

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría



**OBLIGACIÓN TRIBUTARIA IMPUESTO DE SOLIDARIDAD SOBRE
VENTAS EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE TELEFONÍA EN
GUATEMALA**
(Tesis de Licenciatura)

Juan Barillas Hernández

Guatemala, marzo 2016

**OBLIGACIÓN TRIBUTARIA IMPUESTO DE SOLIDARIDAD SOBRE
VENTAS EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE TELEFONÍA EN
GUATEMALA**
(Tesis de Licenciatura)

Juan Barillas Hernández

Lic. Marvin Efraín Luna Lemus (**Asesor**)

Lic. Julio Antonio Cantoral López (**Revisor**)

Guatemala, marzo 2016

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M. A. Ronaldo Girón

Vice Decano

M Sc. Samuel Aron Zabala Vásquez

Coordinador



UPANA

Universidad Panamericana
"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.01-2016-CPA

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

GUATEMALA, 09 DE FEBRERO DEL 2016

SEDE ÁLAMOS, SAN MIGUEL PETAPA

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Marvin Efraín Luna Lemus, tutor y Licenciado Julio Antonio Cantoral López, revisor de la Tesis, titulada "OBLIGACIÓN TRIBUTARIA IMPUESTO DE SOLIDARIDAD SOBRE VENTAS EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE TELEFONÍA EN GUATEMALA" Presentada por el (la) estudiante Juan Barillas Hernández, y la aprobación del Examen por Competencias Profesionales, **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Contador Público y Auditor en el grado académico de Licenciado.



Lic. César Augusto Custodio Cobar

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

LIC. MARVIN EFRAIN LUNA LEMUS

Contador Público y Auditor

3era. Calle 14-81 Zona 3 de Mixco- Teléfonos (502) 4141-8219
Guatemala C. A.
luna.marvin@upana.edu.gt

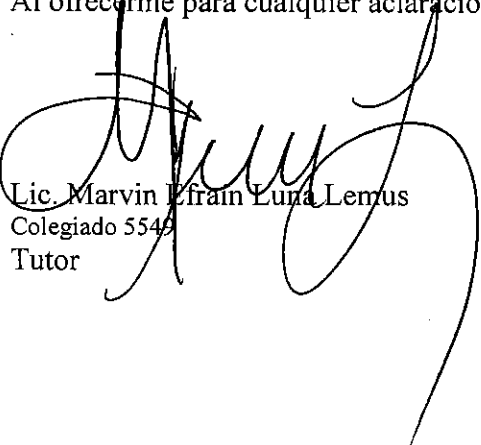
31 de octubre 2015

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Contaduría Pública y Auditoría
Universidad Panamericana
Ciudad.

Estimados señores:

En relación al trabajo de tutoría de la tesis denominada **“Obligación tributaria impuesto de solidaridad sobre ventas en las empresas de distribución de telefonía en Guatemala”**, realizado por **Juan Barillas Hernández**, carné No. 201503614, estudiante de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos técnicos y de contenido establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana, por lo que doy dictamen de Aprobado.

Al ofrecirme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lic. Marvin Efraín Luna Lemus
Colegiado 5549
Tutor

cc. file

LIC. JULIO ANTONIO CANTORAL LÓPEZ

Contador Público y Auditor

7ª. Avenida 5-10 zona 4, Centro Financiero, Torre II, Nivel 13, Oficina 1- Teléfonos (502) 5704-6026
Fax: (502) 6631-836401010 Guatemala C. A.
jcantoralcpa@yahoo.com

24 de noviembre de 2015

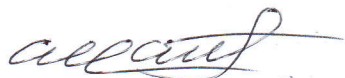
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
M.A. César Augusto Custodio Cobar (Decano)
M Sc. Samuel Aron Zabala Vásquez (Coordinador)
Universidad Panamericana
Ciudad.

Estimados señores:

En relación al trabajo de tesis denominada "OBLIGACIÓN TRIBUTARIA IMPUESTO DE SOLIDARIDAD SOBRE VENTAS EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN DE TELEFONÍA EN GUATEMALA", realizado por Juan Barillas Hernández, carné No. 201503614, estudiante de la carrera de Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que la misma cumple con los requisitos, para ser sometido al Examen por Competencias Profesionales (ECP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado según la revisión realizada en dicho trabajo de tesis.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Julio Antonio Cantoral López
Colegiado No. 1690

JACL/cngm

cc. file

Dedicatoria

A Dios

Por su infinita misericordia y las bendiciones que derrama sobre mi vida y la de mi familia.

A Mi Familia

Por estar Incondicionalmente a mi lado apoyando, para no desfallecer y poder lograr mis metas.

Contenido

Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo 1	1
Marco Contextual	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del Problema	12
1.3 Justificación	13
1.3.1 Pregunta de investigación	13
1.4 Objetivos	13
1.4.1 Objetivo General	13
1.4.2 Objetivos Específicos	14
1.5 Alcance y límites	14
1.5.1 Alcance	14
1.5.2 Limites	14
Capítulo 2	16
Marco Conceptual	16
2.1 Impuestos	16
2.2 Leyes y Decretos	17
2.2.1 Leyes	17
2.2.2 Decretos	18
2.3 Ventas	20
2.4 Aplicación de leyes sobre rubro de ventas o ingresos	23
Capítulo 3	27
Marco Metodológico	27
3.1 Tipo de investigación	27
3.2 Sujetos de investigación	27
3.3 Instrumentos de recopilación de datos	28
3.4 Diseño de la investigación	28
Capítulo 4	30
Resultados de la investigación	30

4.1 Muestreo	30
4.2 Presentación de resultados	34
Capítulo 5	41
Discusión y análisis de resultados	41
5.1 Discusión de resultados	41
5.2 Análisis de resultados	42
5.2.1 Análisis fiscal	42
5.2.2 Análisis financiero	43
5.3 Conclusiones	45
5.4 Recomendaciones	47
Referencias	51

Lista de anexos

Anexos	52
Anexo No. 001: Encuesta	53

Lista de tablas

Tabla No. 001	25
Comparación de impuestos que afectan al rubro de ingresos	25
Tabla No. 002	29
Programa de actividades de investigación	29
Tabla No. 003	31
Margen en venta de celulares	31
Tabla No. 004	32
Margen en venta de Tarjetas	32
Tabla No. 005	33
Margen en venta de tiempo de aire virtual (recarga electrónica)	33

Tabla No. 006	33
Margen en prestación de servicios	33
Tabla No. 007	45
Ejercicio caso ISO	45
Tabla No. 008	48
Estrategia No.01 Facturación márgenes	48
Tabla No. 009	50
Estrategia No.02 Cambio Régimen en rubro de ingresos	50

Lista de gráficos

Gráfica No. 001	2
Crecimiento de la telefonía últimos 10 años	2
Gráfica No. 002	2
Crecimiento de la telefonía fija	2
Gráfica No. 003	3
Distribución de líneas fijas	3
Gráfica No. 004	4
Crecimiento de telefonía móvil en los últimos 10 años	4
Gráfica No. 005	5
Distribución de líneas móviles por Operador	5
Gráfica No. 006	34
Régimen de ISR de la muestra	34
Gráfica No. 007	35
Clasificación de ingresos según NIC	35
Gráfica No. 008	35
Están registrados como grandes contribuyentes en SAT	35
Gráfica No. 009	36
Margen de utilidad de la muestra es inferior al 4%	36
Gráfica No. 010	36
La muestra cuenta con servicios de auditoria externa	36
Gráfica No. 011	37

Existe departamento de auditoria interna	37
Gráfica No. 012	37
El activo neto de la muestra es superior a los ingresos brutos	37
Gráfica No. 013	38
Acreditación del ISO	38
Gráfica No. 014	38
La acreditación del ISO afecta el flujo de caja	38
Gráfico No. 015	39
Poseen estrategia fiscal	39
Gráfica No. 016	39
Realizan proyecciones fiscales	39

Resumen

Capítulo 1: Se describió brevemente los antecedentes de la industria de telefonía desde su invención hasta las cifras de usuarios que actualmente están registrados en la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala y distribuidos entre las tres grandes empresas comerciales de red Operadora, Tigo, Movistar y Claro.

Se presentan diferentes gráficas en las cuales se puede observar el crecimiento que la telefonía ha tenido durante los últimos diez años tanto fija como móvil, asimismo se presenta una gráfica donde se puede observar como el mercado está distribuido en las tres empresas más importantes ya mencionadas anteriormente.

Se presenta una breve descripción de los diferentes productos que se ofrecen en la telefonía móvil independientemente de la empresa que los comercialice.

Se investigó si existían estudios precedentes y similares sobre los tributos que afectan los ingresos de las empresas de distribución de telefonía, obteniendo un resultado negativo.

Se presenta un estudio de la industria por medio de un análisis de Porter en el cual se puede apreciar que es muy difícil la existencia de productos sustitutos y que la rivalidad competitiva es muy fuerte.

Se realizó el planteamiento del problema, justificación, objetivos generales y específicos, asimismo la delimitación del problema.

Capítulo 2: Se detalló los temas y subtemas de estudio para apoyo a la investigación, después de un análisis realmente se determinó que aportan al tema de investigación y se hace mucho énfasis en la Ley del Impuesto de Solidaridad.

Capítulo 3: Se identificaron los sujetos y herramientas a utilizar en el proceso de la investigación, para lograr recabar, analizar e interpretar la información necesaria para el desarrollo del tema.

Dentro de los sujetos se presenta un listado de las distribuidoras bajo el Operador comercial Claro.

Se detalló las actividades a desarrollar y fechas de entrega así como un cronograma para llevar las adecuadas actividades y su proceso de desarrollo de acuerdo a las fechas establecidas.

Dentro del programa se están abarcando las diferentes actividades de forma general, su descripción y los recursos a utilizar. También se presenta un cronograma del desarrollo de los diferentes capítulos de la tesis y el tiempo estimado para su cumplimiento.

Capítulo 4: Se habla al respecto de las entrevistas y encuestas realizadas a los directores financieros y contadores generales de las empresas seleccionadas para la muestra de investigación.

Se dan a conocer los resultados de la encuesta realizada de forma gráfica y se introduce un breve comentario para tener la explicación de los números presentados en los gráficos.

Capítulo 5: Se presenta la discusión y análisis de resultados obtenidos de la investigación sobre las empresas de distribución de telefonía en Guatemala.

Se presenta un enfoque fiscal y uno económico financiero, se realizan varias tablas para su mejor comprensión, Asimismo se proponen dos estrategias puntuales para poder reducir el impacto fiscal que actualmente tienen y se hace la salvedad que estas estrategias están dentro del margen de la ley.

Introducción

En la ciudad de Guatemala existen tres grandes Operadores de telefonía móvil y fija, siendo estos Tigo, Movistar y Claro.

Estos Operadores dentro de su estructura de distribución contemplan empresas jurídicas, cuya vinculación a ellos es la comercial, denominadas distribuidores.

La utilización de empresas distribuidores es muy importante ya que para cubrir el 100% del mercado se necesita de una estructura robusta y esto implica muchos gastos y cargas laborales, también podemos mencionar que con la utilización de los distribuidores se puede fomentar una sana competencia al establecer metas de ventas y compras que tengan compensaciones económicas por el alcance de los parámetros establecidos o penalizaciones, sanciones y finiquito de contrato al no ser alcanzados los parámetros.

La investigación está enfocada en identificar la correcta aplicación de las cargas tributarias sobre el rubro de ingresos de estas distribuidoras en el territorio nacional. Para esto tendremos que abordar varias distribuidoras y realizar pruebas financieras y de auditoría para analizar la aplicación de las leyes de los diferentes tributos que recaigan sobre los ingresos.

Asimismo identificar oportunidades de aplicaciones fiscales o estrategias para minimizar las cargas tributarias aplicadas, con esto no se está indicando que los distribuidores no tengan estrategias fiscales, pero se deberá analizar si tienen el enfoque correcto y en ciclos estratégicos trimestrales para un mejor monitoreo.

Según la composición de sus ingresos (bienes y servicios) analizar si las distribuidoras están en el régimen apropiado.

Capítulo 1

Marco Contextual

1.1 Antecedentes

Desde la invención del teléfono el mundo entero cambio, dando un giro hacia la modernización y sobre todo cubriendo necesidades básicas y vitales ya que con este invento se acortaban las distancias y la información llegaba de forma más rápida a su destino.

El teléfono es un dispositivo de comunicación diseñado para transmitir señales acústicas a distancia por medio de señales eléctricas.

Por mucho tiempo se pensó que este invento era una obra de Alexander Graham Bell y Elisha Gray, pero más tarde al fin se le acreditó el invento a su inventor original Antonio Meucci, quien lo había inventado por necesidad de comunicación en su propia vivienda de un nivel a otro nivel de esta misma. En 1,857 Antonio Meucci se ve en la necesidad de realizar el invento para tener comunicación desde su oficina a la habitación de su esposa, puesto que padecía de reumatismo y el subir y bajar gradas era una gran dificultad.

