracto tributario y situación tributaria de la o del contribuyente</li> <li>• Consultas de la pizarra tributaria</li> </ul>
<b><u>OPERADOR:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y DESPUÉS SE QUEDA DE FONDO</u></b>
<b><u>LOCUTOR/A 1 Y 2:</u></b>	<p>Es momento de interactuar con nuestros amigos oyentes que han planteado sus preguntas a través de las redes sociales.</p> <p>Facebook – Creando Cultura Tributaria Bolivia.</p> <p>(LEE LAS PREGUNTAS)</p>
<b><u>VOCERO:</u></b>	(RESPONDE LAS PREGUNTAS)
<b><u>LOCUTOR/A 1:</u></b>	¿Cómo se ha sentido en este quinto ciclo del programa?
<b><u>VOCERO:</u></b>	RESPUESTA
<b><u>LOCUTOR/A:</u></b>	Así de esta manera hemos terminado el primer programa de este quinto ciclo de “Impuestos en Facilito”. Agradecemos nuevamente la presencia de René Arteaga García de Impuestos Nacionales.
<b><u>VOCERO:</u></b>	RESPUESTA
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>MÚSICA CARACTERÍSTICA PROGRAMA</u></b>
<b><u>LOCUTOR/A:</u></b>	(LOCUTOR DESPIDE AL VOCERO INSTITUCIONAL)
<b><u>VOCERO:</u></b>	Despedida.

<b>LOCUTOR/A:</b>	(DESPEDIDA E INVITACIÓN AL SIGUIENTE PROGRAMA)
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DE CIERRE</u></b>

### LIBRETO PROGRAMA N° 03

#### PLATAFORMAS DE ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE, MÓVILES Y KIOSCOS

<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	(PRESENTACIÓN LOCUTOR) Hoy estaremos abordando un tema muy interesante que se refiere a tres formas presenciales de asistencia al contribuyente, implementadas por el Servicio de Impuestos Nacionales en todo el país.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y LUEGO BAJA</u></b>
LOCUTOR/A	Le damos la cordial bienvenida a René Arteaga Garcia servidor público de Impuestos Nacionales. Cómo está bienvenido?
VOCERO:	(SALUDOS A LOS OYENTES)
LOCUTOR/A:	La anterior semana hemos conocido de manera general las herramientas del Servicio de Impuestos Nacionales que coadyuvan al cumplimiento de las obligaciones tributarias. Hoy vamos a desarrollar los servicios que ofrecen; las Plataformas de Atención al Contribuyente, las Plataformas Móviles y los Kioscos Tributarios. ¿Qué son las Plataformas de Atención al Contribuyente?
VOCERO:	La Plataforma de Atención al Contribuyente es una oficina, un lugar físico donde la gente puede acudir a realizar diferentes trámites: desde la apertura del Número de Identificación Tributaria, más conocido

	<p>como NIT, hasta la solicitud de información.</p> <p>Las Plataformas se encuentran en todas las Gerencias Distritales del país y atienden de 8:30 a 18:30 en horario continuado.</p> <p>Como por ejemplo:</p> <p><b>Oficina Central:</b> Calle Ballivián N° 1333</p> <p><b>Distrital La Paz II:</b> Av. 20 de Octubre, esq. calle Aspiazu No. 2121</p> <p><b>Distrital La Paz I:</b> Av. Montes N° 515</p> <p><b>Distrital El Alto:</b> AV. DEL ARQUITECTO No. 100, ESQ. CALLE 11 DE JUNIO, ZONA FERROPETROL</p> <p><b>Distrital Cochabamba:</b> Calle Jordán N° E-0259</p> <p><b>Distrital Quillacollo:</b> Calle Mejillones #391</p>
LOCUTOR:	¿Qué trámites se pueden realizar en estas Plataformas?
VOCERO:	<p>Ofrece los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La apertura del NIT</li> <li>• La modificación/actualización del Padrón Biométrico Digital (PBD)</li> <li>• Consulta de deudas</li> <li>• Dosificación de facturas (manual, computarizada, electrónica, web, por ciclos)</li> <li>• Otros trámites</li> </ul> <p>Es importante señalar que en las Plataformas le ayudamos –de manera personalizada- a cumplir sus obligaciones impositivas.</p>
LOCUTOR/A:	¿Cuáles son los requisitos para que el contribuyente pueda acceder a los servicios que se ofrece en las Plataformas de Atención?
VOCERO:	Los contribuyentes para ser atendidos deben portar o presentar su carnet de identidad.

