



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES**  
**NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

**CUMPLIMIENTO DE LAS FRANQUICIAS DEL SECTOR ALIMENTOS**  
**A LAS EXIGENCIAS DEL SENIAT**  
**CASO: CENTRO COMERCIAL PLAZA**

**AUTORA:**  
**Johana Elizabeth Jérez Lobo**  
**C.I.No. 16.533.915**

**TUTORA:**  
Msc. Belkis Sáez

TRUJILLO, 2006

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES**  
**NÚCLEO UNIVERSITARIO “RAFAEL RANGEL”**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**

**CUMPLIMIENTO DE LAS FRANQUICIAS DEL SECTOR ALIMENTOS**  
**A LAS EXIGENCIAS DEL SENIAT**  
**CASO: CENTRO COMERCIAL PLAZA**

**AUTORA:**  
**Johana Elizabeth Jérez Lobo**  
**C.I.No. 16.533.915**

**TUTORA:**  
**Msc. Belkis Sáez**

**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PRESENTADO ANTE LA ILUSTRE**  
**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES COMO REQUISITO PARCIAL PARA**  
**OPTAR AL TITULO DE LICENCIADO EN CONTADURÍA PUBLICA**

TRUJILLO, 2006

## AGRADECIMIENTO

Todos los seres humanos tenemos sueños en la vida y es satisfactorio cuando uno los alcanza, para llegar al triunfo se requiere esfuerzo, dedicación, disciplina y mucha perseverancia, son elementos que no se obtienen por si mismos, se necesita la intervención de otras personas para lograrlo, por eso en este día tan especial quiero agradecer:

A Dios todopoderoso, por ser mi Salvador, por estar a mi lado guiándome en todo momento dándome sabiduría, paciencia y mucha esperanza. Gracias por ser mi Escudo y Fortaleza.

A la Universidad de los Andes por brindarme la oportunidad de adquirir los conocimientos básicos para desempeñarlos en el campo laboral.

A la Magíster Belkis Saez por brindarme toda su colaboración como tutor académico, por tenerme paciencia y comprensión durante la ejecución de este Trabajo Especial de Grado, cuyo éxito se le debe a usted. Muchas gracias.

A las Magíster Miriam Gil, Elizabeth Rojas y María Eugenia Briceño, por su colaboración en la revisión de este Trabajo Especial de Grado, gracias por todos sus consejos y recomendaciones.

A los demás profesores de la Universidad de los Andes quienes fueron mis segundos padres, muchas gracias por contribuir en mi formación académica.

A los representantes de las Franquicias de Alimentos y Bebidas del Centro Comercial Plaza, gracias por toda la información suministrada a este Trabajo de Grado.

A los funcionarios de la Oficina SENIAT Valera, muchas gracias por su apreciado tiempo para orientarme y ayudarme con la información necesaria para esta investigación.

A mis familiares, amigos y compañeros por estar a mi lado en estos momentos, por confiar en mi y por compartir esta meta juntos, los quiero mucho.

*A todos mil gracias, Dios los bendiga y cuide siempre.*

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## DEDICATORIA

Es maravilloso alcanzar las metas, pero más hermoso es reconocer que hay personas que hicieron posible este sueño, hoy al ver realidad este esfuerzo quiero dedicárselo:

A Dios Todopoderoso Creador del Cielo y la Tierra, gracias por darme la fuerza y voluntad necesaria para alcanzar esta meta.

A mis padres Juan y Elvia, por todos sus cuidados y consejos me dieron mucho apoyo y me ayudaron a seguir adelante en mi carrera , este triunfo es de ustedes Dios me los bendiga siempre ¡ Los amo!

A mi abuela Carlina por todos sus consejos y cuidados. Gracias

A Reibert mi especial tesoro gracias por tu amor y compañía, por estar en este momento tan importante de mi vida y por todas tus palabras de aliento. ¡Te amo mi amor!

A mis hermanos Juan José, Gerardo, Jorge, Ander y Angelica gracias por brindarme su apoyo me han servido de inspiración y ejemplo para alcanzar esta meta ¡Los quiero mucho!

A mis sobrinos Sacha, Pollyanna, Naila, José Daniel, Johan, Adriana, Angelica, Jeanderson, Luis, Luciana, José, Mariangy y Gerardo, a quienes amo que este triunfo les sea de motivación en sus vidas.

A mis amigos y compañeros de trabajo Evelin, Ana, Aynic, María, Reinaldo, Doria, Lismary, Zaira, Yasmira, Belen, Anabel, Liseth, José Gregorio, Yusmary, Nuri, Lilibeth, Yohana, Alexander, Elizabeth, Jonathan, Yajaira, Mileidy, Dario, Jeannly, Jairo, Anguels, Carolina, Gabriel, Carlos, Oclis, con quienes comparti momentos alegres y difíciles, por su cariño y apoyo, son como mis hermanos a todos mucho éxitos.

A todos aquellos que no he nombrado pero se sienten identificados con este triunfo también se los dedico.

*Dios los bendiga a todos.*

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	4
Planteamiento del Problema	4
Formulación del Problema	8
Sistematización	8
Objetivos de la Investigación	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Justificación	9
Delimitación del Problema	10
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	11
Antecedentes	11
Bases Teóricas	15
Sistema Tributario	15
Los Impuestos	22
Los Deberes Formales y las Sanciones	24
Gerencia Estratégica	28
Bases Legales	34
Definición de Términos Básicos	39
Cuadro Operativo de Variables	42
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	43
Tipo de Investigación	43
Diseño de la Investigación	44
Población y Muestra	44
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	45

Validez	46
Confiabilidad	47
Técnicas y Análisis de Datos	48
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>	49
Resultados del Cuestionario	49
Resultados de la Entrevista	64
<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	67
Conclusiones	67
Recomendaciones	68
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	70
<b>ANEXOS</b>	73

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Nº</b>		<b>Pág.</b>
1	Registros de las franquicias	49
2	Documentos emitidos a los clientes	50
3	Origen de los documentos emitidos a los clientes	51
4	Libros que se llevan en la franquicia	52
5	Tipo de contribuyente al que pertenecen las franquicias	53
6	Período para presentar declaraciones del IVA	54
7	Presentaciones anuales de declaraciones de ISLR	55
8	Intervenciones de la administración tributaria	56
9	Informaciones a la administración tributaria	57
10	Acatamiento de las órdenes del SENIAT	58
11	Medios para informar campañas de fiscalización	59
12	Maneras de ejecución de la fiscalización	60
13	Informaciones recibidas en fiscalizaciones	61
14	Imagen derivada del cumplimiento de los deberes formales	62
15	Ejecución de las declaraciones del SENIAT	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Nº</b>		<b>Pág.</b>
1	Registros de las franquicias	49
2	Documentos emitidos a los clientes	50
3	Origen de los documentos emitidos a los clientes	51
4	Libros que se llevan en la franquicia	52
5	Tipo de contribuyente al que pertenecen las franquicias	53
6	Período para presentar declaraciones del IVA	54
7	Presentaciones anuales de declaraciones de ISLR	55
8	Intervenciones de la administración tributaria	56
9	Informaciones a la administración tributaria	57
10	Acatamiento de las órdenes del SENIAT	58
11	Medios para informar campañas de fiscalización	59
12	Maneras de ejecución de la fiscalización	60
13	Informaciones recibidas en fiscalizaciones	61
14	Imagen derivada del cumplimiento de los deberes formales	62
15	Ejecución de las declaraciones del SENIAT	63

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES**  
**NÚCLEO UNIVERSITARIO “RAFAEL RANGEL”**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**TRUJILLO ESTADO TRUJILLO**

**CUMPLIMIENTO DE LAS FRANQUICIAS DEL SECTOR ALIMENTOS**  
**A LAS EXIGENCIAS DEL SENIAT**  
**CASO: CENTRO COMERCIAL PLAZA**

**AUTORA: Johana E. Jérez L.**  
**TUTORA: Msc. Belkis Sáez**  
**Año: 2006.**

**RESUMEN**

La presente investigación tuvo como propósito analizar el cumplimiento de las franquicias del sector alimentos en relación a las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera. La misma adoptó una metodología descriptiva con diseño de campo; se tomó como población muestral a las siete franquicias de alimentos y bebidas ubicadas en el Centro Comercial Plaza. Se aplicaron dos instrumentos: un cuestionario de 15 ítems dirigidos a los representantes de las franquicias, y una entrevista de cinco preguntas aplicadas con dos funcionarios de la Oficina del SENIAT-Valera. Como resultados se obtuvo que estas franquicias cumplen con los registros exigidos en el ordenamiento tributario en cuanto a RIF y NIT, libros de contabilidad llevados en forma manual fuera de la franquicia (diario, mayor, inventario y actas), siendo la mayoría de estas empresas (71%) contribuyentes formales que presentan declaraciones del IVA cada tres meses y del ISLR, una vez por año. Igualmente, la totalidad del grupo encuestado (100%) le atribuye al cumplimiento de los deberes formales una mejor imagen del negocio hacia el público; no obstante, según los funcionarios entrevistados en la Oficina del SENIAT-Valera, los comerciantes y franquiciados declaran y cancelan los impuestos por el temor a no ser sancionados, con una escasa orientación de contribuir con el gasto público.

Palabras claves: franquicia – deberes formales – cumplimiento - fiscalización.

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## INTRODUCCIÓN

En Venezuela, el auge de los Centros Comerciales está ligado al sector construcción el cual para el quinquenio 1995 al 2000 el 80% de los ingresos provenía de la inversión pública y de la edificación de viviendas donde el Estado tenía una participación importante; no obstante, esta industria ha tenido que enfrentar nuevas oportunidades de negocio como estrategia de colaborar con el desarrollo de la infraestructura nacional y la vez en la comodidad de los ciudadanos al momento de las compras.

En este orden de ideas, según Cohen, S. (2001) el negocio de los Centros Comerciales (CC) sigue viviendo un período de auge con un consumo per cápita en estos establecimientos de 5.347 dólares en el 2003, siendo el eje de desarrollo para este negocio el concepto de “mall” (verdaderas ciudades comerciales cuyo objetivo es que una persona pueda satisfacer, en un espacio geográfico único, todas sus necesidades de consumo). Este tipo de CC se ha concentrado en Caracas y hacia la región Oriental, con hincapié en Sucre, Nueva Esparta y Anzoátegui.

De hecho, en la capital (Caracas) han surgido para competir con el Centro Comercial Ciudad Tamanaco, el mall Centro Sambil, un verdadero fenómeno de masas, con más de trescientas visitas por día en los fines de semana, Centro Lido, San Ignacio y El Recreo. Estos emplazamientos significan un incremento de 35% en el área destinada a los Centros Comerciales en la Zona Metropolitana de Caracas.

Del mismo modo, la ciudad de Valera a partir de la segunda mitad de la década de 1990 hasta el 2004 se ha caracterizado en que empresarios de la industria de la construcción han decidido invertir dinero en la fabricación de Centros Comerciales (Mall) para el funcionamiento de micro, pequeñas empresas, oficinas y franquicias de negocios internacionales. Algunos de los Centros Comerciales dada su magnitud e inversión ofrecen locales a

consultorios, oficinas, representantes comerciales; sin embargo, para garantizar afluencia permanente de compradores, existen espacios ocupados por franquicias de alimentos y bebidas importadas, que solamente ellos las ofrecen como ventaja competitiva ante la competencia y negocios nacionales o tradicionales.

Ahora bien, las franquicias como empresas debidamente registradas, están obligadas a cumplir con la normativa en cuanto a deberes formales y cancelación de impuestos; sin embargo, puede darse el caso que su funcionamiento dependa del debido cumplimiento y cancelación de los que imponga el Código Orgánico Tributario u otras normativas vigentes que tratan lo relacionado a las sanciones, embargos y cierres por incumplimiento.

En el Centro Comercial Plaza de Valera existe un número considerable de franquicias de alimentos y bebidas, la afluencia de sus productos es notoria dada su ubicación, servicio y técnicas de mercadeo, tanto que los fiscales del SENIAT supervisan el cumplimiento que hacen las mismas a los deberes fiscales, se presenta esta investigación de carácter descriptivo y diseño de campo, con la finalidad de analizar el cumplimiento de las franquicias del sector alimentos en relación a las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera.

Sobre la base de estas ideas, se presenta este proyecto, estructurado en cinco capítulos:

*Capítulo I*, en este capítulo se da a conocer el problema en cuestión, así como los objetivos a lograr por parte del investigador, la justificación y la delimitación en tiempo y espacio del problema.

En un *Segundo (II) Capítulo*, se identifican algunos antecedentes relacionados con esta investigación y las definiciones básicas que sustentan el estudio, unido al mapa de las variables contenidas en los objetivos propuestos.

Luego en el *Capítulo III*, se define el tipo de estudio, el diseño de la investigación, la población, tipo de instrumento utilizado para la recolección de los datos y su validación, técnicas y manejo de resultados de la investigación.

En el *Capítulo IV*, se presenta el análisis de los resultados de la investigación a través de los distintos recursos utilizados para recopilar la información necesaria, los cuales se presentaron en tablas y gráficos.

Para finalizar en el *Capítulo V*, se reseñan las conclusiones y recomendaciones, seguidamente las referencias bibliográficas y anexos concernientes al desarrollo de la investigación.

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## **CAPÍTULO I EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

Hoy en día, la lucha contra la evasión tributaria constituye un tema central en las agendas políticas de los países latinoamericanos, debido a su elevado impacto en la estabilidad económica, en las estrategias de desarrollo y en la gobernabilidad en general. Aunque las estrategias de control o fiscalización tributaria son fundamentales en dicha lucha, resulta claro que el esfuerzo por controlar el cumplimiento tributario y generar un riesgo creíble ante el incumplimiento, no basta por sí solo para vencer las prácticas de evasión. Es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a los ciudadanos concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los valores democráticos. Un mayor nivel de conciencia cívica respecto al cumplimiento tributario, junto a una percepción de riesgo efectivo por el incumplimiento, permitirá en las regiones disminuir los elevados índices de evasión y contrabando existentes.

A juicio de Cortazar, J. (2003:4) “desarrollar dicha cultura no es, sin embargo, una tarea fácil, pues requiere la convergencia de políticas de control con políticas de carácter educativo”, esto es, para evitar la evasión fiscal y motivar a los contribuyentes a cumplir voluntariamente con sus deberes formales; indispensable es, que las políticas de control expliquen cuanto se recauda y cómo se invierte ese dinero durante un período, unido al contacto entre la Administración Tributaria y los ciudadanos, ampliando los servicios de orientación dirigidos al contribuyente, simplificando los procedimientos y dando respuesta oportuna a las solicitudes presentadas por los ciudadanos.

En Venezuela, el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), tiene el compromiso de vigilar que todas las

actuaciones estén dentro del marco constitucional y legal vigente, para de una manera eficaz y efectiva castigar la evasión fiscal y el contrabando, sancionándolos en la forma y tiempo óptimo; sin embargo, no es un secreto que ante las exigencias del Código Orgánico Tributario todas las empresas dado el volumen de ingresos y mercancías que maneja, no están en capacidad de cumplir con todas las exigencias exactamente, de allí los argumentos de Golía, J. (2004:7) “ninguna empresa, ¡podemos estar seguros de ello!, cumple al cien por ciento con todas y cada una de las formalidades y condiciones establecidas en las normas correspondientes, algunas de ellas, de imposible ejecución para cierto tipo de contribuyentes”.

Al estar tratando el tema de la administración tributaria, conviene mencionar que cuando se habla de administración, se hace referencia al concepto expuesto por Koontz y Weihrich (1999:777) “proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajen juntas para lograr propósitos eficientemente seleccionados”, es decir, a todo el conjunto de pasos destinados a lograr objetivos propuestos en el área de recursos humanos y otras áreas.

En el caso de la administración tributaria, en Venezuela, la misma recae sobre el SENIAT, que es el Órgano competente del Ejecutivo Nacional para ejercer, entre otras, las funciones de: recaudar los tributos, intereses, sanciones y otros accesorios; ejecutar los procedimientos de verificación, fiscalización y determinación para constatar el cumplimiento de las leyes y disposiciones de carácter tributario por parte de los sujetos pasivos del tributo; liquidar los tributos, intereses, sanciones y otros accesorios, cuando fuere procedente; asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias solicitando de los órganos judiciales, las medidas cautelares, coactivas o de acción ejecutiva; e, inscribir en los registros, de oficio o a solicitud de parte, a los sujetos que determinen las normas tributarias y actualizar dichos registros de oficio o a requerimiento del interesado.