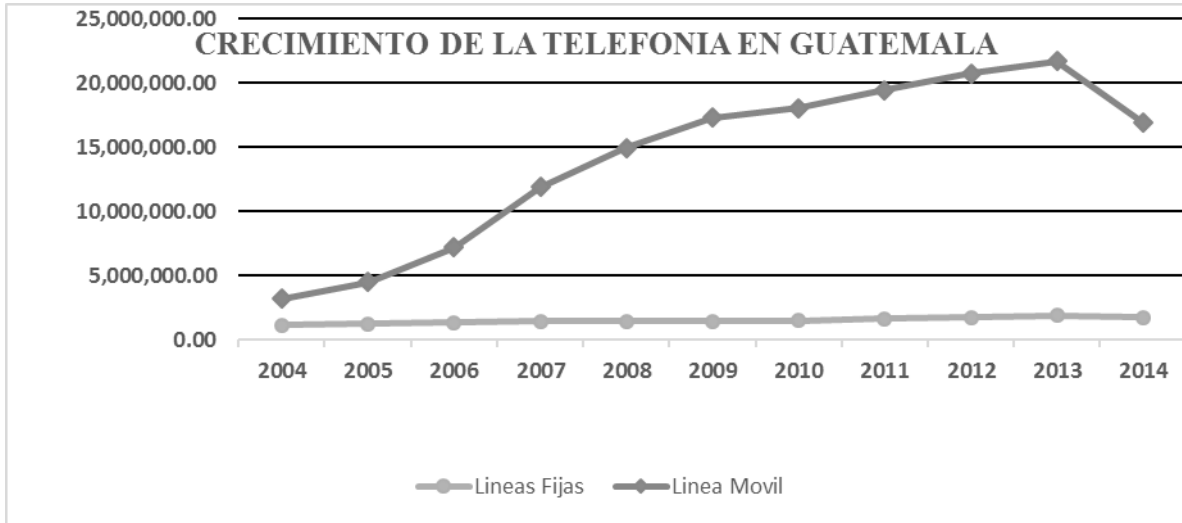
Las telecomunicaciones han revolucionado al mundo en todos sus aspectos, Guatemala no ha sido la excepción y actualmente en el país operan varias compañías telefónicas, siendo las principales o más importantes por el segmento del mercado que dominan: Claro, Tigo y Movistar.

A finales del año 2014 en el territorio de Guatemala, dentro del mercado de las telecomunicaciones se tenía un estimado de líneas fijas de 1,718,298 y líneas móviles de 16,911,811 haciendo un total general de líneas telefónicas de 18,632,123.

A continuación se presenta gráficamente el crecimiento de las líneas de telefonía en Guatemala. Se hace la aclaración que todas las gráficas fueron realizadas con información proporcionada por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT).

Gráfica No. 001

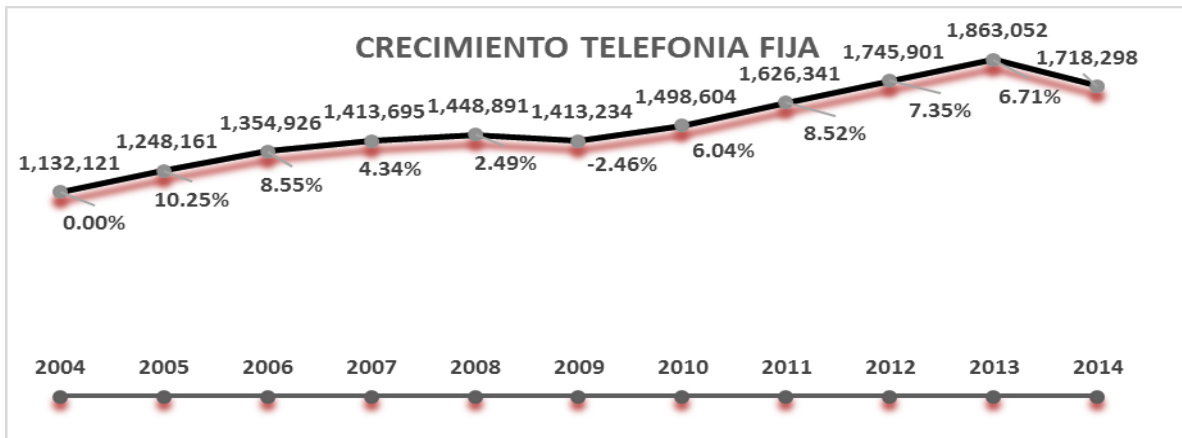
Crecimiento de la telefonía últimos 10 años



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Gráfica No. 002

Crecimiento de la telefonía fija



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

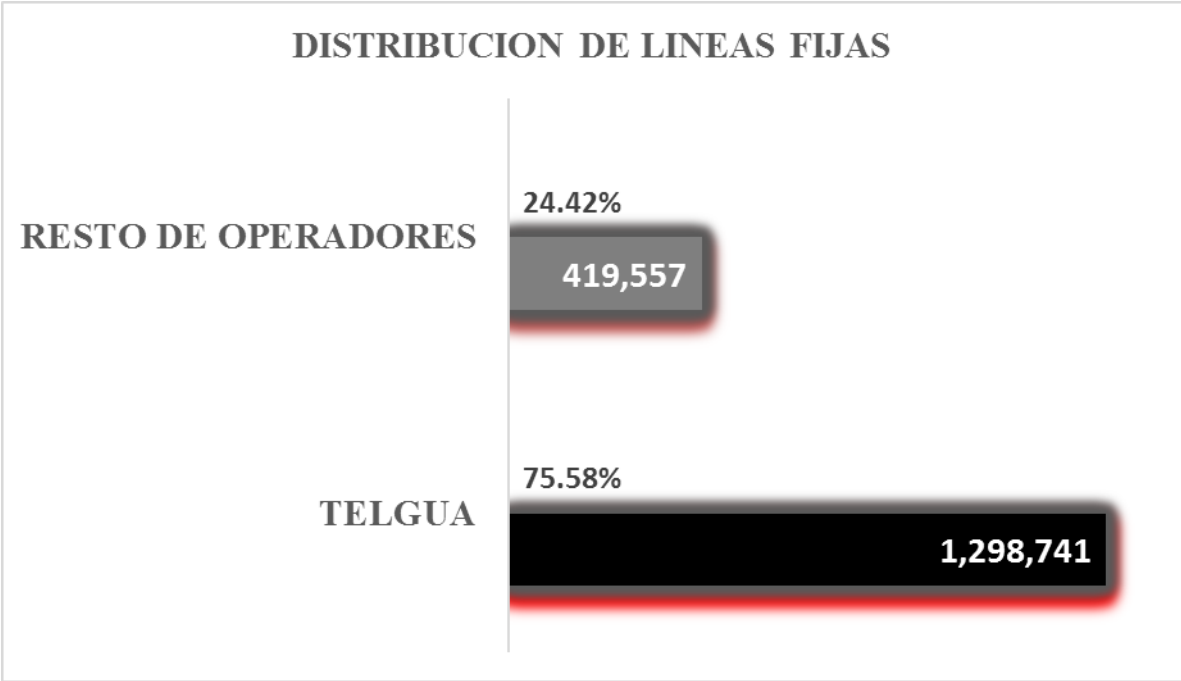
Como se puede observar existe un incremento considerable cada año, estableciendo solo en los últimos tres años una tasa promedio de crecimiento del 7.53%, pero a finales del año 2014 la Superintendencia de Telecomunicaciones reportó un decrecimiento considerable al año 2013 de un 7.77%, que representa a 144,754 líneas fijas.

Con la telefonía fija la empresa que cuenta con más del 75% de participación es la empresa Telecomunicaciones de Guatemala, S.A., comercialmente conocida como CLARO.

En la siguiente gráfica podemos observar su superioridad de participación en relación a las otras compañías de telefonía.

Gráfica No. 003

Distribución de líneas fijas

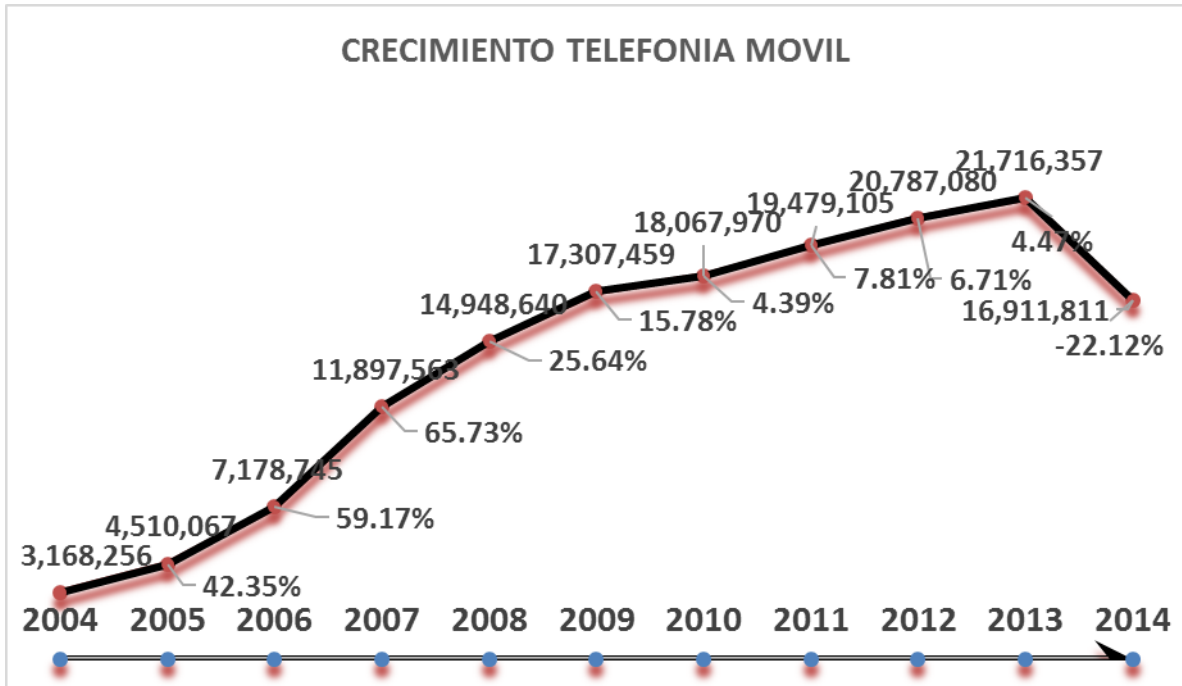


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

La siguiente gráfica muestra el crecimiento en las líneas de telefonía móvil en Guatemala.

Gráfica No. 004

Crecimiento de telefonía móvil en los últimos 10 años



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

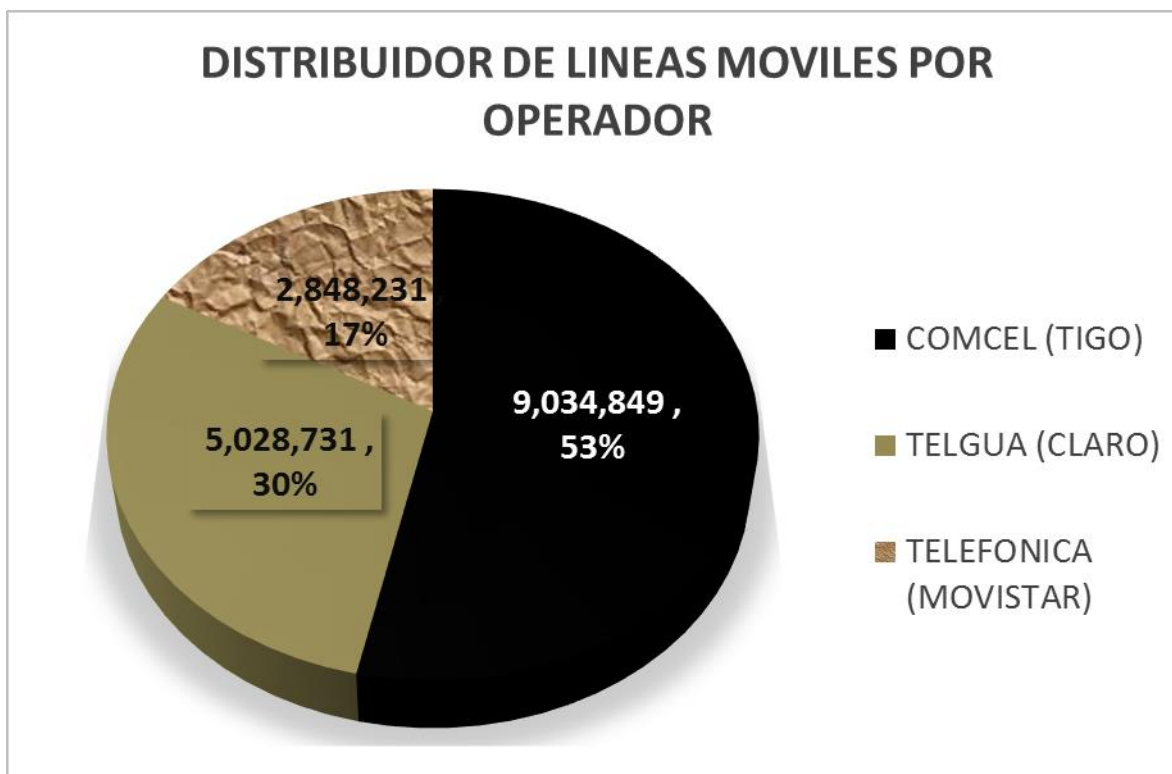
Como se puede observar tiene un crecimiento más agresivo en comparación a la telefonía fija, aunque en los últimos tres años representa una tasa promedio de crecimiento del 6.33%, pero a finales del año 2014 la Superintendencia de Telecomunicaciones reportó un decrecimiento considerable al año 2013 de un 22.12%, que representa a 4,804,546 líneas móviles.