LOCUTOR:	¿Cuál es el servicio más importante o principal que ofrece estas Plataformas?
VOCERO:	Respuesta. La inscripción al PBD (sacar foto, escanear, verificar la fidelidad de la información, validar datos, imprimir y entregar el cartel de exhibición.
LOCUTOR:	¿Qué son las Plataformas Móviles?
VOCERO:	<p>Una Plataforma Móvil es un acercamiento de Impuestos Nacionales hacia la ciudadanía en general; es decir, llevamos a una plaza, a un lugar céntrico o concurrido, un escritorio con todos los servicios que brindamos en la oficina de Impuestos Nacionales.</p> <p>En las plataformas la ciudadanía en general puede encontrar variada información tributaria; como por ejemplo, el llenado de formularios, fechas de vencimiento, Libros de Compras y Ventas y otros.</p>
LOCUTOR:	¿Cómo la ciudadanía y los contribuyentes pueden averiguar los lugares o cronograma de visitas a barrios, zonas o lugares concurridos?
VOCERO:	<p>Es una iniciativa que cumple tres años y estamos trabajando de manera permanente con personal especializado que se dedica a la atención del público. En nuestra página web se puede encontrar un listado, un cronograma de donde vamos a estar con esta asistencia.</p> <p>En esta Plataforma Móvil se brinda todos los servicios e incluso el año pasado hemos incursionado con un nuevo servicio que se llama la inscripción insitu, es decir que nosotros hacemos la inscripción de su negocio o actividad en lugar donde se encuentre esta Plataforma.</p>

LOCUTOR:	¿Qué requisitos necesitan las personas que quieran formalizar su negocio, a través de la inscripción insitu?
VOCERO:	Para la inscripción INSITU, la factura de energía eléctrica no es un requisito obligatorio. Es decir, que las personas que quieran formalizar su actividad económica requieren la presentación solamente de su Carnet de Identidad.
LOCUTOR/A:	Otra de las formas de brindar asistencia a los contribuyentes y la ciudadanía en general son a través de los kioscos tributarios?
VOCERO:	<p>Reconociendo la necesidad del contribuyente de contar con acceso gratuito y guiado a los servicios virtuales que ofrece Impuestos Nacionales, como es la Oficina Virtual, estas unidades fueron creadas para promover la autogestión del contribuyente.</p> <p>Los Kioscos Tributarios permiten a las personas que no tienen Internet acceder, en forma gratuita, a todos los servicios en línea desde las oficinas del SIN y adicionalmente el contribuyente recibe la asistencia de un profesional asignado a esta tarea.</p>
LOCUTOR/A:	¿Cuáles son los servicios más importantes de los Kioscos Tributarios?
VOCERO:	<p>Pre inscripción en el Padrón Biométrico Digital (PBD)</p> <p>Presentación de Declaraciones Juradas (DDJJ)</p> <p>Proceso y envío de información (LCV, Bancarización)</p> <p>Sistema de Facturación Virtual (SFV)</p>
LOCUTOR/A:	Los profesionales que se encuentran en los Kioscos Tributarios se podría decir que se constituyen en tutores de los contribuyentes.

VOCERO:	Los contribuyentes son los que realizan todos los pasos para cumplir con sus obligaciones impositivas y el profesional que se encuentra en los Kioscos Tributarios procede a realizar una guía, una tutoría paso a paso. Como por ejemplo les enseñamos a los contribuyentes como tienen que ingresar a la Oficina Virtual, cómo tienen que llenar los datos para sus formularios (IVA, IT), entre otros.
LOCUTOR:	¿Hay buena aceptación de los contribuyentes a estos servicios?
VOCERO:	Los contribuyentes asisten permanentemente a las Plataformas de Atención, a las Plataformas Móviles y los Kioscos Tributarios. Especialmente, los Kioscos Tributarios son de gran aceptación porque mucha gente acude no solamente con problemas de índole tributario sino que requiere asistencia en el manejo de computadoras o conocimientos informáticos.
<u>LOCUTOR:</u>	Es momento de interactuar con nuestros amigos oyentes a través del Facebook: Creando Cultura Tributaria Bolivia. (LECTURA DE PREGUNTAS)
<u>VOCERO:</u>	(RESPONDE LAS PREGUNTAS)
<u>CONTROL:</u>	<b><u>MÚSICA CARACTERÍSTICA PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	<b>(LOCUTOR DESPEDIDE AL VOCERO)</b>
<u>VOCERO:</u>	Despedida.
LOCUTOR/A:	<b>(DESPEDIDA E INVITACIÓN AL SIGUIENTE PROGRAMA)</b>
<u>CONTROL:</u>	<b><u>CARACTERÍSTICA DE CIERRE</u></b>

**LIBRETO PROGRAMA N° 07**  
**IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)**

<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	(PRESENTACIÓN LOCUTOR) Hoy estaremos conversando sobre el Impuesto al Valor Agregado, más conocido por sus siglas IVA.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y LUEGO BAJA</u></b>
LOCUTOR/A	Le damos la cordial bienvenida al servidor público Oscar Blanco Cuenca profesional del Servicio de Impuestos Nacionales.
VOCERO:	(SALUDOS DEL VOCERO)
LOCUTOR/A:	Al ser el IVA uno de los impuestos más conocidos por casi toda la colectividad, hoy profundizaremos sus características y la importancia para la economía de nuestro país. ¿En facilitito qué es el IVA?
VOCERO:	El IVA es el Impuesto al Valor Agregado, es un impuesto que se aplica al Valor Agregado. Es un impuesto de alcance NACIONAL, es indirecto y se aplica sobre el consumo en cada una de las etapas de la transformación de un producto y en proporción al valor agregado del producto. El consumidor o usuario final es, en definitiva, el que se hace cargo del impuesto.
LOCUTOR/A:	¿Qué significa impuesto indirecto?
VOCERO:	El IVA es un impuesto indirecto porque no afecta de manera directa a los ingresos de las personas que venden bienes o servicios; por el

