

**UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE  
SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA**

**VICERRECTORADO**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

**“MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN”**



**ESTRATEGIAS DE CONTROL PARA COMBATIR LA EVASIÓN  
TRIBUTARIA DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) Y  
FORTALECER LA FISCALIZACIÓN TRIBUTARIA EN EL  
COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL MUNICIPIO DE POTOSÍ**

**TRABAJO EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER EN TRIBUTACIÓN**

**AUTOR: Wilson Gonzalo Mamani Navarro**

**TUTOR: Grover Castelo Miranda**

**Sucre, noviembre 2025**

**UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE  
SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA**

**VICERRECTORADO**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

**“MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN”**



**ESTRATEGIAS DE CONTROL PARA COMBATIR LA EVASIÓN  
TRIBUTARIA DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) Y  
FORTALECER LA FISCALIZACIÓN TRIBUTARIA EN EL  
COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL MUNICIPIO DE POTOSÍ**

**TRABAJO EN OPCIÓN AL GRADO DE MAGISTER EN TRIBUTACIÓN**

**AUTOR: Wilson Gonzalo Mamani Navarro**

**TUTOR: Grover Castelo Miranda**

**Sucre, noviembre 2025**

### **CESIÓN DE DERECHOS DE PUBLICACIÓN**

Al presentar este trabajo de investigación como requisito previo para la obtención de grado al título de Magister en Tributación de la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al centro de estudio posgrado e investigación de la biblioteca de la Universidad para que se haga de este trabajo un documento posible para su lectura, según normas de la Universidad.

También cedo Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos hasta 30 meses posterior a su aprobación.

**WILSON MAMANI NAVARRO**

## **DEDICATORIA**

### **A Dios:**

Por la fortaleza constante en cada paso de este camino. Gracias por iluminar mi vida y darme la sabiduría y la paz necesarias para seguir adelante.

### **A mis queridos papás:**

Con todo mi corazón, por su apoyo constante y por enseñarme que con esfuerzo y determinación todo es posible.

### **A mis hermanos:**

Por ser mi refugio y mi fuente de alegría. Gracias por estar siempre a mi lado, brindándome su apoyo y motivación en todo momento.

## AGRADECIMIENTOS

*A la Universidad de San Francisco Xavier de Chuquisaca, por  
formar personas profesionales de bien.*

*A los docentes:* por su tiempo, por su apoyo, así como por la  
sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de los módulos del  
diplomado.

*A mi familia;* por el apoyo que me brindaron en todo momento  
hasta culminar el curso.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CESIÓN DE DERECHOS DE PUBLICACIÓN .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	iv
LISTA TABLAS .....	vii
LISTA DE GRÁFICOS .....	viii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	ix
ABSTRACT .....	x
RESUMEN .....	xi
CAPITULO I INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1.1. Formulación de problema.....	3
1.2. Justificación .....	3
1.2.1. Relevancia Social .....	3
1.2.2. Justificación teórica.....	5
1.2.3. Aplicación Practica .....	6
1.2.4. Justificación metodológica.....	7
1.2.5. Viabilidad .....	7
1.3. Objetivo General y Objetivos Específicos .....	9
1.3.1. Objetivo general .....	9
1.3.2. Objetivos específicos.....	9
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Marco Contextual.....	12
2.1.1. Reseña histórica en el Municipio de Potosí. ....	12
2.1.2. Comercio digital y sistema fiscal en el municipio de Potosí.....	13
2.1.2.1. Demografía.....	13

2.1.2.2. Tecnología.....	14
2.1.2.3. Económico.....	14
2.1.3. Contexto general del Comercio digital.....	15
2.1.4. Avances y Retos Tributarios del comercio electrónico.....	16
2.1.5 Datos estadísticos en Bolivia del Comercio electrónico .....	18
2.1.6. Gerencia Distrital Potosí .....	19
2.1.6.1. Infraestructura tributaria disponible: Sistema Integrado de la Administración Tributaria (SIAT), facturación electrónica y normativa.....	20
2.1.6.2. Piloto de fiscalización digital .....	21
2.1.7. Situación contextual legal del impuesto al Valor agregado (IVA) .....	21
2.1.8. Impacto de la Evasión del IVA en el Municipio .....	22
2.2. Marco Conceptual.....	24
2.2.1. Definición de Impuestos.....	24
2.2.2. Tipos de Impuestos comerciales. ....	24
2.2.3. Importancia del impuesto .....	25
2.2.4. Alícuota del IVA .....	26
2.2.4.1. Tasa Impositiva .....	26
2.2.5. Definición de Contribuyente .....	27
2.2.6. Evasión fiscal .....	28
2.2.7. Comercio Electrónico (Online) .....	29
2.2.8. Facturación electrónica y control digital .....	31
2.2.8.1. Requisitos para emitir en facturación en Línea .....	31
2.3. Marco Normativo.....	32
2.3.1. Constitución política del estado plurinacional de Bolivia.....	32
2.3.2 Ley 2492 Código tributario boliviano.....	33
2.3.2.1. Hecho generador y obligación tributaria.....	33
2.3.3. D.S. 27310 Reglamento del código tributario.....	34
2.3.4. Ley 843 Impuesto al Valor Agregado (IVA) .....	34
2.3.5. Modalidad de facturación electrónica en línea.....	36

2.3.6. Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y comunicación .....	40
2.3.6.1. Principios telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación ....	40
2.3.6.2. La oferta de bienes y servicios por medios digitales.....	42
2.3.7. Ley 453 Derechos del Usuario y Consumidor .....	42
2.3.7.1. Importancia de la Ley.....	43
CAPITULO III METODOLOGÍA.....	44
3.1. Tipo de Investigación.....	44
3.1.2. Enfoque de investigación .....	44
3.2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación .....	45
3.2.1. Método teóricos.....	45
3.2.2. Métodos empíricos .....	46
3.2.3. Técnicas e Instrumentos .....	46
3.3. Población y Muestra .....	47
3.3.1. Población.....	47
3.3.2. Muestra.....	48
3.3.3. Muestreo probabilístico.....	48
CAPÍTULO IV DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN .....	49
4.1. Análisis y Desarrollo.....	49
4.2. Validación de Propuesta .....	61
4.2.1. Fundamentación.....	61
4.2.2. Estructura de la estrategia .....	62
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
5.1. Conclusiones .....	64
5.2. Recomendaciones.....	66
BIBLIOGRAFÍA .....	67
ANEXO .....	69



## LISTA TABLAS

Tabla 1 Población estimada de vendedores digitales .....	18
Tabla 2 Actividad Principal.....	50
Tabla 3 Utiliza Medios digitales para la venta .....	51
Tabla 4 Plataformas que utiliza con mayor frecuencia.....	52
Tabla 5 Está inscrito en el patrón Nacional del Contribuyente .....	53
Tabla 6 Emite facturas electrónicas o digitales por sus ventas en línea .....	54
Tabla 7 Obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico .....	55
Tabla 8 dificultades que se encuentra en la emisión de factura en línea .....	56
Tabla 9 Existe evasión del IVA en el comercio electrónico en Potosí.....	58
Tabla 10 Programas de capacitación sobre obligaciones tributarias .....	59
Tabla 11 Qué apoyo considera necesario para mejorar el cumplimiento .....	60

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Grafica Actividad Principal.....	50
Gráfico 2 Utiliza Medios digitales para la venta .....	51
Gráfico 3 plataformas que utiliza con mayor frecuencia.....	52
Gráfico 4 Está inscrito en el patrón Nacional del Contribuyente .....	53
Gráfico 5 Emite facturas electrónicas o digitales por sus ventas en línea .....	54
Gráfico 6 Obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico .....	55
Gráfico 7 Dificultad que se encuentra en la emisión de factura en línea .....	56
Gráfico 8 Existe evasión del IVA en el comercio electrónico en Potosí.....	58
Gráfico 9 Programas de capacitación sobre obligaciones tributarias .....	59
Gráfico 10 Qué apoyo considera necesario para mejorar el cumplimiento.....	60

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario .....	69
Anexo 2 Entrevista .....	72

## **ABSTRACT**

This research aims to propose control strategies to combat Value Added Tax (VAT) evasion and strengthen tax oversight mechanisms in e-commerce (online) in the municipality of Potosí. The study stems from the central problem of VAT evasion in e-commerce, a phenomenon that significantly reduces municipal revenue and affects fiscal equity by allowing certain taxpayers to operate outside the legal framework. The main causes identified are the lack of control over digital sales currently carried out by many individuals engaged in this activity, resulting in insufficient oversight of non-face-to-face transactions, the absence of agreements with payment platforms, and the municipality's limited technological and regulatory capacity to act in this new economic environment, the application and development of these control strategies will significantly reduce Value Added Tax (VAT) evasion in e-commerce, increase local tax revenue, and modernize the fiscal management of the municipality of Potosí, aligning it with global trends in digital tax control.

**Keywords:** Value Added Tax (VAT) control, strategy.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad proponer estrategias de control orientadas a combatir la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y fortalecer los mecanismos de fiscalización tributaria en el comercio electrónico (online) en el municipio de Potosí, el estudio parte del problema central de la evasión tributaria del IVA en el comercio electrónico, fenómeno que genera una disminución significativa en la recaudación municipal y afecta la equidad fiscal, al permitir que determinados contribuyentes operen fuera del marco legal. Se identifican como causas principales la falta de control sobre las ventas digitales que actualmente realizan muchas personas dedicadas a esta actividad, existiendo así una la escasa fiscalización sobre operaciones no presenciales, la ausencia de convenios con plataformas de pago y la limitada capacidad tecnológica y normativa del municipio para actuar sobre este nuevo entorno económico, la aplicación y desarrollo de estas estrategias de control permitirá reducir significativamente la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio electrónico, incrementar la recaudación tributaria local, y modernizar la gestión fiscal del municipio de Potosí, alineándola con las tendencias globales de control tributario digital,

**Palabras clave:** Control tributario al Impuesto al Valor Agregado (IVA), estrategia.

## CAPITULO I INTRODUCCIÓN

En los últimos años la evasión tributaria por comercio electrónico (on line) fue aumentando de manera significativa, ya que se observa poca recaudación con respecto al Impuesto al Valor Agregado (IVA), puesto que existen principios, criterios y lineamientos establecidos diseñados para el comercio tradicional y no así para un comercio electrónico (on line). Por lo que resulta necesario encontrar una solución objetiva para problemas detectados y que no se encuentren influidas por los intereses recaudatorios de los diferentes países.

Las consecuencias derivadas de Internet en el ámbito de la gestión de los tributos son, la pérdida de capacidad de recaudación por parte de la administración tributaria tal como se encuentran hoy diseñadas, y por otro lado la mayor competencia para tratar de someter a imposición las bases impositivas derivadas del comercio electrónico (on line).

Considerando el crecimiento del comercio electrónico (on line) a nivel regional y nacional es muy necesario que se adapten las legislaciones internas para esta nueva modalidad de realizar negocios y a su vez surjan nuevas adecuaciones en los lineamientos que nos presentan y aplican por parte de la administración tributaria, ya que por la falta de una normativa que brinde seguridad jurídica a las tiendas o comercios electrónicos (online) de este sector, la inexistencia de una plataforma para el pago directo vía tarjeta de crédito o débito, sumado a la falta de cultura por parte de la población para la compra de bienes y servicios por medios tecnológicos en este caso el internet, impide la consolidación de este sector que puede llegar a mover millones y generar ingresos impositivos a favor del estado plurinacional de Bolivia.