En el tema de la telefonía móvil el mercado es más exigente y competitivo lo que hace que los tres Operadores más fuertes de Guatemala, busquen posicionarse en los primeros lugares.

A continuación se representa gráficamente la posición de los Operadores en el mercado a finales del año 2014.

Gráfica No. 005

Distribución de líneas móviles por Operador



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede apreciar en las gráficas el mercado de la telefonía en Guatemala es muy amplio y competitivo tomando en cuenta que este mismo mercado está distribuido al cien por ciento únicamente en tres grandes empresas de telefonía que son:

- a) Telecomunicaciones de Guatemala, S.A. (CLARO)
- b) Comunicaciones Celulares, S.A. (TIGO)
- c) Telefónica Móviles Guatemala, S.A. (MOVISTAR)

Estas empresas adicionales a líneas fijas o móviles ofrecen al mercado muchos otros productos y servicios de los cuales podemos mencionar los siguientes para tener un ejemplo.

- a) Tarjeta sim o chip
- b) Recargas de tiempo de aire

- c) Aparatos telefónicos móviles
- d) Plan de datos
- e) Modem (internet inalámbrico)
- f) Televisión satelital

Tarjeta sim o chip

Es una tarjeta física inteligente desmontable de cualquier aparato telefónico móvil (celular) que este registrado en su frecuencia o banda, es decir en la red de su Operador. Esta tarjeta es capaz de guardar diversa información y no existe ningún problema al momento de desmontar de un aparato celular y trasladar a otro aparato celular, siempre y cuando ambos aparatos estén registrados en la red del mismo Operador.

Recarga virtual de tiempo de aire

Esta es la acción por medio de la cual se recarga de minutos un celular para poder seguir utilizando sus servicios de comunicación hablada o escrita. Existen dos medios para poder realizar esta acción de recarga:

a) Recargas con tarjeta física

Consiste en comprar una tarjeta física de diferentes denominaciones para poder recargar de minutos un aparato celular. La tarjeta trae una parte raspable en la cual viene un código de serie que se debe ingresar al celular.

Esta serie esta previamente registrada en la red del Operador con las características únicas de la tarjeta física.

b) Recargas virtuales

Consiste en comprar tiempo de aire para un aparato celular, la característica especial es que no existe una tarjeta física de por medio ya que la acreditación se realiza vía internet ya sea utilizando un teléfono autorizado para esta distribución (POS) o por medio de una computadora.

Al igual que las tarjetas también se puede manejar de diferentes denominaciones.

Aparatos telefónicos móviles

Estos son más conocidos como celulares y normalmente se venden con una tarjeta SIM aunque no es condicionante para su venta, puesto que recordemos que por aparte también se venden las tarjetas SIM, ya que siempre que estén ambos artículos registrados en la red del Operador no existirá ningún problema.

Estos celulares pueden estar asociados a formas de pago pos pago (se pagan los servicios después de utilizarlos) o prepago (se pagan los servicios antes de utilizarlos).

Los aparatos celulares dependiendo de sus características se pueden catalogar de la siguiente forma:

- a) Alta Gama
- b) Media Gama
- c) Baja Gama

Si tenemos un celular de una marca mundial reconocida, de última tecnología y acceso a redes sociales o internet, en este caso sería de alta gama.

Plan de datos

Este es un servicio que prestan las empresas de telecomunicaciones y normalmente está asociado a la telefonía móvil pos pago.

El servicio es básicamente en combos o mix de servicios que ofrecen las diferentes empresas de telefonía. Los planes tienden a variar en precios según los servicios y características de cada plan.

Un plan de datos puede contener lo siguiente en diferentes cantidades o medidas:

- a) Minutos tiempo de aire
- b) Cantidad de mensajes de texto
- c) Cantidad de mensajes multimedia

- d) Cantidad de megas de internet
- e) Redes sociales
- f) Roaming (poder recibir y hacer llamadas en el extranjero)

Modem

Aparato físico que sirve para convertir las señales digitales en analógicas y viceversa, logrando así la comunicación por internet.

Existen dos tipos de Modem internos y externos, su principal diferencia es el tamaño y la portabilidad física. El modem externo puede ser transportado de computador en computador y a distancias sin límites, siempre y cuando exista señal de red del Operador.

Televisión satelital

Este es un servicio que tienen las empresas de telefonía y puede ser de forma prepago o pos pago, así también el servicio se puede ofrecer de forma coaxial o inalámbrica.

HFC (Hibrido de Fibra, Coaxial)

Este servicio de televisión satelital es por medio de conexión coaxial, esto quiere decir que la señal viaja por medio del cable telefónico es por eso que es indispensable contar con un paquete de por lo menos teléfono y señal de televisión (cable).

DTH (Direct, To, Home)

Este servicio de televisión satelital es por medio de antenas sin necesidad de conexión de cable coaxial, la señal viaja vía satelital y no es necesario tener un plan de datos telefónicos para contar con el servicio.

Otras tesis y estudios relacionados

Según lo investigado a finales del año 2014 en Guatemala no existe una tesis sobre las empresas de distribución de telefonía que abarque el área de tributos aplicados sobre su rubro de ventas.

Existen tesis y estudios relacionados a las telefonías que abarcan campos diferentes al del presente trabajo y se detallan a continuación.

Tesis elaborada por Glenda Mirella Peláez Lemus en el año dos mil seis y trata de la Planificación Tributaria en Empresas Comerciales de Telefonía Celular. Esta tesis fue presentada al Consejo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Rafael Landívar.

Tesis elaborada por Luis Alberto Lavagnino Fonseca en el año dos mil seis y trata sobre Evaluación de Radiación Emitida Por Las Antenas Base de Telefonía Celular en La Ciudad de Guatemala con Base en Los Estándares Permitidos Internacionalmente. Esta tesis fue presentada a la Junta Directiva de la Facultad de Ingeniería de La Universidad de San Carlos de Guatemala.

Tesis elaborada por Carmen Lucia Campollo Herrera en el año dos mil doce y trata sobre Cubicación y Conjunto de Radio Bases de Telefonía Celular en Áreas Protegidas y Sitios Arqueológicos y su Beneficio Medioambiental, presentada al Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de La Universidad Rafael Landívar.

El Decreto Ley 22-2014 elaborado por el Congreso de la República de Guatemala el cual en sus artículos del sesenta y dos al setenta y cinco abarca el tema de telefonías e impone un impuesto mensual de cinco quetzales por cada línea fija o móvil que posean los Operadores por asignación de la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Actualmente a fecha veinte de marzo del año dos mil quince los artículos del sesenta y dos al setenta y cinco del Decreto 22-2014 están suspendidos por orden constitucional.

Análisis de la industria

Después de aplicar el análisis de Porter a la industria de la telefonía por medio de sus distribuidores se determinó lo siguiente:

Amenazas de nuevos competidores

En la industria de la telefonía el mercado es muy competitivo y normalmente los Operadores distribuyen el mercado por medio de limitaciones geográficas, por ejemplo la ciudad capital está distribuida para una cantidad limitada de distribuidores y cada Distribuidor tiene asignadas zonas en las cuales puede trabajar y es penalizado si se traslada a otras zonas.

Explicado lo anterior si es una amenaza la aparición de nuevos competidores ya que si un Operador se ve en la necesidad de abarcar más mercado no lo realiza expandiendo zonas a los distribuidores, sino que redistribuyendo las zonas ya asignadas entre los distribuidores ya existentes y los nuevos distribuidores.

Adicional se tiene que tomar en cuenta que los operadores tienen una estructura específica para los distribuidores, para que un Distribuidor crezca necesita fortalecer su estructura y esto implica mayores costos y gastos en el recurso humano.

Rivalidad competitiva

El Operador siempre pone metas de ventas y compras a sus distribuidores y estas metas varían dependiendo de las zonas geográficas asignadas a cada Distribuidor.

Si existe una rivalidad competitiva por posesionarse en los primeros lugares ante el Operador, esto por medio del alcance de las metas impuestas por el Operador.

El no alcanzar las metas significaría un posible recorte de zona geográfica, así como no alcanzar bonificaciones monetarias. El limitar estos dos aspectos afectaría enormemente al Distribuidor.

Poder de negociación de los proveedores

Debemos tener mucho cuidado al analizar este aspecto, puesto que podría existir una confusión entre Operador y Distribuidor.

Operador, es la empresa de telefonía que tiene contrato con el Gobierno para el manejo de frecuencias en el territorio de Guatemala.

Distribuidor, son las empresas independientes jurídicamente del Operador y que este utiliza para la comercialización, colocación y distribución de sus productos y servicios.

Desde el punto de vista del Distribuidor existe un poder de negociación con el proveedor (Operador), mínimo. Aunque este poder de negociación mínimo tiende a ser muy significativo al momento de cuantificar los ingresos.

Para que exista este poder de negociación el Distribuidor deberá contar con una estructura muy sólida y ofrecer al Operador resultados que sobre pasen las metas impuestas, caso contrario no existirá poder de negociación.

Poder de negociación de los clientes

Entenderemos por clientes a toda persona que termine comprando al Distribuidor y en este sentido no hay poder de negociación.

Decimos que no hay poder de negociación ya que es el mismo Operador el que establece las condiciones de venta de cada Distribuidor.

Si un Distribuidor no respeta lo establecido por el Operador puede tener una multa o le pueden terminar cancelando el contrato de distribución.

Amenaza de productos sustitutos

Dentro de la canasta básica de Guatemala no figuran las telecomunicaciones o estos servicios, sin embargo el que no figure no quiere decir que no sea una de las necesidades más básicas hoy en día. Ya dentro del presupuesto personal de cada individuo se tiene contemplado un monto específico para telecomunicaciones.

Según lo comentado anteriormente no se prevé productos sustitutos, siempre serán los mismos de fondo aunque la forma cambie.

Contexto geográfico

El enfoque del presente trabajo es realizado a las distribuidoras de telefonía que operen en la Ciudad de Guatemala.

1.2 Planteamiento del Problema

Dentro del territorio de Guatemala a pesar que únicamente existen tres grandes Operadores de Telefonía el mercado es muy competitivo y agresivo.

Cada Distribuidor para comercializar, vender y colocar sus productos necesita contar con una estructura muy robusta, pero esto conlleva en incurrir en costos y gastos muy altos, sobre todo el eterno problema de lidiar con el recurso humano y las cargas laborales que esto implica. Es por esta razón que el Operador opta por tener una red de distribuidores que como personas jurídicas no tienen vinculación alguna con el Operador.

El Operador maneja una tabla de precios de venta y distribución de sus productos, servicios y esta tabla es impuesta a los distribuidores. Por ejemplo el Operador vende al Distribuidor con un margen fijo de descuento del 13%, pero obliga a que el Distribuidor venda al cliente con un margen fijo de descuento del 6%, obligando a que el margen de utilidad en esta negociación sea de un 7%.

Al adoptar este método el Distribuidor, automáticamente se convierte en un comisionista, ya que la mayoría de productos y servicios son negociados según el ejemplo anterior.

Las empresas de Distribución de Telefonía en Guatemala, afrontan el problema que todas las cargas tributarias sobre el rubro de ventas afectan al cien por ciento de lo facturado y esto en la aplicación de algunos impuestos puede ser contraproducente dependiendo del hecho generador de los diferentes impuestos.

Existen impuestos que según su naturaleza se podrían compensar o regularizar a pesar que se aplique al 100% de lo facturado, el IVA.

Por otro lado existe otro impuesto que históricamente ha cambiado de nombre, pero sigue afectando al mismo hecho generador el cual es la facturación total, es aquí donde se tiene un problema puesto que este impuesto no se puede compensar o regularizar entre el mismo, estamos hablando del ISO.

El ISO será calculado sobre el cien por ciento de los ingresos es decir las ventas facturadas, cuando únicamente debería ser por la parte comisionada o en otras palabras el margen condicionado que establece el Operador al Distribuidor, esto bajo el supuesto que los ingresos sean superior al activo neto de la empresa.

1.3 Justificación

El propósito de esta investigación es proporcionar los elementos suficientes y necesarios para establecer una planificación fiscal o estrategia entre Operador y Distribuidor, para no caer en cargas tributarias excesivas o irregulares.

El rubro de ventas en una distribuidora puede llegar a demostrar cifras muy elevadas que fácilmente superan los ochenta millones de quetzales de forma anual por Distribuidor.

Teniendo un rubro de ventas tan voluminoso es muy sensato y oportuno el realizar los análisis suficientes y necesarios para no tener cargas tributarias en exceso, con esto no se pretende tener una especie de defraudación al fisco, sino al contrario se pretende analizar las diferentes leyes tributarias y plantear estrategias con base legal.

Una mala aplicación tributaria o falta de estrategia fiscal, puede poner a las empresas en situaciones financieras no deseadas y peor aún llevarlas a una situación de difícil operatividad, puesto que se debe tener en cuenta que cualquier erogación de efectivo en este caso el pago de impuestos afecta de forma directa al flujo de caja empresarial y peor cuando el impuesto no tiene regularizaciones o compensaciones en el mismo período fiscal.