	<p>contrario, la obligación recae sobre el valor añadido al precio de algún bien o servicio; además, se traslada a los consumidores a través de los precios finales en cada una de las etapas de producción.</p> <p>Por ejemplo, recordemos como un árbol se va transformando en madera y luego en un elegante mueble, en cada una de las etapas de transformación se le va agregando un valor, poco a poco y de la misma manera, se va pasando el impuesto del vendedor al comprador, en cada una de las etapas de transformación. En realidad, este impuesto recae sobre el consumidor final.</p> <p>Entonces, el Valor Agregado es la base para calcular el impuesto.</p>
LOCUTOR/A:	Cuál es la importancia del pago del IVA?
VOCERO:	La importancia del IVA dentro del sistema tributario nacional radica en dos temas: los ingresos que proporciona al Tesoro General del Estado y el número de sujetos pasivos del impuesto, que es la mayoría de las personas naturales y jurídicas que desarrolla actividades empresariales o profesionales en Bolivia.
LOCUTOR/A:	¿Qué grava, cuánto se paga y quiénes pagan?
VOCERO:	<p><b>¿Qué grava?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de bienes</li> <li>• Servicios</li> <li>• Importaciones</li> </ul> <p><b>¿Cuánto se paga?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 13% de la diferencia de las ventas menos las compras</li> </ul> <p><b>¿Quiénes pagan?</b></p> <p>El IVA debe ser pagado por todas las Personas Naturales y Jurídicas, las Empresas Públicas y Privadas y las sociedades con o sin</p>



	<p>personalidad Jurídica, incluidas las Empresas Unipersonales. Todos aquellos que habitualmente o extraordinariamente realizan operaciones en venta de bienes muebles, alquileres y sub alquiler de bienes muebles e inmuebles, servicios en general, importaciones definitivas, arrendamiento financiero con bienes muebles.</p>
LOCUTOR/A:	<p>¿Cómo se paga el IVA y cuáles son los plazos; es decir cuándo se paga?</p>
VOCERO:	<p><b>¿Cómo se paga?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulario N° 200</li> <li>• Formulario N° 210 (Exportadores)</li> </ul> <p><b>¿Cuándo se paga?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada mes, de acuerdo al último dígito del NIT</li> <li>• Por ejemplo, si su NIT termina en 1, usted debe declarar y pagar el impuesto hasta el 14 de abril.</li> </ul>
LOCUTOR/A.	<p>¿Quiénes no están alcanzados por este impuesto?</p>
VOCERO:	<p>Cabe aclarar que el IVA no es pagado por:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exportaciones.</li> <li>- Venta de servicios turísticos y hospedaje a extranjeros.</li> <li>- Cesión de bienes sujetos a titularización.</li> <li>- Transferencias de cartera.</li> <li>- Transacciones con valores de oferta pública.</li> <li>- Actividades culturales de artistas nacionales en escenarios estatales o municipales.</li> <li>- Tasa cero del IVA que se aplica a la venta de libros y al transporte internacional de carga.</li> </ul>

LOCUTOR/A:	Para aclarar, en realidad quién paga el IVA, el comprador o el vendedor?
VOCERO:	<p>Como el IVA es un impuesto indirecto, la obligación tributaria recae sobre el consumidor final, sobre el comprador, no paga el vendedor. Es importante señalar la no emisión de la factura es una conducta que va contra la normativa vigente. Tenemos la obligación de emitir factura, caso contrario se generará una sanción que es la clausura del establecimiento</p> <p>Adicionalmente, el decirle al comprador con o sin factura es una conducta que también va contra la norma. Es obligación del vendedor emitir la factura y también es obligación del comprador pedir la factura, caso contrario estamos engañando a nuestro país.</p>
LOCUTOR/A:	Los contribuyentes pueden descargar facturas para reducir el pago de este impuesto ¿Qué tipos de facturas son válidas?
VOCERO:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las facturas tienen que ser del periodo fiscal</li> <li>• Tienen que ser del rubro</li> </ul> <p>Precisamente, la normativa vigente señala que “sólo darán lugar al cómputo del crédito fiscal aquí previsto las compras, adquisiciones o importaciones definitivas, contratos de obras o servicios, o toda otra prestación o insumo de cualquier naturaleza, en la medida en que se vinculen con las operaciones gravadas, es decir, aquellas destinadas a la actividad por la que el sujeto resulta responsable del gravamen”.</p> <p>Es decir, que son válidas para el crédito fiscal aquellas facturas que están relacionadas con la actividad.</p>
LOCUTOR/A:	Los contribuyentes o población que quieran profundizar este tema