Además de que el comercio electrónico (on line) en el estado plurinacional de Bolivia está poco a poco más surgiendo de una manera pura, es decir que llega al punto en el que el comprador no tenga que moverse del medio electrónico para pagar por el servicio ni para recibir el bien. Sin embargo, tanto la cultura boliviana como los avances tecnológicos que poseemos, no han permitido realizarlo al 100% de esa manera, por lo que las empresas que intentan brindar sus servicios mediante el internet, solo lo hacen de manera híbrida es decir designan lugares físicos para realizar el pago por lo que se desvirtúa un poco la naturaleza del comercio electrónico (on line).

### **1.1. Planteamiento del problema**

Durante los últimos años el comercio electrónico (on line) ha ido ocupando un lugar cada vez más significativo dentro de las operaciones comerciales de los países desarrollados, este escenario se ha ido extendiendo hacia países en vías de desarrollo como en el nuestro., el surgimiento de internet y del comercio electrónico (on line) ha representado un impacto extraordinario debido a que las empresas, personas naturales y consumidores finales, están haciendo el uso de este mecanismo para comercializar sus productos, información, bienes, servicios, sin embargo, esto nos obliga a replantear varias cuestiones del comercio tradicional ya que surgen nuevos inconvenientes, e incluso se agravan algunos de los ya existentes como el caso de la evasión tributaria motivados por la dificultad de identificar al sujeto pasivo y de comprobar la realización de transacciones por parte de la administración tributaria.

Con la Resolución Normativa de Directorio Nro. 10-0044-2013 se intenta regular las actividades que se realizan a través del internet, pero esta resolución solo dispone de artículos generales como la facturación, la comisión y la obligación de exhibir el NIT en la página WEB a nivel nacional. No incluye a las actividades comerciales internacionales, a la transmisión de bienes digitalizados, originando que la operación no se encuentre sujeta a tributación en el país de origen.

Cabe señalar que el país no cuenta con una plataforma física que realice un control legal de las operaciones que se realizan mediante el internet, tampoco existe una normativa apropiada para dar fiabilidad a los usuarios de comercio electrónico (on line), así como empresas internacionales que evaden el marco boliviano, usufructúan con la comercialización electrónica de bienes de todo tipo eludiendo los controles nacionales tanto aduaneros, y principalmente tributarios.

El comercio electrónico (on line) puede definirse simplemente como la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones, pero gradualmente amplía su accionar a áreas que antes eran de absoluto control gubernamental.

La entrega electrónica del bien adquirido constituye la contribución más notable de la tecnología de Internet y el aspecto que más problemas presenta desde el punto de vista normativo y de

recaudación fiscal, este hecho permite la movilidad de los negocios y capital, a la vez dificulta la localización de la actividad económica y del destinatario final de los bienes o servicios.

El Comercio Electrónico (on line) también es una herramienta para prácticas que atentan en legalidad y ética. El término “comercio electrónico (on line)” reúne transacciones muy diversas, tanto en sus contenidos como en los sujetos intervinientes, la utilización del internet facilita que las actividades comerciales sean directas y no posean intermediarios dejando a un lado el control tributario permitiendo la evasión, elusión y defraudación fiscal. En el “comercio electrónico la realidad se convierte en virtualidad”, en consecuencia, se produce una desmaterialización de la empresa.

### ***1.1.1. Formulación de problema***

Por lo expuesto se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo combatir la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para fortalecer la fiscalización tributaria en el comercio electrónico (on line) en el Municipio de Potosí?

### **IDEA CIENTÍFICA A DEFENDER**

Implementar estrategias de control en el comercio electrónico a través de movimientos Bancarios mediante plataformas digitales, solicitando una colaboración con la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) y la Autoridad de Empresas.

## **1.2. Justificación**

### ***1.2.1. Relevancia Social***

El fortalecimiento y la supervisión de los impuestos en las ventas por internet no es solo un tema legal o técnico, también es algo que afecta a toda la sociedad, y que a la vez tiene un impacto directo en la igualdad comercial, en el crecimiento económico y en la confianza de las personas en las instituciones. A continuación, se detalla algunas ideas de relevancia social:

- **Justicia tributaria:** La justicia tributaria significa que tanto las personas como las empresas deben pagar impuestos en función de sus ingresos y capacidades. Sin embargo, existe varios comercios en redes sociales, donde muchos venden sin emitir facturas y se crea una especie de competencia injusta contra aquellos que cumplen con sus



obligaciones tributarias. Para corregir esto, es importante fortalecer la supervisión para que todos paguen lo que les corresponde, evitando que se evada los impuestos. De esta manera, se promueve un sistema más equitativo y que beneficia a toda la sociedad.

- **Financiamiento del desarrollo local:** Evitar pagar impuestos tiene un impacto directo en la calidad de vida de las personas, ya que reduce los recursos que el Estado y los gobiernos locales necesitan para construir obras y ofrecer servicios públicos. En el caso del Municipio de Potosí, si logramos cobrar más IVA del comercio en línea, ese dinero podría usarse para; Mejorar las calles, mercados y la iluminación urbana, fortalecer la atención médica local, como hospitales y centros de salud, apoyar las escuelas, mejorando su infraestructura y materiales, en definitiva, cada factura que no se emite significa una pérdida para toda la comunidad.
- **Fortalecimiento económico:** Uno de los desafíos más grandes en el departamento de Potosí y en país de Bolivia en general es la gran cantidad de comercio informal que existe, muchos vendedores en línea no están registrados, no tienen NIT ni cumplen con responsabilidades fiscales, lo que limita sus oportunidades de crecer y de acceder a derechos y beneficios. Con una supervisión bien planeada, que no solo busque sancionar, sino también enseñar y motivar, podemos poco a poco ir integrando a estos negocios en el sistema formal, esta regularización impositiva les ayudara a poder acceder a créditos en Bancos y/o acceder a programas de financiamiento, participar en licitaciones públicas y ferias oficiales, obtener beneficios de la seguridad social o seguros comerciales, y también mejorar su imagen y confianza entre los clientes.
- **Transparencia y confianza institucional:** Una adecuada administración tributaria que actúe con eficiencia, transparencia y justicia contribuye a reforzar la confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas, cuando las personas ven que el estado fiscaliza de manera adecuada y equitativa todos los sectores económicos de recaudación. En el contexto de Potosí, una fiscalización moderna y adaptada a la realidad digital puede convertirse en un modelo de gestión pública inteligente, que además proyecte una imagen de progreso y compromiso con la equidad ante los ciudadanos.
- **Empoderamiento del consumidor:** Una ciudadanía informada también se beneficia directamente de la fiscalización. Al exigir factura, el consumidor, tiene respaldo legal

ante fallas o reclamos, contribuye a la recaudación fiscal de su municipio, ayuda a construir un comercio más justo y transparente, la educación tributaria del consumidor es clave para que la lucha contra la evasión sea efectiva desde ambos lados: vendedor y comprador.

### ***1.2.2. Justificación teórica***

La investigación es sustentada en un marco teórico sólido compuesto por diversas teorías económicas, fiscales y sociales, que explican tanto el comportamiento de los contribuyentes como la necesidad de adaptar los sistemas tributarios a los nuevos entornos digitales.

- **Teoría de la Capacidad Contributiva:** Esta teoría es uno de los pilares del derecho tributario moderno, básicamente, dice que cada persona debe aportar al financiamiento del Estado según lo que puede, cuando alguien evade pagar el Impuesto al Valor Agregado en las compras por internet, rompe con esa idea, porque permite que ciertos actores ganen dinero sin contribuir a mantener los bienes públicos. por eso, una buena supervisión y control son claves para volver a cumplir ese principio de justicia fiscal, asegurando que quienes tienen más recursos, también aporten más.
- **Teoría del Contrato Social Fiscal:** Esta teoría sostiene que los ciudadanos otorgan al Estado el poder de recaudar tributos a cambio de seguridad, justicia, infraestructura, educación y otros bienes públicos. La evasión fiscal rompe este pacto social, debilitando la legitimidad del Estado y reduciendo su capacidad para cumplir sus funciones, en el contexto del comercio electrónico, donde la trazabilidad y el control son más difíciles, es indispensable aplicar nuevas estrategias de fiscalización para preservar este contrato entre contribuyentes y Estado.
- **Economía Digital y Nueva Fiscalidad:** Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la economía digital ha desafiado los esquemas tradicionales de fiscalización. La desmaterialización de las transacciones, el uso de criptomonedas, la prestación de servicios desde el extranjero y la falta de presencia física dificultan la aplicación efectiva de impuestos como el Impuesto al Valor Agregado, por ello, se requiere una adaptación normativa y tecnológica que incluya

mecanismos de trazabilidad digital, cooperación interinstitucional, y alianzas con plataformas digitales y sistemas de pago.

- **Teoría del Comportamiento Fiscal:** Desde la perspectiva de la economía del comportamiento, esta teoría sostiene que pagar impuestos no solo depende de cuánto ganes o de las multas legales, sino también de cuánto percibes el riesgo de ser encontrado, de si piensas que el sistema tributario es justo, y de cuánto saben las personas sobre temas fiscales. en este sentido, si logramos que la inspección fiscal sea más visible, justa y automática en las ventas en línea, esto puede impedir que la gente evada impuestos, ayudando a cambiar la actitud social y promoviendo un mayor cumplimiento fiscal.

### ***1.2.3. Aplicación Práctica***

La presente investigación tiene una implicancia práctica significativa, ya que permitió proponer una adecuada normativa que requiere la legislación sobre comercio electrónico (online), así como la implementación de dispositivos electrónicos de control fiscal. Estas propuestas contemplan la articulación y participación de todas las instituciones encargadas de la regulación e inspección de esta actividad dentro del Estado Plurinacional de Bolivia, en particular en el municipio de Potosí. Entre dichas instituciones se encuentran Fundempresa, la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI) y la Administración Tributaria.

Asimismo, la investigación plantea una metodología de análisis orientada a reducir la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio electrónico, considerando tanto el contexto nacional como las particularidades del ámbito local. Esta tarea representa un desafío considerable debido a la complejidad de los mecanismos de fiscalización y la dinámica propia del comercio digital.

En este sentido, se busca también sistematizar algunos de los aspectos abordados por la doctrina jurídica en materia tributaria, contextualizándolos con el problema central que se aborda en esta investigación. El objetivo es aportar a la consolidación de un marco normativo y operativo más eficaz en la lucha contra la evasión fiscal en el comercio electrónico en Potosí.

#### ***1.2.4. Justificación metodológica***

La presente investigación, adopta una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa), al considerar que la complejidad del fenómeno de evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio electrónico no puede abordarse desde una sola perspectiva. esta elección metodológica responde a la necesidad de comprender tanto la magnitud del problema (cuánto se evade, en qué sectores y con qué frecuencia), como sus causas estructurales y posibles soluciones desde el contexto local del Municipio de Potosí.

**Método Cuantitativo:** El enfoque cuantitativo permitirá obtener datos objetivos y medibles sobre la evasión del IVA en el comercio electrónico. Para ello, se emplearán:

- **Encuestas estructuradas** Dirigidas a comerciantes digitales locales (vendedores por redes sociales, tiendas en línea, apps de delivery, etc.), a fin de identificar si emiten facturas, si tienen NIT, qué medios de pago utilizan, entre otros.
- **Análisis estadístico** Que corresponderá a la información proveniente del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) y de la administración municipal, con el objetivo de: Medir el número de contribuyentes registrados versus comerciantes activos en línea, estimar el volumen de operaciones digitales no facturadas, identificar sectores con mayor riesgo de evasión.

Este componente cuantitativo facilitará la elaboración de indicadores precisos sobre el nivel de informalidad en el comercio electrónico y su impacto en la recaudación del IVA.

**Enfoque descriptivo-propositivo:** Se describe el problema actual de evasión del IVA en el comercio electrónico y se formulan propuestas concretas para combatirlo desde el nivel local.