Demás está señalar que es el SENIAT el encargado de liquidar los tributos nacionales, hacer cumplir las leyes referentes a los mismos y aplicar las debidas sanciones. Sin embargo, aunque algunos contribuyentes tengan claro su deber con el fisco nacional, pudiera suceder que por el olvido de algún detalle precisado en la ley, sean objeto de alguna multa que dañe ante el público su imagen corporativa; en tal sentido, para evitar sanciones o multas consagradas en la ley, necesita idear, diseñar, ejecutar y controlar las estrategias que minimicen la posibilidad de recibir nuevamente alguna sanción que coloque en desventaja los activos financieros.

Partiendo de lo expresado y considerando al Plan Evasión Cero que representa una iniciativa permanente del SENIAT orientada a concientizar a la población sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, especialmente a los comerciantes e industriales, para reducir los niveles de evasión fiscal, dentro de este plan, el ente Administrador Tributario ha ejecutado numerosas actividades que van desde grandes embargos preventivos a jornadas masivas de divulgación tributaria. No obstante, la experiencia de la empresa fiscalizada para evitar sanciones, cierres y embargos, les orienta a la práctica de acciones pertinentes a evitar sanciones por parte del SENIAT.

A esta realidad enmarcada en la praxis gerencial para evitar sanciones de la Administración Tributaria, no escapan las empresas ubicadas en el municipio Valera del estado Trujillo, donde a partir de la segunda mitad de 1990 hasta la actualidad, se han sumado una serie de Centros Comerciales con locales para consultorios, oficinas, comercios; sin embargo, para garantizar afluencia permanente de compradores en los mismos, existen espacios ocupados por franquicias de alimentos importados, que solamente ellos los ofrecen como ventaja competitiva. Esta situación se refleja en el Centro Comercial Plaza de Valera, recinto de las franquicias denominadas

Wendys, McDonald, Churromania, Supertequeños, Deli Plumore Express, Chip a Cookie y Pronto Pizza.

En todo caso, todas estas franquicias están sujetas a la normativa vigente de cancelación de impuestos municipales y nacionales, representados estos últimos por: Impuesto Sobre la Renta -ISLR-, Impuesto al Valor Agregado -IVA-; y por ende, a cumplir con los requisitos formales establecidos por el Código de Comercio Venezolano.

Ahora bien, desde octubre del año 2004 el SENIAT ha venido desarrollando el “Plan Evasión Cero” dirigido especialmente a las empresas generadoras de bienes y servicios ubicados en las principales zonas comerciales del país, donde funcionarios adscritos a la Administración Tributaria emprendieron una labor de divulgación a través de operativos masivos que permitían prevenir y concientizar a los contribuyentes, y después de esto, se ejecutó la etapa de verificación de los deberes formales a través de las divisiones de fiscalización por medio de un grupo de fiscales capacitados para realizar los operativos.

Por otra parte, otro de los resultados del “Plan Evasión Cero” es que los contribuyentes se están educando en materia tributaria poniéndose al día con los libros e impuestos exigidos por el SENIAT. No obstante, otro resultado quizás no muy alentador para los franquiciados, fue el cierre de empresas, teniendo que, en el Centro Comercial Plaza de las siete franquicias de alimentos, según información aportada por Rojas, P. (2005:8) funcionario del SENIAT en Valera “dos de ellas recibieron como sanción el cierre de su producción por espacio de tres días”; es decir, casi el 30% de este tipo de franquicias (Pronto Pizzas y McDonald) dejaron de prestar sus servicios durante el tiempo que les fijó el SENIAT, decisión que a parte de colocarlos en una situación de desventaja a la vista y percepción de los clientes, también les sirve de ejemplo e incita a ejecutar estrategias dirigidas a evitar en el futuro otras sanciones de parte del SENIAT.

A la luz de la situación descrita, surge la inquietud de comenzar una investigación para dar respuesta a la siguiente interrogante.

### **Formulación del Problema**

¿Cómo es el cumplimiento de las franquicias del sector alimentos en relación a las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera?.

### **Sistematización del Problema**

-¿Cuál es el nivel de cumplimiento de las franquicias del sector alimentos a los deberes formales establecidos para el comercio?.

-¿Cuáles estrategias aplica el SENIAT a las franquicias del sector alimentos para el proceso de fiscalización?

-¿Cómo es la responsabilidad de las franquicias del sector alimentos, en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias?.

### **Objetivos de la Investigación**

#### **Objetivo General**

Analizar el cumplimiento de las franquicias del sector alimentos en relación a las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera.

#### **Objetivos Específicos**

-Identificar el cumplimiento de los deberes formales, en las franquicias del sector alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza de Valera.

-Identificar las estrategias aplicadas por el SENIAT en el proceso de fiscalización de las franquicias del sector alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza.

-Determinar la responsabilidad tributaria de las franquicias del sector alimentos, del Centro Comercial Plaza de Valera, para cumplir voluntariamente con su obligación tributaria.

### **Justificación e Importancia de la Investigación**

La presente investigación destinada a analizar el cumplimiento de las franquicias del sector alimentos en relación a las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera, se justifica dado que la materia tributaria ha sido desde hace aproximadamente cinco años un tema en discusión a nivel político, social, gerencial y económico, el cual es importante desarrollar en la praxis para conocer de qué métodos se valen los gerentes con la finalidad de evitar sanciones o multas derivadas del ente fiscalizador.

Por otra parte, con esta investigación se conoce la actuación de los gerentes de franquicias en el Centro Comercial Plaza para cumplir con las disposiciones del Código Orgánico Tributario en cuanto a los deberes como contribuyentes, y la manera como enfrentan a los funcionarios adscritos al SENIAT con poder en la reglamentación de las actividades de los contribuyentes, porque como es de saber, el ejercicio de este Poder no es algo perfecto, es perfectible.

En todo caso, con el presente estudio se determina la relación que existe entre algunos representantes de empresas privadas y la Administración Tributaria, la cual no debe ser un organismo netamente recaudador con una organización rígida, sino que esté cada día más cerca del contribuyente, con la idea de incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias y asumir los derechos conferidos al contribuyente.

Es necesario acotar que es una función primordial del Estado, garantizar el bienestar social, la seguridad jurídica y la igualdad. La seguridad jurídica es uno de los elementos fundamentales del Estado de Derecho, los ciudadanos tienen que ser capaces de prever posibles injerencias de la parte del Estado que les puedan afectar y de comportarse de manera adecuada. Seguridad Jurídica significa para el ciudadano en primer lugar la protección de la confianza legítima. En materia tributaria, el principio de seguridad jurídica implica a su vez, certeza tributaria. El impuesto que cada ciudadano está obligado a pagar debe ser cierto y no arbitrario. El tiempo, la manera, la cantidad del pago deben ser claros y simples para todos; no obstante, ante cualquier medida arbitraria, el contribuyente tiene que defenderse.

Con estas notas, se destaca que los beneficios que arroja la investigación están enmarcados en conocer las técnicas aplicadas por las franquicias de alimentos en función de evitar cierres o sanciones de parte del SENIAT, sin perjudicar el desenvolvimiento administrativo y financiero de la empresa y mucho menos caer en fraudes o dolos que perjudiquen la imagen de la empresa. Los resultados provenientes de la investigación sirven de base para otras investigaciones más profundas sobre el tema.

### **Delimitación**

La investigación tuvo como delimitación geográfica el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera; en cuanto al espacio se tomaron a las siete franquicias de alimentos allí ubicadas. El tiempo de estudio corresponde a los meses de octubre de 2005 hasta octubre de 2006.

## CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

### Antecedentes

En una investigación los antecedentes son importantes para el desarrollo de la misma; existen trabajos que de alguna manera sirven de aporte a este estudio, por lo tanto se presentan a algunos.

Nieto, R. (2005) de la Universidad “Dr. Rafael Beloso Chacín” de Maracaibo, realizó el estudio titulado: **“La Fiscalización para Incentivar el Cumplimiento de los Deberes Formales establecidos en la Normativa Tributaria Venezolana”**. Metodológicamente la investigación fue de tipo aplicada, documental y descriptivo y su diseño fue bibliográfico. Los resultados obtenidos evidencian la actuación del SENIAT en relación con lo que establece el Código Orgánico Tributario sobre los procedimientos de fiscalización y la aplicación de las facultades a la administración tributaria. Como conclusión, se obtuvo que hay fortalecimiento del marco legal para la ejecución de la fiscalización y que ésta debe tener como fin primordial la educación.

Los aportes de la investigación de Nieto, R. (2005) al presente estudio se basan en que de acuerdo a la normativa legal venezolana, los profesionales de la contaduría pública necesitan actualizarse permanentemente para informar a los contribuyentes e incentivarles a la planificación de actividades tendientes al cumplimiento voluntario y responsable de sus deberes, de tal manera que se eviten sanciones o molestias por parte del ente fiscalizador.

Cardozo, E. (2003) de la Universidad “Dr. Rafael Beloso Chacín” de Maracaibo, realizó el estudio titulado: **“Procedimientos de Verificación, Fiscalización y Determinación como medio para Controlar la Evasión**

**Fiscal”**. Para responder al problema planteado se realizó una investigación descriptiva, de campo, eligiendo una población veintisiete (27) expertos tributarios; se seleccionó como fuente primaria un cuestionario elaborado por el investigador, compuesto por treinta y una (31) preguntas, de las cuales (6) son de múltiples alternativas y (25) de escala cerrada. Los datos obtenidos se analizaron utilizando estadísticas descriptivas de frecuencia y porcentaje. Los resultados arrojados señalan que existen un alto nivel de aceptación en los programas de control fiscal elaborados y aplicados por la administración tributaria, pueden prevenir la evasión fiscal, por lo que se recomendó que los mismos sean aplicados de una manera más frecuente y oportuna, que coincida con el nacimiento de la obligación tributaria con la finalidad de provocar el cumplimiento voluntario de la misma.

La relación del estudio con el presente se deriva en que a medida que el ente fiscalizador desarrolle programas de verificación y control fiscal, los empresarios se ven en la necesidad de cumplir las exigencias del SENIAT en cuanto a los deberes formales consagradas en el Código Orgánico Tributario.

Garnica, P. (2004) tituló su investigación: **“Requerimientos Legales Tributarios para cumplir con la Planificación Tributaria de las Empresas Franquiciantes Venezolanas del Municipio Maracaibo”**; la misma se realizó para optar al grado de Magíster en Gerencia Tributaria en la Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín de Maracaibo, Estado Zulia. El estudio estuvo dirigido a analizar los requerimientos en planificación tributaria de las empresas franquiciantes venezolanas del Municipio Maracaibo. La investigación fue documental con diseño documental bibliográfico. Se empleó el análisis documental de leyes, doctrinas y códigos de la legislación venezolana. La información fue recabada, de una guía de observación cuya información fue analizada en su contenido.

Los resultados indicaron que existen normativas contables aplicables a los requerimientos de las empresas franquiciantes, pues las franquicias

deben guiarse por los principios de contabilidad, y leyes tributarias venezolanas. No existe una Ley dentro del ordenamiento jurídico para la planificación tributaria. Para el momento de la investigación, se discutían las disposiciones aplicables del Código Orgánico Tributario vigente (2001), Código Civil Venezolano (1982), Ley del Impuesto Sobre la Renta (2001), Ley de Impuesto al Valor Agregado y su Reforma (IVA, 2002), Ley de Activos Empresariales (1993), Patente de Industria y Comercio y Ley Orgánica de Aduanas (1999). Se discuten los objetivos administrativos y tributarios, enfocándose sobre la ajustada administración de recursos y el cumplimiento de obligaciones tributarias. Se proponen lineamientos para la aplicación de los requerimientos de planificación tributaria, considerando las disposiciones legales venezolanas, siendo recomendada la elaboración de una matriz de opinión a través de la Cámara Venezolana de Franquicias normativas legales y la aplicación de la de Planificación Tributaria para orientar sobre el cumplimiento de las obligaciones impositivas.

Esta investigación tiene relación con la presente debido a que considera a las empresas franquiciadas y el deber que poseen de contribuir con el gasto público nacional donde operan, para lo cual tienen que cancelar los impuestos nacionales y municipales o de lo contrario recibir las sanciones previstas en el Código Orgánico Tributario cuyo ente administrador es el SENIAT.

Rincón, E. (2001), en la Universidad de Carabobo, realizó el Trabajo Especial de Grado titulado: **“Propuesta Tendente a Fomentar la Cultura Tributaria en los Contribuyentes de Licores en Venezuela”** como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia Fiscal. La investigación fue de tipo descriptiva, en la modalidad de proyecto factible, se empleó la encuesta como técnica de recolección de información y aplicada mediante el cuestionario a la población de Valencia y para ello tomamos una muestra en los diferentes Municipios que la conforman y por último los datos obtenidos se procesaron y se presentan en forma escrita en el diagnóstico.

El Diagnóstico reflejó la situación actual de los Contribuyentes expendedores de bebidas alcohólicas en materia de cultura tributaria, es decir la situación determinada en cuanto a dicha cultura en materia de licores es que se tiene una carencia casi total de la misma, tomando en cuenta los resultados obtenidos en la investigación, se evidencia que solo 29 de cada 100 establecimientos de expendios de licores conocen algo sobre el tema. Por último se presentan las propuestas tendentes a fomentar la cultura tributaria en materia de impuesto de licores, entre las cuales se mencionan: Crear un plan de trabajo a través de la División de Asistencia al Contribuyente del SENIAT, que permita en el corto plazo a la Administración Tributaria en razón de sus deberes de divulgación tributaria, conforme lo prevé el Código Orgánico Tributario, promover una campaña de comunicación masiva, permanente y agresiva en los establecimientos expendedores de bebidas alcohólicas sobre el tema de la cultura tributaria.

Esta investigación proporciona una base al presente estudio, porque mediante campañas de comunicación masiva, permanentes y agresivas, el empresario puede diseñar actividades gerenciales que le ayuden a cumplir con los requisitos establecidos en materia tributaria y disminuir los errores contables que le hacen susceptible de recibir sanciones o multas.

García, C. (2000) de la Universidad “Dr. Rafael Beloso Chacín” de Maracaibo, realizó el estudio titulado: **“Análisis de la Eficacia del Procedimiento de Imposición de Sanciones por parte de la Administración Tributaria ante el Cumplimiento de los Deberes Formales”**. Para responder al problema planteado, se realizó una investigación descriptiva, de campo, sobre una población de trescientos veinte (320) contribuyentes tributarios, del cual se extrajo una muestra de ciento setenta y ocho (178), escogidos por medio de un muestreo aleatorio simple y sin repetición.

Para la obtención de los datos correspondientes al objetivo planteado, fue seleccionada como fuente primaria un cuestionario elaborado por el investigador, se aplicó a los ciento setenta y ocho (178) integrantes de la muestra para medir las variables: eficacia del procedimiento de imposición de sanciones; incumplimiento de los deberes formales; compuesto por treinta (30) ítem, con dos alternativas de respuestas cerradas. Se utilizó una estadística descriptiva para analizar metodológicamente los datos, procesándolos a través de tablas de doble entrada. Finalmente se totalizaron los promedios, aplicándose luego el coeficiente de confiabilidad de validez de construcción del cuestionario y confiabilidad del mismo. Los resultados obtenidos demuestran que el procedimiento de imposición de sanciones que emplea la administración presenta trabas o dificultades que no logran su total eficacia por cuanto los contribuyentes se niegan a aceptar y cumplir las sanciones que le son impuestas.

Esta investigación es de gran utilidad para la presente, dado que al imponer legalmente las sanciones, el contribuyente se siente presionado en cumplirlas; no obstante, con la finalidad de estar solvente con sus gastos operativos, rendimiento de las utilidades y cancelación de los impuestos, necesita realizar acciones que le ayuden a lograr tanto los objetivos organizacionales como los deberes formales.

## **Bases Teóricas**

### **El Sistema Tributario**

El sistema tributario venezolano comprende el conjunto de tributos impuestos por el Estado en su poder de imperio, previstos en las distintas leyes que regula la materia y que según Villegas (1992:513) “está constituido por el conjunto de tributos vigentes en un país en determinada época”.

Se entiende entonces, que los tributos son el resultado de las instituciones jurídicas y políticas de un país, de su estructura social, de la magnitud de sus recursos, de la forma de distribución de los ingresos, de su sistema económico; es decir, que el sistema tributario está formado y constituido por el conjunto de tributos que estén vigentes en un Estado.

El sistema tributario ha sido definido también como el medio que el Estado venezolano tiene para obtener el aporte de los ciudadanos a las cargas públicas, mediante una justa distribución de las mismas, atendiendo a la capacidad económica del sujeto pasivo y a las disposiciones que garantizan las libertades económicas y la prohibición de confiscar los bienes de los particulares.