	dónde deben acudir?
VOCERO:	Los contribuyentes y la ciudadanía en general pueden obtener mayor información sobre este impuesto en las Plataformas de Atención al Contribuyente, en los Kioscos Tributarios, Plataformas Móviles, los Puntos de Asistencia para los MYPES. Además existen medios no presenciales de asistencia como la Línea Gratuita 800103444, el Facebook Creando Cultura Tributaria Bolivia, el Twitter.
LOCUTOR/A:	Los contribuyentes pueden consultar algún tutorial sobre el IVA
VOCERO:	Con la finalidad de facilitar y simplificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, los contribuyentes pueden acceder a tutoriales que se encuentran en la página web de Impuestos ( <a href="http://www.impuestos.gob.bo">www.impuestos.gob.bo</a> ), en el canal de youtube CreandoCulturaTributariaBol, el Facebook del Servicio de Impuestos Nacionales.
LOCUTOR/A:	(LEER PREGUNTAS DEL FACEBOOK)
VOCERO:	(RESPONDE LAS CONSULTAS DE LAS REDES SOCIALES)
<u>CONTROL:</u>	<b><u>MÚSICA CARACTERÍSTICA PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	(LOCUTOR DESPEDIDA)
<u>VOCERO:</u>	Despedida.
LOCUTOR/A:	( <b>DESPEDIDA E INVITACIÓN AL SIGUIENTE PROGRAMA</b> )
<u>CONTROL:</u>	<b><u>CARACTERÍSTICA DE CIERRE</u></b>

--	--

**LIBRETO PROGRAMA N° 08**  
**IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS**

<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	(PRESENTACION LOCUTOR) Hoy en “Impuestos en facilito” hablaremos del Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas, el IUE, que se declara al final de cada gestión.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y LUEGO BAJA</u></b>
LOCUTOR/A	Para explicarnos en facilito, hoy se encuentra en los estudios de la radio Atilio Linares, profesional del Servicio de Impuestos Nacionales.
VOCERO/A:	(SALUDOS DEL VOCERO)
LOCUTOR/A	En facilito ¿Qué es el IUE? ¿Qué grava? ¿Por qué se paga?
VOCERO:	El IUE es un impuesto anual que se declara y paga después del cierre de una gestión.  Es un impuesto que debe ser calculado y pagado sobre el 25% de las utilidades que tiene una empresa cuando termina el año. La utilidad viene de un remanente; una diferencia entre los ingresos percibidos durante el año, menos los gastos o las compras que el contribuyente hizo.
LOCUTOR/A:	¿Quiénes están obligados a pagar el IUE?

<p>VOCERO:</p>	<p>El IUE se aplica a las EMPRESAS – PROFESIONALES LIBERALES U OFICIOS que han realizado alguna actividad en el país.</p> <p>El contribuyente deberá realizar la declaración jurada y pagar el IUE, 120 días después que hubiera terminado el año.</p> <p>Como lo señalamos antes, el IUE será pagado sólo sobre el 25% de las utilidades.</p> <p>El vencimiento para la presentación de las Declaraciones Juradas del IUE será de 120 días posteriores al cierre de gestión de acuerdo a la actividad del contribuyente.</p> <p>Es importante aclarar que no están alcanzados por este impuesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Las entidades del Estado Plurinacional de Bolivia.</li> <li>- Gobiernos municipales</li> <li>- Universidades públicas</li> <li>- Asociaciones, fundaciones e instituciones sin fines de lucro autorizadas legalmente.</li> </ul>
<p>LOCUTOR/A</p>	<p>Cómo se paga el IUE y cuándo se paga?</p>
<p>VOCERO:</p>	<p>Para declarar el IUE, el contribuyente deberá utilizar los siguiente formularios:</p> <p>Form. 500 – para empresas que llevan registros contables</p> <p>Form. 510 – para profesionales y/o oficios independientes</p> <p>Form. 520 – para contribuyentes exentos</p> <p>Se paga cada año hasta 120 días después del cierre de gestión fiscal.</p>

	Adicionalmente, los contribuyentes (obligados a llevar registros contables) deben enviar el formulario 605 a través de la Oficina Virtual para la presentación de sus Estados Financieros.
LOCUTOR/A:	¿En facilito qué son los Estados Financieros?
VOCERO:	<p>Los estados financieros son aquellos documentos que elabora el contador que muestran cual es la situación económica de nuestro negocio o empresa. Estos documentos son básicamente cinco; estado de resultados, balance general, estado de resultados acumulados o evolución del patrimonio, estado de flujo de efectivo y notas a los estados financieros.</p> <p>Una vez elaborados por una persona especializada se determinará la utilidad o pérdida de la gestión y se calcula el Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas.</p>
LOCUTOR/A:	<p>Vamos enumerando uno a uno a los contribuyentes que deben pagar el IUE.</p> <p>¿Qué formularios deben presentar al Servicio de Impuestos Nacionales las empresas y/o negocios unipersonales o jurídicas?</p>
VOCERO:	<p>En el caso del IUE para empresas deben contratar un profesional del área contable que determine si hay utilidad y calcular el 25%. Están obligadas a llevar registros contables – Tendrán que presentar los Form. 500 y presentar los estados financieros – Form. 605 a través de la Oficina Virtual.</p>
LOCUTOR/A:	¿Qué sucede con los profesionales independientes?