1.3.1 Pregunta de investigación

¿Cuál es el impacto de la aplicación incorrecta de las cargas tributarias al rubro de ingresos brutos de las distribuidoras de Telefonía en Guatemala?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar el impacto de la aplicación incorrecta de las cargas tributarias al rubro de ingresos brutos de las Distribuidoras de Telefonía en Guatemala.

1.4.2 Objetivos Específicos

- a) Despertar el interés en las empresas de Distribución de Telefonía en Guatemala, para que aborden el tema de planificación estratégica con el Operador y no pagar impuestos excesivos.
- b) Analizar históricamente los diversos impuestos que su base imponible sea los ingresos brutos para prever futuras cargas tributarias.
- c) Despertar el interés para que la empresa realice proyecciones fiscales de forma trimestral sobre todo a los impuestos que se derivan del cierre del período fiscal.

1.5 Alcance y límites

1.5.1 Alcance

El presente estudio analizo una muestra de las Empresas de Distribución de Telefonía en Guatemala, que operan en el sector de la Ciudad Capital.

Esta muestra mantiene contratos comerciales con el Operador de telefonía móvil Claro, dentro de los cuales se estipulan condiciones comerciales para cada producto o servicio comercializado, asimismo los diferentes márgenes de ganancia que se obtienen por cada uno de ellos.

Se presenta un análisis específicamente sobre el Impuesto de Solidaridad y varias recomendaciones para reducir el impacto de la aplicación del impuesto mencionado.

1.5.2 Limites

El presente informe sobre el análisis del impacto del Impuesto de Solidaridad sobre las empresas de distribución de telefonía móvil en Guatemala, refleja solamente una muestra y las cifras proporcionadas son aproximaciones, esto derivado que los Directores Financieros de las empresas de la muestra seleccionada no proporcionaron la información financiera o contable por motivos de confidencialidad.

La información sobre el análisis, según entrevista a los Directores Financieros corresponde al año 2014.

Capítulo 2

Marco Conceptual

2.1 Impuestos

Los impuestos son parte de la fuente de ingresos con la cual el Estado debe promover el desarrollo económico de una nación y su bienestar social.

La Constitución Política de la República de Guatemala, en su artículo número 1, menciona:

“Guatemala es una Nación soberana, libre e independiente organizada para garantizar a sus habitantes el respeto a la dignidad humana, el goce de los derechos y libertades fundamentales del hombre, la seguridad y la justicia, el desenvolvimiento integral de la cultura y para crear condiciones económicas que conduzcan al bienestar social.”

Es muy importante señalar que los impuestos llegan a ser una herramienta para que el Estado pueda en gran manera cumplir con lo estipulado en el artículo 1 de la Constitución Política de la República de Guatemala.

Rosas Aniceto, Roberto Santillán, “Teoría General y las Finanzas Públicas y el Caso de México”. Escuela Nacional de Economía, México D.F. p. 1962.

“Los impuestos son una parte sustancial (o más bien la más importante) de los ingresos públicos. Sin embargo, antes de dar una definición de los impuestos hay que aclarar la diferencia entre los conceptos de ingreso público, contribución e impuesto. Cuando nos referimos a ingresos públicos estamos haciendo referencia a todas las percepciones del Estado, pudiendo ser estas tanto en efectivo como en especie o servicios. En segundo lugar una contribución es una parte integrante de los ingresos públicos e incluye aportaciones de particulares como, por ejemplo, pagos por servicios públicos, de donaciones, multas, etc. En tercer lugar, los impuestos forman parte de las contribuciones y éstas a su vez forman parte de los ingresos públicos.”

Teniendo presente que gran parte de los ingresos son provenientes de impuestos existe un órgano que tiene la facultad para crear y autorizar esta carga tributaria el Congreso de La República.

La Constitución Política de la República de Guatemala, capítulo II, artículo número 147, numeral 3, menciona.

“Corresponde también al Congreso: Decretar tasas e impuestos ordinarios y extraordinarios conforme a las necesidades del Estado, y determinar las bases de su recaudación.”

2.2 Leyes y Decretos

2.2.1 Leyes

“La ley es una norma jurídica dictada por una autoridad pública competente, en general, es una función que recae sobre los legisladores de los congresos nacionales de los países, previo debate de los alcances y el texto que impulsa la misma y que deberá observar un cumplimiento obligatorio por parte de todos los ciudadanos, sin excepción, de una Nación, porque de la observación de estas dependerá que un país no termine convertido en una anarquía o caos.

Como bien les decía recién, dado que la finalidad de leyes es contribuir al logro del bien común de las personas que forman parte de una sociedad organizada bajo determinados deberes y derechos, su incumplimiento, por supuesto, traerá aparejada una sanción que puede, según la importancia de la norma que se haya violado, implicar un castigo de cumplimiento en prisión o bien la realización de algún trabajo de tipo comunitario que no conlleva la privación de libertad per se, pero deberá ser cumplido a rajatabla, igualmente para así dejar saldada la falta cometida.

Las leyes nacieron con el objetivo de limitar el libre albedrío de los seres humanos que viven insertos en una sociedad y es el principal control que ostenta un estado para vigilar que la conducta de sus habitantes no se desvíe, ni termine perjudicando a su prójimo.

Las leyes son la fuente principal del derecho y se distinguen por las siguientes características: generalidad, lo que les decía anteriormente, que deben ser cumplidas por TODOS, sin excepción; obligatoriedad, suponiendo un carácter imperativo-atributivo, lo cual significa que por un lado otorga deberes jurídicos y por el otro derechos; permanencia, esto quiere decir que cuando se las

promulga no tienen una fecha de vencimiento, por el contrario, su duración será indefinida en el tiempo hasta que un órgano competente determine su derogación por alguna causa valedera y previamente convenida; abstracta e impersonal, que implica que una ley no se concibe para resolver un caso en particular, sino que la mueve la generalidad de los casos que pueda abarcar y por último, que se reputa conocida, por lo cual nadie podrá argumentar que no la cumplió por desconocimiento.

Asimismo, una característica destacada de las leyes en los estados modernos es la ausencia de retroactividad; esto significa que su vigencia ocurre a partir de la fecha de la promulgación y no son aplicables a eventos ocurridos con anterioridad a la sanción. Este recurso impide la aplicación arbitraria de normas con fines punitivos, como puede ocurrir en estados totalitarios.

Se destaca que las leyes requieren en realidad de la participación de los tres poderes en los estados republicanos: son los parlamentos (poder legislativo) los que elaboran una ley, los jefes de estado (poder ejecutivo: presidente, primer ministro) los que promulgan o vetan esa norma y los jueces (poder judicial) los que vigilan su cumplimiento.

En contraposición, aquellas normas que surgen del acuerdo entre distintas naciones no llevan el nombre de ley, sino que se prefiere denominarlas tratados o convenios. Pese a considerarse como entes legales supranacionales, en las democracias modernas la totalidad de estos acuerdos entre países requieren de su aprobación por parte de los parlamentos locales para adquirir fuerza de ley. En algunos casos, este tipo de pactos son sometidos a plebiscito para lograr la opinión directa de los habitantes del país.”

<http://www.definicionabc.com/derecho/ley.php>

2.2.2 Decretos

“Decreto, un término que procede del latín *decrētum*, es la decisión de una autoridad sobre la materia en que tiene competencia. Suele tratarse de un acto administrativo llevado a cabo por el Poder Ejecutivo, con contenido normativo reglamentario y jerarquía inferior a las leyes.

Muchos son los tipos de decretos que existen. Así, por ejemplo, tendríamos que hablar de los reales decretos que, como su propio nombre indican, son aquellas legislaciones que requieren contar con la firma del monarca del país.

Los decretos de insistencia son otras de las modalidades que existen en diversos países del mundo. Chile, en concreto, es una de las naciones que cuenta con legislaciones de esta tipología que tienen como principal particularidad que son dictadas por el presidente de la República con el respaldo de sus ministros. Pero además se identifican porque previamente habían sido controladas por el órgano que se conoce como Contraloría General de la República.

La naturaleza del decreto varía de acuerdo a cada legislación nacional. Existen, en muchos casos, los decretos ley o decretos de necesidad y urgencia, que son emitidos por el Poder Ejecutivo y tienen carácter de ley aún sin pasar por el Poder Legislativo. Una vez promulgados, de todas formas, el Congreso puede analizarlos y decidir si mantiene su vigencia o no.

Estos decretos ley permiten que el Gobierno tome decisiones urgentes, con procedimientos rápidos y sin pérdida de tiempo. Para los partidos políticos opositores, sin embargo, este tipo de resoluciones suelen implicar un abuso de poder por parte del partido dominante, que evita los mecanismos de debate.

El decreto ley o similar, por lo tanto, ofrece la posibilidad constitucional al Poder Ejecutivo de crear normas con rango de ley sin la intervención o autorización previa del Parlamento o Congreso. Se asemeja, de esta forma, a las normas con rango legal que dictan las dictaduras o los gobiernos de facto, con la importante diferencia de que, en el caso de los gobiernos democráticos, el decreto ley está amparado por la Constitución.

En el imaginario popular, de todas formas, los decretos urgentes suelen aparecer asociados al poder hegemónico y a una voluntad de pasar por encima del debate parlamentario.”

<http://definicion.de/decreto/>

2.3 Ventas

Es una actividad desarrollada por personas jurídicas y naturales de forma individual o colectiva, es la principal fuente de ingresos de una entidad con fines de lucro.

La Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto número 27-92, en su capítulo II, artículo 2, define:

“Por venta: Todo acto o contrato que sirva para transferir a título oneroso el dominio total o parcial de bienes muebles o inmuebles situados en el territorio nacional, o derechos reales sobre ellos, independientemente de la designación que le den las partes y del lugar en que se celebre el acto o contrato respectivo.”

El Diccionario de marketing, de Cultural, S.A., p. 340, define venta como:

“un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero”. También incluye en su definición, que “la venta puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual, el vendedor pretende influir en el comprador.”

El Diccionario de la Real Academia Española, define a la venta como:

“La acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.”

Las ventas pueden ser de bienes o de servicios, según sea la necesidad de la demanda. Las empresas pueden ofertar o realizar ventas de solo bienes, solo servicios o mixtas, pero al momento de realizar su contabilización debe respetar su respectiva clasificación.

Toda empresa debe realizar declaración de impuestos y la clasificación obligatoria de los diferentes rubros a detallar en cada formulario de declaración de impuestos.

Según un resumen realizado por el IFRS sobre la Norma Internacional de Contabilidad No. 18 (2012), menciona el tratamiento que se debe dar a los ingresos de actividades ordinarias.

“La principal preocupación en la contabilización de ingresos de actividades ordinarias es determinar cuándo deben ser reconocidos. El ingreso de actividades ordinarias es reconocido cuando sea probable que los beneficios económicos futuros fluyan a la entidad y estos beneficios puedan ser medidos con fiabilidad. Esta Norma identifica las circunstancias en las cuales se cumplen estos criterios para que los ingresos de actividades ordinarias sean reconocidos. También suministra una guía práctica sobre la aplicación de tales criterios. Ingreso de actividades ordinarias es la entrada bruta de beneficios económicos, durante el período, surgidos en el curso de las actividades ordinarias de una entidad, siempre que tal entrada dé lugar a un aumento en el patrimonio, que no esté relacionado con las aportaciones de los propietarios de ese patrimonio. Esta Norma debe ser aplicada al contabilizar ingresos de actividades ordinarias procedentes de las siguientes transacciones y sucesos:

- a) venta de bienes;
- b) la prestación de servicios; y
- c) el uso, por parte de terceros, de activos de la entidad que produzcan intereses, regalías y dividendos.

Normalmente, el criterio usado para el reconocimiento de ingresos de actividades ordinarias en esta Norma se aplicará por separado a cada transacción. No obstante, en determinadas circunstancias, es necesario aplicar tal criterio de reconocimiento, por separado, a los componentes identificables de una única transacción, con el fin de reflejar la sustancia de la operación. Por ejemplo, cuando el precio de venta de un producto incluye una cantidad identificable a cambio de algún servicio futuro, tal importe se diferirá y reconocerá como ingreso en el intervalo de tiempo durante el que tal servicio será ejecutado. A la inversa, el criterio de reconocimiento será de aplicación a dos o más transacciones, conjuntamente, cuando las mismas están ligadas de manera que el efecto comercial no puede ser entendido sin referencia al conjunto completo de transacciones. Por ejemplo, una entidad puede vender bienes y, al mismo tiempo, hacer un contrato para recomprar esos bienes más tarde, con lo que se niega el efecto sustantivo de la operación, en cuyo caso las dos transacciones han de ser contabilizadas de forma conjunta.

La medición de los ingresos de actividades ordinarias debe hacerse utilizando el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivada de los mismos. Valor razonable es el precio que sería recibido por vender un activo o pagado por transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes del mercado en la fecha de la medición. El importe de los ingresos de actividades ordinarias derivados de una transacción se determina, normalmente, por acuerdo entre la entidad y el vendedor o usuario del activo. Se medirán al valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, teniendo en cuenta el importe de cualquier descuento, bonificación o rebaja comercial que la entidad pueda otorgar. Venta de bienes Los ingresos de actividades ordinarias procedentes de la venta de bienes deben ser reconocidos y registrados en los estados financieros cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- a) la entidad ha transferido al comprador los riesgos y ventajas, de tipo significativo, derivados de la propiedad de los bienes;
- b) la entidad no conserva para sí ninguna implicación en la gestión corriente de los bienes vendidos, en el grado usualmente asociado con la propiedad, ni retiene el control efectivo sobre los mismos;
- c) el importe de los ingresos de actividades ordinarias puede medirse con fiabilidad;
- d) es probable que la entidad reciba los beneficios económicos asociados con la transacción;
- y
- e) los costos incurridos, o por incurrir, en relación con la transacción pueden ser medidos con fiabilidad.