Así, el sistema tributario es el conjunto de normativas de contenido impositivo establecidas en armonía con los planes de financiamiento y objetivos del Estado y con base a una clara delimitación y potestad tributaria; éste se sustenta en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela CRBV (1999) en su artículo 316 que tipifica:

El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica del o la contribuyente, atendiendo al principio de progresividad, así como la protección de la economía nacional y la elevación del nivel de vida de la población, y se sustentará para ello en un sistema eficiente para la recaudación de los tributos.

En concordancia con esta disposición constitucional, el sistema tributario establecerá la obligación de contribuir de acuerdo a la capacidad económica del sujeto sobre el cual recae la exigencia; por ello los tributos no pueden ser calculados sobre una base proporcional, sino acorde con el principio de progresividad, que es un mecanismo que debe respetarse ya que el Estado debe cumplir con la obligación de proteger la economía nacional y lograr un adecuado nivel de vida para el pueblo.

En Venezuela, el sistema tributario está conformado, por un conjunto de tributos entre los que se pueden mencionar los siguientes: Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto al Débito Bancario, Impuesto sobre Alcoholes y Especies Alcohólicas, Impuesto sobre Cigarrillos y Manufactureras de Tabaco, Impuesto a los Fósforos, Impuestos Municipales (Impuestos sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios, o de índole similar; Impuestos sobre Vehículos; Impuesto sobre Publicidad y Propaganda; Impuestos sobre Espectáculos Públicos; Impuesto sobre Inmuebles Urbanos), entre otros del Régimen Aduanero; así como por los parafiscales INCE, Seguro Social, y Política Habitacional, entre otros.

El tributo está representado por la contribución que cada uno de los habitantes de un país debe ante el Estado para el financiamiento del gasto público, al respecto, Moya (2003:189) define los tributos como “las prestaciones exigidas en dinero por el Estado en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines”. Es decir, que es una exigencia en dinero que se hace a los particulares para satisfacer necesidades colectivas.

La aplicación de los tributos en Venezuela se encuentra fundamentada en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en el artículo 133 donde establece que “Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley”; es decir, que para hacer efectiva esa contribución o colaboración se recurre a la figura de los tributos.

En este sentido no cabe duda que los tributos forman parte importante en la economía del país, ya que estas prestaciones de dinero que el Estado exige, son con el propósito de cubrir los gastos públicos o los gastos que realiza el gobierno a través de inversiones públicas; por lo que un aumento de la recaudación representa un incremento en el nivel de renta nacional.

Además, se observa que el Estado se reserva para sí la potestad para la creación de cualquier tributo, tal como se evidencia en el artículo 156 numeral 12 de la Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (1999) que señala que es competencia del Poder Público Nacional “La creación, organización, recaudación, administración y control...” de los tributos.

Sin embargo, hay que resaltar que no se debe confundir la definición de tributo con su objeto, pues en toda ley tributaria se señala cuál es el objeto del gravamen; es decir, el objeto de tributo; al hablarse de éste se está haciendo referencia a lo que gana la ley tributaria y no al fin que se busca con la imposición; el mismo se define, según Valdés (1996) como la realidad económica sujeta a imposición. Es decir, el objeto del tributo quedará determinado mediante el hecho imponible.

De acuerdo a la definición de tributo se desprenden una serie de características, entre las cuales se hará referencia a las preceptuadas por Moya (2003) que son las siguientes:

a. Los tributos son prestaciones de dinero: es una de las primordiales características, es lo más común cuando existe un sistema monetario, que las contribuciones que exige el Estado deben ser en dinero.

b. Exigidas en ejercicio del poder de imperio: es la facultad que tiene el Estado de exigir unilateralmente los tributos a las personas sometidas a la competencia tributaria. Este es un elemento primordial que posee en ejercicio de su potestad tributaria; es decir, por la supremacía del poder coactivo estatal.

c. En virtud de una ley: la ley es quien establece la obligación, es decir, que para poder exigir el tributo debe establecerse mediante ley qué es, quién limita la coerción.

d. Para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus fines: los tributos tienen como fin obtener ingresos para cubrir las necesidades de

la población que es el objetivo del Estado.

Según estos planteamientos sobre Tributos se ha visto que el Estado exige el pago de los mismos otorgándole un carácter obligatorio, de allí se deriva lo que muchos autores citan como la Obligación Tributaria, por lo que es importante dar una definición sobre este punto.

En este orden de ideas Moya (2003:157) expresa que “la obligación tributaria es un vínculo jurídico *ex lege*, en virtud del cual una persona en calidad de sujeto pasivo está obligado al pago de una suma de dinero por concepto de tributo y sus accesorios...” y nace siempre y cuando se encuentre establecido en la ley.

La obligación tributaria se encuentra apoyada en el artículo 13 del Código Orgánico Tributario (2001) que expresa lo siguiente:

La obligación tributaria surge entre el Estado, en las distintas expresiones del Poder Público, y los sujetos pasivos, en cuanto ocurra el presupuesto de hecho previsto en la ley. La obligación tributaria constituye un vínculo de carácter personal, aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales.

Se puede decir que la obligación tributaria es un vínculo personal entre el Estado y el sujeto pasivo del tributo, y que dentro de esta se encuentran varias obligaciones como lo son: la de dar, que consiste en pagar el tributo; la de hacer, ya que se deben cumplir los deberes formales; y la de soportar porque se deben aceptar inspecciones y fiscalizaciones.

Ahora bien, para que el tributo se dé y cumpla con el objetivo para el cual fue establecido, es necesario que existan una serie de elementos sobre los cuales se pueda desarrollar.

Dentro de este marco Moya (2003) considera que los elementos de la obligación tributaria son los siguientes: sujeto activo, sujeto pasivo, el hecho

imponible, la materia imponible y la base imponible.

El sistema tributario cuenta con dos elementos susceptibles de ser acreedor o deudor de los tributos a los que se le conoce como sujeto activo y sujeto pasivo. El primero es considerado como el titular de la potestad de imposición, según el Código Orgánico Tributario (2001) en su artículo 18 expresa que “es sujeto activo de la obligación tributaria el ente público acreedor del tributo”; es decir, que el sujeto activo es el Estado en sus diferentes poderes. Específicamente en el Poder Nacional los impuestos se recaudan a través del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT); ente público que por expresa disposición o norma, se hace acreedor del tributo.

El sujeto pasivo es el deudor, es quien debe responder por el pago del impuesto ante el sujeto activo. González (1994:50) lo define como “la persona respecto de la cual se verifica el hecho imponible y recae sobre ella la obligación tributaria”; es decir, que es toda aquella persona que por expresa disposición legal está obligada al pago de impuestos y al cumplimiento de obligaciones tributarias.

Por su parte el Código Orgánico Tributario (2001) en el Artículo 19 expresa que “sujeto pasivo es el obligado al cumplimiento de las prestaciones tributarias, sea en calidad de contribuyente o de responsable”. De acuerdo a esto, el sujeto pasivo se clasifica en dos tipos, Contribuyentes y Responsables.

El contribuyente es el destinatario legal del tributo, quien debe soportar la carga impositiva, o sea, el deudor por cuenta propia. Al respecto, señala el Código Orgánico Tributario (2001) que “son contribuyentes los sujetos pasivos respecto de los cuales se verifica el hecho imponible de la obligación tributaria”, es decir, que es toda aquella persona que por expresa disposición legal está obligada a responder por el pago del impuesto y al cumplimiento de los deberes formales.

Los Responsables son los que están obligados a cumplir la obligación tributaria por deuda ajena; es decir, que estos se encargan de hacer cumplir las obligaciones atribuidas a los contribuyentes. Según Moya (2003:167) “los responsables tienen el derecho al resarcimiento una vez realizado efectivamente el pago del tributo, ya sea por repetición, percepción, retención, etc”. Se encuentra sustentado en el Código Orgánico Tributario (2001) en el artículo 25 de la siguiente manera “responsables son los sujetos pasivos que, sin tener el carácter de contribuyentes, deben por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a los contribuyentes.”

Otro componente de la obligación tributaria es el hecho imponible, ya que éste representa el elemento generador del tributo, el Código Orgánico Tributario (2001) da una definición precisa en su artículo 36 que estipula: “el hecho imponible es el presupuesto establecido por la ley para tipificar el tributo, y cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria”. Se entiende como el acontecimiento que da origen a la obligación de pagar el tributo, en los casos y circunstancias previstos por la ley que establecen la tipificación del mismo.

En relación a la materia imponible se refiere al aspecto objetivo, ya sea un hecho material, un negocio jurídico, una actividad personal o una titularidad jurídica; lo que quiere decir que vienen a ser los productos, bienes y/o servicios que son objeto del gravamen. Por otra parte la base imponible se puede definir como la base de medición del tributo; es decir, que es la cantidad o monto sobre el cual se debe calcular el monto del tributo a pagar.

En Venezuela existen varios tipos de tributos, de acuerdo a lo expuesto por González (1994) estos son: Impuestos, tasas y contribuciones especiales. El impuesto, es el tributo que el Estado exige en virtud de su poder de imperio a los particulares que se designe mediante ley sin recibir ninguna contraprestación directa; es decir, que es una obligación unilateral impuesta coactivamente por el Estado. En Venezuela se incluyen dentro de

esta clasificación: el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto sobre la Renta, entre otros.

Las tasas son el tributo que exige el Estado como retribución monetaria a un beneficio obtenido en forma directa por el contribuyente, entre ellos se encuentran los peajes, las tasas de salida o entrada, entre otras. Las contribuciones especiales, se puede decir que es el tributo exigido por el Estado como una prestación obligatoria para un beneficio individual o social del contribuyente, que se derivan de la realización de obras públicas o actividades de carácter social, entre estas últimas se encuentran las parafiscales tales como: INCE, Seguro Social Obligatorio, Ley de Política Habitacional, entre otros.

### **Los Impuestos**

A los efectos de la presente investigación resulta de interés el estudio de los impuestos, debido a que en esta clasificación se ubica el Impuesto al Valor Agregado, de forma tal, que es pertinente conocer este tributo a mayor profundidad.

El impuesto es el tributo típico por excelencia, según lo señalado por Valdéz (1996), pues representa el tributo más importante, ya que es el que mayor cantidad de ingresos aporta a las finanzas de un país, razón por la cual la administración tributaria le confiere mayor importancia.

En este sentido Villegas (1992:78) define al impuesto como “el tributo exigido por el Estado a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como hechos imponible, siendo estos hechos imponible ajenos a toda actividad estatal relativa al obligado”; es decir, que es una obligación monetaria hacia el Estado que tienen aquellos particulares que realicen actividades que se encuentren dentro de los hechos generadores establecido según la ley.

Además González (1994:2) expone el siguiente concepto de impuesto:

Es un tributo o prestación monetaria de carácter definitivo y sin contraprestación, recabada compulsivamente de los particulares por el Estado, de la forma y manera establecida en la ley, para financiar servicios de interés general u obtener finalidades económico-financiera o sociales inmersas dentro de las funciones que le son propias.

De lo que se desprende el hecho que los impuestos no suponen una contraprestación directa por parte del Estado a los contribuyentes, sino que en suma los ingresos obtenidos por este concepto son empleados para sufragar el gasto público, entendiéndose éste como los recursos necesarios para la satisfacción de las necesidades públicas.

En este orden de ideas, haciendo referencia al impuesto existen variadas clasificaciones de éste, a pesar de ello se decide exponer la que más se ajusta al objeto de este estudio, presentada por Moya (2003) el cual la presenta de la siguiente forma:

a. Impuestos Directos: cuando extraen el tributo en forma inmediata del patrimonio, tomados como expresión de capacidad contributiva favorecida en su formación por la contraprestación de los servicios públicos. Es decir, que éstos gravan directamente el enriquecimiento de los contribuyentes, aplicándose la alícuota sobre el monto del mismo. Los impuestos directos se clasifican en reales y personales. Los primeros son aquellos aplicados sin tomar en cuenta la capacidad económica del contribuyente o los elementos personales del mismo, su nacionalidad, sexo, domicilio, estado civil; por otra parte los personales son los impuestos en los que la determinación se da con participación directa del contribuyente, es decir, según la capacidad contributiva del mismo.

b. Indirectos: cuando gravan el gasto, consumo o bien la transferencia de riqueza, tomados como índice o presunción de la existencia de la

capacidad contributiva, no está directamente relacionada con la prestación de los servicios públicos. Es decir, que los impuestos indirectos son aplicados sobre las transacciones que suponen posesión de riqueza, y que además no suponen para el contribuyente una contraprestación directa, sino la satisfacción de las necesidades colectivas. Es en este aspecto que se dirigirá el objetivo de esta investigación, pues el Impuesto al Valor Agregado en Venezuela se aplica sobre el consumo de bienes y prestaciones de servicios entre quienes intervienen en el proceso de producción y distribución.

c. Proporcionales: es el impuesto que mantiene una relación constante entre su cuantía y el valor de la riqueza gravada. Presenta una alícuota única. Este tipo de impuestos suponen que a mayor riqueza, mayor será el monto a pagar, pues se le aplica un tipo impositivo; es decir, un porcentaje que implica que mientras mayor sea la base imponible, mayor el impuesto a pagar.

d. Progresivos: es aquel en que la relación de cuantía del impuesto con respecto al valor de la riqueza gravada aumenta a medida que aumenta el valor de ésta. Se refieren entonces, a que la tarifa aplicable se incrementa a medida que aumenta la riqueza.

### **Los Deberes Formales y las Sanciones**

La ampliación de las penas y la severidad de las sanciones contra ilícitos de evasión fiscal, es uno de los requisitos exigidos en el Capítulo VII de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), desarrollado en la reforma del Código Tributario, según los cuatro tipos de ilícitos previstos en su actual artículo 80: 1. Ilícitos formales; 2. Ilícitos relativos a las especies fiscales y gravadas; 3. Ilícitos materiales, y 4. Ilícitos sancionados con pena restrictiva de libertad.

En esta ocasión, considerando el tema de la investigación, se presenta

un resumen de los principales ilícitos formales según el Código reformado, los cuales derivan en multas altísimas. Según el artículo 99, los ilícitos formales se originan por el incumplimiento de los siguientes deberes: 1. Inscribirse en los registros exigidos; 2. Emitir o exigir comprobantes; 3. Llevar libros y registros; 4. Presentar declaraciones y comunicaciones; 5. Permitir el control de la Administración Tributaria; 6. Informar y comparecer ante la Administración; 7. Acatar las órdenes de la Administración, y 8. Cualquier otro deber legal.

Los ilícitos relativos a la inscripción en los registros contemplan como subtipos: a) No inscribirse en los registros, o proporcionar la información en forma insuficiente o errónea, lo cual genera multa de 50 Unidades Tributarias, en lo sucesivo UT incrementada en 50 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 200 UT, y b) Inscribirse en los registros o proporcionar las informaciones requeridas fuera del plazo establecido, cuya multa es de 25 UT, incrementada en 25 UT por cada nueva infracción, hasta llegar a un máximo de 100 UT.

Los ilícitos relativos a la emisión o la exigencia de comprobantes son: a) No emitir facturas u otros documentos exigidos, lo cual implica multa de una UT por cada documento dejado de emitir, hasta un máximo de 200 UT por cada período o ejercicio fiscal, pudiendo ser objeto de clausura el local, de uno hasta cinco días continuos; b) No entregar las facturas y otros documentos exigidos, o emitir facturas u otros documentos obligatorios con prescindencia de los requisitos previstos, o emitir los documentos obligatorios a través de máquinas fiscales u otros medios tecnológicos que no reúnan los requisitos respectivos, lo cual acarrea multa de una unidad tributaria por cada documento emitido, hasta un máximo de 150 UT por cada período; c) No exigir a los vendedores o prestadores de servicios los comprobantes de las operaciones realizadas, cuya multa es de una a cinco UT; d) Emitir o aceptar facturas cuyo monto no coincida con el correspondiente a la operación real, lo cual podrá ser sancionado con multa de cinco a 50 UT.

Como ilícitos formales relacionados con la obligación de llevar libros y registros están previstos: a) No llevar los libros y registros exigidos, cuya sanción es multa de 50 UT, incrementada en 50 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 250 UT; b) Llevar los libros y registros sin cumplir con las formalidades establecidas, o llevarlos con atraso superior a un mes, o no llevar en castellano o en moneda nacional los libros de contabilidad y otros registros contables, excepto para los contribuyentes autorizados, o no conservar durante el plazo establecido los libros y documentos, así como los sistemas o programas computadorizados de contabilidad y otros soportes, cuya multa es de 25 UT, incrementada en 25 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 100 UT. En caso de impuestos indirectos, la comisión de estos ilícitos puede originar además la clausura del establecimiento por un plazo de hasta tres días continuos.