**Técnicas:** Revisión documental, análisis de normativa nacional y municipal, estudio de casos comparativos (experiencias de otras ciudades), encuestas y entrevistas.

#### ***1.2.5. Viabilidad***

La viabilidad de la investigación es el proceso fundamental para garantizar que las propuestas planteadas en este estudio sean viables, pertinentes y efectivas en el contexto específico del Municipio de Potosí a través de diversas estrategias de verificación y retroalimentación, se busca

comprobar la solidez de los hallazgos, la factibilidad de las medidas sugeridas y el impacto esperado en la reducción de la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio electrónico local.

Se utilizará el método de triangulación metodológica y de fuentes como una herramienta clave para aumentar la validez y confiabilidad de los resultados. Esto consiste en comparar y cruzar la información obtenida a través de:

- **Encuestas** aplicadas a comerciantes digitales para obtener datos cuantitativos sobre el cumplimiento tributario.
- **Entrevistas** a funcionarios, expertos tributarios y actores del ecosistema digital para recoger perspectivas cualitativas sobre los obstáculos y posibles soluciones.
- **Análisis documental y normativo**, que permite contextualizar la situación a nivel legal, institucional y económico.

Esta triangulación asegurará que las conclusiones no se basen en una sola fuente, reduciendo el riesgo de sesgos y mejorando la precisión del diagnóstico.

Las propuestas diseñadas serán sometidas a validación técnica mediante la consulta directa a expertos en tributación digital, tanto del sector público como privado. Entre los actores clave a considerar están:

- Técnicos y funcionarios del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).
- Autoridades de la Alcaldía del Municipio de Potosí, especialmente de las áreas de recaudación, fiscalización y desarrollo económico.
- Asesores tributarios privados y profesionales en derecho tributario y comercio electrónico.
- Representantes de cámaras empresariales y asociaciones de emprendedores digitales.

Estas consultas permitirán obtener observaciones críticas, sugerencias de mejora y evaluaciones sobre la viabilidad jurídica, técnica y operativa de cada medida propuesta.

### **1.3. Objetivo General y Objetivos Específicos**

#### ***1.3.1. Objetivo general***

Proponer estrategias de control para combatir la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y fortalecer la fiscalización tributaria en el comercio electrónico (on line) en el municipio de Potosí

#### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Estructurar elementos conceptuales sobre la recaudación tributaria de Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el Comercio Electrónico (on line)
- Analizar las normas que regularizan el Impuesto al Valor Agregado (IVA) aplicable al comercio electrónico (on line).
- Promover la coordinación entre el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), el Gobierno Municipal y las plataformas de comercio digital.
- Promover educación tributaria entre los comerciantes electrónicos para que comprendan sus obligaciones fiscales y los beneficios de la formalización. Esto incluye talleres, campañas informativas y asistencia técnica para facilitar el cumplimiento de las normativas.

## CAPITULO II MARCO TEÓRICO

El fenómeno de la evasión tributaria en el comercio electrónico ha captado una creciente atención en los últimos años debido al crecimiento acelerado de las plataformas digitales y a la necesidad urgente de adaptar los sistemas fiscales a las nuevas dinámicas económicas. A nivel internacional, regional y nacional, diversos estudios y organismos han analizado el impacto de la economía digital sobre la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), destacando tanto los desafíos como las oportunidades que esta transformación representa para la fiscalización tributaria.

En el ámbito internacional, Diversos organismos multilaterales como la OCDE, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han generado literatura clave sobre los efectos de la digitalización en los sistemas tributarios.

- **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2020, 2021)** Plantea que los sistemas tributarios tradicionales están quedando rezagados frente a las nuevas formas de comercio digital debido a que su manejo está basado en la trazabilidad digital, la cooperación fiscal entre países y la implementación de mecanismos de retención del Impuesto al Valor Agregado por parte de plataformas intermediarias.
- **Fondo Monetario Internacional (2019):** En su informe “Digitalization and Taxation”, advierte que muchos países están perdiendo capacidad recaudatoria por no contar con estructuras legales y tecnológicas adecuadas para fiscalizar el comercio electrónico.
- **Banco Interamericano de Desarrollo (2021):** A través de sus estudios sobre “Economía Digital y Tributos en América Latina”, resalta que uno de los principales problemas en la región es la falta de control sobre los pequeños vendedores informales que operan en redes sociales o marketplaces sin emitir factura.

Estos estudios coinciden en que se requieren reformas estructurales, inversión en tecnología y una mayor educación fiscal para garantizar la eficiencia en la recaudación del IVA en entornos digitales.

En Bolivia, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento considerable, especialmente a partir de la pandemia por COVID-19. Sin embargo, este crecimiento no ha ido acompañado de un marco normativo claro ni de estrategias efectivas de fiscalización para este sector.

- **Servicio de Impuestos Nacionales (SIN):** Aunque se han implementado sistemas de facturación electrónica, registro biométrico de contribuyentes y cruce de datos electrónicos, estas herramientas aún no se aplican de manera eficaz a los comercios digitales informales, especialmente aquellos que operan por redes sociales como Facebook, WhatsApp o Instagram.
- **Estudios académicos recientes:** Investigaciones como la de Cortez (2022) y Mamani (2023) analizan la informalidad en el comercio electrónico boliviano, identificando como principales problemas: La falta de educación fiscal digital, la ausencia de controles tributarios específicos para entornos digitales, el desconocimiento normativo por parte de los emprendedores.
- **Vacíos normativos:** Actualmente no existe, una legislación nacional o municipal específica que regule las actividades comerciales digitales desde una perspectiva tributaria. Esto favorece la evasión del IVA y debilita la equidad tributaria.

En el contexto del Municipio de Potosí, el comercio electrónico ha crecido principalmente de manera informal, sin control ni fiscalización, las ventas por redes sociales son comunes, especialmente en sectores como:

- Venta de ropa, cosméticos, electrodomésticos y comida rápida.
- Servicios de delivery, cursos online y comercio informal a través de marketplaces.

Hasta la fecha, no existen estudios específicos ni estrategias municipales orientadas a fiscalizar estas actividades o promover la emisión de facturas electrónicas en el comercio digital. Tampoco se ha desarrollado una articulación efectiva entre el gobierno municipal y el Servicios de Impuestos Nacionales para controlar esta economía emergente.



Esta situación pone en evidencia la necesidad urgente de diseñar e implementar estrategias locales adaptadas al entorno digital, que incluyan acciones normativas, educativas, tecnológicas y de control.

## **2.1. Marco Contextual**

### ***2.1.1. Reseña histórica en el Municipio de Potosí.***

El comercio electrónico en el Municipio de Potosí fue consolidándose como una forma de negocio emergente, esto lo impulsan principalmente jóvenes emprendedores, microempresarios y pequeños comerciantes que usan plataformas digitales para vender bienes y servicios. mediante el uso de las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok, así como plataformas de pago y entrega digital, estos vendedores han logrado alcanzar más clientes y diversificar sus ingresos sin tener que tener una tienda física, en su mayoría son personas universitarias, amas de casa y pequeños comerciantes.

Sin embargo, a pesar de su posible contribución al crecimiento económico local, la mayoría de estas actividades se realizan de manera informal, es decir, sin registrarse para pagar impuestos, sin emitir facturas y sin cumplir con las reglas establecidas por la Ley N.º 843 (Texto Ordenado del IVA) y las normativas del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) esta informalidad digital tiene efectos directos en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), causando una gran pérdida de ingresos fiscales afectando tanto al gobierno central como al municipio, que recibe transferencias del Tesoro General del Estado (TGE) para financiar proyectos y servicios públicos.

La evasión de impuestos en el comercio electrónico en el municipio de Potosí no solo pone en riesgo las finanzas públicas, sino que también distorsiona la competencia económica, los negocios formales, que cumplen con las reglas tributarias, enfrentan dificultades frente a los que operan sin pagar impuestos.

Un importante factor es la deficiente cultura tributaria digital que abunda en la gente de Potosí. varios emprendedores no tienen idea de cómo registrarse como contribuyentes, o ni siquiera saben emitir facturas electrónicas, al paso que otros consideran los impuestos una carga innecesaria, debido a la falta de incentivos y beneficios concretos que ofrezca el Estado, esta

situación exige campañas de educación fiscal. Así como programas de capacitación tecnológica que simplifiquen la formalización digital y fomenten una ciudadanía fiscalmente responsable.

En esta situación, lidiar contra la evasión del IVA en el comercio electrónico del Municipio de Potosí es un reto complejo que requiere combinar tecnología, educación y una normativa fiscal actualizada. Reforzar la fiscalización tributaria implica algo más que mejorar los sistemas de control y monitoreo digital, también significa crear mecanismos de cooperación interinstitucional, motivar la formalización y favorecer un ambiente económico más equitativo y transparente, alineado con los principios de equidad y sostenibilidad fiscal.

### ***2.1.2. Comercio digital y sistema fiscal en el municipio de Potosí***

El rápido crecimiento del comercio digital ha sobrepasado la habilidad de los sistemas fiscales actuales para adaptarse, y pues, hace obvio la necesidad de modernizar la supervisión. La diferencia tecnológica existente en las oficinas de impuestos complica el rastreo efectivo de las transacciones digitales, algunas veces se hacen por redes sociales y plataformas sin registro formal. Este escenario alimenta las posibilidades de evasión y sub declaración del IVA, golpeando los ingresos públicos, que apoyan políticas sociales y desarrollo local.

Para combatir este problema, es crucial progresar en la digitalización completa de los sistemas de control fiscal, fortaleciendo la facturación electrónica, implementando el análisis de datos (Big Data) y la supervisión online, además, creando plataformas conectadas que permitan el seguimiento de las transacciones comerciales digitales. Emplear la tecnología con visión puede ser una herramienta fundamental para identificar irregularidades, agilizar los procedimientos de inspección, y disminuir las tasas de evasión de impuestos.

#### ***2.1.2.1. Demografía***

El Municipio de Potosí, capital del departamento homónimo, se encuentra ubicado en la región altiplánica del suroeste de Bolivia. Su altitud promedio es de 4.070 metros sobre el nivel del mar, lo que lo convierte en uno de los asentamientos urbanos más altos del mundo. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), el municipio cuenta con una población estimada de aproximadamente 250.000 habitantes, lo que representa cerca del 15 % de la población departamental. La estructura demográfica revela una población predominantemente

joven, donde más del 55 % tiene menos de 35 años, lo que constituye un importante potencial humano para la innovación, el emprendimiento y la adopción de tecnologías digitales.

En términos socioeconómicos, el municipio presenta una diversificación económica moderada, con predominio de los sectores minero, comercial, de servicios y de transporte. A pesar de su importancia histórica y cultural, Potosí mantiene índices de pobreza elevados, con una tasa superior al 40 %, y una marcada dependencia de las transferencias fiscales provenientes del Tesoro General del Estado (TGE) (Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, 2023). Estas condiciones estructurales han impulsado el crecimiento del autoempleo y la informalidad económica, estimada en más del 70 % de la población económicamente activa (INE, 2023)

#### ***2.1.2.2. Tecnología***

El perfil demográfico joven y el aumento de la conectividad han generado un entorno favorable para la expansión del comercio digital, más del 65 % de los hogares urbanos de Potosí tiene acceso a internet, y alrededor del 80 % de los jóvenes utiliza redes sociales como medio principal de interacción y consumo. Este panorama ha facilitado la aparición de emprendimientos digitales, donde pequeños comerciantes y microempresas promueven y venden productos a través de plataformas como Facebook Marketplace, WhatsApp Business, TikTok e Instagram, lo que refleja una transición gradual hacia una economía más digitalizada. (Viceministerio de Ciencia y Tecnología, 2022)

No obstante, esta transición no ha sido acompañada por una integración suficiente al sistema tributario. La mayoría de los emprendedores digitales no se encuentran registrados en el Padrón Nacional de Contribuyentes (PNC) ni emiten facturas electrónicas, lo que da lugar a una evasión sistemática del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Este fenómeno se explica por múltiples factores: el desconocimiento de las obligaciones tributarias, la percepción negativa hacia la carga fiscal, la falta de educación tributaria, y la ausencia de mecanismos efectivos de control digital (Servicio de Impuestos Nacionales SIN, 2023).