Prestación de servicios

Cuando el resultado de una transacción, que suponga la prestación de servicios, pueda ser estimado con fiabilidad, los ingresos de actividades ordinarias asociados con la operación deben reconocerse, considerando el grado de terminación de la prestación final del período sobre el que se informa. El resultado de una transacción puede ser estimado con fiabilidad cuando se cumplen todas y cada una de las siguientes condiciones:

- a) el importe de los ingresos de actividades ordinarias puede medirse con fiabilidad;
- b) es probable que la entidad reciba los beneficios económicos asociados con la transacción;

- c) el grado de terminación de la transacción, al final del período sobre el que se informa, puede ser medido con fiabilidad; y
- d) los costos ya incurridos en la prestación, así como los que quedan por incurrir hasta completarla, pueden ser medidos con fiabilidad.

El reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias por referencia al grado de terminación de una transacción se denomina habitualmente con el nombre de método del porcentaje de terminación. Bajo este método, los ingresos de actividades ordinarias se reconocen en los períodos contables en los cuales tiene lugar la prestación del servicio. El reconocimiento de los ingresos de actividades ordinarias con esta base suministrará información útil sobre la medida de la actividad de servicio y su ejecución en un determinado período.”

2.4 Aplicación de leyes sobre rubro de ventas o ingresos

A lo largo de la historia de nuestra legislación han existido varias leyes que terminan grabando el rubro de ventas o ingresos, por medio de los impuestos específicos.

Dentro de las cuales podemos mencionar las siguientes:

- a) Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA), Decreto 27-92.
- b) Ley del Impuesto a las Empresas Mercantiles y Agropecuarias (IEMA), Decreto 99-98 (sin vigencia)
- c) Ley del Impuesto Extraordinario y Temporal de Apoyo a los Acuerdos de Paz (IETAAP), Decreto 19-04 (sin vigencia)
- d) Ley de Impuesto de Solidaridad (ISO), Decreto 73-2008

Para efectos de nuestra investigación omitiremos la ley del Impuesto al Valor Agregado –IVA-, ya que este impuesto tiene la característica de poder regularizarse a sí mismo, por medio de compras (IVA crédito) y ventas (IVA débito).

Así mismo se omitirán las leyes del; IEMA, IETAAP, por estar actualmente sin vigencia, pero si es de carácter fundamental mencionar que su base de imposición tiene mucha similitud a nuestra ley de estudio que es el ISO.

Es necesario mencionar esto pues si en el futuro la ley del Impuesto de Solidaridad –ISO– perdiera su vigencia y es reemplazada con otra ley que tenga la misma base impositiva, el alcance del presente análisis se podrá aplicar a esta nueva ley también.

El análisis se debe realizar sobre el entendido que la persona jurídica o contribuyente está inscrito en el Régimen Sobre Las Utilidades de Actividades Lucrativas.

Todo ente jurídico tiene el derecho de inscribirse ante La Superintendencia de Administración Tributaria, en el régimen que más le favorezca o apegue a sus necesidades y esto es un derecho por ley.

La Ley de Actualización Tributaria, Decreto número 10-2012, capítulo IV, sección I, artículo 14, menciona:

“Regímenes para las rentas de actividades lucrativas.

Se establecen los siguientes regímenes para las rentas de actividades lucrativas:

1. Régimen Sobre las Utilidades de Actividades Lucrativas.
2. Régimen Opcional Simplificado Sobre Ingresos de Actividades Lucrativas.”

A continuación se presenta una tabla comparativa de las leyes de; IEMA, IETAAP, ISO, aunque las primeras dos no están vigentes, pero se hace con el sentido de demostrar cómo es castigada la base impositiva de forma histórica.

Tabla No. 001

Comparación de impuestos que afectan al rubro de ingresos

	IEMA	IETAAP	ISO
	DECRETO 99-98	DECRETO 19-04	DECRETO 73-08
BASE LEGAL	Artículo 7 y 9	Artículo 1, 7 y 8	Artículo 1, 7 y 8
BASE IMPOSITIVA	Activo neto total o los ingresos brutos. Ambos se calcularán sobre la 4ta, parte correspondiente a trimestres.	Activo neto total o los ingresos brutos. Ambos se calcularán sobre la 4ta, parte correspondiente a trimestres.	Activo neto total o los ingresos brutos. Ambos se calcularán sobre la 4ta, parte correspondiente a trimestres.
TIPO IMPOSITIVO	3.5% sobre activo neto total. 2.25% sobre ingresos brutos.	2.5% período del 1 julio al 31 de diciembre 2004. 1.25% período del 1 de enero 2005 al treinta de junio 2006 1% 1 de julio 2006 al 31 de diciembre 2007	1% sobre activo neto total o sobre ingresos brutos. Cuando la base de activo neto sea superior a 4 veces los ingresos brutos, se aplicará sobre ingresos brutos.
CONDICIONANTE		Margen bruto superior al 4% de sus ingresos	Margen bruto superior al 4% de sus ingresos

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Activo neto total

Es el monto resultante de restar al activo total los siguientes rubros:

- a) Depreciaciones y amortizaciones acumuladas
- b) Estimación de cuentas incobrables (3% según ley)
- c) Créditos y remanentes fiscales

Ingresos brutos

Es el total de todas las rentas o ingresos brutos percibidos o devengados durante el período fiscal, excluyendo los siguientes ingresos;

- a) Ingresos por resarcimiento de pérdidas patrimoniales
- b) Ingresos por seguros o reaseguros

Margen bruto

Es la suma del total de ingresos brutos por servicios más la diferencia resultante de restarle a las ventas brutas su respectivo costo de venta.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación

La investigación que se aplicó es la exploratoria en el desarrollo del trabajo presentado ya que el tema analizado fue de carácter inédito, el análisis fue sobre datos cualitativos y cuantitativos.

A continuación se presenta la descripción de la investigación exploratoria.

Investigación exploratoria: cuando no existen investigaciones previas sobre el objeto de estudio o cuando el conocimiento del tema es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar, para lo que se utiliza este tipo de investigación.

3.2 Sujetos de investigación

Es el universo o parte del universo investigado, el cual proporciona información básica y necesaria para realizar el trabajo de investigación planteado.

En el trabajo presentado los sujetos de investigación son una muestra de las empresas de distribución de telefonía que prestan sus servicios a los Operadores de red telefónica en el territorio de la ciudad capital. Principalmente el sujeto es identificado como el Gerente Financiero de estas distribuidoras, el Contador General o el Representante Legal.

Dentro del universo de distribuidores para el Operador de telefonía Claro, se menciona los siguientes: Connection, S.A., Comunicaciones y Servicios de Guatemala, S.A., Interconexiones, S.A., Estrella Digital, S.A., Comercializadora de Prepago, S.A., Adaptación Informática, S.A., Topcell Guatemala, S.A. y Casbelsa, S.A., Tarjetazo, S.A., Orcove, S.A., Milenium Distribuidora, S.A., Crece Centroamérica, S.A.

3.3 Instrumentos de recopilación de datos

Encuesta: Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a las personas, con el fin de que les contesten por escrito. Este listado se llama cuestionario.

Entrevista: Es una forma oral de comunicación interpersonal que tiene como finalidad obtener información en relación a un objetivo.

Observación: Es un proceso cuya función primaria e inmediata es recoger información sobre el sujeto de investigación.

Análisis documental: Consiste en describir un documento en sus partes esenciales para su posterior identificación y recuperación.

Focus group: Es un tipo de entrevista de grupo compuesto por personas a las que atañe una política de desarrollo o una intervención. Su función es obtener información sobre sus opiniones, actitudes y experiencias.

El trabajo desarrollado es inédito y sus sujetos de investigación son puestos gerenciales, sobre los cuales aplicaremos la herramienta de recopilación de información de la entrevista para obtener los datos necesarios sobre la información fiscal y financiera de la empresa.

3.4 Diseño de la investigación

Tabla No. 002**Programa de actividades de investigación**

No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RECURSOS	FECHA
1	Correcciones al Plan de tesis	Incorporar correcciones de asesores a tesis.	Computadora	09/05/2015
2	Muestreo	Selección de muestra.	Computadora	09/05/2015
3	Recopilación y análisis de datos	Realizar entrevistas y encuestas.	Transporte, entrevista, computadora	09/05/2015
4	Presentación de resultados	Presentar a coordinador y asesor de tesis.	Computadora, impresora, hojas, tinta, internet	09/05/2015
5	Análisis resultados y Marco Teórico desarrollado	Presentación análisis de investigación, desarrollo marco teórico.	Computadora, impresora, hojas, tinta, internet	09/05/2015
6	Propuesta / Discusión de resultados	Presentar a coordinador y asesor los resultados para discusión.	Computadora, impresora, hojas, tinta, internet	09/05/2015
7	Conclusiones (Recomendaciones en caso de líneas de investigación)	Realizar recomendaciones al sector investigado.	Computadora, impresora, hojas	09/05/2015
8	Lenguaje técnico	Elaboración de glosario	Computadora, impresora, hojas	09/05/2015
9	Puntualidad de entregas	Elaboración de cronograma.	Computadora, impresora, hojas	09/05/2015
10	Anexos	Figuras, tablas o gráficas.	Computadora, impresora, hojas	09/05/2015

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Capítulo 4

Resultados de la investigación

4.1 Muestreo

Se realizaron entrevistas directas y cuestionario a directores financieros y contadores generales de las empresas que se dedican a la distribución de telefonía celular en la ciudad de Guatemala de cada uno de los Operadores (Tigo, Movistar, Claro).

La entrevista realizada fue con el propósito de conocer la naturaleza de sus ingresos, así como el manejo contable y su clasificación en los estados financieros y en que forma el Impuesto de Solidaridad afectaba su ejercicio fiscal.

Los directores financieros comentaron que sus ingresos provienen de varias fuentes y dentro de las principales se mencionó:

- a) Venta de celulares
- b) Venta de tarjetas
- c) Venta de recargas
- d) Venta de servicios

Hicieron énfasis al indicar que la forma de trabajar con el Operador (Tigo, Movistar, Claro), es por medio de un contrato en el cual se establece:

- a) Exclusividad de distribución de sus productos
- b) Zonas de distribución
- c) Estructura mínima para distribución
- d) Márgenes de utilidad por los diferentes bienes o servicios distribuidos
- e) Penalizaciones
- f) Metas de ventas y compras de forma mensual

En las entrevistas los contadores indicaron que tienen una nomenclatura contable adecuada para poder identificar, contabilizar, controlar y registrar en los estados financieros cada uno de los ingresos provenientes de ventas.

A continuación se detalla un ejemplo gráfico de la obtención de su margen de utilidad por producto vendido. Es importante mencionar que ningún Director Financiero quiso proporcionar por motivos de confidencialidad el margen exacto, pero aseguraron que es muy cercano a la realidad y que es la forma de trabajar con cualquiera de los diferentes Operadores del mercado.

Se hace la aclaración que todas las tablas presentadas a continuación fueron elaboradas con datos que se obtuvieron de las entrevistas realizadas a los directores financieros y contadores generales de las empresas, las cifras son presentadas en quetzales y no incluyen el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Tabla No. 003

Margen en venta de celulares

	Costo	Descuento 20%	Valor
Compra	220.00	44.00	176.00
Venta			220.00
Margen			44.00

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar en la gráfica anterior y respetando el contrato de comercialización celebrado entre Operador y Distribuidor se determina:

- a) El Distribuidor tiene un porcentaje estipulado de descuento fijo del 20% en la compra.
- b) No está condicionada a otorgar descuento de venta.

c) No puede incrementar precio de venta.

Para realizar esta gráfica se tomó como base el promedio de Q250.00 de los diferentes aparatos móviles que se comercializan, pero su tratamiento de mercadeo es el mismo.

Tabla No. 004

Margen en venta de Tarjetas

	Costo	Descuento %	Valor
Compra	88.00	13%	76.56
Venta	88.00	6%	82.72
Margen			6.16

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar en la gráfica anterior y respetando el contrato de comercialización celebrado entre Operador y Distribuidor se determina:

- a) El Distribuidor tiene un porcentaje estipulado de descuento fijo del 13% en la compra.
- b) Está condicionado a otorgar descuento de venta por un porcentaje fijo del 6%.
- c) No puede incrementar precio de venta.

Para realizar esta gráfica se tomó como base una tarjeta de Q100.00, pero el tratamiento de mercadeo es el mismo para cualquier denominación.

Tabla No. 005

Margen en venta de tiempo de aire virtual (recarga electrónica)

	Costo	Descuento %	Valor
Compra	0.88	14%	0.76
Venta	0.88	6%	0.83
Margen			0.07

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar en la gráfica anterior y respetando el contrato de comercialización celebrado entre Operador y Distribuidor se determina:

- a) El Distribuidor tiene un porcentaje estipulado de descuento fijo del 14% en la compra.
- b) Está condicionado a otorgar descuento de venta por un porcentaje fijo del 6%.
- c) No puede incrementar precio de venta.