Con relación a la obligación de presentar declaraciones y comunicaciones, están previstas las siguientes infracciones: a) No presentar las declaraciones que contengan la determinación de los tributos u otras comunicaciones, cuya sanción es de 10 UT, incrementada en 10 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 50 UT; b) Presentar las declaraciones en forma incompleta o fuera de plazo, o presentar más de una declaración sustitutiva, o con posterioridad al plazo establecido, o presentar las declaraciones en formularios o lugares no autorizados. En estos casos la multa es de cinco UT, incrementada en cinco UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 25 UT; c) No presentar o presentar con retardo la declaración informativa de las inversiones en jurisdicciones de baja imposición fiscal, cuya sanción es de mil a dos mil UT, y si se presentare con retardo será de 250 a 750 UT.

Los ilícitos formales relacionados con la obligación de permitir el control de la Administración Tributaria son: a) No exhibir los libros y documentos que la Administración solicite, o producir, circular o comercializar productos

gravados sin el signo de control visible, o no mantener en condiciones de operación los soportes computadorizados, o no exhibir, ocultar o destruir carteles, señales y demás medios utilizados, exigidos o distribuidos por la Administración, o no facilitar a la Administración Tributaria los equipos técnicos necesarios para la revisión de la documentación micrograbada que se realice en el local del contribuyente, o imprimir facturas y otros documentos sin la autorización otorgada por la Administración, o imprimir facturas y otros documentos en virtud de la autorización otorgada por la Administración Tributaria, incumpliendo con los deberes previstos, o fabricar, importar y prestar servicio de mantenimiento a las máquinas fiscales en virtud de la autorización otorgada por la Administración, incumpliendo con los deberes previstos en las normas respectivas.

En estos supuestos la multa prevista es de 10 UT, la cual se incrementará en 10 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 50 UT; b) Impedir el acceso a los locales donde deba desarrollarse la fiscalización, cuya multa es de 150 a 500 UT; c) La no utilización de la metodología establecida en materia de precios de transferencia, que se traduce en una multa de 200 a 500 UT.

Los ilícitos formales relacionados con la obligación de informar y comparecer ante la Administración Tributaria son: a) No proporcionar la información requerida por la Administración Tributaria sobre sus actividades o las de terceros con los que guarde relación dentro de los plazos establecidos, o no notificar a la Administración las compensaciones y cesiones realizadas, cuya multa es de 10 UT, incrementada en 10 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 200 UT, y b) Proporcionar a la Administración Tributaria información parcial, falsa o errónea, o no comparecer cuando ésta lo solicite, cuya multa es de 10 UT, incrementada en 10 UT por cada nueva infracción, hasta un máximo de 50 UT.

Se considera como desacato a las órdenes de la Administración

Tributaria: 1. La reapertura de un establecimiento, con violación de una clausura impuesta; 2. La destrucción o alteración de los sellos, precintos o cerraduras puestos por la Administración Tributaria; 3. La utilización, sustracción, ocultación o enajenación de bienes o documentos que queden retenidos en poder del presente infractor, en caso que se hayan adoptado medidas cautelares. Quien incurra en alguno de los ilícitos señalados podrá ser sancionado con multa de 200 a quinientas UT. El incumplimiento de cualquier otro deber formal sin sanción específica podrá ser penado con multa de 10 a 50 UT.

### **Gerencia Estratégica**

Las estrategias son pensamientos para la acción y al materializarse, o mejor dicho ejecutar la estrategia, se convierten en tácticas. En cuanto a las empresas, según Stoner y Freeman (1999), la gerencia estratégica enfoca a la organización como un todo, un conjunto de partes interrelacionadas, donde sus dirigentes consideran a la empresa como una unidad total y al hacerlo, la teoría de los sistemas dice que la actividad de cualquiera de sus partes afecta a todas las demás. Es gracias a las estrategias como una empresa identifica una ventaja distintiva o competitiva de la organización, es decir, algo que ésta hace particularmente bien y por tanto la distingue de sus competidores. Tal ventaja puede estar en sus productos, su recurso humano, en la organización, en el servicio al cliente, en la agilidad de sus procesos, en la capacidad de respuesta. Un nicho es la posición de la empresa en un segmento del mercado compatible con la misión corporativa.

En cuanto a la planificación estratégica, ésta proporciona el marco teórico para la actuación de los miembros de la organización, lo cual permite que los gerentes evalúen en forma similar las situaciones estratégicas,

analicen las alternativas con un lenguaje común y deciden sobre las acciones que deben emprender en período razonable de tiempo.

De acuerdo con lo expresado por el autor Serna (1998: 17), la gerencia estratégica es:

el proceso mediante el cual, quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, externa e interna, con el fin de evaluar la situación presente de la institución, así como su nivel de competitividad, con el propósito de anticipar y decidir sobre el rumbo a tomar por la misma hacia el futuro.

Es gracias a la gerencia estratégica como se obtiene y analiza información que proporciona la base para decisiones a futuro que ayuden al desarrollo de la empresa. Otro autor, Goodstein (1999), refiere que la gerencia estratégica es “el proceso por el cual los miembros guía de una organización, prevén su futuro y desarrollan sus procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo”.

Puede agregarse que ambas definiciones coinciden en dos elementos fundamentales: la necesidad de que exista una alta gerencia orientada a los cambios de la organización y que deben realizarse previendo el futuro, ya que esta permite anticiparse al mismo y prepararse en forma apropiada, igualmente implica la convicción de lo que se hace ahora puede influir sobre los aspectos del futuro y modificarlos.

El autor Serna (1997) explica que el proceso de gerencia estratégica consiste fundamentalmente en responder a las siguientes preguntas: ¿a dónde queremos ir?; ¿en dónde estamos hoy?; ¿a dónde debemos ir?; ¿a dónde podemos ir?; ¿a dónde iremos?; ¿cómo estamos llegando a nuestras metas?. Estas preguntas conllevan a entender que la planificación estratégica concibe a la organización como un sistema abierto; donde el

entorno es altamente cambiante con alto grado de incertidumbre; considerando que la organización debe adaptarse al entorno para triunfar en él; utilizando estrategias para disminuir o anular la incertidumbre.

En efecto, la gerencia estratégica genera fuerzas de cambio y el proceso de planificación estratégica permite producir diversas alternativas, desarrollando técnicas para definir cursos de acción, destrezas, habilidades en el uso de métodos y herramientas modernas, apoyadas en los conceptos más relevantes de los sistemas de información para la toma de decisiones.

Al respecto, David (1998) señala que uno de los propósitos de gerencia estratégica, es el de establecer una dirección acorde con los beneficios de la organización definiendo objetivos basados en las posibles mejoras que se puedan lograr dentro de la misma, tomando en cuenta los factores internos y externos que la rodean, los propósitos según el autor son el mejoramiento del desempeño en la organización; el permitir enfrentar los principales problemas de los organismos e introduce una nueva forma de gestionar las organizaciones.

Los autores Londoño y Mesa (2000), señalan que las etapas de la gerencia estratégica son tres:

a) Primera Etapa: Presupuesto y control financiero que se centra en la contabilidad financiera desde una perspectiva global (corporativa), los pronósticos a largo plazo, la orientación funcional y la ampliación del horizonte presupuestario.

b) Segunda Etapa: La planificación estratégica comercial, la cual se centra en segmentación de negocios (diferenciación de negocios en un mercado en el cual se pueden determinar objetivos y definir estrategias), el análisis de capacidad interna y oportunidades externas y el desarrollo de planes comerciales autónomos.

c) Tercera Etapa: Consiste en la gerencia estratégica corporativa y se centra en la unión de los planes comerciales con los objetivos corporativos,

la formulación del proceso de gerencia, el uso de análisis situacional y evaluación corporativa, la evaluación de opciones estratégicas alternativas, la integración de la planificación estratégica con otros sistemas comerciales, el establecimiento de fundamentos estratégicos como clave para el sistema de gestión, el proceso de planificación creativo y flexible, el establecimiento de un soporte dado por un clima y un sistema de valores.

Los mismos autores, Londoño y Mesa, (2000) vinculan los siguientes seis conceptos claves al proceso de gerencia estratégica:

1) **Objetivos:** expresa propósitos específicos enmarcados dentro de la misión, hacia las cuales se dirigen los esfuerzos de la organización: es decir, es el fin a que se dirige o encamina una acción u operación.

2) **Meta:** son logros que al alcanzarse acercan a los objetivos planteados, tiene como características que son cuantificables y que a pesar de lograrse, a diferencia de los objetivos, no se termina el evento. Corresponde a las cuantificaciones de las acciones que deben acometerse para lograr los objetivos.

3) **Políticas:** son criterios para la toma de decisiones. Definen orientaciones para la gestión de la gerencia dentro de determinadas directrices.

4) **Estrategias:** esquema con la determinación de los propósitos de largo, mediano y corto plazo de la empresa y de los medios y recursos que usará para alcanzar dichos propósitos. Formula los principios o máximos particulares por los cuales la empresa se regirá, acogidos, en esencia, sin que se haya conformado en la forma o en los detalles. No incluye metas sólo incluye medios para lograr los objetivos.

5) **Estructuras:** Diseño de la organización mediante la cual la empresa será administrada. La estructura tiene dos aspectos: líneas de autoridad y comunicación entre niveles administrativos; la información y flujo de datos a través de las líneas de comunicación y autoridad.

6) Proceso: dirección y frecuencia como fluyen los trabajos y la información, articulando los distintos roles y unidades de una organización completa.

Partiendo de lo expresado, Rincón,V.(2005) refiere que la gerencia estratégica produce los siguientes beneficios:

-Permite que una organización esté en capacidad de influir en su medio, en vez de reaccionar a él, ejerciendo de este modo algún control sobre su destino.

-Los conceptos de gerencia estratégica dan una base objetiva para la asignación de recursos y la reducción de conflictos internos que pudieren surgir cuando es solamente la subjetividad la base para decisiones importantes.

-Permiten a una organización aprovechar oportunidades claves en el medio ambiente, minimizar el impacto de las amenazas externas, utilizar las fortalezas internas y vencer las amenazas internas.

-Las organizaciones que llevan a cabo la gerencia estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no los usan.

-Evitan las disminuciones en ingresos y utilidades y aún las quiebras.

-Evitan el declive de una empresa, incluye una mayor conciencia de las amenazas ambientales, mayor comprensión de las estrategias de los competidores, mayor productividad del personal, menor resistencia al cambio y una visión más clara de las relaciones desempeño / recompensa.

-La gerencia estratégica incluye una mayor conciencia de las amenazas ambientales, mayor comprensión de las capacidades de una empresa en cuanto a prevención de problemas, debido a que ellas enfatizan la interacción entre los gerentes de la industria a todos los niveles.

-Llevan orden y disciplina a toda la empresa. Es el comienzo de un sistema de gerencia eficiente y efectivo

En definitiva, la falta de estrategias puede ocasionar que no se logren los objetivos en determinada empresa u organización dado que las mismas son lineamientos generales que permiten guiar la acción de la empresa y permiten desarrollar la creatividad en la solución de problemas.

En efecto, para las fiscalizaciones por cumplírsele a los contribuyentes, el COT en los Artículos 178 a 186, plantea como estrategias las siguientes:

- Toda fiscalización se iniciará con una providencia de la Administración Tributaria del domicilio del sujeto pasivo, en la que se indicará con toda precisión el contribuyente o responsable, tributos, períodos y, en su caso, los elementos constitutivos de la base imponible a fiscalizar, identificación de los funcionarios actuantes, así como cualquier otra información que permita individualizar las actuaciones fiscales.

- En toda fiscalización, se abrirá expediente en el que se incorporará la documentación que soporte la actuación de la Administración Tributaria. En dicho expediente se harán constar los hechos u omisiones que se hubieren apreciado, y los informes sobre cumplimientos o incumplimientos de normas tributarias o situación patrimonial del fiscalizado.

- La Administración Tributaria podrá practicar fiscalizaciones en sus propias oficinas y con su propia base de datos, a las declaraciones presentadas por los contribuyentes o responsables, mediante el cruce o comparación de los datos en ellas contenidos, con la información suministrada por proveedores o compradores, prestadores o receptores de servicios, y en general por cualquier tercero cuya actividad se relacione con la del contribuyente o responsable sujeto a fiscalización.

- Durante el desarrollo de las actividades fiscalizadoras los funcionarios autorizados, a fin de asegurar la contabilidad, correspondencia o bienes que no estén registrados en la contabilidad, podrán, indistintamente, sellar, precintar o colocar marcas en dichos documentos, bienes, archivos u oficinas

donde se encuentren, así como dejarlos en calidad de depósito, previo inventario levantado al efecto.

- En el caso que el contribuyente o responsable fiscalizado requiriese para el cumplimiento de sus actividades algún documento que se encuentre en los archivos u oficinas sellados o precintados por la Administración Tributaria, deberá otorgársele copia del mismo de lo cual se dejará constancia en el expediente.

- Finalizada la fiscalización se levantará un Acta de Reparación la cual contendrá, entre otros, los siguientes requisitos: lugar y fecha de emisión; identificación del contribuyente o responsable; indicación del tributo, períodos fiscales correspondientes y, en su caso, los elementos fiscalizados de la base imponible; hechos u omisiones constatados y métodos aplicados en la fiscalización; discriminación de los montos por concepto de tributos; elementos que presupongan la existencia de ilícitos sancionados con pena restrictiva de libertad, si los hubiere; firma autógrafa, firma electrónica u otro medio de autenticación del funcionario autorizado.

- Si la fiscalización estimase correcta la situación tributaria del contribuyente o responsable, respecto a los tributos, períodos, elementos de la base imponible fiscalizados o conceptos objeto de comprobación, se levantará Acta de Conformidad, la cual podrá extenderse en presencia del interesado o su representante, o enviarse por correo público o privado con acuse de recibo.

### **Bases Legales**

La Fundamentación legal en la que se sustenta la investigación está contenida en: **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)**, en su artículo 318 señala:

El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica del o la contribuyente, atendiendo al principio de progresividad, así como la protección de la economía nacional y la elevación del nivel de vida de la población, y se sustentará para ello en su sistema eficiente para la recaudación de los tributos.

Este artículo trae una serie de afirmaciones de tipo programático, una especie de idea hacia el cual debe mirar la política tributaria. La palabra progresividad se refiere a impuestos como el de la Renta; quiere decir que si el que gana poco paga un 6%, el que gana más pagará un 10%, 15%, 20% de sus ingresos, mayor porcentaje a mayor renta.

**Artículo 317:**

No podrá cobrarse impuesto, tasa, ni contribución alguna que no estén establecidos en la ley, no concederse exenciones y rebajas, ni otras formas de incentivos fiscales, sino en los casos previstos por las leyes. Ningún tributo puede tener efecto confiscatorio.

No podrán establecerse obligaciones tributarias pagaderas en servicios personales. La evasión fiscal, sin perjuicio de otras sanciones establecidas por la ley, podrá ser castigada penalmente.

En el caso de los funcionarios públicos o funcionarias públicas se establecerá el doble de la pena.

Toda ley tributaria fijará su lapso de entrada en vigencia. En ausencia del mismo se entenderá fijado en sesenta días continuos. Esta disposición no limita las facultades extraordinarias que acuerde el Ejecutivo Nacional en los casos previstos por esta Constitución.

La administración tributaria nacional gozará de autonomía técnica, funcional y financiera de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea Nacional y su máxima autoridad será designada por el Presidente o Presidenta de la República, de conformidad con las normas previstas en la ley.

En la Constitución (1999), se actualizan las competencias del Poder Nacional, incorporando materias nuevas tales como la determinación de los

tipos impositivos o alícuotas de los tributos estatales o municipales; la creación y organización de impuestos territoriales o sobre predios rurales, así como transacciones inmobiliarias, cuya recaudación y control corresponderán a los municipios; la administración del espectro electromagnético; el régimen general de los servicios públicos domiciliarios; el manejo de la política de fronteras; la legislación en materia de pueblos indígenas y territorios por ellos ocupados; así como la organización y funcionamiento de los órganos del Poder Público Nacional y demás órganos e instituciones del Estado.

Prosiguiendo el contexto, el **Código Orgánico Tributario (2001)**, Título I, disposiciones preliminares señala:

**Artículo 1:**

...Las normas de este Código se aplicarán en forma supletoria a los tributos de los estados, municipios y demás entes de la división política territorial. El poder tributario de los estados y municipios para la creación, modificación, supresión o recaudación de los tributos que la Constitución y las leyes le atribuyan, incluyendo el establecimiento de exenciones, exoneraciones, beneficios y demás incentivos fiscales, será ejercido por dichos entes dentro del marco de la competencia y autonomía que le son otorgadas, de conformidad con la Constitución y las leyes dictadas en su ejecución.....