	<p>Utilidad presunta 50% del monto total de los ingresos percibidos, deducido el IVA declarado y pagado durante la gestión.</p> <p>Deben llenar el Form. 510</p> <p>Deben llenar Form. 110 para detalle de facturas (gastos personales de la gestión a declararse) ya que esto le permite compensar el 50% del impuesto, el saldo se paga en efectivo.</p> <p>En el caso de profesionales independientes se calcula el IUE de la siguiente manera:</p> <p>Al total de los ingresos se descuenta el IVA declarado y pagado. Luego se calcula el 50%, de ese ingreso, después sobre ese monto se calcula recién el 25%.</p>
<p>LOCUTOR/A:</p>	<p>¿Cómo realizan el pago del IUE los beneficiarios del exterior?</p>
<p>VOCERO:</p>	<p>Esta alcanzado por personas naturales y jurídicas que remitan dichas rentas al exterior.</p> <p>Sucursales de empresas que efectúan actividades parciales en el país, Utilidades de fuente boliviana remitidas al exterior</p> <p>Actividades parcialmente realizadas en el país</p> <p>El porcentaje de pago es del 12.5% para remesas al exterior por rentas de fuente boliviana</p> <p>El 4% para actividades parcialmente realizadas en el país</p> <p>Y 1.5% para remesas al exterior.</p> <p>Form. 530 para beneficiarios del exterior</p> <p>Form. 541. Para actividades parcialmente desarrolladas en el país</p> <p>Form. 550 para remesas.</p>

LOCUTOR:	¿En qué casos el Servicio de Impuestos Nacionales obliga a los contribuyentes a presentar información adicional; por ejemplo, los dictámenes de auditoría?
VOCERO:	<p>Los contribuyentes con ventas y/o ingresos brutos anuales, iguales o mayores a Bs1.200.000.- (Un millón doscientos mil 00/100 Bolivianos) y menores a Bs15.000.000.- (Quince millones 00/100 Bolivianos), presentar la siguiente documentación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Balance General.</li> <li>2. Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).</li> <li>3. Estado de Evolución del Patrimonio.</li> <li>4. Estado de Cambios de la Situación Financiera o Estado de Flujo de Efectivo.</li> <li>5. Notas a los Estados Financieros.</li> <li>6. Dictamen de Auditoría Externa.</li> <li>7. Información Tributaria Complementaria.</li> </ol>
LOCUTOR/A:	Qué gastos son deducibles y qué gastos no lo son. ¿En facilito cómo identificamos estos aspectos?
VOCERO:	<p>Los gastos deducibles, son los gastos vinculados con la actividad de la empresa. El proceso de depuración de facturas no deducibles y deducibles que realiza Impuestos Nacionales se basa en el DS 24051 sobre el IUE.</p> <p>Hay una serie de gastos en los cuales puede incurrir la empresa por ejemplo planilla sueldos y la condición es que deben pagar el Régimen Complementario al IVA, otro caso que podemos señalar es por la depreciación de vehículos, pero si en sus estados financieros no figuran los motorizados qué podría deducirse si no existe esa información y ese gasto no es deducible.</p>



	<p>El principio general es que los gastos tengan elementos para sustentar la fuente.</p> <p>Por ejemplo los gastos no deducibles son:  Los retiros personales del dueño o socios  Los tributos originados en la adquisición de bienes de capital  Los gastos por servicios personales en los que no se demuestre el cumplimiento del Régimen Complementario al Impuesto al Valor Agregado correspondiente a los dependientes.</p>
LOCUTOR/A:	Si algunas empresas no cuentan con los recursos suficientes para cumplir con el pago del IUE ¿pueden acogerse a un plan de pagos o facilidades?
VOCERO:	<p>Sí se pueden acoger a un plan de Facilidades de Pago, en realidad todos los impuestos; el IVA, el IT, el IUE, pero el pago en cuotas implica el cálculo de dos conceptos adicionales; mantenimiento de valor y los intereses.</p> <p>Por ejemplo, de una persona que tiene un negocio y tiene que pagar Bs. 5.000, puede pagar en 10 cuotas de 500.</p>
LOCUTOR/A:	Los contribuyentes alcanzados por el Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas IUE ¿deben enviar esta información a través de algún software?
VOCERO:	<p>Los contribuyentes deben enviar toda la información a través del software FACILITO - formulario 605.</p> <p>El aplicativo puede ser descargado ingresando a la página web <a href="http://www.impuestos.gob.bo">www.impuestos.gob.bo</a> en la opción Servicio al Contribuyente y descargas software tributario.</p>