Para realizar esta gráfica se tomó como base una recarga electrónica de Q1.00, pero el tratamiento de mercadeo es el mismo para cualquier denominación.

Tabla No. 006

Margen en prestación de servicios

	Venta	% Margen	Margen
Servicio	446.00	32%	142.72

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

En el caso de los servicios es muy diferente al tratamiento de la venta de bienes, existe una tabla de comisiones muy compleja (no se obtuvo acceso a ella), en la cual se detalla qué porcentaje de

utilidad debe percibir el Distribuidor al comercializar los diferentes servicios que se ofrecen en las tiendas del Operador.

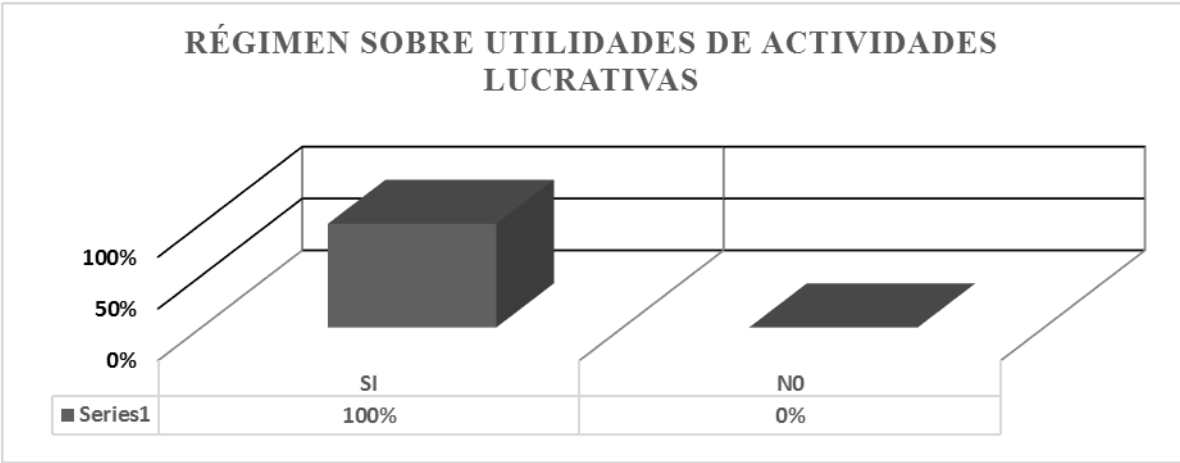
El Operador desarrolla un proceso económico empresarial de outsourcing para distribuir sus productos y servicios dentro de sus mismas instalaciones.

Fue proporcionado un promedio de las comisiones percibidas mediante el cual se determinó un porcentaje de margen por servicios del 32%.

4.2 Presentación de resultados

Se elaboró una entrevista y una encuesta de once preguntas a las empresas sujeto de estudio, con el propósito de obtener datos útiles y concretos de utilidad para el desarrollo del tema de investigación. Después de tabularlos se presentan a continuación de forma gráfica con su respectivo comentario.

Gráfica No. 006
Régimen de ISR de la muestra

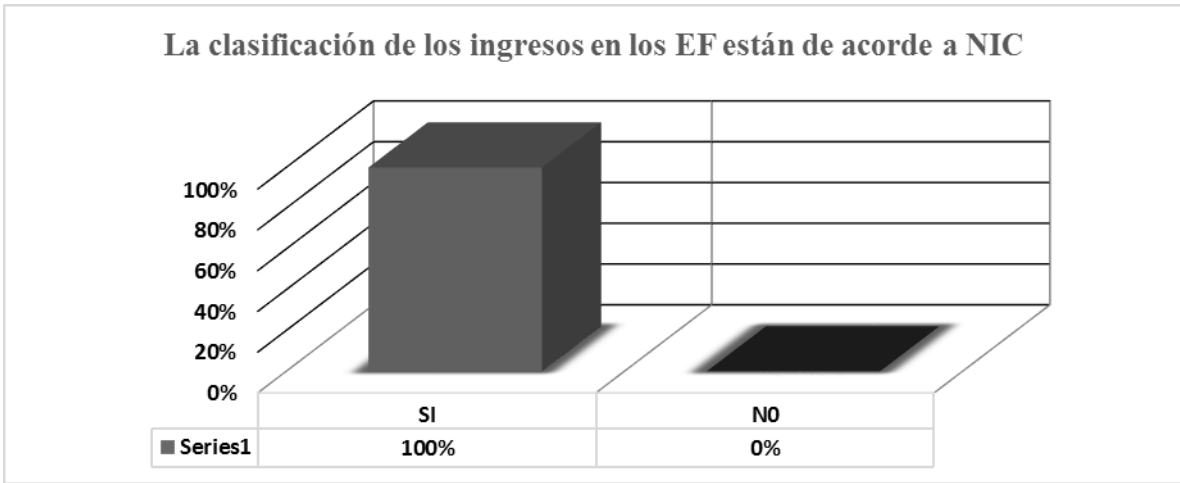


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar el 100% de los encuestados respondió que efectivamente se encuentran inscritos de conformidad a la ley del Impuesto Sobre la Renta en su artículo 14 numeral 1.

Gráfica No. 007

Clasificación de ingresos según NIC

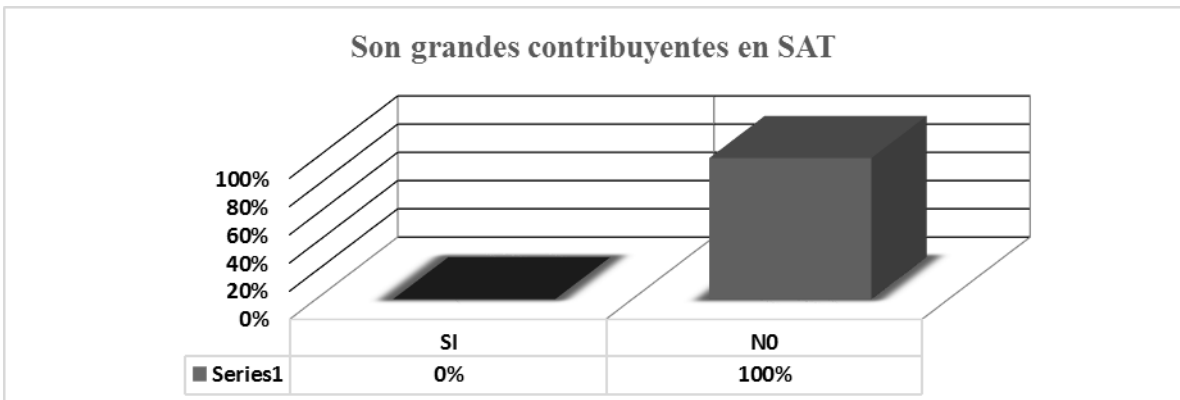


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar el 100% de los encuestados indicaron que su contabilidad y nomenclatura contable está en base a normas internacionales de contabilidad, aunque no tuvimos acceso a los estados financieros para poder verificar esta afirmación.

Gráfica No. 008

Están registrados como grandes contribuyentes en SAT

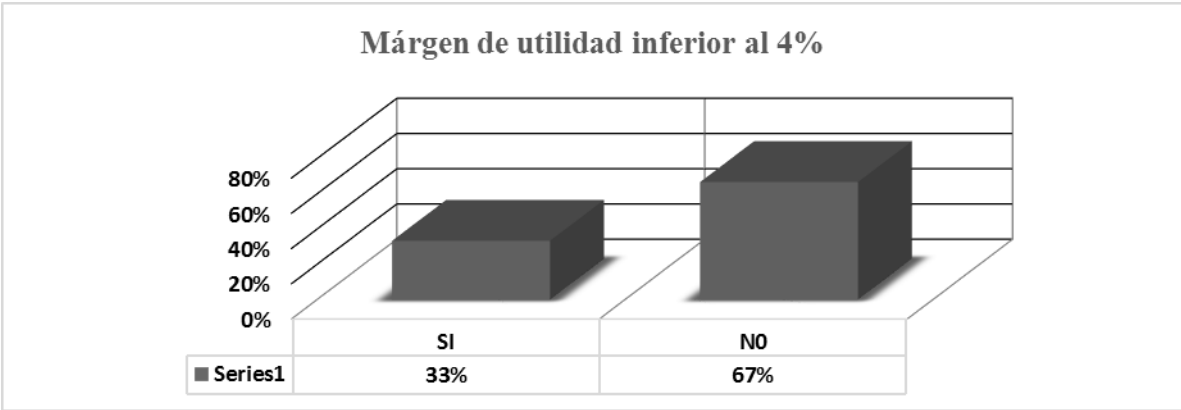


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como podemos observar el 100% de encuestados indicaron que son contribuyentes normales y que no tienen ninguna notificación de la superintendencia de administración tributaria de estar registrados o clasificados como grandes contribuyentes.

Gráfica No. 009

Margen de utilidad de la muestra es inferior al 4%

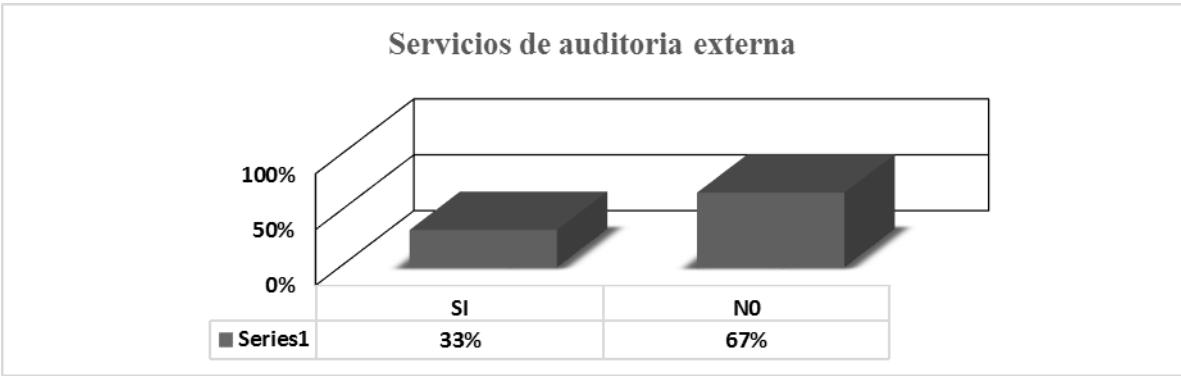


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar según los encuestados el 33% posee un margen inferior al 4% el resto que es el 67% indicaron que su margen no es inferior al 4%.

Gráfica No. 010

La muestra cuenta con servicios de auditoria externa

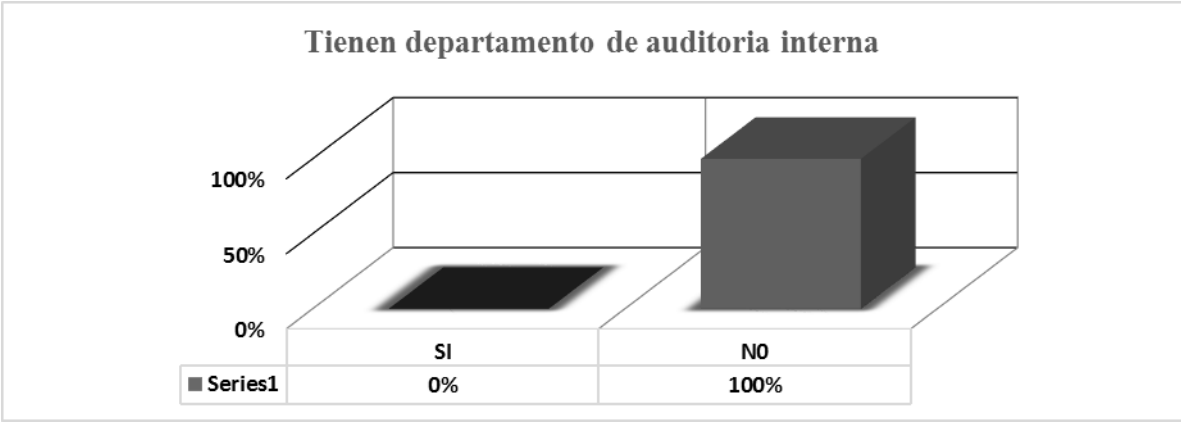


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar en la respuesta de los encuestados el 33% no cuentan con un servicio de auditoría externa.