#### ***2.1.2.3. Económico.***

La economía Potosina se caracteriza por una dualidad comercial estructural, por un lado, un pequeño sector formal compuesto por empresas registradas, comercios establecidos y servicios públicos; y, por otro, un sector informal expansivo, que incluye vendedores ambulantes, talleres familiares y, más recientemente, comerciantes digitales informales. Este último grupo

representa un desafío particular para la administración tributaria, ya que la naturaleza virtual del comercio electrónico dificulta la verificación, registro y fiscalización de las transacciones.

La evasión del IVA en el comercio electrónico no solo afecta la recaudación fiscal, sino que también tiene repercusiones en la equidad económica y la competencia empresarial, los comerciantes formales que cumplen con sus obligaciones tributarias enfrentan una competencia desleal frente a quienes operan fuera del sistema fiscal. Además, la evasión limita la capacidad del Estado para financiar obras públicas, servicios municipales y programas sociales, afectando directamente el bienestar de la población potosina (Viceministerio de Política Tributaria, 2022).

Frente a este panorama, resulta prioritario fortalecer la fiscalización tributaria local y digital, integrando tecnologías de control en línea, sistemas de facturación electrónica y herramientas de cruce de información entre entidades públicas. Asimismo, la educación tributaria debe ser incorporada en las políticas municipales y nacionales, orientada especialmente a jóvenes emprendedores y comerciantes digitales, para promover una cultura de cumplimiento fiscal y reducir los niveles de evasión en el comercio electrónico.

### ***2.1.3. Contexto general del Comercio digital***

En estos últimos años, el comercio electrónico ha ganado bastante protagonismo, convirtiéndose en un moderno sistema de intercambio económico donde los bienes y servicios se ofertan en plataformas digitales. Este impulso por la transformación digital y la tecnología accesible, al crecimiento económico y creando nuevas dinámicas de transacciones o formas de pago por la adquisición de un producto o servicio.

En Bolivia, el Impuesto al Valor Agregado (IVA), es una de las mayores fuentes de ingreso para el Estado, si bien la expansión del comercio electrónico abrió nuevas puertas a la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA), sobre todo donde la informalidad es alta y la fiscalización no es muy buena, como se ve en muchas regiones del país, el Municipio de Potosí, por ejemplo.

En una publicación de periódico el DEBER, expresa Irwing Kenneth Ruiz, docente de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Franz Tamayo, Unifranz.

Según datos de la Asociación Boliviana de Comercio Electrónico, más de 300 millones de personas compran en línea en América Latina y se espera un crecimiento del 20% en las ventas minoristas hasta 2026. En Bolivia, la bancarización aún es limitada: el 68% de la población tiene una cuenta bancaria, pero solo el 12,6% posee una tarjeta de crédito y el 44,2% una de débito. A pesar de estas cifras, el comercio electrónico sigue en expansión, con el 47,2% de los bolivianos realizando pagos digitales en el último año.

Las redes sociales también han cambiado la forma en que se realizan negocios en línea. Plataformas como TikTok, Instagram y Facebook Marketplace han permitido que las PyMEs ofrezcan productos y servicios sin necesidad de invertir grandes sumas de dinero en publicidad tradicional.

“Hoy en día, las personas ofertan productos a cualquier hora y en cualquier día, lo que derrumba las barreras del comercio tradicional y amplía el alcance de las PyMEs”, afirma (Ruiz, 2025).

#### ***2.1.4. Avances y Retos Tributarios del comercio electrónico***

Bolivia es testigo de un crecimiento sostenido del comercio electrónico, impulsado por el aumento del acceso a Internet, la proliferación de dispositivos móviles y la expansión de redes sociales como Facebook, WhatsApp, TikTok e Instagram. Estas plataformas, además de su función social, se han convertido en canales de venta directa, especialmente para pequeños emprendedores, comerciantes informales y nuevos negocios que evitan los costos del comercio tradicional.

Este fenómeno ha permitido la democratización del emprendimiento, pero también ha generado desafíos importantes para el control tributario, ya que la gran mayoría de estas actividades económicas se realizan sin registro formal, sin facturación y sin el pago correspondiente del Impuesto al Valor Agregado (IVA). De hecho, muchas personas desconocen que la venta de bienes y servicios a través de medios digitales está igualmente sujeta al cumplimiento de obligaciones fiscales como cualquier otra forma de comercio.

A pesar de que el Estado boliviano, a través del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), ha desarrollado herramientas digitales para facilitar el cumplimiento tributario (como la factura

electrónica y plataformas virtuales de declaración), estos sistemas están pensados principalmente para el comercio formal y estructurado, quedando una gran parte del ecosistema digital fuera del radar fiscal.

Entre las principales dificultades para la fiscalización del comercio electrónico en Bolivia se identifican:

- **Informalidad estructural:** En Bolivia existe un elevado porcentaje de comercio electrónico que operan sin Número de Identificación Tributaria (NIT), sin inscripción en el régimen general o simplificado, y sin ninguna obligación formal ante el Estado, esta informalidad se ve agravada por la facilidad con la que se pueden crear cuentas, tiendas virtuales y perfiles de venta sin controles administrativos previos.
- **Uso de plataformas internacionales o extranjeras:** Muchas actividades comerciales digitales son realizadas a través de transacciones que se realizan en plataformas globales como AliExpress, Amazon, eBay, Shein, Mercado libre, entre otras, lo que complica que exista una determinación domiciliaria fiscal del vendedor, ya que los servicios digitales como suscripciones, publicidad en línea o plataformas de streaming muchas veces se consumen sin retención de impuestos.
- **Escasa educación tributaria digital:** En esta comunidad de comercio digital existe muchas personas en su mayoría jóvenes emprendedores, quienes por su desconocimiento sobre obligaciones fiscales evaden esta retribución al Estado, por lo que consideran que sus actividades por Internet no están sujetas al pago de impuestos. Esta falta de cultura tributaria, sumada a la percepción de bajo riesgo de fiscalización, refuerza las conductas de evasión.
- **Dificultades técnicas de fiscalización digital:** El seguimiento de transacciones electrónicas requiere herramientas tecnológicas avanzadas, operabilidad de datos, inteligencia artificial y análisis masivo de información. Sin embargo, el Servicio de Impuesto Nacionales (SIN) aún enfrenta limitaciones técnicas y de personal capacitado para fiscalizar de forma proactiva el universo de operaciones realizadas en línea, especialmente en regiones alejadas de los centros urbanos.

A consecuencia de estas limitaciones, el comercio electrónico se ha convertido en un espacio propenso a la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA), afectando no solo la recaudación fiscal al Estado, sino también la equidad del sistema tributario. Los contribuyentes que operan de manera formal se ven en desventaja frente a quienes eluden sus responsabilidades mediante canales digitales, generando una competencia desleal y distorsionando el mercado.

### ***2.1.5 Datos estadísticos en Bolivia del Comercio electrónico***

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Ministerio de Economía:

El 85 % de los emprendimientos en Bolivia son unipersonales o familiares, y más del 90 % de las unidades económicas son microempresas.

Con eso, podemos hacer una estimación ponderada:

***Tabla 1 Población estimada de vendedores digitales***

<b>Tipo de negocio</b>	<b>% aproximado</b>	<b>Promedio de personas</b>	<b>Participación estimada</b>
Auto emprendedores	70 %	1 persona	183.400 personas
Microempresas familiares	25 %	3 personas	196.500 personas
Pequeñas empresas formales	5 %	5 personas	65.500 personas

Fuente: Datos obtenidos Instituto Nacional de Estadística (INE)

Estimación total: entre 260.000 y 450.000 personas involucradas directamente en actividades de venta en línea (formal o informal).

Para el correspondiente trabajo de investigación se considera en número de personas de los auto emprendedores y Microempresas familiares, según datos estadísticos el 6 % esta muestra realizan sus ventas en línea haciendo el uso de los medios electrónicos de mayor accesibilidad.

### ***2.1.6. Gerencia Distrital Potosí***

La Gerencia Distrital Potosí del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) es una unidad operativa desconcentrada siendo la responsable de la gestión tributaria en el departamento de Potosí, con facultades de control, recaudación, fiscalización y asistencia al contribuyente, el Rol de la Gerencia Distrital es clave en la aplicación de las políticas tributarias nacionales, especialmente en un escenario donde la digitalización del comercio avanza más rápido que la capacidad de fiscalización tradicional.

El Servicio de Impuestos Nacionales ha reportado en sus memorias institucionales avances significativos en digitalización, modernización del Sistema Integrado de Administración Tributaria (SIAT), ampliación de la facturación electrónica y mejoras en los servicios al contribuyente.

La Gerencia Distrital Potosí, como parte del sistema nacional, se beneficia de:

- Infraestructura tecnológica centralizada (SIAT).
- Normativas actualizadas sobre facturación electrónica (RND varias).
- Procesos automatizados de control y envío de información.
- Orientaciones, instructivos y soporte desde oficinas nacionales.

El crecimiento del comercio electrónico en Potosí, junto con los avances tecnológicos del Sistema de Impuestos Nacionales, crea el momento ideal para implementar un programa local de fiscalización digital. La Gerencia Distrital Potosí tiene la capacidad operativa y el respaldo técnico necesario para desarrollar un piloto que reduzca la evasión del Impuesto al Valor Agregado, fomente la formalización de emprendedores y fortalezca la recaudación tributaria mediante herramientas modernas, capacitaciones y control inteligente basado en datos.



***2.1.6.1. Infraestructura tributaria disponible: Sistema Integrado de la Administración Tributaria (SIAT), facturación electrónica y normativa***

- El Sistema Integrado de la Administración Tributaria (SIAT) constituye la base tecnológica y normativa sobre la cual debe sostenerse cualquier programa de fiscalización del comercio electrónico. Incluye:
  - Facturación electrónica en línea, que permite emitir comprobantes desde celulares o computadoras.
  - Modalidades de facturación adaptadas a distintos tipos de contribuyentes.
  - Generación de Código Único de Facturación Diaria (CUFD) y códigos de control, necesarios para validar cualquier factura.
  - Resolución Normativa de Directorio (RND) y reglamentos vigentes que establecen obligaciones, procedimientos y sanciones.
  - Monitoreo y verificación en tiempo real del flujo de facturas.
  - Interoperabilidad con servicios digitales externos, lo que posibilita integraciones con marketplaces, plataformas de pagos y aplicaciones móviles.

Para la Gerencia Distrital Potosí, esto implica que:

- Toda estrategia de control al comercio electrónico debe integrarse directamente al Sistema Integrado de la Administración Tributaria (SIAT).
- No es necesario crear sistemas paralelos; basta con módulos complementarios o pasarelas de interoperabilidad.
- La fiscalización puede reforzarse mediante cruces automáticos de información entre ventas registradas en plataformas y facturación declarada.
- La Gerencia puede aprovechar las herramientas existentes para monitorear de manera más eficiente a vendedores digitales, aun cuando operen sin locales físicos.