Según el artículo, la normativa regida por esa ley, está dirigida a los tributos del territorio nacional, apoyando su autonomía en calidad de crear nuevos impuestos, sancionar dichas leyes o ordenanzas, aplicarla y administrar sus ingresos tal y como lo establecen las leyes. Dentro de este marco, también se incluye la posibilidad de modificar los artículos respectivos para actualizarlos según el surgimiento de nuevas leyes o de acuerdo a variables macroeconómicas.

**Artículo 2**, constituyen fuentes del derecho tributario

1. Las disposiciones constitucionales.

2. Los tratados, convenios o acuerdos internacionales celebrados por la República.
3. Las leyes y los actos con fuerza de ley.
4. Los contratos relativos a la estabilidad jurídica de regímenes de tributos nacionales, estatales y municipales.

De acuerdo con lo establecido en el artículo, las fuentes del derecho tributario están dadas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en los tratados que la nación realice con otros países e instituciones, por las leyes de índole estatal o municipal y por todos los contratos que permiten la estabilidad y control social, económico y financiero a los que no escapan las franquicias ubicadas en el territorio nacional.

**Artículo 80:** Constituye ilícito tributario toda acción u misión violatoria de las normas tributarias.

Los ilícitos tributarios se clasifican en:

- 1.- Ilícitos formales
- 2.- Ilícitos relativos a las especies fiscales y grabadas
- 3.- Ilícitos materiales e
- 4.- Ilícitos sancionados con pena restrictiva de libertad.

Ahora bien, una vez que se incurra en un ilícito, las sanciones aplicables se ubican en: prisión, multa, comiso y destrucción de los efectos materiales objeto del ilícito o utilizados para cometerlo, clausura temporal del establecimiento; inhabilitación para el ejercicio de oficios y profesionales y suspensión o revocación del registro y autorización de industrias y expendidos de especies gravadas y fiscales.

Igualmente, el Artículo 99 explica que los ilícitos formales se originan por el cumplimiento de los deberes siguientes: inscribirse en los registros exigidos por las normas tributarias respectivas; emitir o exigir comprobantes; llevar libros o registros contables o especiales; presentar declaraciones con sus respectivas comunicaciones; permitir el control de la Administración

Tributaria; informar y comparecer ante la Administración Tributaria; acatar las ordenes de la Administración Tributaria, dictadas en uso de sus facultades legales y cualquier otro deber contenido en este Código, en las leyes especiales, sus reglamentaciones o disposiciones generales de organismos competentes.

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## Definición de Términos

**Amenazas:** Ellas consiste en tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como hechos que son potencialmente dañinos para la posición competitiva presente o futura de una organización. David, F. (1998).

**Contribuyente:** son las personas tanto naturales como jurídicas respecto de los cuales se verifica el cumplimiento de las obligaciones tributarias (SENIAT, 2006).

**Deberes formales:** normas dirigidas a permitir el control adecuado a la Administración Tributaria sobre los contribuyentes. (SENIAT, 2006).

**Debilidades:** Se refiere a las actividades internas de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo que limitan o inhiben el éxito general de una organización. Una industria debe tratar de seguir estrategias que efectivamente mejoren las áreas con debilidades internas. David, F. (1998).

**Estrategas:** Son individuos claves responsables del éxito o fracaso de una empresa o industria. Ellos tienen diferentes títulos como: ejecutivos, jefes, presidentes, propietario, decano, empresarios. David, F. (1998).

**Estrategias:** Son los medios por los cuales se lograrán los objetivos. Incluyen expansión geográfica, diversificación, adquisición de competidores, obtención del control de proveedores, penetración en el mercado. David, F. (1998).

**Fiscalización:** procedimientos de la Administración Tributaria que se realizan con el fin de verificar el cumplimiento de los deberes formales y obligaciones tributarias. (SENIAT, 2006).

**Formulación de la misión:** Es la que identifica el alcance de las operaciones de una empresa de otras parecidas, en los aspectos del producto y del mercado. Incorpora la filosofía de los estrategas de una

organización. Revela el concepto de una organización, su principal producto o servicio y las necesidades principales del cliente que la firma se propone satisfacer. David, F. (1998).

**Fortalezas:** Son actividades internas de una organización que se lleva a cabo especialmente bien. Las funciones de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, investigación y desarrollo de un negocio deben auditarse o examinarse con el objeto de identificar y evaluar fortalezas internas en especial importancia. David, F. (1998).

**Impuestos:** es un recurso percibido por el Estado, en forma coactiva, de las personas o entes que obtienen beneficios generales particulares dentro del ámbito del Estado al cual están sometidos por razones políticas, económicas o sociales, sin percibir una contraprestación inmediata, tratándose de un ingreso nacional destinado a satisfacer las necesidades públicas y gastos públicos (SENIAT, 2006).

**Metas:** Son puntos de referencia o aspiraciones que las organizaciones deben lograra, con el objeto de alcanzar en el futuro objetivo a un plazo mas largo. Deben ser medibles, cuantitativos, realistas, estimulantes, coherentes y prioritarias. David, F. (1998).

**Obligación tributaria:** es el vínculo jurídico que surge entre el Estado en las distintas expresiones del poder público y los Contribuyentes o Responsables en el momento que ocurre el hecho imponible (SENIAT, 2006).

**Objetivos:** Resultados a largo plazo que una organización aspira a lograr a través de su misión básica. Los objetivos deben ser: medibles, razonables, claros, coherentes y estimulantes. David, F. (1998).

**Oportunidades:** Son tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así a hechos que podrían de forma significativa beneficiar a una organización en el futuro. David, F. (1998).

**Políticas:** Forma por medio de la cual las metas fijadas van a lograrse, o las pautas establecidas para respaldar esfuerzos con el objeto de lograr las

metas ya definidas. Son guías para la toma de decisiones y se establecen para situaciones repetitivas o recurrentes en la vida de una estrategia. David, F. (1998).

**SENIAT:** Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, es una institución sin personalidad jurídica, con autonomía funcional, técnica y financiera, adscrita al Ministerio de Finanzas; que constituye un órgano de ejecución de la administración tributaria nacional, al cual le corresponde la aplicación de la legislación aduanera y tributaria nacional. (SENIAT, 2006).

**Sistema Tributario:** conjunto de leyes, normas, reglas que regulan el cálculo, declaración, liquidación y pago de los impuestos, tasas y contribuciones nacionales. (SENIAT, 2006).

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## CUADRO OPERATIVO DE VARIABLES

Objetivo General: Analizar el cumplimiento de las franquicias del sector alimentos en relación con las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera.						
Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems del Cuestionario	Ítems Entrevista	
-Identificar el cumplimiento de los deberes formales, en las franquicias del sector alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza de Valera.	Cumplimiento de las exigencias del SENIAT	Deberes formales	-Registros exigidos	1	1	
			-Comprobantes	2, 3		
			-Libros y registros	4		
				-Declaraciones y comunicaciones	5,6,7	5
				-Control de la admón. Tributaria	8	
				-Informar y comparecer ante la Admón.	9	
				-Acatar las órdenes del SENIAT	10	
-Identificar las estrategias aplicadas por el SENIAT en el proceso de fiscalización de las franquicias del sector alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza.				Campañas masivas	11	
			Estrategias de Fiscalización	Visitas	12	2
				Secuencia de las visitas	13	4
Determinar la responsabilidad tributaria de las franquicias para cumplir voluntariamente con su obligación.			Responsabilidad tributaria	Deberes formales	14	3
				Declaración y cancelación	15	

Fuente: Jérez, J. (2006).

### **CAPITULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo se explica la metodología empleada en esta investigación, se destacan una serie de elementos importantes en el desarrollo de la misma y la manera como se dio respuesta a la interrogante planteada para alcanzar los objetivos del estudio.

#### **Tipo de Investigación**

Todo estudio responde a un tipo determinado de acuerdo a sus características, al respecto Chávez (2001:146) expresa que el tipo de investigación “se refiere al enfoque metodológico aplicado”. En este sentido la presente investigación se ubicó dentro de un tipo de estudio descriptivo, el cual según Sánchez (1980:25) “consiste en la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual” lo que representa la base para alcanzar los objetivos propuestos, ya que la finalidad fue observar y describir los elementos que intervienen, así como su efecto y analizar la situación.

Además Méndez (2001: 133) define la investigación descriptiva como aquella que “identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables”.

De acuerdo a estos planteamientos se sustenta el carácter descriptivo que tiene esta investigación, debido a que se describen las acciones aplicadas por las franquicias del sector alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera, para evitar sanciones por parte del SENIAT, donde se asociaron variables para obtener los resultados de la investigación los cuales se analizaran para sacar las conclusiones del estudio.

## **Diseño de la Investigación**

El diseño de una investigación, según Chávez (2001) se refiere a la estrategia que se adopta en la investigación para dar respuesta al problema planteado, es decir lo que se ha de cumplir para llevarla a cabo y alcanzar los objetivos. En este aspecto la presente investigación se insertó dentro de un diseño de campo no experimental. Es de campo dada la definición presentada por Balestrini (1997:44) “este diseño permite no solo observar sino recolectar los datos directamente de la realidad objeto de estudio, en su ambiente cotidiano para posteriormente analizar e interpretar los resultados de las indagaciones”.

Para Sánchez (1980: 94) la investigación de campo es la “realizada fuera del laboratorio, en la propia realidad donde se suceden los fenómenos a estudiar y tiene como característica fundamental poner al investigador en contacto con el objeto o sujeto investigado”, es por esta razón que la presente investigación es de campo porque la información necesaria para su desarrollo y el logro de sus objetivos se obtuvo directamente de la fuente, que en este caso corresponde a las franquicias de alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera del Estado Trujillo.

## **Población y Muestra**

Desde la perspectiva metodológica se define a la población como el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones establecidas. Así mismo Chávez (2001:162) señala que la población “es el universo de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados” lo que quiere decir que son todos aquellos sujetos con un conjunto de características establecidas sobre los cuales se desarrolla la investigación.

En este orden de ideas, la población está conformada por las Franquicias de Alimentos ubicadas en el centro Comercial Plaza del Municipio Valera, hay que destacar que no existe una organización que agrupe a éste tipo de empresas por lo que se tomó una base de datos que suministró la observación en el Centro Comercial Plaza de este Municipio:

- Una (1) franquicia de Wendys.
- Una (1) franquicia de Pronto Pizza.
- Una (1) franquicia de McDonalds.
- Una (1) franquicia de Churromania.
- Una (1) franquicia de Supertequeños.
- Una (1) franquicia de Deli Plumore Express.
- Una (1) franquicia de Chip a Cookie.

En tal sentido, la población está conformada por las siete (7) franquicias de alimentos ubicadas en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera.

La muestra según Hernández y otros (1998:207) “es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se llama población”, lo que da a entender que la muestra es cualquier parte representativa de la población definida.

En ésta investigación no fue necesario extraer una muestra representativa ya que la población objeto de estudio es pequeña; en tal sentido, no se aplicó procedimiento muestral y las siete (7) franquicias de alimentos pasan a constituir la muestra.

### **Técnicas e Instrumento de recolección de datos**

Para la recolección de los datos se hizo necesario recurrir a distintas formas o maneras de obtener la información; para ello, se utilizaron técnicas e instrumentos. La técnica de recolección según Morles (1999:40) “se refieren

a los medios que hacen manejables los métodos”. En este sentido, la técnica utilizada en esta investigación fue la encuesta, la cual tal como la define Sierra (1998:39) “consiste en la interrogación de los miembros de la población sobre datos de interés para el investigador”. Mediante la encuesta los datos son obtenidos de los sujetos de la investigación, lo cual permitió establecer una relación directa con los mismos lo que facilitó la comprensión de la información.

En cuanto a los instrumentos son definidos por Chávez (2001: 173) como “los métodos utilizados por el investigador para medir el comportamiento o atributos de las variables”. A efectos del presente estudio el instrumento utilizado fue el cuestionario que según Hernández y otros (1998:276) “consiste en un conjunto de preguntas con respecto a una o más variables a medir”; es decir, es un documento conformado por una serie de ítem con los que se obtiene la información sobre las variables de estudio.

El instrumento que se aplicó en ésta investigación estuvo conformado por los aspectos básicos como lo son: la página de presentación e identificación, las instrucciones, el cuerpo y la nota de agradecimiento por la colaboración. El cuerpo del instrumento estuvo constituido por quince (15) preguntas estructuradas lógicamente y claramente redactadas, con respuestas cerradas de opciones múltiples, por medio de las cuales se recopiló por parte de los representantes de las franquicias, la información pertinente al cumplimiento de los deberes formales exigidos por el SENIAT. De igual manera se aplicó una entrevista de cinco preguntas a dos funcionarios del SENIAT, que ejercen funciones de fiscalización en la Oficina de Tributos Internos Valera.

### **Validez**

Según Hernández y otros (1998:236) la validez se refiere “al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”; es decir,

que se debe comprobar si el instrumento de recolección de datos sirve a la finalidad para la cual está destinado. Es por ello que para determinar la validez del instrumento, se consultó el juicio de tres (3) profesores, magíster: Mirian Gil, Elizabet Rojas y María Eugenia Briceño, expertas en metodología quienes revisaron el cuestionario y emitió su criterio en cuanto a la validez del contenido, a través de la claridad, redacción y congruencia de la variable-dimensión-ítem.

De esta manera se validaron los instrumentos (cuestionario y guía de entrevista) constatando mediante la firma de las Constancias de Validación que los mismos darán cumplimiento a los objetivos establecidos en la investigación.

### **Confiabilidad**

En cuanto a la confiabilidad se refiere a la consistencia y precisión de las mediciones del instrumento, al respecto Hernández y otros (1998: 235) expresa que “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados”.

De acuerdo a Chávez (1994:36) la confiabilidad es el grado de congruencia con que se realiza la medición de una variable. Esta medición, puede llegar a lograr un alto coeficiente de validez, pero un bajo coeficiente de confiabilidad. En esta investigación, para determinar la confiabilidad del instrumento se seleccionó el método del Coeficiente de Cronbach, el cual se aplicó a los resultados del cuestionario respondido por los representantes de las franquicias. La fórmula del Coeficiente de Cronbach puede apreciarse como sigue:

$$rtt = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2}{S t} \right)$$

$$rtt = \frac{15}{14} \left( 1 - \frac{7}{14} \right) = 1,07 * (1-0,5) = 1,07 * 0,5 = 0,53$$

Confiabilidad = 0,53

### Técnicas y Análisis de Datos

www.bdigital.ula.ve

Según Sierra (1998) la finalidad del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcione respuestas a interrogantes de la investigación.

Una vez aplicados los instrumentos, se procesó cada uno de los ítems o preguntas mediante la aplicación de técnicas de estadística descriptiva con frecuencias y porcentajes.

De esta manera se obtuvieron los resultados de cada una de las interrogantes y por ende de la investigación, presentándose mediante gráficos para una clara comprensión de los mismos, y finalmente se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo; este último se interpretó tomando en consideración los fundamentos teóricos de la investigación; todo con el propósito de presentar las conclusiones y recomendaciones del estudio.

## CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados del cuestionario aplicado a los representantes de las franquicias de alimentos y bebidas en el CCP de Valera, junto a los resultados de la entrevista con funcionarios del SENIAT.

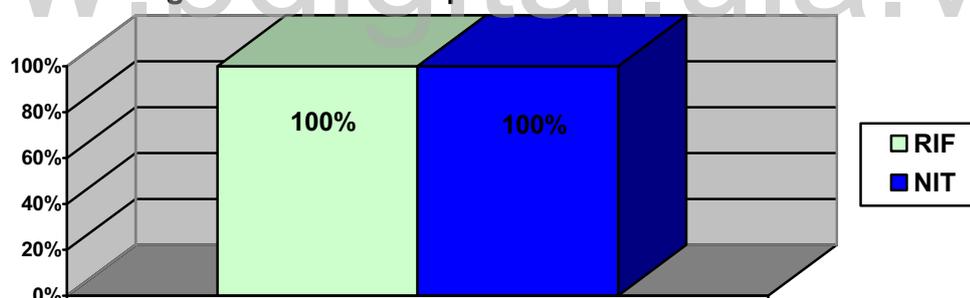
### 1) ¿Cuál de los siguientes registros posee la franquicia que usted representa?

**Tabla N° 1. Registros de las franquicias.**

Tipos de registro	Realizado en Valera		Realizado en ciudades diferentes a Valera (Especifique)	
	Fr	%	Fr	%
R.I.F.	7	100%	-	-
N.I.T.	7	100%	-	-

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 1. Registros de las franquicias.**



Fuente: Tabla N° 1.