Gráfica No. 011

Existe departamento de auditoria interna

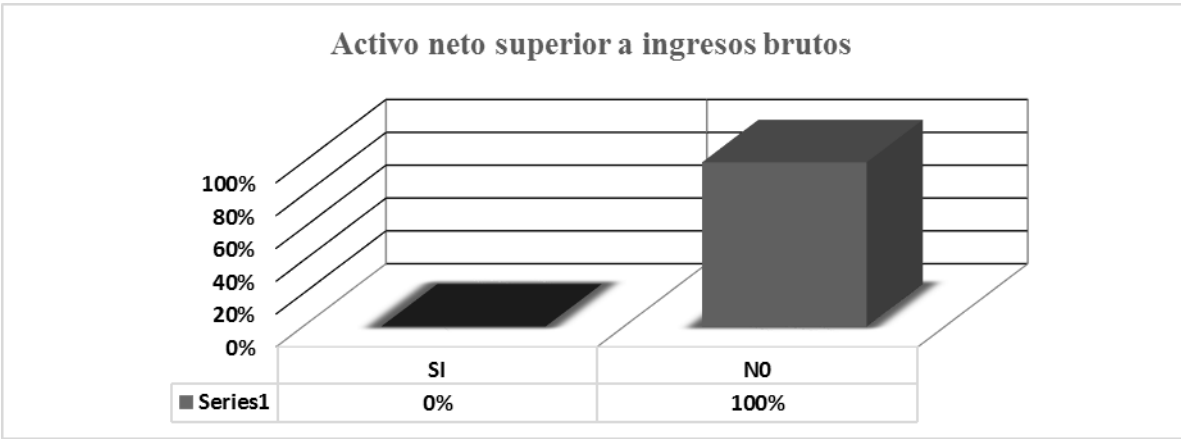


Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar la respuesta del 100% de los encuestados indica que no tienen Departamento de Auditoría Interna.

Gráfica No. 012

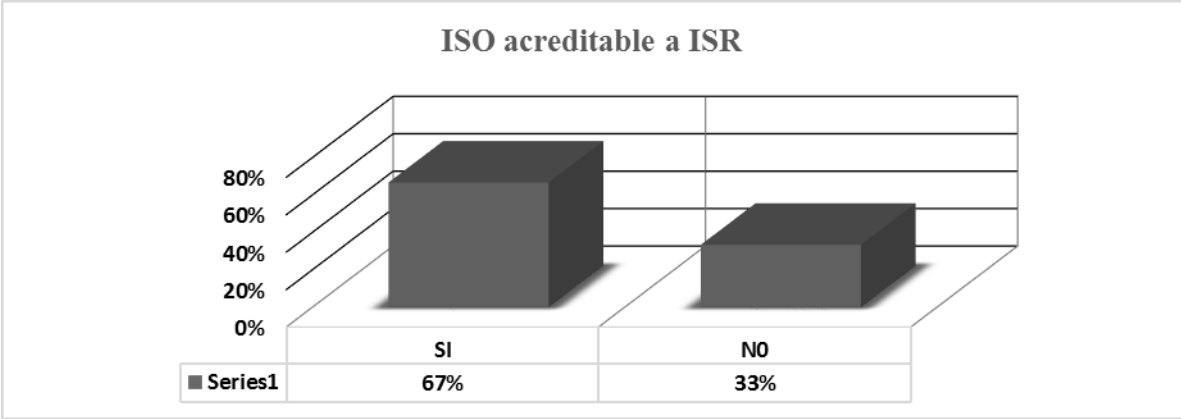
El activo neto de la muestra es superior a los ingresos brutos



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar el 100% de los encuestados indicaron que la situación de las empresas es que los ingresos brutos son superior a su activo neto.

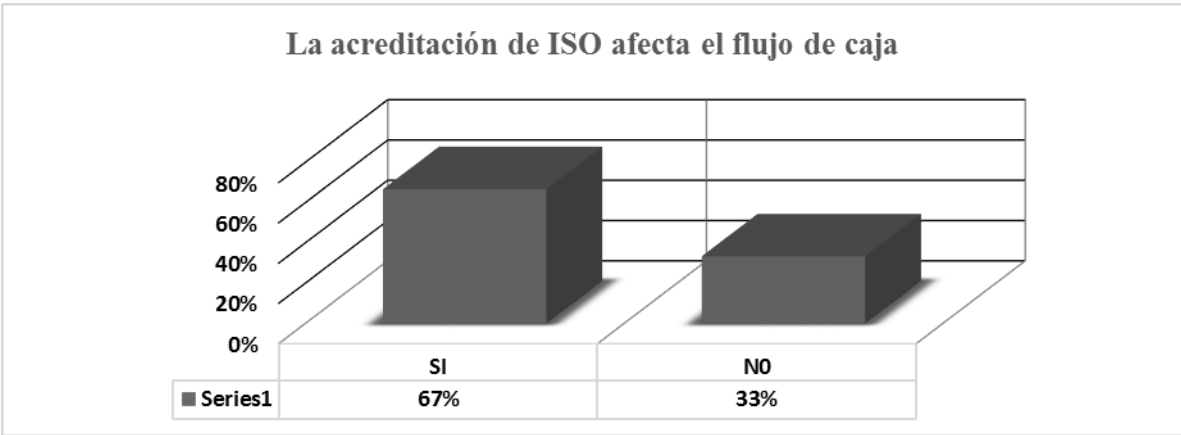
Gráfica No. 013
Acreditación del ISO



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar la respuesta de los encuestados a la pregunta si el Impuesto de Solidaridad estaba acreditado al Impuesto Sobre la Renta el 67% respondió que sí.

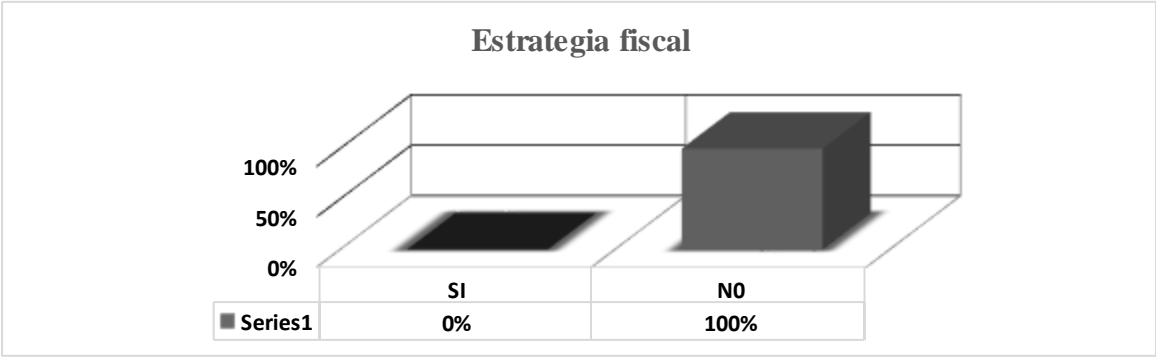
Gráfica No. 014
La acreditación del ISO afecta el flujo de caja



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar la respuesta de los encuestados sobre si la forma de acreditación afectaba su flujo de caja el 67% respondió que sí e hicieron énfasis en que es porque se lo pueden acreditar pero un año después de pagado y tienen tiempo mínimo para poder realizarlo.

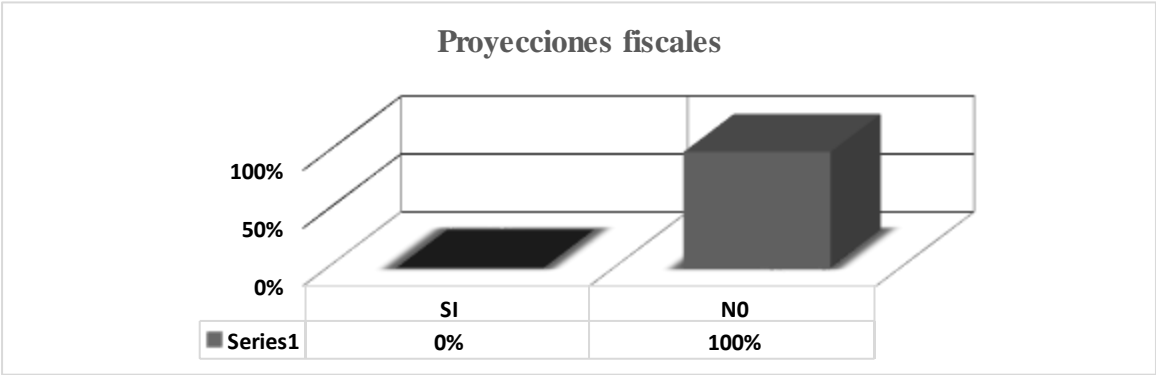
Gráfico No. 015
Poseen estrategia fiscal



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como podemos observar la respuesta de los encuestados a la pregunta sobre si posee una estrategia fiscal el 100% indico que no la poseen.

Gráfica No. 016
Realizan proyecciones fiscales



Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede observar la respuesta de los encuestados a la pregunta si realizan proyecciones fiscales sobre los impuestos que surgen en el cierre fiscal la respuesta del 100% fue que no y que lo único que contemplan son los cierres trimestrales.

Capítulo 5

Discusión y análisis de resultados

5.1 Discusión de resultados

Al estudiar y analizar a las empresas de distribución de telefonía se determinó que todas tienen características y condiciones similares no importando con que Operador (Tigo, Movistar, Claro) tengan firmado su contrato comercial, dentro de estas características podemos mencionar las siguientes:

- a) Poseen contrato de exclusividad para distribuir
- b) Poseen zonas geográficas delimitadas por el Operador
- c) El noventa y nueve por ciento de sus ingresos es en relación a una tabla de márgenes o comisiones
- d) Poseen metas establecidas de compras
- e) Poseen metas establecidas de ventas
- f) El Operador tiene participación en su proceso operativo de venta

El estudio realizado determinó que todas las empresas tienen su control contable correspondiente en cuanto a la clasificación de los ingresos y su tratamiento fiscal, pero se logró determinar que no poseen un panorama analítico en cuanto a las estrategias que puedan formar para minimizar, prever o provisionar las cargas tributarias.

Se logró determinar que la mayoría de las empresas analizadas cumplen con su obligación tributaria, específicamente la del Impuesto de Solidaridad ya que su margen bruto de utilidad siempre es superior al 4%, esto por consecuencia de la fuente de sus ingresos, como se explicó en el capítulo 4 por medio de la representación gráfica de su margen de ganancia.

El Impuesto de Solidaridad en las empresas analizadas tiene como base imponible los ingresos brutos sobre ventas esto a causa de que su activo neto no es mayor a sus ingresos.

5.2 Análisis de resultados

El presente estudio sobre las empresas de distribución de telefonía permite realizar un análisis fiscal y financiero, derivado de las entrevistas abiertas que se realizaron a los directores financiero y la encuesta realizada a los contadores generales.

5.2.1 Análisis fiscal

Como cualquier otra entidad jurídica las empresas de distribución de telefonía están inscritas en el Registro Tributario Unificado y deben de cumplir con las obligaciones de toda persona jurídica comercial.

El enfoque del presente estudio determinó que las empresas de distribución de telefonía si cumplen con la aplicación correcta de la ley del Impuesto de Solidaridad y que no existe riesgo de omisión en la aplicación del porcentaje impositivo del 1% sobre la base imponible.

A continuación se citan algunos artículos la ley del Impuesto de Solidaridad, Decreto 73-2008 “Artículo 7. Base imponible. La base imponible de este impuesto la constituye la que sea mayor entre:

- a) La cuarta parte del monto del activo neto; o,
- b) La cuarta parte de los ingresos brutos.

En el caso de los contribuyentes cuyo activo neto sea más de cuatro (4) veces sus ingresos brutos, aplicarán la base imponible establecida en la literal b) del párrafo anterior.

Artículo 8. Tipo impositivo. El tipo impositivo de este impuesto es del uno por ciento (1%).

Artículo 9. Determinación del impuesto. El impuesto se determina multiplicando el tipo impositivo por la base imponible establecida en el artículo 7 de esta Ley. Si la base imponible fuere la cuarta parte del monto del activo neto, al impuesto determinado en cada trimestre, se le restará el Impuesto Único Sobre Inmuebles efectivamente pagado durante el mismo trimestre.

En los casos de períodos menores a un trimestre, el impuesto se determina en proporción al número de días del trimestre que hayan transcurrido.”

5.2.2 Análisis financiero

Toda empresa que se dedique a la distribución de telefonía no poniendo énfasis en el Operador, esta destinada a tener un margen bruto de utilidad arriba del 4% y a reflejar en su rubro de ingresos montos muy elevados que afectaran su carga tributaria y por consiguiente su flujo de caja inmediato. Al decir carga tributaria se habla específicamente del Impuesto de Solidaridad o de cualquier otro impuesto que en un futuro cercano o lejano se pueda crear y que su base imponible sea los ingresos brutos.

Por qué se dice que afectará su carga tributaria es simple deducir esto desde que se realiza un contrato de comercialización donde existen cláusulas donde se estipulan precios de compra y de venta, es decir se le condiciona al Distribuidor a percibir únicamente un margen estipulado sobre los diversos productos comercializados.

Al analizar la explicación anterior se entiende que para mayor margen de utilidad mayor volumen de ventas y este es el problema ya que al tener muy elevados nuestros ingresos y teniendo vigente un impuesto que castiga este rubro el pago tributario no es de acuerdo a lo percibido realmente.

Se hace mención únicamente del Impuesto de Solidaridad, pues a pesar que existen otros impuestos que castigan los ingresos o ventas tienen la particularidad de regularizarse entre ellos mismo pero con naturaleza de saldo contraria, estamos hablando del Impuesto al Valor Agregado (crédito y débito).

El flujo de caja es afectado ya que el Impuesto de Solidaridad se debe de pagar de forma trimestral y se puede acreditar a pagos de Impuesto Sobre la Renta, pero no en el mismo período fiscal, sino hasta un año después y únicamente durante los tres años siguientes a la constitución y pago del impuesto y aunque exista un remanente después del período de tres años no se podrá

reclamar como crédito, sino que su tratamiento será de gasto deducible del Impuesto Sobre la Renta.