### **2.1.6.2. Piloto de fiscalización digital**

La Gerencia tiene ventajas estratégicas para liderar la formalización del comercio digital:

- Conocimiento de la estructura económica local.
- Identificación de los rubros con mayor riesgo de evasión.
- Capacidad para coordinar operativos y asistencias presenciales.
- Cercanía con los contribuyentes y comunidades.
- Articulación con la Alcaldía de Potosí, Gobernación y universidades.
- Posibilidad de pilotar mecanismos innovadores y luego escalarlos a nivel nacional.

### **2.1.7. Situación contextual legal del impuesto al Valor agregado (IVA)**

El Impuesto al Valor Agregado está regulado por la Ley N° 843, modificada y complementada por diferentes disposiciones legales, y por el Código Tributario Boliviano (Ley N° 2492). Este impuesto indirecto grava las transferencias de bienes, la prestación de servicios y los contratos de obra dentro del territorio nacional, bajo el principio de generalidad y equidad tributaria. Su importancia radica en ser una de las principales fuentes de ingresos fiscales del Estado Plurinacional de Bolivia, lo que hace indispensable su correcta administración, fiscalización y recaudación.

La administración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) está a cargo del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), organismo descentralizado encargado de aplicar la normativa tributaria nacional. En los últimos años, el SIN ha impulsado un proceso de modernización tecnológica mediante la implementación de plataformas como la Factura Electrónica, el Sistema Integrado de la Administración Tributaria (SIAT en Línea) y el Padrón Biométrico Digital, con el objetivo de mejorar la eficiencia del control fiscal, simplificar trámites para los contribuyentes y reducir los niveles de evasión e informalidad.

No obstante, estas herramientas han sido desarrolladas principalmente para controlar el comercio formal y presencial, es decir, aquel que cuenta con un NIT, emite facturas, opera desde un domicilio legal y realiza sus actividades económicas de manera visible ante la administración

tributaria. En contraste, un creciente número de transacciones se están realizando a través de plataformas digitales, redes sociales y aplicaciones móviles, muchas veces sin ningún tipo de registro ni emisión de facturas, lo que dificulta su fiscalización.

Estas operaciones, que forman parte del denominado comercio electrónico informal o no regulado, quedan fuera del alcance efectivo de las herramientas actuales, debido a la falta de interoperabilidad entre plataformas privadas y el sistema tributario, la ausencia de controles automatizados para operaciones digitales, y la limitada capacidad de seguimiento de transacciones virtuales en tiempo real. Esta situación genera importantes brechas en la recaudación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), especialmente en sectores con alta rotación de productos y servicios, como el comercio minorista online, servicios profesionales independientes y ventas informales a través de redes sociales.

En consecuencia, la administración tributaria enfrenta el desafío urgente de adaptar sus mecanismos de control y fiscalización al ecosistema digital, mediante el uso de nuevas tecnologías, el diseño de marcos regulatorios específicos para plataformas digitales, y la implementación de políticas que promuevan la formalización de los actores económicos que participan en el comercio electrónico, especialmente en regiones donde el control es aún más débil, como en el caso del Municipio de Potosí.

#### ***2.1.8. Impacto de la Evasión del IVA en el Municipio***

La evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio electrónico no solo representa una problemática a nivel nacional, sino que también tiene efectos negativos significativos en el ámbito municipal, como es el Municipio de Potosí, donde los recursos fiscales son limitados y la dependencia de las transferencias del nivel central es considerable.

En primer lugar, esta evasión constituye una pérdida directa de ingresos para el Estado Boliviano, al no percibirse los montos correspondientes al Impuesto al Valor Agregado (IVA) generado por las operaciones comerciales realizadas en plataformas digitales y redes sociales. Como consecuencia, se afecta también de forma indirecta a los municipios, dado que una parte importante de sus ingresos se nutre de la coparticipación tributaria, mecanismo mediante el cual

el Tesoro General de la Nación transfiere a los gobiernos subnacionales una proporción de los tributos recaudados.

En este sentido, la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) disminuye los recursos disponibles para que el municipio pueda financiar servicios públicos esenciales, ejecutar proyectos de infraestructura, mejorar la prestación de salud, educación, seguridad ciudadana o programas de desarrollo económico local.

Impactos colaterales que afectan la economía y la gobernabilidad fiscal en Potosí:

- **Competencia desleal con comerciantes formales:** Los vendedores informales que operan en plataformas digitales, sin emitir facturas ni cumplir con obligaciones fiscales, tienen menores costos operativos y pueden ofrecer precios más bajos que los comerciantes formales que sí tributan. Esto genera una competencia desleal, desincentiva la formalidad y puede llevar a que negocios legalmente establecidos pierdan competitividad, ingresos e incluso cierren operaciones.
- **Reducción de la base impositiva:** Cada comerciante informal que no se registra ni declara sus ingresos amplía la economía sumergida y reduce la base tributaria del municipio. En lugar de incorporar nuevos contribuyentes al sistema, se perpetúa una lógica de evasión que debilita la sostenibilidad del sistema fiscal local y limita el efecto multiplicador de la recaudación tributaria.
- **Obstáculos para la planificación fiscal y presupuestaria local:** El desconocimiento del volumen real de actividad económica digital que ocurre en el municipio distorsiona las proyecciones fiscales y limita la capacidad de planificación de las autoridades municipales. Al no contar con datos confiables sobre la magnitud del comercio electrónico y su potencial recaudatorio, se dificulta la formulación de presupuestos realistas, así como la asignación eficiente de los recursos públicos.
- **Desincentivo a la formalización y al cumplimiento voluntario:** Cuando los ciudadanos perciben que existe un alto nivel de evasión sin consecuencias, se genera un mensaje negativo respecto a la utilidad de cumplir con las obligaciones fiscales. Esto socava la cultura tributaria y envía señales contradictorias a los emprendedores que han

optado por formalizarse, minando la credibilidad del sistema tributario y fomentando una mentalidad de “mejor no declarar”.

- **Reproducción del ciclo de informalidad digital:** La falta de fiscalización efectiva sobre el comercio electrónico crea un círculo vicioso en el que la evasión se vuelve la norma, especialmente entre jóvenes emprendedores, comerciantes ocasionales o usuarios de redes sociales como canales de venta. Esto impide que estos actores accedan a los beneficios de la formalidad (como créditos, licitaciones públicas o seguros), y reproduce la precariedad económica de muchas iniciativas digitales locales.

## 2.2. Marco Conceptual

### 2.2.1. Definición de Impuestos.

Según el Autor Salvador Romero Pittari en su libro “La tributación en Bolivia: define en Impuesto como: “una prestación en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio, sin que exista una contraprestación directa, y que tiene como finalidad financiar el gasto público”. (Romero, 2012).

En la revista Modelo económico, social, comunitario y productivo: La experiencia boliviana, escrito por el Autor Luis Arce Catacora menciona que el impuesto “es una fuente esencial de ingresos públicos que permite al Estado intervenir activamente en la economía, redistribuir la riqueza y garantizar servicios básicos”. (Arce, 2011).

El autor Carlos Castañón en su libro Administración Tributaria de Bolivia, define al impuesto como: “El impuesto constituye una obligación tributaria impuesta por ley, que nace a partir de la capacidad contributiva del sujeto y que no se corresponde con un beneficio inmediato”. (Carlos, 2018)

### 2.2.2. Tipos de Impuestos comerciales.

En Bolivia, el sistema tributario (Ley 2492 Código Tributario de Bolivia, 2025) contempla varios impuestos que afectan directamente las actividades comerciales. Los principales impuestos comerciales de acuerdo a la (Ley 843, 2025)

### ➤ **Impuesto al Valor Agregado (IVA)**

IVA significa "Impuesto al Valor Agregado" y es un impuesto que se cobra sobre el valor añadido de los bienes y servicios que se venden en un país. El Impuesto al Valor Agregado se cobra a los consumidores finales en cada etapa del proceso de producción y venta, y los vendedores tienen la responsabilidad de recaudar y declarar el impuesto a la administración tributaria correspondiente. En resumen, el IVA es un impuesto que grava el consumo y se aplica a la mayoría de los bienes y servicios que se venden en un país, y es recaudado por los vendedores y pagado por los consumidores finales en cada etapa del proceso de producción y venta. (Pari Chambi)

### ➤ **Impuesto a las Transacciones (IT)**

El Impuesto a las Transacciones es un tributo que se paga en todo el territorio nacional por la realización de cualquiera de las siguientes operaciones estipuladas en la (Ley 843, 2025), Artículo 72 Comercio, industria, profesión, oficio, negocio, alquiler de bienes, obras y servicios o de cualquier otra actividad (lucrativa o no), cualquiera sea la naturaleza del sujeto que la preste

### ➤ **Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE)**

Art. 37 Créase un impuesto sobre las utilidades de las Empresas, que se aplicara en todo el territorio nacional sobre las utilidades resultantes de los estados financieros de las mismas al cierre de cada gestión anual, ajustadas de acuerdo a los que disponga esta ley y su reglamento (Ley 843, 2025)

### ➤ **Impuesto Municipal a la Patente Comercial**

Es un tributo que cobran los municipios para autorizar y registrar la actividad comercial en su jurisdicción. Su monto varía según la localidad y el tamaño del negocio. (Cabrera, 2020)

#### ***2.2.3. Importancia del impuesto***

Según (Cabrera, 2020) Señala que los impuestos son la principal fuente de financiamiento del Estado, permitiendo sostener servicios públicos como salud, educación y seguridad. Para él, un

sistema tributario eficiente es fundamental para garantizar el desarrollo económico y la equidad social.

Los autores (Morales, P., Rojas, L., 2019) Destacan que los impuestos no solo cumplen una función recaudatoria, sino también reguladora, ya que pueden incentivar o desincentivar ciertas actividades económicas. Además, fortalecen la soberanía fiscal del Estado y promueven la formalización del comercio.

Según (Gutiérrez, 2021) Enfatiza que los impuestos bien estructurados mejoran la distribución del ingreso y reducen las desigualdades. Desde su perspectiva, el sistema impositivo es una herramienta clave para alcanzar una justicia fiscal y sostenibilidad financiera a largo plazo.

#### ***2.2.4. Alícuota del IVA***

En Bolivia el pago a tributos fiscales, esta regularizado de acuerdo a la (Ley 843, 2025) “Créase en todo el territorio nacional un impuesto que se denominará Impuesto al Valor Agregado (IVA) 13% que se aplicará sobre:

- a) Las ventas de bienes muebles situados o colocados en el territorio del país, efectuadas por los sujetos definidos en el Artículo 3 de esta Ley;
- b) Los contratos de obras, de prestación de servicios y toda otra prestación, cualquiera fuere su naturaleza, realizadas en el territorio de la Nación; y
- c) Las importaciones definitivas”.

El hecho imponible se perfeccionará:

En el caso de ventas, sean éstas al contado o a crédito, en el momento de la entrega del bien o acto equivalente que suponga la transferencia de dominio, la cual deberá obligatoriamente estar respaldada por la emisión de la factura, nota fiscal o documento equivalente. (Ley 843, 2025)

##### ***2.2.4.1. Tasa Impositiva***

El autor Pari Chambi en su libro Guia de trabajo Contaduría General, menciona que “La tasa impositiva del IVA es del 13 %, la cual se aplica a compras y ventas relacionadas con la actividad económica del período correspondiente al pago del impuesto. Cabe señalar que la tasa

para la venta de libros y publicaciones oficiales, así como para el transporte internacional de carga (por vía terrestre), es del 0 %” (Pari Chambi)

### ***2.2.5. Definición de Contribuyente***

A continuación, se tiene las siguientes definiciones de contribuyente:

Art. 23 Contribuyente es el sujeto pasivo respecto del cual se verifica el hecho generador de las obligaciones tributarias, dicha condición puede recaer en las personas naturales, personas jurídicas, comunidades de bienes y demás fideicomiso (Ley 2492 Código Tributario de Bolivia, 2025)

El autor (Villegas, 2018) Define al contribuyente como la persona natural o jurídica obligada por ley a pagar tributos al Estado en función de su actividad económica, ingresos o patrimonio. Este autor destaca que el contribuyente es un actor central en la relación jurídico-tributaria.