**Análisis:** Los resultados apuntan en el 100% de respuestas que cada una de las franquicias de alimentos, con sede en el Centro Comercial Plaza de Valera, poseen sus respectivo Registro de Información Fiscal (RIF) y el Número de Identificación Tributaria (NIT) los cuales forman parte de los deberes formales de todo comerciante o persona jurídica. De hecho, lo importante no solamente es poseerlos, sino también registrarlos en los documentos como lo son las facturas, avisos publicitarios, carteles, entre otros.

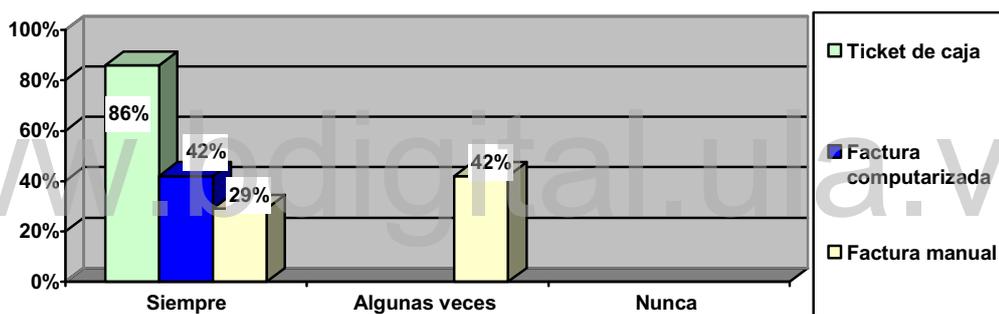
2) ¿En las ventas realizadas, qué tipo de instrumentos emite a sus clientes?.

Tabla N° 2. Documentos emitidos a los clientes.

Documento emitido	Siempre		Algunas veces		Nunca		Total	
	Fr	%	Fr	Fr	%	Fr	Fr	%
Ticket de caja	6	86%	-	-	-	-	6	86%
Factura computarizada	3	42%	-	-	-	-	3	42%
Factura manual	2	29%	3	42%	-	-	5	100%

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

Gráfico N° 2. Documentos emitidos a los clientes.



Fuente: Tabla N° 2.

**Análisis:** Las ventas son los medios por los cuales ingresan las finanzas a las franquicias para sufragar los gastos operativos, reinvertir y repartir a los accionistas; no obstante, es conveniente que esas ventas se registren a través de facturas o tickets, de allí que un 86% de los encuestados, respondieron siempre entregar tickets de caja, el 42% siempre entrega facturas computarizadas y un 29% siempre emite facturas manuales. Por otra parte, el 42% respondieron algunas veces entregar facturas manuales.

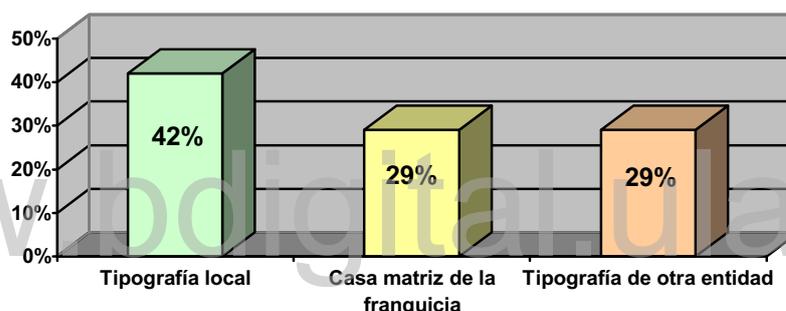
3) El tipo de facturación o ticket que emite en las ventas, provienen de:

**Tabla N° 3. Origen de los documentos emitidos a los clientes.**

Procedencia	Fr	%
Tipografía local	3	42%
Casa matriz de la franquicia	2	29%
Tipografía de otra entidad	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 3. Origen de los documentos emitidos a los clientes.**



Fuente: Tabla N° 3.

**Análisis:** Sobre el origen de las facturas y tickets emitidas por concepto de cada venta en las franquicias encuestadas, casi la mitad (42%) señaló que provienen de tipografías locales, es decir, tiendas de impresión ubicadas en la ciudad de Valera, mientras el 29% proviene de la casa matriz de la franquicia y el restante 29% proviene de tipografías de otra entidad. Estos resultados permiten inferir que menos de la mitad del grupo encuestado, apoyan a la economía local comprándole los talonarios o rollos especiales para la facturación y tickets.

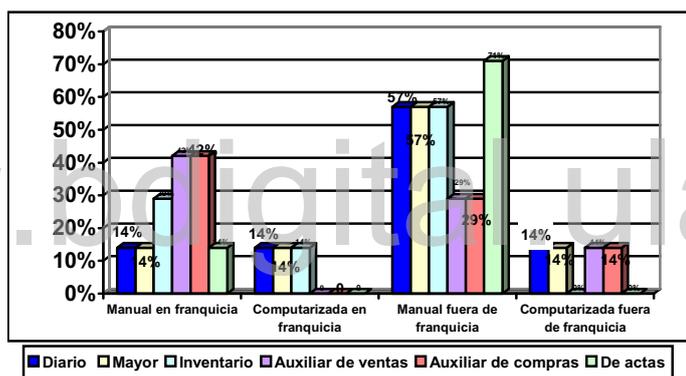
#### 4) ¿Cuál de los siguientes libros se llevan en la franquicia?

**Tabla N° 4. Libros que se llevan en la franquicia.**

Libro	De forma manual En la misma franquicia		De forma computarizada En la misma franquicia		De forma manual Fuera de la franquicia		De forma computarizada Fuera de la franquicia	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
Diario	1	14%	1	14%	4	57%	1	14%
Mayor	1	14%	1	14%	4	57%	1	14%
Inventario	2	29%	1	14%	4	57%	0	0
Auxiliar de ventas	3	42%	0	0	2	29%	1	14%
Auxiliar de compras	3	42%	0	0	2	29%	1	14%
De actas	1	14%	0	0	5	71%	0	0

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 4. Libros que se llevan en la franquicia.**



Fuente: Tabla N° 4.

**Análisis:** Se observa en los resultados altos porcentajes en la categoría “de forma manual fuera de la franquicia”, es decir, el 57% del grupo de franquicias encuestadas llevan los libros de diario, mayor e inventario, manualmente en sitios ajenos a la franquicia, mientras otro porcentaje considerable de 42% lleva el libro auxiliar de ventas y de compras de forma manual en la misma franquicia y otro 29% los lleva (ventas y compras) de forma manual fuera de la franquicia. Son pocos los que llevan los libros de diario, mayor e inventario dentro de la misma franquicia. De igual manera, la mayoría del grupo encuestado, poco utilizan los adelantos tecnológicos para llevar libros de contabilidad, dado que los mayores porcentajes se ubican en las categorías “de forma manual”.

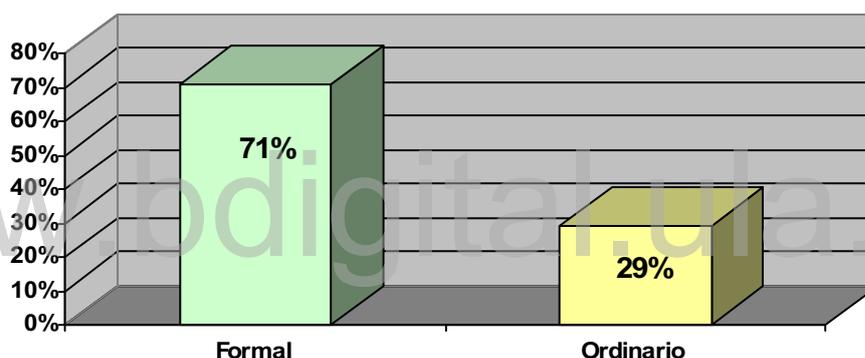
5) ¿A qué tipo de contribuyente pertenece la franquicia que usted representa?

Tabla N° 5. Tipo de contribuyente al que pertenecen las franquicias.

Procedencia	Fr	%
Formal	5	71%
Ordinario	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

Gráfico N° 5. Tipo de contribuyente al que pertenecen las franquicias.



Fuente: Tabla N° 5.

**Análisis:** Casi las tres cuartas partes del grupo encuestado (71%) son contribuyentes formales, es decir, durante el año fiscal no superan las 3.000 Unidades Tributarias (UT), las cuales a octubre de 2006 tienen un valor de Bs. 33.600,00 c/u. Por otra parte, el restante 29% son contribuyentes ordinarios caracterizados por tener ingresos anuales superiores a 3.000 UT.

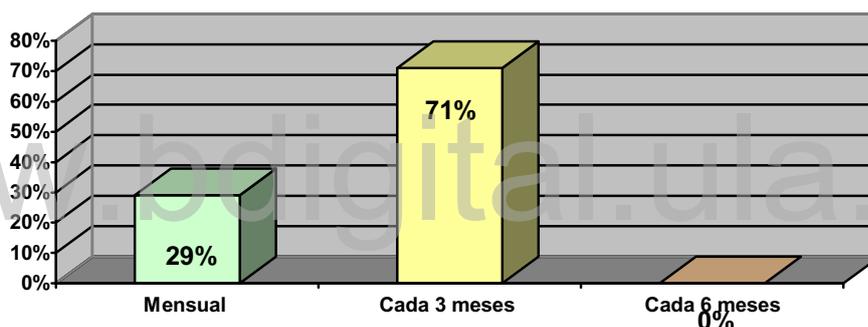
6) ¿En qué período le corresponde presentar las declaraciones del IVA?

**Tabla N° 6. Período para presentar declaraciones del IVA.**

Procedencia	Fr	%
Mensual	2	29%
Cada 3 meses	5	71%
Cada 6 meses	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 6. Período para presentar declaraciones del IVA.**



Fuente: Tabla N° 6.

**Análisis:** Se observa en los resultados, que al 71% de los representantes de Franquicias, le corresponde declarar por concepto de IVA, cada tres meses el SENIAT y esto se debe a que son contribuyentes formales, mientras que el restante 29%, por el hecho de ser contribuyentes ordinarios que superan las 3.000 UT de ingresos al año, les corresponde declarar mensualmente al fisco por concepto de IVA. A tales efectos, lo importante para conocer con exactitud los ingresos anuales, son las facturas o tickets legales, tal como lo exige el Código Orgánico Tributario.

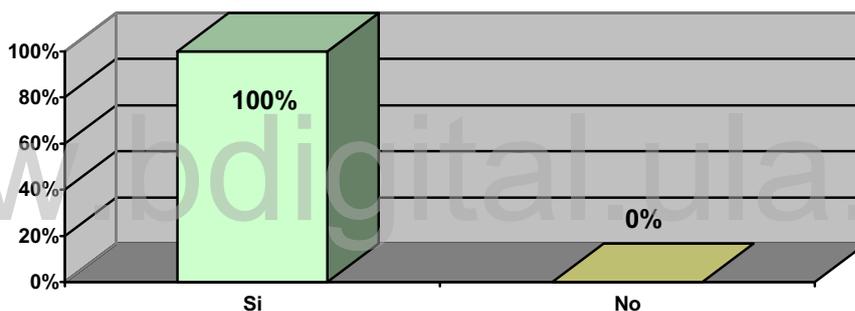
7) ¿Presenta anualmente las declaraciones del ISLR?

Tabla N° 7. Presentaciones anuales de declaraciones de ISLR.

Presentación de ISLR	Fr	%
Si	7	100%
No	-	-
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

Tabla N° 7. Presentaciones anuales de declaraciones de ISLR.



Fuente: Tabla N° 7.

**Análisis:** Todos los encuestados (100%) respondieron que anualmente presentan sus declaraciones al SENIAT por concepto de ISLR, siendo para ello necesario la Forma-26 por tratarse de personas jurídicas la cual tiene una fecha tope anual hasta el 31 de marzo y pueden ser sustitutivas en caso de que los resultados no sean exactos.

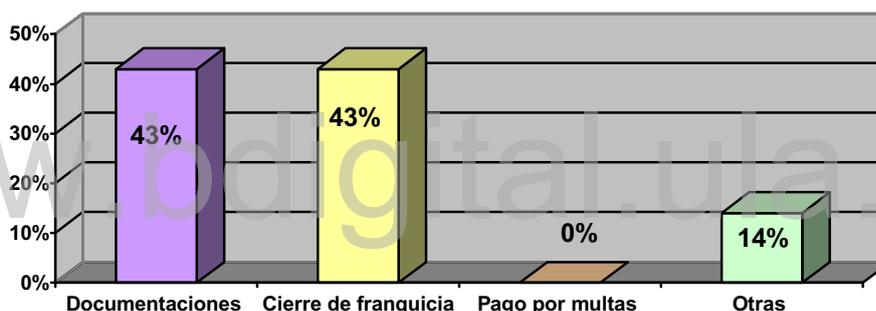
8) ¿En cuál de los siguientes casos interviene el control de la administración tributaria?

**Tabla N° 8. Intervenciones de la administración tributaria.**

Intervenciones	Fr	%
Documentaciones	3	43%
Cierre de la franquicia	3	43%
Pago por multas	0	0
Otras	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 8. Intervenciones de la administración tributaria.**



Fuente: Tabla N° 8.

**Análisis:** La administración tributaria como ente supervisor del cumplimiento de los deberes formales, tiene el poder de sancionar el incumplimiento de los mismos, y en todo caso, para el 43% del grupo encuestado, el SENIAT interviene en el control de la documentación y del cierre de la franquicia; el restante 14% expresó que el ente fiscalizador interviene en otros casos como pueden ser los carteles exigidos, impresiones sin el debido permiso e impedimentos al acceso de los supervisores. No obstante, se observa un desconocimiento sobre las actuaciones del ente fiscalizador, dado que los porcentajes en cada respuesta son bajos.

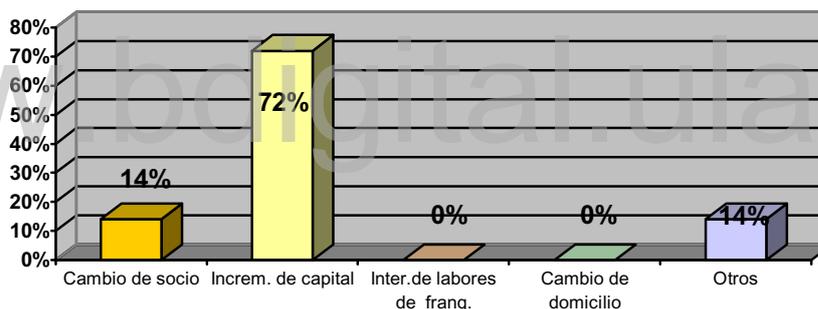
9) ¿En cuál de los siguientes casos comparece e informa como franquicia a la administración tributaria?

**Tabla N° 9. Informaciones a la administración tributaria.**

Casos	Fr	%
Cambio de socio	1	14%
Incremento de capital	5	72%
Interrupción de las labores de la franquicia	0	0%
Cambio de domicilio	0	0%
Otros	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 9. Informaciones a la administración tributaria.**



Fuente: Tabla N° 9.

**Análisis:** Los resultados apuntan en la mayoría de los casos (72%) que los representantes de franquicias comparecen ante la administración tributaria motivados al incrementos de capital en sus registros, mientras el 14% acude al SENIAT a causa de cambiar de socios y el restante 14% por otros casos, entre los cuales pueden citarse modificaciones en el acta y cambio del nombre del establecimiento. Es importante dejar claro que el hecho de cambiar de domicilio o interrumpir las labores del negocio, son motivos que ameritan la información pertinente al SENIAT.

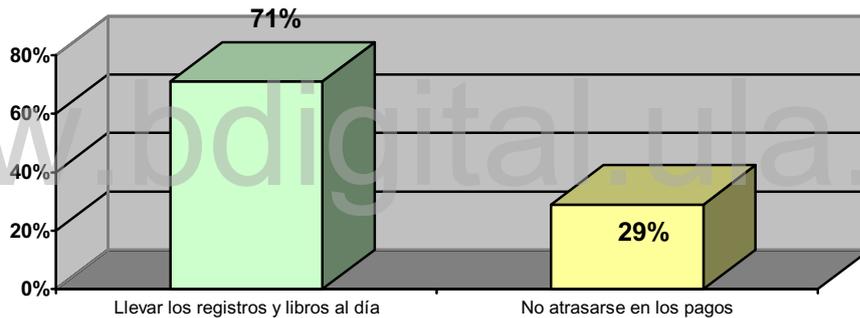
10) ¿En cuál de los siguientes casos está dispuesto a acatar las órdenes del SENIAT?

**Tabla N° 10. Acatamiento de las órdenes del SENIAT.**

Casos	Fr	%
Llevar los registros y libros al día	5	71%
No atrasarse en los pagos	2	29%
Cumplir con la parte que le corresponde como contribuyente	0	0
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 10. Acatamiento de las órdenes del SENIAT.**



Fuente: Tabla N° 10.