La ley del Impuesto de Solidaridad, Decreto 73-2008, establece:

“Artículo 11. Acreditación. El Impuesto de Solidaridad y el Impuesto Sobre la Renta podrán acreditarse entre sí. Los contribuyentes podrán optar por una de las formas siguientes:

- a) El monto del Impuesto de Solidaridad, pagado durante los cuatro trimestres del año calendario, conforme los plazos establecidos en el artículo 10 de esta Ley, podrá ser acreditado al pago del Impuesto Sobre la Renta hasta su agotamiento durante los tres años calendario inmediatos siguientes, tanto el que debe pagarse en forma mensual o trimestral, como el que se determine en la liquidación definitiva anual, según corresponda.
- b) Los pagos trimestrales del Impuesto Sobre la Renta, podrán acreditarse al pago del Impuesto de Solidaridad en el mismo año calendario. Los contribuyentes que se acojan a esta forma de acreditación podrán cambiarla únicamente con autorización de la Administración Tributaria.

El remanente del Impuesto de Solidaridad que no sea acreditado conforme lo regulado en este artículo, será considerado como un gasto deducible para efectos del Impuesto Sobre la Renta, del período de liquidación definitiva anual en que concluyan los tres años a los que se refiere la literal a) de este artículo.”

Al realizar un ejercicio con uno de los productos de mayor comercialización de los distribuidores se puede apreciar el monto aproximado de Impuesto de Solidaridad el cual se debe de cancelar en cuatro trimestres y al año inmediato siguiente poder acreditarlo a pagos de Impuesto Sobre la Renta, el problema y la fluctuación adversa sería que no exista un control adecuado de los gastos operativos y el Impuesto Sobre la Renta sea tan inferior que quede en déficit para poder compensar el Impuesto de Solidaridad.

Aunque es cierto que tenemos tres años para acreditarlo se vuelve en un círculo vicioso ya que todos los años se facturarán y reportarán ingresos muy voluminosos.

Tabla No. 007
Ejercicio caso ISO

Recargas	Costo	Descuento %	Valor	Promedio unidades mensuales	Ingreso / Egreso	Meses	Anual	ISO	TOTAL ISO
Compra	0.88	14%	0.76	6,500,000.00	4,919,200.00	12	59,030,400.00		
Venta	0.88	6%	0.83	6,500,000.00	5,376,800.00	12	64,521,600.00	1%	645,216.00
Margen			0.07	6,500,000.00	457,600.00	12	5,491,200.00	1%	54,912.00

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Como se puede analizar en la tabla anterior el monto del Impuesto de Solidaridad es excesivamente elevado y debemos de considerar cancelar esto en cuatro pagos trimestrales de Q.161,304.00 el flujo de caja se verá afectado.

También se realizó el ejercicio donde el impuesto es aplicado únicamente sobre el margen o comisión resultante del modelo económico de comercialización adquirido y se ve una gran diferencia, con este ejercicio únicamente se pagarían montos trimestrales de Q.13,728.00, más adelante se explicará a detalle por que la razón de este ejercicio.

5.3 Conclusiones

- 1) Después de realizar el presente estudio y haber tenido un acercamiento con Ejecutivos y Directores de las empresas de distribución de telefonía se comprende en cierto grado el giro normal del negocio y concluimos en que si bien es cierto que las empresas están cumpliendo con la carga tributaria del Impuesto de Solidaridad, están siendo castigados por las condiciones comerciales estipuladas entre Operador y Distribuidor.

- 2) Existe una gran oportunidad de eficiencia al analizar más profundamente la aplicación del Impuesto de Solidaridad a su base imponible y todo relacionado dentro del ambiente legal de la ley.
- 3) Podrían evitar una erogación significativa que puede tener como resultado un flujo de caja muy cómodo y no comprometido, logrando invertir en activos fijos o producto para comercializar.
- 4) No existe aplicación incorrecta de la carga tributaria de Impuesto de Solidaridad, pero si existe un impacto desfavorable.
- 5) Al analizar los impuestos que históricamente han afectado la base imponible de los ingresos brutos, es lógico pensar que se hará extensión de vigencia del Impuesto de Solidaridad o que a futuro el Congreso de la República de Guatemala promulgará una nueva ley.
- 6) Es una desventaja el no contar con una proyección periódica fiscal o estrategia fiscal para minimizar las cargas tributarias.
- 7) Las empresas de distribución de telefonía cumplen con normalidad la obligación tributaria de la ley del Impuesto de Solidaridad. Esto derivado de que las condiciones económicas del mercado en que operan permite forzosamente a tener un margen superior al 4%, así mismo la única base imponible puede ser los ingresos brutos, esto derivado que su alta facturación siempre será superior al monto del activo neto.
- 8) Es de urgencia que las empresas de distribución telefónica tengan los servicios de un asesor financiero que les pueda proporcionar estrategias fiscales para mejorar su rentabilidad y solidez, al mismo tiempo de hacerse más competitivas.

- 9) La adopción de las estrategias fiscales planteadas en este documento ayudaran considerablemente al flujo de caja y a su rentabilidad.
- 10) Es de carácter necesario que los Directores Financieros de las empresas de distribución de telefonía formen un comité y se puedan acercar al Operador a solicitar la adopción de la estrategia número uno de este documento o buscar un punto medio para beneficiarse en alguna medida.

5.4 Recomendaciones

A continuación se presenta un ejercicio de una tabla con montos anualizados para poder comprender las recomendaciones que se realizaran.

Esta tabla es una proyección anual de las tablas descritas en el capítulo cuatro y tiene por objeto despertar el interés para que los ejecutivos encargados de la telefonía móvil se acerquen al Operador a discutir una planificación estratégica.

Tabla No. 008

Estrategia No.01 Facturación márgenes

Celulares	Costo	Descuento 20%	Valor	Promedio unidades mensuales	Ingreso / Egreso	Meses	Anual	ISO	TOTAL ISO
Compra	220.00	44.00	176.00	3,500.00	616,000.00	12	7,392,000.00		
Venta	220.00		220.00	3,500.00	770,000.00	12	9,240,000.00	1%	92,400.00
Margen			44.00	3,500.00	154,000.00	12	1,848,000.00	1%	18,480.00
Tarjetas	Costo	Descuento %	Valor	Promedio unidades mensuales	Ingreso / Egreso	Meses	Anual	ISO	TOTAL ISO
Compra	88.00	13%	76.56	9,834.00	752,891.04	12	9,034,692.48		
Venta	88.00	6%	82.72	9,834.00	813,468.48	12	9,761,621.76	1%	97,616.22
Margen			6.16	20,000.00	123,200.00	12	1,478,400.00	1%	14,784.00
Recargas	Costo	Descuento %	Valor	Promedio unidades mensuales	Ingreso / Egreso	Meses	Anual	ISO	TOTAL ISO
Compra	0.88	14%	0.76	6,500,000.00	4,919,200.00	12	59,030,400.00		
Venta	0.88	6%	0.83	6,500,000.00	5,376,800.00	12	64,521,600.00	1%	645,216.00
Margen			0.07	6,500,000.00	457,600.00	12	5,491,200.00	1%	54,912.00
Servicios	Monto	Comisión	Valor	Promedio unidades mensuales	Ingreso / Egreso	Meses	Anual	ISO	TOTAL ISO
Venta	1,452,000.00	32%	464,640.00	1.00	464,640.00	12	5,575,680.00	1%	55,756.80
								%	ISO
Total facturación ingresos brutos			89,098,901.76		Total ISO sobre ingresos brutos facturados			1%	890,989.02
Total facturación margen o comisión			14,393,280.00		Total ISO sobre comisiones facturadas			1%	143,932.80
Variación			74,705,621.76		Variación				747,056.22

Fuente elaboración: Propia
 Octubre 2015

1. Según la tabla anterior se recomienda a las empresas distribuidoras de telefonía formen un comité integrado por cada representante de las diferentes distribuidoras y tengan un acercamiento al Operador y realicen una propuesta de poder facturar únicamente el margen o comisión que se genera como ingreso.

Dentro de la propuesta deben abarcar como mínimo los puntos siguientes:

- a) Temas fiscales
- b) Temas legales
- c) Inventario en consignación
- d) Seguros de mercadería
- e) Personal operativo
- f) Auditoría de inventarios y
- g) Control interno

El espíritu de la propuesta o esencia debe enfocarse a que tanto el Operador como el Distribuidor terminan tributando el Impuesto de Solidaridad sobre la base imponible de sus ingresos brutos y que para el Distribuidor sería de gran ayuda el poder facturar únicamente el monto mensual por los diferentes márgenes o comisiones obtenidas, pues como vemos en la gráfica anterior existe una marcada diferencia de Q. 74,705,622.00 de ingreso bruto al cual aplicándole la tasa impositiva del Impuesto de Solidaridad asciende a Q.747,056.00 que el Distribuidor podría dejar de pagar al fisco y todo está dentro del margen legal.

Debemos de tomar en cuenta que las cifras presentadas son de un solo Distribuidor y que cada Operador cuenta con un mínimo de 10 Operadores.

2. Se recomienda acercarse al Operador y pedir que se puedan inscribir dos personas jurídicas en su contrato para poder separar la facturación de los ingresos brutos por servicios y por bienes, como se muestra en la siguiente tabla existiría un ahorro significativo en impuestos al implementar esta estrategia fiscal ya que una entidad debe estar inscrita bajo el régimen sobre utilidades sobre actividades lucrativas (bienes) y la otra en el régimen opcional simplificado sobre ingresos de actividades lucrativas (servicios).

Continuando con el ejemplo de un solo Distribuidor podemos observar que existe una variación en la estrategia fiscal de los servicios de Q. 280,470.56 anual, integrada por Q.

55,756.80 de Impuesto de Solidaridad y Q. 224,713.76 de Impuesto Sobre la Renta, todo operado bajo el marco legal de la ley.

Tabla No. 009

Estrategia No.02 Cambio Régimen en rubro de ingresos

INGRESOS BRUTOS					5,575,680.00
PRESTACION	MONTO	EMPLEADO	MENSUAL	ANUAL	
SALARIOS	2,394.40	30	71,832.00	861,984.00	
BONIFICACION	250.00	30	7,500.00	90,000.00	
COMISIONES	3,500.00	30	105,000.00	1,260,000.00	
PRESTACIONES L	1,843.32	30	55,299.60	663,595.20	
CUOTA PATRONAL	746.82	30	22,404.61	268,855.37	
TOTAL GASTOS DEDUCIBLES					3,144,434.57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO					2,431,245.43
ISR 25%					607,811.36
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO					1,823,434.07
RÉGIMEN	ISO	ISR	TOTAL		
25%	55,756.80	607,811.36	663,568.16		
5% Y 7%	0	383,097.60	383,097.60		
VARIACION			280,470.56		

Fuente elaboración: Propia
Octubre 2015

Se recomienda analizar e implementar las estrategias fiscales para poder tener un mejor flujo de caja y un margen operativo competitivo dentro del mercado y captar mejores utilidades para los accionistas.

3. Se recomienda la implementación de proyecciones fiscales periódicas para conocer montos de impuesto anuales y determinar estrategias para el siguiente ejercicio fiscal y no comprometer el flujo de caja.

Referencias

La Constitución Política de la República de Guatemala

Rosas Aniceto, Roberto Santillán, “Teoría General y las Finanzas Públicas y el Caso de México”.
Escuela Nacional de Economía, México D.F. p. 1962.

<http://www.definicionabc.com/derecho/ley.php>

<http://definicion.de/decreto/>

La Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto número 27-92

El Diccionario de marketing, de Cultural, S.A., p. 340

El Diccionario de la Real Academia Española

Ley del Impuesto a las Empresas Mercantiles y Agropecuarias (IEMA), Decreto 99-98

Ley del Impuesto Extraordinario y Temporal de Apoyo a los Acuerdos de Paz (IETAAP),
Decreto 19-04

Ley de Impuesto de Solidaridad (ISO), Decreto 73-2008

La Ley de Actualización Tributaria, Decreto número 10-2012

Anexos

Anexo No. 001: Encuesta

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de preguntas, las cuales se le solicita conteste lo que se le pide. La información recabada será utilizada únicamente con fines de estudios y análisis y proponer alguna estrategia fiscal.

1. ¿La empresa está inscrita en el régimen sobre las utilidades de actividades lucrativas?

SI NO

2. ¿La clasificación de los ingresos en los EF están de acorde a NIC?

SI NO

3. ¿Según la Superintendencia de Administración Tributaria están clasificados como grandes contribuyentes?

SI NO

4. ¿Su margen bruto de utilidad es inferior al cuatro por ciento?

SI NO

5. ¿Tienen contratados los servicios de auditoria externa?

SI NO

6. ¿Tienen departamento de auditoria interna?

SI NO

7. ¿Su activo neto es superior a sus ingresos anuales?

SI NO

8. ¿El Impuesto de Solidaridad es acreditable al Impuesto Sobre la Renta?

SI NO

9. ¿Considera que la forma de acreditación de este impuesto afecta su flujo de caja?

SI NO

10. ¿Tienen alguna estrategia fiscal para reducir el impacto del Impuesto de Solidaridad?

SI NO

11. ¿Realizan proyecciones fiscales de forma periódica para medir el impacto de los impuestos derivados del cierre fiscal?