El Autor (Rivero, 2019) Señala que el contribuyente es el sujeto pasivo de la obligación tributaria, y tiene la responsabilidad legal de cumplir con el pago de impuestos, así como con otros deberes formales ante la administración tributaria.

## **1. Obligaciones del contribuyente**

En el artículo 25 de la (Ley 2492 Código Tributario de Bolivia, 2025) menciona las obligaciones que debe cumplir los contribuyentes:

1. Son sustitutos en calidad de agentes de retención o de percepción, las personas naturales o jurídicas que en razón de sus funciones, actividad, oficio o profesión intervengan en actos u operaciones en los cuales deban efectuar la retención o percepción de tributos, asumiendo la obligación de empozar su importe al Fisco.
2. Son agentes de retención las personas naturales o jurídicas designadas para retener el tributo que resulte de gravar operaciones establecidas por Ley.
3. Son agentes de percepción las personas naturales o jurídicas designadas para obtener junto con el monto de las operaciones que originan la percepción, el tributo autorizado.



4. Efectuada la retención o percepción, el sustituto es el único responsable ante el Fisco por el importe retenido o percibido, considerándose extinguida la deuda para el sujeto pasivo por dicho importe. De no realizar la retención o percepción, responderá solidariamente con el contribuyente, sin perjuicio del derecho de repetición contra éste.
5. El agente de retención es responsable ante el contribuyente por las retenciones efectuadas sin normas legales o reglamentarias que las autoricen.

## **2. Domicilio tributario**

En el artículo 37 de la (Ley 2492 Código Tributario de Bolivia, 2025) Señala como Domicilio tributario misma que será registrado: “Para efectos tributarios las personas naturales y jurídicas deben fijar su domicilio dentro del territorio nacional, preferentemente en el lugar de su actividad comercial o productiva”.

### ***2.2.6. Evasión fiscal***

En un artículo publicado por el Autor Ivan Gutiérrez define a: “evasión fiscal o evasión tributaria, o evasión de impuestos, es una actividad ilegal en la que una persona o entidad evita deliberadamente pagar una verdadera obligación tributaria. Aquellos atrapados evadiendo impuestos generalmente están sujetos a cargos criminales y sanciones sustanciales”.

“La evasión fiscal puede reducir el bienestar de la sociedad no solo al inducir a los agentes a incurrir en costos para ocultar o descubrir transacciones sujetas a impuestos, al imponer riesgos a los evasores de impuestos reacios al riesgo y al distorsionar la competencia entre empresas honradas y evasoras de impuestos, sino también creando una pérdida (‘oculta’) de eficiencia en el mercado subyacente debido a un comercio menos frecuente y una provisión más frecuente de calidad insuficiente en caso de comercio. En términos más sencillos; las empresas que no sus pagan impuestos debidos incurrir en una competencia desleal en el mercado y generan una mayor ineficiencia en los resultados productivos. (Gutierrez, 2020)

### ***2.2.7. Comercio Electrónico (Online)***

El comercio electrónico ha crecido demasiado desde finales del siglo XX, debido a varios factores tecnológicos, económicos y sociales, uno de los principales impulsores ha sido la digitalización de la economía que ha permitido a las empresas automatizar tareas, usar mejor sus recursos y ofrecer servicios más fáciles y accesibles, el cambio a la digitalización no solo ha cambiado cómo operan las empresas por dentro, sino también cómo se comunican con sus clientes.

El gran aumento de acceso a el internet, junto con el desarrollo de mejores infraestructuras de telecomunicaciones impulsaron dicho avance tecnológico, actualmente millones de personas en todo el mundo pueden conectarse a la red desde diferentes dispositivos y que la misma facilito el crecimiento de las tiendas en línea y eliminado muchas de las barreras tradicionales, como la distancia o los horarios limitados.

Por otro lado, el cambio en los hábitos de compra también ha sido de mayor importancia, debido a que los consumidores de hoy valoran más la rapidez, la personalización y la experiencia digital, lo que conlleva a muchas empresas a cambiar sus modelos de negocio y a usar estrategias más enfocadas en el cliente a través del avance tecnológico

De acuerdo a un artículo publicado por la Organización de Naciones Unidas, menciona que:

El comercio electrónico está transformando la economía global, cambiando los patrones de consumo y fomentando el crecimiento económico. El valor de este sector rivaliza con el comercio mundial de bienes y servicios, y sigue en expansión.

Las plataformas de comercio electrónico permiten a millones de empresas, incluidas muchas pequeñas y medianas empresas, vender en línea, superando obstáculos como el acceso limitado a mercados físicos, las deficiencias en infraestructura y las barreras sociales. Sin embargo, los beneficios del comercio electrónico no se distribuyen de manera equitativa, ya que la mayoría de los países en desarrollo presentan un retraso en la operacionalización de las compras en línea. También es crucial garantizar que esta transformación global no comprometa la sostenibilidad medioambiental. (ONU comercio y desarrollo, 2024)

### *Cómo funciona el comercio electrónico*

- El cliente accede a una tienda online desde un dispositivo (PC, móvil o tablet).
- Navega por el catálogo digital y selecciona productos o servicios.
- Realiza el pago a través de una pasarela segura (PayPal, Stripe, tarjeta, etc.).
- El vendedor recibe el pedido, lo procesa y lo envía al comprador (si es físico).
- El cliente puede dejar reseñas, solicitar soporte o gestionar devoluciones.

### *Modalidades del Comercio Electrónico*

- B2C (Business to Consumer): Empresa a consumidor final (ej: Amazon, Zara).
- B2B (Business to Business): Empresa a empresa (ej: Alibaba, mayoristas).
- C2C (Consumer to Consumer): Entre consumidores (ej: eBay, OLX).
- C2B (Consumer to Business): El consumidor ofrece productos/servicios a empresas (ej: freelancers).
- D2C (Direct to Consumer): Marca vende directamente al cliente, sin intermediarios.

### *Plataformas de Comercio Electrónico más comunes*

- Tienda online propia: Shopify, WooCommerce, Magento.
- Marketplaces: Amazon, Mercado Libre, Etsy.
- Social commerce: Instagram Shopping, Facebook Marketplace, TikTok Shop.
- Apps móviles: Apps de delivery (Rappi, Uber Eats) o retail (Shein, Aliexpress).

### *Desafíos del Comercio Electrónico*

- Ciberseguridad y protección de datos.
- Gestión de la logística y envíos.
- Competencia elevada y saturación del mercado.
- Retención y fidelización de clientes.
- Cumplimiento de normativas fiscales y legales.

## Tendencias del Comercio Electrónico (2025)

- Inteligencia artificial para recomendaciones personalizadas.
- Realidad aumentada (AR) para probar productos virtualmente.
- Pagos digitales y criptomonedas.
- Sostenibilidad y empaques ecológicos.
- Live Shopping: ventas en vivo por streaming en redes sociales.
- Voice commerce: compras por comandos de voz (Alexa, Google Assistant).

### ***2.2.8. Facturación electrónica y control digital***

La facturación no solo es una versión digital de la factura tradicional; es un Sistema Integral que se implementa como parte de la digitalización fiscal y administrativa de un país o empresa, la facturación electrónica es el proceso mediante el cual se emiten, envían, almacenan y validan documentos tributarios (como facturas, boletas, notas de crédito y débito) mediante sistemas informáticos, cumpliendo con requisitos legales y tecnológicos establecidos por la autoridad fiscal.

La factura en línea en Bolivia representa un avance hacia la modernización tributaria, simplificando procesos y mejorando el cumplimiento fiscal. Consulta con nosotros sobre tus impuestos nacionales.

El Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) ha emitido la Resolución Normativa de Directorio N° 102100000011, la cual establece las regulaciones para los sistemas de facturación, incluyendo la facturación en Línea.

#### ***2.2.8.1. Requisitos para emitir en facturación en Línea***

Aparte de las características mencionadas para emitir facturas en línea, es necesario cumplir con ciertos requisitos que garantizan la seguridad y legalidad del proceso:

- **Modalidad de Facturación Electrónica en Línea:** Certificado electrónico de firma electrónica emitido por una entidad autorizada. Este certificado permite acreditar la identidad del emisor de la factura, asegurando su autenticidad y validez legal.
- **Modalidades de Facturación Computarizada en Línea y Portal Web en Línea:** Credenciales autorizadas por el Servicio de Impuestos Nacionales. El SIN otorga

las credenciales a los contribuyentes que cumplan con los requisitos establecidos para utilizar la facturación electrónica.

- **Sistema Informático de Facturación autorizado:** Utilizar un software de facturación electrónica homologado y autorizado por la Administración Tributaria garantiza el correcto funcionamiento y cumplimiento de las regulaciones vigentes.

## 2.3. Marco Normativo

En Bolivia, el comercio electrónico ha llegado a tener un crecimiento importante en los últimos años, impulsado por la expansión del acceso a internet, el uso de dispositivos móviles, la digitalización de los servicios financieros y el intercambio de bienes y servicios o información realizada a través de medios digitales, principalmente el internet.

### 2.3.1. *Constitución política del estado plurinacional de Bolivia*

El comercio electrónico en Bolivia está reconocido en la Constitución Política del Estado, ya que en su art. 103 segundo párrafo “El Estado asumirá como política la implementación de estrategias para incorporar el conocimiento y aplicación de nuevas tecnologías de información y comunicación” haciendo mención al uso de las Tecnologías de información y Comunicación TIC, esta herramienta permite a las personas poder comunicarse y por intermedio de este realizar su negociación, promoción y venta de sus productos o servicios.

En Bolivia, el sistema tributario está regulado por varias leyes, como la Ley 2492 (Ley General de Tributación Municipal) y la Ley 843 (Ley General de Impuestos). Estas leyes establecen las reglas principales para cobrar impuestos. Con el tiempo, también se han hecho cambios fiscales para mejorar cómo funciona el sistema, disminuir la evasión y hacer la distribución de la carga fiscal más justa.

Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) tiene la función de administrar el sistema de impuestos, la misión de “Recaudar los recursos provenientes de los impuestos nacionales y promover una cultura tributaria que el Estado Plurinacional requiere para consolidar el Modelo Económico Social Comunitario Productivo” y la visión de “Ser una entidad facilitadora del cumplimiento de las obligaciones tributarias, en el marco de un sistema

tributario progresivo y solidario, referente en el contexto latinoamericano, certificada por su excelencia organizacional, aplicando normativa e instrumentos tecnológicos modernos para cumplir con su misión institucional en el Estado Plurinacional de Bolivia”, poniendo en marcha sus atribuciones detalladas en el Artículo 4 de la Ley N° 2166. (Ley 2492 Código Tributario de Bolivia, 2025)

### **2.3.2 Ley 2492 Código tributario boliviano**

Código Tributario Boliviano y Decretos Reglamentarios, Texto Ordenado, Complementado y Actualizado al 31 de julio de 2025 como un material de consulta esencial sobre la normativa tributaria vigente en Bolivia (Ley 2492 Código Tributario de Bolivia, 2025)

Establece los principios, derechos, obligaciones, procedimientos, infracciones y sanciones tributarias, y rige para todos los niveles del Estado:

- Nivel nacional: tributos administrados por el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) y la Aduana Nacional.
- Nivel departamental: tributos departamentales administrados por gobiernos autónomos departamentales.
- Nivel municipal: tributos municipales (como patentes, transferencias, inmuebles, vehículos, tasas y licencias).