**Análisis:** Acatar órdenes del SENIAT tiene relación con la obediencia para aceptar la normativa nacional emanada para el control fiscal e ingresos al tesoro nacional; en efecto, el mayor porcentaje del grupo encuestado (71%) cumple las órdenes del ente fiscalizador en cuanto a los libros y registros exigidos (diario, mayor, inventario), mientras el restante 29% se somete al hecho de no atrasarse en los pagos. No obstante, ninguno de los encuestados señaló la categoría de cumplir como contribuyente, la cual engloba llevar las facturas correctamente, registrar los ingresos exactos, presentar las declaraciones y cancelar a tiempo los impuestos.

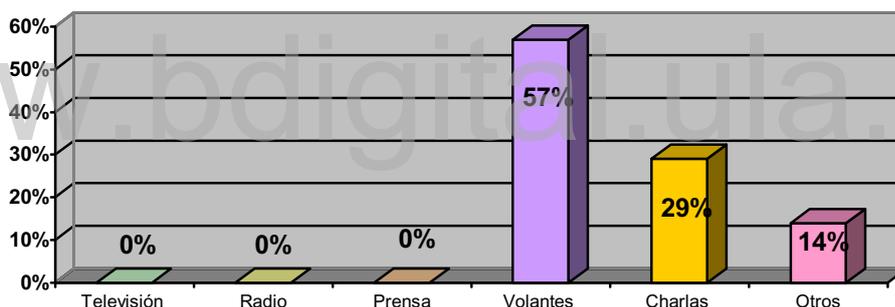
11) ¿Qué medios ha utilizado el SENIAT para informar a las franquicias del Centro Comercial Plaza sobre sus campañas de fiscalización?

**Tabla N° 11. Medios para informar campañas de fiscalización.**

Medios	Fr	%
Televisión	0	0
Radio	0	0
Prensa	0	0
Volantes	4	57%
Charlas	2	29%
Otros	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 11. Medios para informar campañas de fiscalización.**



Fuente: Tabla N° 11.

**Análisis:** Más de la mitad del grupo encuestado (57%) atribuye como medios informativos de las campañas de fiscalización del SENIAT, a los volantes, es decir, papeles rotulados con la información sobre las fechas de supervisión y documentos por exigirse; aunado a ello, el 29% argumenta que los medios informativos son las charlas y el restante 14% señaló la categoría “otros” entre las que se ubican las visitas.

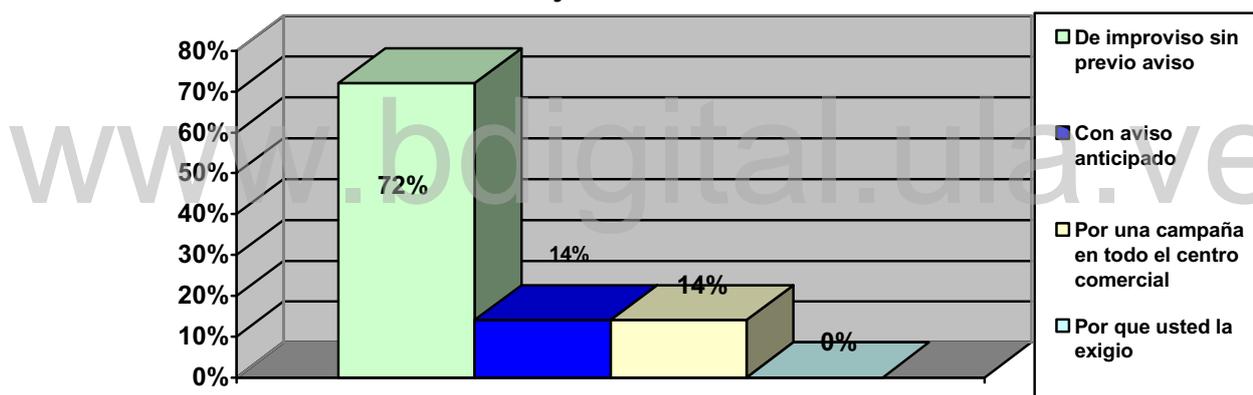
12) En caso de haber sido objeto de alguna fiscalización, por cual de las siguientes maneras se ha realizado:

**Tabla N° 12. Maneras de ejecución de la fiscalización.**

Maneras	Fr	%
De improviso sin previo aviso	5	72%
Con aviso anticipado	1	14%
Por una campaña en todo el Centro Comercial	1	14%
Por que usted la exigió	0	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 12. Maneras de ejecución de la fiscalización.**



Fuente: Tabla N° 12.

**Análisis:** Según las respuestas del 72% del grupo encuestado, las fiscalizaciones recibidas se han hecho de imprevisto, sin aviso, lo que permite inferir que los funcionarios llegan hasta el establecimiento sin antes dar recomendaciones para evitar sanciones; por otro lado, un 14% expresó que las fiscalizaciones las han hecho con aviso anticipado mientras el restante 14% respondió que las han hecho mediante una campaña en todo el Centro Comercial Plaza, lo que permite inferir que el SENIAT toma un tiempo específico para supervisar el cumplimiento fiscal en este centro de trabajo.

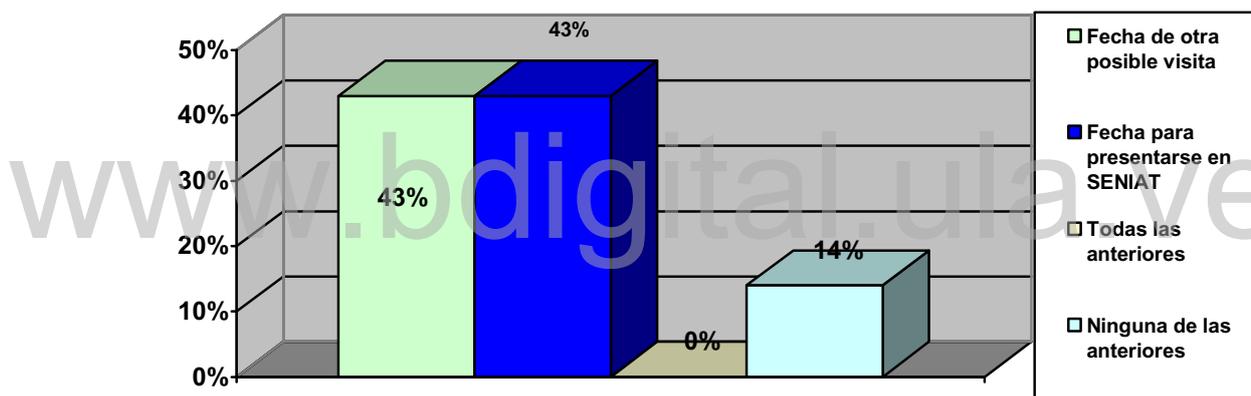
13) En caso de haber sido objeto de alguna fiscalización, en las mismas se le informa:

**Tabla N° 13. Informaciones recibidas en fiscalizaciones.**

Maneras	Fr	%
Fecha de otra posible visita	3	43%
Fecha en que debe presentarse ante la Oficina SENIAT	3	43%
Todas las anteriores	0	0
Ninguna de las anteriores	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 13. Informaciones recibidas en fiscalizaciones.**



Fuente: Tabla N° 13.

**Análisis:** El 43% del grupo encuestado señaló que los funcionarios de SENIAT en las supervisiones efectuadas les dieron fecha de otra posible visita, lo que permite entender que este ente administrador informa de las posibles visitas; por otra parte, otro 43% contestaron que los funcionarios les informan sobre las fechas para presentarse en las Oficinas del SENIAT, claro, siempre y cuando sea necesario comparecer o que la fiscalización no se haga en el establecimiento y sea necesario que el comerciante se dirija ante las oficinas. Es posible que el 14% restante, no hayan sido fiscalizados.

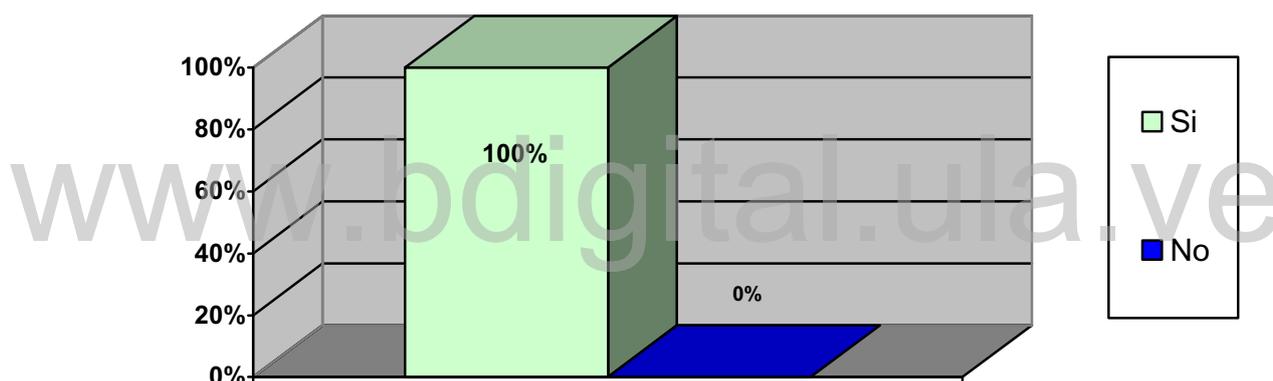
14) ¿Cree que el cumplimiento de los deberes formales le ayuda a la franquicia a tener una mejor imagen en el público?.

**Tabla N° 14. Imagen derivada del cumplimiento de los deberes formales.**

Mejor imagen	Fr	%
Si	7	100%
No	-	-
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

**Gráfico N° 14. Imagen derivada del cumplimiento de los deberes formales.**



Fuente: Tabla N° 14.

**Análisis:** Todos los encuestados (100%) contestaron que el cumplimiento de los deberes formales establecidos en el Código Orgánico, les otorga buena imagen para atraer a la clientela, sobre todo a quienes exigen factura para registrarla contablemente. Por consiguiente, el hecho de cumplir con las exigencias fiscales, es motivo para que representantes gubernamentales hagan sus respectivas copras en un negocio en particular.

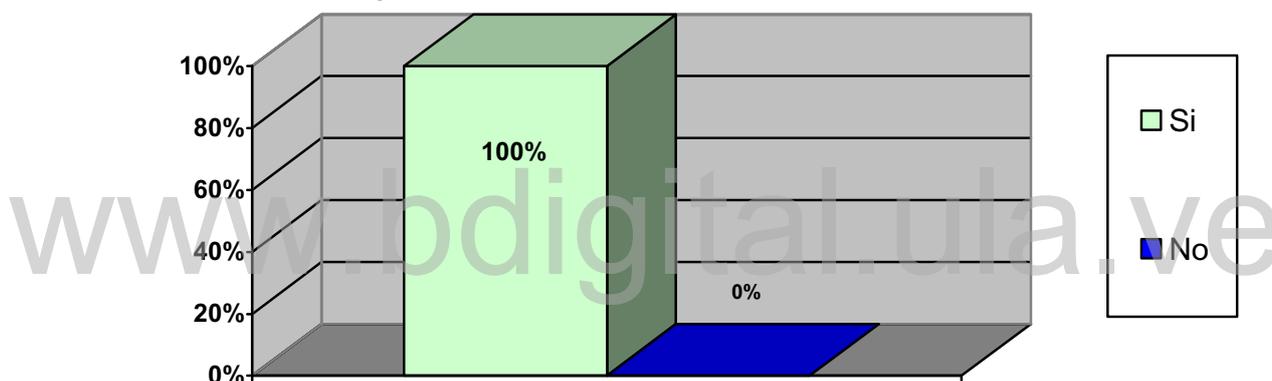
15) Las declaraciones del SENIAT las realiza:

Tabla N° 15. Ejecución de las declaraciones del SENIAT.

Declaraciones	Fr	%
Exactamente en el plazo fijado por la ley	7	100%
Después del plazo fijado	-	-
No realiza declaraciones	-	-
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Representantes de Franquicias de Alimentos en C.C.P. Valera. (Jerez, 2006)

Gráfico N° 15. Ejecución de las declaraciones del SENIAT.



Fuente: Tabla N° 15.

**Análisis:** Culminando con el análisis, el 100% del grupo encuestado, realizan sus declaraciones al fisco nacional, exactamente en los plazos previstos por la Ley, es decir, tratan en lo posible de cumplir las exigencias del pago para así evitar sanciones o multas en Unidades Tributarias cuyo costos actual es de Bs. 33.600,00.

## **Resultados de la Entrevista.**

El día jueves 17 de agosto a las 3:30pm, la investigadora (Br. Jerez) previa cita, acudió a las oficinas del SENIAT en el sector Las Acacias de Valera, frente al Centro Comercial Arichuna con la finalidad de desarrollar una entrevista a dos funcionarios de la Oficina Tributaria.

La Br. Jerez, una vez que se le presentó a la recepcionista, fue dirigida por la misma hasta la oficina del Lcdo. S. Mogollón quien se mostró receptivo y solicitó la intervención de la Lcda.. Fanny para dar respuesta a las preguntas de la investigadora.

Así, cuando la investigadora pregunto: ***¿Considera que el SENIAT – Valera maneja un competente sistema de supervisión de los deberes formales?***; las respuestas fueron:

**-Mogollón:** Claro que sí, tenemos un sistema organizado de recursos humanos, fiscales que tienen su agenda de trabajo, validada por San Cristóbal, para supervisar en los contribuyentes, sobre todo en las personas jurídicas, el cumplimiento de los deberes formales, aunque sean los más elementales como RIF, NIT, avisos.

**-Fanny:** Sí, porque al personal se le han dado talleres de capacitación para que sepan desempeñar con efectividad la labor supervisora.

**2) *¿Cree usted que las estrategias de fiscalización aplicadas por el SENIAT, son eficientes?***

**-Mogollón:** Claro que si son eficientes porque a nosotros nos exigen metas de recaudación y a veces las superamos gracias a las estrategias de fiscalización, enmarcadas dentro del Plan “Evasión Cero”.

**-Fanny:** Sí son eficientes y cumplen con las exigencias del Código Orgánico Tributario; además, gracias a la eficiencia de las estrategias aplicadas, algunas personas han cambiado su manera de pensar acerca de la declaración y pago de los impuestos. De hecho, el pago de impuestos en algunos contribuyentes, ya pasó a ser costumbre, porque se han adaptado.

**3) ¿Considera que los contribuyentes se sienten orientados para cumplir voluntariamente los deberes formales establecidos por la Ley?**

**-Mogollón:** No en su totalidad porque recordemos que para nadie es un secreto que en Venezuela no se exigía ni se sancionaba como en la actualidad se hace, la evasión fiscal; y gracias al “Plan Evasión Cero”, a las propagandas, las visitas, los volantes, las campañas de divulgación, es como se ha ido sembrando en la mente de los comerciantes la responsabilidad hacia el fisco junto al cumplimiento de los deberes formales.

**-Fanny:** No, para mí todos no sienten esa orientación voluntaria de pagar los impuestos, ya que a algunos les parece caro, otros no pueden pagar contadores, algunos no saben nada de contabilidad, como también existen los que pueden, conocen la ley, pero no sienten es obligación.

**4) ¿Cuenta el SENIAT con personal calificado para efectuar visitas y operativos fiscales?**

**-Mogollón:** Sí, esta oficina Tributaria posee personal de alto nivel, pero no es el suficiente para la cantidad de contribuyentes existentes. Aunque se planifiquen agendas y se dividan las áreas geográficas, los fiscales no abarcan tantos centros comerciales, franquicias, distribuidoras, en fin, tantos negocios ubicados en Valera, Carvajal, La puerta, Sabana de Mendoza y todos los Municipios del Estado Trujillo.

**-Fanny:** Sí, cuenta con personal calificado a pesar del gran número de contribuyentes; de allí que algunos negocios creen que es a otros a quienes

se supervisa; pero no, de un momento a otro, pueden ser visitados los que faltan.

**5) ¿Qué tipo de sanciones son aplicadas a los contribuyentes cuando no cancela sus deberes oportunamente?**

**-Mogollón:** Las multas en Unidades Tributarias es la sanción más común.

**-Fanny:** Las multas, dado que la mayoría de contribuyentes prefieren pagar en dinero antes que le sea cerrado su negocio.