LOCUTOR/A:	(PREGUNTAS DEL FACEBOOK) Creando Cultura Tributaria Bolivia
VOCERO:	RESPONDE A LAS INTERROGANTES.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>MÚSICA CARACTERÍSTICA PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	(DESPEDIDA E INVITACIÓN AL SIGUIENTE PROGRAMA)
VOCERO:	Despedida.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DE CIERRE</u></b>

**LIBRETO PROGRAMA N° 12**  
**AMPLIACIÓN HORARIOS PLATAFORMAS DE ATENCIÓN AL**  
**CONTRIBUYENTE**

<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA</u></b>
LOCUTOR/A:	(PRESENTACIÓN LOCUTOR) Buenos Días a nuestros amigo oyentes. Una vez más Hoy en su programa “Impuestos en Facilito” del Servicio de Impuestos Nacionales, hablaremos de varios temas de interés para el CONTRIBUYENTE y la POBLACIÓN EN GENERAL.
<b><u>CONTROL:</u></b>	<b><u>CORTINA MUSICAL SUBE Y LUEGO BAJA</u></b>
LOCUTOR/A	Antes de comenzar a desarrollar el tema de hoy, les invitamos a

	escuchar información actualizada de la Administración Tributaria en un minuto.
<b>OPERADOR:</b>	<b>GRABACION CÁPSULA (1 minuto)</b>
LOCUTOR:	Hasta la próxima semana en el mismo horario con la actualidad tributaria en un minuto. Damos la bienvenida a ..... servidor público de Impuestos Nacionales. ¿Cómo está? ¡...Bienvenido...!
VOCERO:	(SALUDOS A LOS OYENTES)
LOCUTOR/A:	En las últimas semanas hicimos énfasis en las herramientas presenciales y no presenciales que tiene el Servicio de Impuestos Nacionales para coadyuvar al cumplimiento de nuestras obligaciones Tributarias. En ese sentido hoy hablaremos sobre las denominadas Plataformas de Atención al Contribuyente y los Kioscos Tributarios. ¿Qué son las Plataformas de Atención al Contribuyente?
VOCERO:	Las Plataformas de Atención al Contribuyente son espacios físicos que ha dispuesto Impuestos Nacionales en las Gerencias Distritales y Gerencias de Grandes Contribuyentes (GRACO) de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz para que el contribuyente y la población en general puedan visitar para realizar diferentes trámites. Así, por ejemplo, en la ciudad de La Paz las Plataformas de Atención al Contribuyente se encuentran en las siguientes direcciones: (señalar direcciones de Santa Cruz)

LOCUTOR:	¿En qué horarios atienden las Plataformas de Atención al Contribuyente?
VOCERO:	Las Plataformas atienden desde las 8:30 a 18:30, todos los días de lunes a viernes, pero a partir del próximo 16 de mayo, es decir, en una semana, abrirán sus puertas a partir de las 8:00 de la mañana hasta las 18:30 de la tarde, de lunes a viernes, en horario continuo y sin interrupciones.
LOCUTOR:	Entonces los contribuyentes y ciudadanía en general realizarán sus trámites media hora antes del horario habitual. ¿Cuál es el objetivo?
VOCERO:	El propósito es ofrecer a los contribuyentes y a la población en general mayores facilidades para que puedan cumplir con sus obligaciones tributarias y una forma de hacerlo es ampliar los horarios de atención que al final se traducen en comodidad para el contribuyente y la población en general
LOCUTOR:	¿Qué trámites se pueden realizar en estas Plataformas?
VOCERO:	Ofrecemos los siguientes servicios: Apertura del Número de Identificación Tributaria (NIT), modificación y/o actualización del nombre del contribuyente en el Padrón Biométrico Digital. También se puedan realizar consultas sobre deudas tributarias, y corregir errores materiales, entre otros.  Uno de los servicios más importantes que presta la Plataforma de Atención al Contribuyente tiene que ver con la inscripción del CONTRIBUYENTE al Padrón biométrico Digital, que no es otra cosa que sacar foto, escanear, verificar la fidelidad de la