#### **2.3.2.1. Hecho generador y obligación tributaria**

- El hecho generador es el presupuesto establecido por ley cuya realización origina la obligación tributaria (por ejemplo, la venta de un bien o la prestación de un servicio).
- La obligación tributaria es el vínculo jurídico entre la administración y el contribuyente, que tiene por objeto el pago del tributo o el cumplimiento de deberes formales.

Esto también se aplica al comercio electrónico, donde la prestación de servicios digitales o venta on-line constituye un hecho generador del IVA y, en algunos casos, de tributos municipales (como patentes o tasas de actividad económica).

### ***2.3.3. D.S. 27310 Reglamento del código tributario***

El art. 7 menciona que Las operaciones electrónicas realizadas y registradas en el sistema informático de la Administración Tributaria por un usuario autorizado surten efectos jurídicos. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada a través de los sistemas informáticos o medios electrónicos, por cualquier usuario autorizado que de cómo resultado un registro electrónico, tiene validez probatoria.

Salvo prueba en contrario, se presume que toda operación electrónica registrada en el sistema informático de la Administración Tributaria pertenece al usuario autorizado. A efectos del ejercicio de las facultades previstas en el Artículo 21 de la Ley 2492, la Administración Tributaria establecerá y desarrollará bases de datos o de información actualizada, propia o procedente de terceros, a las que accederá con el objeto de contar con información objetiva.

Las impresiones o reproducciones de los registros electrónicos generados por los sistemas informáticos de la Administración Tributaria, tienen validez probatoria siempre que sean certificados o acreditados por el servidor público a cuyo cargo se encuentren dichos registros. A fin de asegurar la inalterabilidad y seguridad de los registros electrónicos, la Administración Tributaria adoptará procedimientos y medios tecnológicos de respaldo o duplicación.

Asimismo, tendrán validez probatoria las impresiones o reproducciones que obtenga la Administración Tributaria de los registros electrónicos generados por los sistemas informáticos de otras administraciones tributarias y de entidades públicas o privadas. Las Administraciones Tributarias dictarán las disposiciones reglamentarias y procedimentales para la aplicación del presente Artículo. (Decreto Supremo 27310 Reglamento al Código Tributario Boliviano, 2004)

### ***2.3.4. Ley 843 Impuesto al Valor Agregado (IVA)***

La Ley N° 843 (Texto Ordenado), promulgada el 20 de mayo de 1986, constituye la base legal del sistema tributario nacional boliviano. Esta norma crea y regula los principales impuestos del país, entre ellos el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava el consumo interno.

El sistema impositivo de Bolivia se distingue por su sensibilidad y una amplia base normativa, que se basa en la tributación al consumo. Aunque hay mecanismos especiales para actividades periféricas, que no se consideran deseables en el sistema, se ven como una necesidad en términos de política social. El sistema también se caracteriza por la ausencia de impuestos efectivos sobre la renta y/o el patrimonio de individuos. Las características del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Bolivia, en el cual la estructura legal, definida por la Ley 843, considera una amplia base con una tasa general del 13 % que se incluye en el precio (efectivamente, representa una tasa del 14.9 %), y grava las operaciones de compra y venta de bienes y servicios. La ley impone algunas exenciones limitadas para este impuesto. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) se implementa en varias etapas de la producción y grava los insumos adquiridos, pero permite deducir los cobrados sobre las ventas (Pari Chambi)

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto, porque recae sobre el consumidor final, aunque lo recaudan los vendedores en cada etapa de la cadena productiva, comercialización de bienes y prestación de servicios dentro del territorio nacional.

- **Hecho generador:** El hecho imponible del IVA se produce en los siguientes casos:
  - Venta de bienes muebles situados en el país.
  - Prestación de servicios dentro del territorio nacional.
  - Contratos de obra (incluye construcción, fabricación u otros).
  - Importación de bienes y servicios.
- **Sujetos del impuesto:** Esta ley clasifica en dos sujetos para el pago de impuesto
  - Sujeto pasivo (contribuyente): toda persona natural o jurídica que realice los actos gravados (empresas, comercios, profesionales, etc.).
  - Sujeto activo: el Estado boliviano, representado por el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), que administra y recauda el Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- **Base imponible y alícuota**
  - La base imponible es el precio neto de la venta o el importe del servicio prestado, incluyendo otros cargos vinculados (fletes, seguros, etc.).
  - La tasa del IVA es del 13% sobre esa base.



➤ **Obligaciones formales:** Los contribuyentes del IVA deben:

- Emitir factura o documento equivalente por cada transacción, en las formas establecidas por el SIN (hoy mayormente electrónicas).
- Inscribirse en el Padrón de Contribuyentes.
- Llevar registros contables que respalden las operaciones gravadas.
- Declarar y pagar mensualmente el IVA mediante formularios habilitados por el SIN.

**2.3.5. Modalidad de facturación electrónica en línea**

El Sistema de Facturación (SIN 2021 102100000011) mediante la presente Resolución Normativa de Directorio tiene por objeto reglamentar el Sistema de Facturación en el Estado Plurinacional de Bolivia, en el marco de la Ley N° 843 (Texto Ordenado vigente), Decreto Supremo N° 21530 Reglamento al IVA y demás normativa relacionada en el ámbito tributario. Las disposiciones contenidas en la presente Resolución, alcanzan a todos los Sujetos Pasivos del IVA y/o sus Terceros Responsables.

Asimismo, tienen alcance sobre otras personas naturales o jurídicas, que sin tener la calidad de Sujetos Pasivos del IVA, deban por mandato expreso de la presente Resolución, presentar o enviar información relacionada a la emisión de Documentos Fiscales. (Ley 843, 2025)

Modalidad para la emisión de Documentos Fiscales con firma digital a través de un Sistema Informático de Facturación autorizado por la Administración Tributaria, puede tratarse de un Sistema Informático de Facturación Propio o proporcionado por un Proveedor.

Asimismo, la Administración Tributaria pondrá a disposición de los contribuyentes un Sistema Informático de Facturación de Escritorio en única versión, con formatos estándares básicos, no pudiendo utilizarse para la emisión masiva de Facturas. El Sujeto Pasivo del IVA deberá insertar su firma digital.

A efector de aplicarse:

- Actividad Económica: Actividad comercial, industrial, de servicios u otra desarrollada por los Sujetos Pasivos del IVA, registrada en el Padrón Nacional de Contribuyentes del Servicio de Impuestos Nacionales.
- Certificado Digital: Documento digital otorgado por una entidad certificadora autorizada conforme establece la Ley N° 164 de 8 de agosto de 2011 y Decreto Supremo N° 1793 de 13 de noviembre de 2013, Reglamento para el Desarrollo de Tecnologías de Información y Comunicación, que vincula unos datos de verificación de firma a un signatario y confirma su identidad. El certificado digital es válido únicamente dentro del término de vigencia indicado en el mismo, requerido en la modalidad de facturación Electrónica en Línea.
- Código de Control: Dato alfanumérico, que se genera de la combinación de la llave digital proporcionada por la Administración Tributaria, los datos de autorización y la información de la transacción comercial conforme al Anexo Técnico disponible en la página web [www.impuestos.gob.bo](http://www.impuestos.gob.bo), individualizando la Factura o Nota Fiscal, con el propósito de asegurar su inalterabilidad.
- Código de Respuesta Rápida (Código QR): Imagen que almacena información representada a través de una matriz de puntos o un código de barras bidimensional.
- Códigos de Autorización: Datos alfanuméricos otorgados por el Sistema Informático de Facturación del Sujeto Pasivo del IVA y/o por la Administración Tributaria que autorizan la emisión de Documentos Fiscales en función a parámetros establecidos en la presente Resolución y su Anexo Técnico. Estos datos de acuerdo a su característica podrán o no ser consignados en los Documentos Fiscales autorizados por la Administración Tributaria de acuerdo a la modalidad de facturación en que se emitan.
- Comercio Electrónico: Transacción comercial de compra/ venta de bienes o prestación de servicios, realizadas a través de internet u otros medios electrónicos o digitales.
- Comportamiento Tributario: Conjunto de criterios y parámetros establecidos por la Administración Tributaria para calificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, entre los cuales se consideran el contar con información actualizada en el Padrón Nacional de Contribuyentes, presentación y pago oportuno de Declaraciones Juradas y otras obligaciones de acuerdo a normativa vigente.

- Comprador: Persona Natural o Jurídica (incluidas las herencias yacentes, comunidades de bienes y demás entidades carentes de personalidad jurídica), pública o privada, que al haber adquirido y pagado por un determinado bien, servicio u otra operación, se constituye propietario del Documento Fiscal emitido.
- Contingencias: Situaciones que impiden dar continuidad a la emisión de los Documentos Fiscales.
- Documento Equivalente: Documento Fiscal cuya emisión implica la realización de una operación gravada por el IVA, dando lugar al cómputo del Crédito Fiscal para el comprador conforme lo establecido en disposiciones tributarias vigentes (Ej. Declaración de Mercancías de Importación DIM o Declaración Única de Importación DUI y Boletos Aéreos).
- Documento Fiscal Digital: Información de un Documento Fiscal generada y enviada en formato XML por el Sujeto Pasivo del IVA, con firma digital o huella digital a través de los sistemas informáticos o medios electrónicos autorizados, que siendo recibida, da como resultado un registro electrónico en los sistemas de la Administración Tributaria.
- Emisión: Acto a través del cual un Sujeto Pasivo del IVA, al perfeccionamiento del hecho generador, consigna los datos de la transacción en una Factura, Nota Fiscal o Documento Equivalente y la entrega al comprador. En el caso de la emisión de Documentos Fiscales Digitales, la emisión comprende el registro de los datos y envío de la información de la transacción en formato XML a la Administración Tributaria.
- Emisión Masiva: Emisión de Facturas o Notas Fiscales en las modalidades de facturación Electrónica en Línea y Computarizada en Línea, que por la naturaleza de la actividad económica genera varias facturas de manera automatizada.
- Entidad Certificadora: Persona Jurídica de derecho público o privado que emite y revoca los Certificados Digitales en el marco de la normativa vigente del sector.
- Eventos Significativos: Hechos inherentes a los Sistemas Informáticos de Facturación, que intervienen en su funcionamiento o que podrían afectar la emisión de los Documentos Fiscales.
- Factura o Nota Fiscal: Documento Fiscal autorizado por la Administración Tributaria cuya emisión física o digital respalda la realización de compra/venta de bienes muebles,

contratos de obras, prestación de servicios o toda otra prestación cualquiera fuere su naturaleza alcanzados por el IVA u otro impuesto.

- Fecha Límite de Emisión: Plazo máximo otorgado por la Administración Tributaria para la emisión de Documentos Fiscales previamente autorizados.
- Firma Digital: Firma electrónica que identifica únicamente a su titular, creada por métodos que se encuentren bajo el absoluto y exclusivo control de su titular, susceptible de verificación y está vinculada a los datos del documento digital de modo tal que cualquier modificación de los mismos ponga en evidencia su alteración. Otorga a un Documento Fiscal emitido bajo la modalidad de facturación Electrónica en Línea las características de: No repudio, autenticidad e integridad.
- Modalidad de Facturación: Es una determinada forma de emitir Facturas, que se rige a través de un procedimiento establecido en el Sistema de Facturación, para su autorización por parte de la Administración Tributaria.
- Nominatividad: Datos consignados en los Documentos Fiscales que identifican al comprador, que comprende el Número de Identificación Tributaria o Número de su Documento de Identidad (Cédula de Identidad, Pasaporte o Cédula de Identidad de Extranjero).
- Nota de Crédito - Débito: Documento que se emite a objeto de practicar los ajustes respectivos en el Crédito o el Débito Fiscal IVA, cuando efectivamente se produce la devolución o rescisión total o parcial de bienes y/o servicios adquiridos con anterioridad al periodo que se liquida.
- Nota de Conciliación: Documento utilizado para realizar ajustes en el Crédito y en el Débito Fiscal de los Sujetos Pasivos del IVA por transacciones facturadas en periodos anteriores no mayores a doce (12) meses, por servicios de energía eléctrica, telecomunicaciones, agua potable e hidrocarburos.
- Representación Gráfica: Impresión en formato físico o digital que representa un Documento Fiscal Digital emitido en una modalidad de facturación en línea, cuyos datos informados a la Administración Tributaria podrán verificarse a través de mecanismos de control habilitados al efecto.