**Análisis de las respuestas a la entrevista por parte de la investigadora:** se puede inferir que la Oficina del SENIAT Valera, se cuenta con estrategias de fiscalización bien planteadas, con objetivos claros y personal altamente calificado; pero a pesar de contar con todo eso, hay inconvenientes cuya solución no se ha podido concertar, por ejemplo el área geográfica y el bajo número de fiscales, y la escasa cultura tributaria. En este año, las metas para este organismo han sido elevadas y a pesar de las dificultades, ellos han podido alcanzarlas con gran éxito aspirando cada día lograr cumplir con las exigencias de la Región Los Andes, todo para el beneficio del fisco nacional.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### **Conclusiones.**

Culminado el análisis de los resultados provenientes de la información de la entrevista y cuestionarios, considerando los objetivos propuestos, se concluye:

-Las franquicias del sector alimentos y bebidas, ubicadas en el Centro Comercial Plaza de Valera, cumplen con los registros exigidos en el ordenamiento tributario en cuanto a RIF y NIT, libros de contabilidad llevados en forma manual fuera de la franquicia (diario, mayor, inventario y actas), siendo la mayoría de estas empresas (71%) contribuyentes formales que presentan declaraciones del IVA cada tres meses y del ISLR, una vez por año. Igualmente, se encontró que casi la mitad (43%) del grupo de representantes de las franquicias, consideran que la administración tributaria interviene en las documentaciones y cierre de franquicias; a la vez, un alto porcentaje de los encuestados (72%) expresaron que uno de los motivos fundamentales para comparecer ante el SENIAT es el incremento del capital; ese mismo porcentaje está dispuesto a acatar las órdenes tributarias en lo referente a los libros y registros contables.

-En cuanto a las estrategias aplicadas por el SENIAT para fiscalizar a este sector de la economía valerana, se encontró como medio de información dominante en las campañas de fiscalización, los volantes (57%), recibándose dichas fiscalizaciones de manera imprevista, es decir, sin previo aviso a los contribuyentes.

-La totalidad del grupo encuestado (100%) le atribuye al cumplimiento de los deberes formales una mejor imagen del negocio hacia el público; no obstante, según los funcionarios entrevistados en la Oficina del SENIAT-Valera, los comerciantes y franquiciados declaran y cancelan los impuestos por el temor a no ser sancionados, con una escasa orientación de contribuir con el gasto público.

### **Recomendaciones.**

-Profundizar más por medio de la lectura diaria, el Código Orgánico Tributario y la potestad de intervención que tiene el SENIAT con todos los registros y operaciones mercantiles de la empresa.

-Dar ejemplo en el cumplimiento de los requisitos fiscales con la emisión de facturas o tickets por cada compra, independientemente que el cliente lo solicite o no.

-Utilizar medios de comunicación distintos a los volantes, por ejemplo, campañas radiodifusoras o parlantes rotativos en la ciudad con la finalidad de notificar las posibles visitas y los requisitos exigidos por los fiscales al momento de ejecutarlas.

-Informar a los contribuyentes mediante estrategias de concientización tributaria, que pagar los impuestos es contribuir con el gasto público, lo cual a la vez sirve de alternativa para el mejoramiento de los servicios públicos.

-Agregar en las campañas publicitarias todo lo relacionado a los registros fiscales de la empresa (RIF, NIT, capita, domicilio).

-Colocar en rótulos al público el monto del capital pagado de cada empresa.

-Colocar avisos visibles el tipo de contribuyente fiscal al que pertenece el negocio.

-Solicitar charlas tanto a ACOINVA como al SENIAT, sobre estrategias para fomentar la cultura tributaria.

[www.bdigital.ula.ve](http://www.bdigital.ula.ve)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balestrini, L. (1997). **Como realizar un proyecto de investigación**. Caracas. Venezuela. Editorial B.L.
- Cardozo, E. (2003). **Procedimientos de Verificación, Fiscalización y Determinación como medio para Controlar la Evasión Fiscal. Trabajo Especial de Grado**. Universidad "Dr. Rafael Beloso Chacín". Maracaibo, Estado Zulia.
- Cohen, S. (2001). **Centros Comerciales. Los Mall se hacen Virtuales**. Revista Gerente Edición Extraordinaria N° 2. Venezuela.
- Código Orgánico Tributario**. (2001) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 37.305. Octubre 17, 2001.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5453, Marzo 2000.
- Cortazar, J. (2003). **Estrategias educativas para el desarrollo de una "cultura tributaria" en América Latina. Experiencias y líneas de acción**. [On-line]. En <http://www.clad.org.ve/rev17/rev17n6.html>. Recuperado el 11/01/2006.
- Chávez, N. (2001). **Introducción a la Investigación Educativa**. Venezuela. Editorial Maracaibo: Taller de Artes Gráficas.
- David, F. (1998). **Proceso de Planificación Estratégica**. Editorial Norma. México.
- Garnica, P. (2004). **Requerimientos Legales Tributarios para cumplir con una Planificación Tributaria de las Empresas Franquiciantes Venezolanas del Municipio Maracaibo**. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Estado Zulia. Venezuela.
- García, C. (2000). **Análisis de la Eficacia del Procedimiento de Imposición de Sanciones por parte de la Administración Tributaria ante el Cumplimiento de los Deberes Formales**. Universidad "Dr. Rafael Beloso Chacín". Maracaibo, Estado Zulia.

- Golía, J. (2003). **Los deberes formales y las sanciones**. [On-line]. En <http://www.dinero.com.ve/165/portada/tributos.html>. Recuperado el 20/11/2005.
- Golía, J. (2004). **La Cultura Tributaria**. [On-line]. En <http://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos.html> Recuperado el 11/01/2006.
- González, R. (1994). **Impuesto al Consumo Suntuario y Ventas al Mayor**. Tomo I. Caracas. Editorial Alfa Impresores C.A.
- Goodstein, L. (1999). **Proceso de Planificación Estratégica**. Editorial Norma. México.
- Hernández R, Fernández C. y Baptista, P. (1998). **Metodología de la Investigación** (Segunda Edición). México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Koontz, H., y Wehrich, H. (1999). **Administración. Una Perspectiva Global**. México: McGrawHill.
- Londoño, C. y Mesa, R. (2000). **Gerencia y Recursos Humanos**. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Méndez, C. (2001). **Metodología**. (Segunda Edición). Mc Graw Hill Interamericana.
- Morles, V. (1997). **Planeamiento y Análisis de Investigaciones**. (Novena Edición). Caracas, Venezuela: Ediciones Eldorado.
- Moya, E. (2003). **Elemento de Finanzas Públicas y Derecho Tributario**. (Tercera Edición). Caracas. Venezuela. Editorial Mobilibros.
- Nieto, R. (2005). **La Fiscalización para Incentivar el Cumplimiento de los Deberes Formales establecidos en la Normativa Tributaria Venezolana**. Universidad "Dr. Rafael Bellosó Chacín". Maracaibo, Estado Zulia.
- Rincón, E. (2001). **Propuesta tendente a Fomentar la Cultura Tributaria en los Contribuyentes de Licores en Venezuela**. Trabajo Especial de Grado. Universidad de Carabobo. Venezuela.

Rincón, V. (2005). **Beneficios de la Gerencia Estratégica**. [On-line]. Disponible en [http://html.rincondelvago.com/gerencia-estrategica\\_2.html](http://html.rincondelvago.com/gerencia-estrategica_2.html) [Consulta el 01/12/2005].

Rojas, P. (2005). SENIAT. (2005). Programa presentado por la televisora Total TV. Octubre de 2005. Valera, Estado Trujillo.

Sánchez, A. (1980). **Métodos de Investigación**. Caracas. Venezuela. Ediciones Eneva.

**SENIAT**. (2006). [Página web en línea]. Disponible: <http://www.seniat.gov.ve> [Consulta: 2006, Marzo]

Sellitz, C. (1997). **El Proceso de Investigación**. Medellín, Colombia. Cometa de Papel.

Serna, H. (1998). **Proceso de Planificación Estratégica**. Editorial Norma. México.

Sierra, B. (1998). **Técnicas de Investigación Social Teoría y Ejercicios**. (Tercera Edición). Madrid: Paranin.

Stoner, P. y Freedman, L. (1999). **Administración**. México: McGrawHill.

Uzcategui, C.(2002). **Cumplimiento de los Deberes Formales en el Impuesto al Valor Agregado**. Trabajo de Grado. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Maracaibo. Estado Zulia. Venezuela.

Valdés, R. (1996). **Curso Práctico de Derecho Tributario**. Colombia. Editorial TEMIS.

Villegas, H (1992). **Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario**. (Quinta Edición). Buenos Aires. Ediciones Depalme.

[www.biblioteca.org.ve](http://www.biblioteca.org.ve)  
*Anexos*

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
NÚCLEO UNIVERSITARIO RAFAEL RANGEL  
ESTADO TRUJILLO**

**Respetables gerentes  
Franquicias de Alimentos  
Centro Comercial Plaza  
Valera.**

El presente cuestionario, tiene como finalidad recabar de usted información que permita apuntar datos para analizar el cumplimiento que hacen las franquicias del sector alimentos en relación a las exigencias del SENIAT en el Centro Comercial Plaza del Municipio Valera, y así realizar un trabajo de investigación educativa, requisito exigido por la ULA-NURR con la finalidad de optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

Se le sugiere leer cada una de las preguntas y marcar con una equis (x) la respuesta que considere apropiada. En tal sentido, dada la importancia que tienen los datos que usted pueda suministrar para este estudio, se le agradece su valiosa ayuda al contestar cada interrogante en forma veraz y sincera.

Estos datos se manejarán confidencialmente y sólo tendrán una finalidad eminentemente educativa.

Se le agradece tomar en cuenta:

- Leer detalladamente cada pregunta.
- Seleccionar marcando con una equis (X) la alternativa que mejor considere.

De antemano, gracias.

Br. Johana Jérez.  
La Autora.

## CUESTIONARIO

1) ¿Cuál de los siguientes registros posee la franquicia que usted representa?

Tipos de registro	Realizado en Valera	Realizado en ciudades diferentes a Valera (Especifique)
R.I.F.		
N.I.T.		

2) ¿En las ventas realizadas, qué tipo de instrumentos emite a sus clientes?.

Documento emitido	Siempre	Algunas veces	Nunca
Ticket de caja			
Factura computarizada			
Factura manual			
<b>Total</b>			

3) El tipo de facturación o ticket que emite en las transacciones de ventas, provienen de:

- a) Tipografía local [\_\_\_\_]  
 b) Casa matriz de la franquicia [\_\_\_\_]  
 c) Tipografía de otra entidad [\_\_\_\_] Especifique: \_\_\_\_\_

4) ¿Cuál de los siguientes libros se llevan en la franquicia?

Libro	De forma manual	De forma computarizada	De forma manual	De forma computarizada
	En la misma franquicia	En la misma franquicia	Fuera de la franquicia	Fuera de la franquicia
Diario				
Mayor				
Inventario				
Auxiliar de ventas				
Auxiliar de compras				
De actas				

**5) ¿Qué tipo de contribuyente es la franquicia que usted representa?.**

- a) Formal [\_\_\_]
- b) Ordinario [\_\_\_]

**6) ¿En qué período le corresponde presentar las declaraciones del IVA?.**

- a) Mensual [\_\_\_]
- b) Cada tres meses [\_\_\_]
- c) Cada seis meses [\_\_\_]

**7) ¿Presenta anualmente la declaración del ISLR?.**

- a) Si [\_\_\_]
- b) No [\_\_\_]

**8) ¿En cuál de los siguientes casos interviene el control de la administración tributaria?.**

- a) Documentaciones exigidas [\_\_\_]
- b) Cierre de la franquicia [\_\_\_]
- c) Pago por multas [\_\_\_]
- d) Otras (especifique): \_\_\_\_\_

**9) ¿En cuál de los siguientes casos comparece e informa como franquicia a la administración tributaria?.**

- a) Cambio de socio [\_\_\_]
- b) Incremento del capital [\_\_\_]
- c) Interrupción de las labores de la franquicia [\_\_\_]
- d) Cambio de domicilio [\_\_\_]
- e) Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**10) ¿En cuál de los siguientes casos está dispuesto a acatar las órdenes del SENIAT?.**

- a) Llevar los registros y libros al día [\_\_\_]
- c) No atrasarse en los pagos [\_\_\_]
- d) Cumplir con la parte que le corresponde como contribuyente [\_\_\_]
- e) Otro (especifique): \_\_\_\_\_

**11) ¿Qué medios a utilizado el SENIAT para informar a las franquicias del Centro Comercial Plaza sobre sus campañas de fiscalización?.**

- a) Televisión [\_\_\_]
- c) Radio [\_\_\_]
- d) Prensa [\_\_\_]
- e) Volantes [\_\_\_]
- f) Charlas [\_\_\_]
- e) Otra (especifique): \_\_\_\_\_

**12) ¿En caso de haber sido objeto de alguna fiscalización, por cuál de las siguientes maneras se han realizado?.**

- a) De imprevisto sin previo aviso [\_\_\_]
- b) Con aviso anticipado [\_\_\_]
- c) Por una campaña en todo el Centro Comercial [\_\_\_]
- d) Por que usted la exigió [\_\_\_]

**13) En caso de haber sido objeto de alguna fiscalización, en las mismas se le informa:**

- a) Fecha de otra posible visita [\_\_\_]
- b) Fecha en que debe presentarse ante la Oficina SENIAT [\_\_\_]
- c) Todas las anteriores [\_\_\_]
- d) Ninguna de las anteriores [\_\_\_]

**14) ¿Cree que el cumplimiento de los deberes formales le ayuda a la franquicia a tener una mejor imagen en el público?.**

- a) Si [\_\_\_]
- b) No [\_\_\_]

**15) Las declaraciones al SENIAT las realiza:**

- a) Exactamente en el plazo fijado por la Ley [\_\_\_]
- b) Después del plazo fijado [\_\_\_]
- b) No realiza declaraciones [\_\_\_]

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES  
NÚCLEO UNIVERSITARIO "RAFAEL RANGEL"  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

Ciudadanos  
Sres. SENIAT  
Valera.

Me dirijo a usted en la ocasión de solicitar su valiosa colaboración en la realización de una entrevista que tiene como fin obtener información necesaria para sustentar la investigación: CUMPLIMIENTO QUE HACEN LAS FRANQUICIAS DEL SECTOR ALIMENTOS A LAS EXIGENCIAS DEL SENIAT. CASO: CENTRO COMERCIAL PLAZA. La información recolectada mediante este instrumento solo será utilizada para la investigación.

La presente actividad es estrictamente académica y formará parte del Trabajo de Grado para Optar al Título de Licenciada en Contaduría Pública.

Agradezco su sinceridad al responder, pues de su veracidad depende la confiabilidad de los resultados finales.

Atentamente:

Br. Johana Jérez.

## GUÍA DE ENTREVISTA

1) Considera que el SENIAT – Valera maneja un competente sistema de supervisión de los deberes formales.

---

---

---

2) Cree usted que las estrategias de fiscalización aplicadas por el SENIAT, son eficientes.

---

---

---

3) Considera que los contribuyentes demuestran responsabilidad para cumplir voluntariamente los deberes formales establecidos por la Ley.

---

---

---

4) Cuenta el SENIAT con personal calificado para efectuar visitas y operativos fiscales.

---

---

---

5) ¿Qué tipo de sanciones son aplicadas a los contribuyentes cuando ¿no cancela sus deberes oportunamente?

---

---

---

**CALCULO DE LA CONFIABILIDAD CON EL COEFICIENTE DE CRONBACH**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A REPRESENTANTES DE FRANQUICIAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**CENTRO COMERCIAL PLAZA DE VALERA**

**ÍTEMS = 15**

**MUESTRA = 7 REPRESENTANTES**

VARIABLE = CUMPLIMIENTO DE LAS EXIGENCIAS DEL SENIAT																Desv
INDICADORES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Estándar
<b>Rep 1</b>	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1
<b>Rep 2</b>	3	2	1	2	1	1	1	1	2	1	4	1	1	1	3	1
<b>Rep 3</b>	3	1	1	1	1	1	5	1	2	1	1	1	2	1	1	1
<b>Rep 4</b>	3	1	2	3	1	2	1	2	2	1	4	1	2	4	1	1
<b>Rep 5</b>	3	3	2	3	1	2	1	2	2	1	5	1	2	1	1	1
<b>Rep 6</b>	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	1	1	1
<b>Rep 7</b>	3	2	3	4	2	2	1	4	5	2	6	4	2	1	1	2
<b>S2</b>	0	1	1	1	0	0	2	1	2	0	3	2	0	1	1	7
<b>S</b>	0	1	1	1	0	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	14

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2}{S t} \right)$$

$$r_{tt} = \frac{15}{14} \left( 1 - \frac{7}{14} \right) = 1,07 * (1-0,5) = 1,07 * 0,5 = 0,53$$

Confiabilidad = 0,53