	<p>información, validar datos, imprimir y entregar el cartel de exhibición del Negocio al USUARIO.</p> <p>Es importante informar que en las Plataformas ayudamos al contribuyente y población en general –de manera personalizada- es decir, asistimos a los interesados de forma directa.</p>
LOCUTOR/A:	<p>¿¿Cómo puede el Contribuyente y la Población acceder a las Plataformas de Atención?, ¿Qué requisitos necesita?</p>
VOCERO:	<p>Los contribuyentes y la población para acceder a las Plataformas lo único que deben presentar para ser atendidos es su cédula de identidad y/o carnet, nada más.</p>
LOCUTOR:	<p>Ahora bien, que pasa con los Kioscos Tributarios.</p>
VOCERO:	<p>En lo que respecta a los Kioscos Tributarios, Los horarios de atención serán los mismos que en las Plataformas de Atención al , es decir, de 8:00 a 18:30.</p>
LOCUTOR:	<p>¿Para qué sirven los Kioscos Tributarios? ¿Qué servicios presta al Contribuyente y población en general?</p>
VOCERO:	<p>Los Kioscos Tributarios permiten a las personas que no tienen Internet acceder, en forma gratuita, a todos los servicios en línea desde las oficinas del SIN. Adicionalmente el contribuyente recibe la asistencia de un profesional para asistirlo en materia tributaria.</p> <p>En los Kioscos, el Contribuyente podrá realizar los siguientes Servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PRE INSCRIPCIÓN AL PADRÓN</li> </ul>

	<p>BIOMÉTRICO DIGITAL,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- PRESENTAR DECLARACIONES JURADAS</li> <li>- REALIZAR EL PROCESO DE ENVÍO DE INFORMACIÓN (LIBRO DE COMPRAS Y VENTAS. Y BANCARIZACIÓN) Y</li> </ul> <p>ACCEDER AL SISTEMA DE FACTURACIÓN VIRTUAL.</p>
LOCUTOR:	<p>Que otras facilidades tiene el Servicio de Impuestos Nacionales para facilitar al Contribuyente y la población a cumplir sus obligaciones tributarias.</p>
VOCERO:	<p>Las Plataformas Móviles. Explicó mejor Desde el año pasado hemos incursionado con un nuevo servicio que se llama la inscripción "IN SITU"; es decir, que realizamos la inscripción del negocio u otra actividad económica voluntariamente, en el propio lugar donde funciona.</p> <p>Como resultado recientemente fueron inscritos al Padrón de Contribuyentes gremialistas de 16 mercados de todo el país. De esta manera se registraron al Padrón de Contribuyentes gremialistas de las ciudades de Santa Cruz, La Paz, Yacuiba, Tarija, Sucre, Potosí y Montero -en sus centros de comercio. La Administración Tributaria desplaza las Plataformas Móviles para que las y los interesados registren sus actividades económicas y recaben el Número de Identificación Tributaria (NIT), requisitos que les permitirán desarrollar sus actividades en el Régimen Tributario Simplificado, en apego a la ley.</p>
LOCUTOR:	<p>Entonces, las Plataformas de Atención al Contribuyente, Kioscos Tributarios y Plataformas Móviles están simplificando y facilitando el cumplimiento de obligaciones tributarias.</p>

	<p>Otro tema de interés para todos tiene que ver con el Número de Identificación Tributaria – NIT.</p> <p>Al respecto entiendo que hay novedades en lo referido a dejarlo inactivo ¿Es así?, ¿Puedes explicarnos en qué consiste?</p>
<p>VOCERO:</p>	<p>Lo que hicimos es simplificar el procedimiento para declarar inactivo al NIT.</p> <p>En adelante el contribuyente no tiene necesidad de presentar ninguna solicitud escrita a Impuestos Nacionales para que pueda declarar inactivo el NIT.</p> <p>Lo que sucede ahora es que, por ejemplo, para el caso de personas naturales o empresas unipersonales del Régimen General alcanzadas por el Impuesto al Valor Agregado (IVA), existirá una INACTIVACIÓN AUTOMÁTICA sino presentan ninguna Declaración Jurada de haber realizado movimientos económicos por tres periodos mensuales consecutivos.</p> <p>Una situación similar sucede para los contribuyentes al Régimen Complementario (RC-IVA). Podrán declara inactivo el NIT si no presentan declaración jurada de movimiento económico por dos trimestres consecutivos.</p> <p>Sin embargo, es importante aclarar que la inactivación del NIT, no exime de las obligaciones asumidas por el Contribuyente mientras estuvo activo.</p>
<p>LOCUTOR:</p>	<p>Bien. Que pasa ahora con la reposición de la Tarjeta Masi. Lo que sucede y a menudo es un problema, muchos contribuyentes pierden el documento; y luego no pueden usar la Oficina Virtual</p>

	de Impuestos Nacionales.
<b>VOCERO:</b>	<p>También procedimos a optimizar el proceso de reposición de la Tarjeta Masi que permite el Acceso a la Oficina Virtual.</p> <p>En este sentido el contribuyente que hubiera extraviado su Tarjeta debe aproximarse a la Plataforma de Atención al Contribuyente de la Administración Tributaria, de su ciudad o jurisdicción, y presentar únicamente su cédula de identidad vigente o carnet de extranjería, en el caso de extranjeros, para su renovación.</p> <p>Resolución Normativa de Directorio N° 10-0012-16, de 29 de abril de 2016.</p> <p>No tiene más necesidad de hacer publicaciones en periódicos para informar que perdió la Tarjeta. Es simple, fácil y sin costo.</p>
<b>LOCUTOR:</b>	Para terminar el programa de este martes les invitamos nuevamente a escuchar información actualizada de la Administración Tributaria en un minuto.
<b>OPERADOR:</b>	<b><u>GRABACION CÁPSULA 2 (1MINUTO)</u></b>
<b>CONTROL:</b>	MÚSICA CARACTERÍSTICA PROGRAMA
<b>LOCUTOR/A:</b>	<b>(LOCUTOR DESPEDIDA AL VOCERO INSTITUCIONAL)</b>
<b>VOCERO:</b>	Despedida.
<b>LOCUTOR/A:</b>	<b>(DESPEDIDA E INVITACIÓN AL SIGUIENTE PROGRAMA)</b>
<b>CONTROL:</b>	<b><u>CARACTERÍSTICA DE CIERRE</u></b>



Anexo 5

Registro fotográfico del programa radial “Impuestos en Facilito” 2016



## Anexo 6

### Fichaje

#### Fichas de cita

<b>C</b>	TÍTULO: Radialistas apasionados	
Vigil José Ignacio (2000)		
Quito - Ecuador		
Ed. Artes Gráficas Silva		
Afirma que existen tres grandes géneros de la radiodifusión, en los que habitualmente se ordenan los tipos de programas:		
<ul style="list-style-type: none"><li>• DRAMÁTICO</li><li>• GÉNERO PERIODÍSTICO</li><li>• MUSICAL</li></ul>		
Pág. 81	Ficha N°	10

C	TÍTULO: Hacer Radio	
Portugal & Yudchak (2008)		
España		
Marcombo SA		
<p>Considera ocho géneros radiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de programa (misceláneas)</li> <li>• Musicales</li> <li>• Deportivos</li> <li>• Espectáculos</li> <li>• Institucionales (profesionales)</li> <li>• Informe periodístico (investigaciones)</li> <li>• Micro (microprogramas, producciones breves)</li> </ul>		
Pág. 119	Ficha N°	12

C	TÍTULO: Diseño de programas de radio	
Kaplún Mario (1999)		
Quito Ecuador		
Quipus		
<p>Diálogo Didáctico como “Uno de los recursos más sencillos es el programa dialogado o diálogo didáctico. Sin llegar a la complejidad del reportaje o del drama, es posible montarlo sin excesivo despliegue técnico y siempre resulta más interesante, dinámico y pedagógicamente eficaz que la charla explicativa” (Kaplún, 1999; p. 163).</p> <p>Y Radio-Consultorio referido a un programa que se realiza a base de consultas de los oyentes, quienes las formulan por carta o también por teléfono (...) Pero además su principal ventaja reside en que los temas reflejan intereses reales y concretos de la audiencia, afirma (Kaplún, 1999; pp. 163-164).</p>		
Pág. 157-163-164	Ficha N°	14

<b>C</b>	<b>TÍTULO:</b> Lo que dicen las radios	
Mata y Scarafía (1993)		
ALER Quito		
<p>Habla de géneros periodístico, dramático, narrativo, musical, de entretenimiento, o el educativo (...) y de formatos muy utilizados como los informativos – noticiero, revista informativa, los dramáticos – radionovelas, sociodramas- los narrativos –leyendas, cuentos, etc.-, y también los de entretenimiento –programas de concursos, festivales, revistas musicales- o los educativos –revistas educativas</p>		
Pág. 28-20	Ficha N°	13

<b>C</b>	<b>TÍTULO:</b> Comunicación de la A a la Z	
Otero Edison y Núñez Ricardo (2009)		
<p>“Lo mismo que receptor, son conceptos característicos de la teoría de la información, inspirada en la matemática y la ingeniería, y su función es describir los elementos de una experiencia de transmisión entre aparatos y no necesariamente entre personas. Posteriormente, se usan indistintamente para uno y otro caso”.</p>		
Pág. 60	Ficha N°	4

## Fichas resumen

<b>R</b>	TÍTULO: Diseño de programas de radio	
Kaplún Mario (1999)		
Quito - Ecuador		
Ed. Quipus		
<p>Señala que los programas de radio se pueden agrupar en dos grandes géneros: los musicales y los hablados, sea que en ellos predomine netamente bien la música, bien la palabra. En caso de los programas hablados los divide en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monólogo</li> <li>• Diálogo</li> <li>• Drama</li> </ul> <p>Establece también 12 formatos la charla, el noticiero, el comentario, el dialogo didáctico, el reportaje, entre otros.</p>		
Pág. 155	Ficha N°	11

<b>R</b>	TÍTULO: Diseño de programas de radio	
Kaplún M. (1999)		
Quito-Ecuador		
Ed.: Quipus		
<p>Este libro desarrolla las características que deberían tener los programas de radio. La naturaleza de la radio, el lenguaje radiofónico, las ventajas y desventajas del medio. El proceso de producción y hace énfasis en el guión radiofónico, consejos para la redacción, los pasos para planificar un programa de radio. Además brinda a los lectores numerosos ejemplos de guiones.</p>		
Pág.	Ficha N°	2