- Servicios Continuos: Prestación de servicios realizados de manera ininterrumpida, sujetos a un vencimiento mensual para su pago, con precios preestablecidos o sujetos a medición o liquidación para la determinación del importe a cobrar.
- Sistema Informático de Facturación: Es el software o programa informático encargado de registrar los procesos de autorización, emisión y transmisión electrónica de los Documentos Fiscales Digitales a la Base de Datos de la Administración Tributaria, cumpliendo las especificaciones técnicas establecidas en el Anexo Técnico disponible en la página web [www.impuestos.gob.bo](http://www.impuestos.gob.bo).
- Sistema de Facturación Computarizado: Es el software o programa informático, mediante el cual el Sujeto Pasivo del IVA realiza la emisión de sus Facturas o Notas Fiscales en la modalidad de facturación Computarizada SFV.
- Sujeto Pasivo del IVA: Persona natural o jurídica que en virtud a su actividad comercial adquiere la obligación tributaria de cumplir con la liquidación y pago del Impuesto al Valor Agregado, así como la facturación de sus transacciones gravadas y otros deberes formales conforme normativa vigente. La obligación del Sujeto Pasivo del IVA será cumplida por el Tercero Responsable, cuando corresponda.

### ***2.3.6. Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y comunicación***

Ley de 8 de Agosto de 2011 de acuerdo al artículo No 1 tiene por objeto establecer el registro general de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación de servicio postal y el sistema de regulación, en proceso del vivir bien garantizando el derecho humano individual y colectivo a la comunicación con respeto a la pluralidad económica social jurídica política y cultural de la totalidad de las bolivianas y los bolivianos las naciones y pueblos indígenas originarios campesinos y las comunidades interculturales y afro bolivianas del Estado plurinacional de Bolivia (Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información, 2011).

#### ***2.3.6.1. Principios telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación***

El Estado es responsable, en todos sus niveles de gobierno, de la provisión de los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como del servicio postal,

a través de entidades públicas, mixtas, cooperativas, comunitarias y en el caso de telecomunicaciones también a través de empresas privadas, mediante autorizaciones o contratos en el marco de la Constitución Política del Estado.

1. Acceso universal. El Estado, en todos sus niveles de gobierno, promoverá el derecho al acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como al servicio postal, para todas y todos los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia, en ejercicio de sus derechos, relacionados principalmente a la comunicación, la educación, el acceso al conocimiento, la ciencia, la tecnología y la cultura.
2. Asequibilidad. Los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como el servicio postal, deberán ser prestados con precios asequibles a todos los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia.
3. Calidad. Los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como el servicio postal, deben responder a indicadores de calidad definidos en estándares nacionales e internacionales.
4. Continuidad. Los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como el servicio postal, deben prestarse en forma permanente y sin interrupciones, salvo los casos previstos por norma.
5. Inviolabilidad. Las conversaciones o comunicaciones privadas efectuadas a través del uso de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como del servicio postal, son inviolables y secretas, no pudiendo ser interceptadas, interferidas, obstruidas, alteradas, desviadas, utilizadas, publicadas o divulgadas, salvo en los casos determinados por Ley.
6. Innovación tecnológica. El Estado promoverá el desarrollo de tecnología propia en el área de las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.
7. Neutralidad tecnológica. El Estado fomentará la libre adopción de tecnologías, en el marco de la soberanía nacional y teniendo en cuenta recomendaciones, conceptos y normativas de organismos internacionales competentes e idóneos en la materia.

8. Plurinacionalidad. El Estado está conformado por la totalidad de las bolivianas y los bolivianos, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales, y afrobolivianas que en conjunto constituyen el pueblo boliviano.
9. Protección del Medio Ambiente. El desarrollo y explotación de los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, deberá realizarse en armonía con el medio ambiente, debiendo los operadores y proveedores cumplir con la legislación ambiental y con los derechos de la Madre Tierra.
10. Solidaridad. La prestación de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como el servicio postal fomentará la adopción de mecanismos para lograr el acceso a los servicios de sectores con menores ingresos y grupos con necesidades especiales, buscando calidad y precios asequibles

#### ***2.3.6.2. La oferta de bienes y servicios por medios digitales***

En el artículo 85 de la Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información establece el comercio electrónico:

La oferta de bienes y servicios por medios digitales, que cumplan con las condiciones generales y específicas que la Ley impone, debe ser realizada en un ambiente técnicamente confiable y en las condiciones que establece el Código de Comercio. (Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información, 2011)

- Las partes podrán realizar transacciones comerciales mediante documento digital en las condiciones señaladas en la Ley.
- Lo dispuesto en el presente capítulo no será aplicable a aquellos contratos en los cuales la Ley o el mismo contrato excluya expresamente la validez de los documentos digitales.

#### ***2.3.7. Ley 453 Derechos del Usuario y Consumidor***

La Ley 453 incluye dentro de su ámbito de regulación las actividades comerciales realizadas mediante:

- Páginas web,
- Redes sociales,

- Aplicaciones móviles,
- Plataforma de marketplace (Facebook Marketplace, TikTok Shop, etc.),
- Sistemas de venta por WhatsApp, Telegram o similares,
- Pasarelas de pago electrónico (billeteras móviles, QR, banca móvil).

Art. 24 Las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores tienen derecho a elegir los productos y servicios que requieran, al igual que seleccionar o cambiar de proveedor que a su criterio les sea conveniente. Los proveedores de productos o servicios, no podrán ordenar o inducir a las usuarias y los usuarios, las consumidoras y los consumidores a contratar con determinados proveedores o quienes proporcionen servicios auxiliares. (Ley 453 Derechos del Usuario y Consumidor, 2013)

#### ***2.3.7.1. Importancia de la Ley***

Algunos puntos clave sobre por qué esta ley es relevante, especialmente para temas de comercio digital, derechos de los consumidores y fiscalización tributaria:

- Protección del consumidor: Garantiza derechos sólidos frente a proveedores, promoviendo prácticas comerciales responsables y equitativas.
- Transparencia: Exige información clara y veraz sobre productos y servicios, lo cual es fundamental para usuarios digitales.
- Mecanismos de queja y reparación: Permite que los consumidores reclamen y reciban reparación (devolución, intercambio, compensación).
- Consumo responsable: Promueve hábitos sustentables y en equilibrio con el entorno (principio de “Vivir Bien”).
- Intervención estatal: A través de organismos y políticas específicas, el Estado tiene un papel activo en defensa de los consumidores.
- Base para fiscalización municipal: En el contexto tributario y de comercio electrónico, la Ley 453 puede usarse para exigir documentación, facturas, trazabilidad y control a los proveedores digitales.



## **CAPITULO III METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo de Investigación**

El estudio se enmarca en una investigación descriptiva y explicativa. Busca entender tanto cómo es la situación actual como las causas y efectos relacionados con la evasión tributaria en el comercio en línea en el municipio de Potosí.

La investigación descriptiva Según el Autor (Hernandez Sampieri & Fernandez, 2014) “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice”. Mediante la recopilación y organización de datos estadísticos, mediante encuestas a comerciantes en línea. El objetivo es mostrar la magnitud de la evasión del IVA, el número de contribuyentes en el régimen general y en el simplificado, el volumen de transacciones electrónicas y los porcentajes de cumplimiento o incumplimiento de las obligaciones fiscales. En cambio, en la investigación Explicativa, según el autor (Hernandez Sampieri & Fernandez, 2014) “Pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian” además esta investigación nos ayudara a descubrir las razones por las cuales se realiza la evasión del IVA por parte de los comerciantes en línea, a partir de la identificación del problema se crearán estrategias de mejora y vigilancia en el control de pagos tributarios, por la actividad que realizan gracias al uso del internet.

#### ***3.1.2. Enfoque de investigación***

Esta investigación se realizará con un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Esto ayudará a entender mejor el problema de la evasión de impuestos en el comercio en línea en el municipio de Potosí.

Desde la perspectiva cualitativa, la investigación buscará entender en profundidad la naturaleza del problema según los autores (Tarrillo, Mejia , Davila, & Pintado, 2024) “se centra en comprender y describir fenómeno desde la perspectiva Subjetiva”, Este enfoque permitirá identificar las debilidades en el sistema de control tributario y las limitaciones institucionales y normativas que facilitan la evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Además, el análisis cualitativo será útil para recopilar testimonios de funcionarios del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) y personas que constantemente realizan compras en línea, con el fin de

entender sus experiencias, opiniones y percepciones sobre la fiscalización en este campo emergente.

El trabajo de investigación también comprenderá un enfoque cuantitativo, Según los autores (Tarrillo, Mejia , Davila, & Pintado, 2024)“se orienta en medir y analizar fenómenos a través de datos numéricos, empleando técnicas estadísticas para establecer patrones cuantificables” y el análisis de datos estadísticos sobre los objetivos relacionados con la recaudación del IVA, el número de contribuyentes en el régimen general y en el régimen simplificado, la cantidad de transacciones en línea registradas y los porcentajes de cumplimiento o incumplimiento de las obligaciones fiscales. Este método permitirá medir y entender mejor el problema de la evasión tributaria en cifras concretas, y también identificar tendencias y patrones en el comercio en línea de Potosí.

### **3.2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigacion**

#### **3.2.1. Método teóricos**

##### **➤ Método Deductivo**

Para el autor (Bernal, 2010) “Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares”.

Se aplicó el método deductivo comenzando con teorías generales sobre la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el comercio electrónico que existe en la ciudad de Potosí.

##### **➤ Método inductivo**

Para el autor (Bernal, 2010) “Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos,”

Se utilizó el método inductivo para recoger datos específicos a través de encuestas y entrevistas a los actores de la investigación, partiendo de la observación directa de la realidad de personas que se dedican a la actividad comercial en línea.

### ➤ **Método analítico y síntesis**

Comprende los hechos desde la “descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis).” (Bernal, 2010)

Se aplicaron los métodos analíticos y de síntesis en la investigación para identificar las causas principales que existe en la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y fortalecer la fiscalización tributaria en el comercio electrónico.

### ➤ **Método bibliográfico**

Se utilizó el método bibliográfico en la revisión de la teoría utilizada para definir las principales variables del objeto de estudio, esto con el fin de realizar un análisis comparativo entre las teorías y posición que tiene cada autor sobre la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y fortalecer la fiscalización tributaria en el comercio electrónico (Avendaño, 2013)

### **3.2.2. Métodos empíricos**

#### ➤ **Método estadístico**

El Autor (Avendaño, 2013) en su libro de Metodología de investigación señala que el método estadístico permitió realizar la interpretación numérica y gráfica de los datos obtenidos que fueron realizados en la mediante encuestas y/o entrevistas mismas que se utilizó para la recolección de información sobre el tema de investigación.

### **3.2.3. Técnicas e Instrumentos**

#### ➤ **Encuesta**

El autor (Bernal, 2010) menciona que la encuesta “Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas”.

Se utilizó esta técnica de investigación para obtener información acerca del tema seleccionado para la investigación, a través de preguntas cerradas y se aplicó a personas que se dedican al comercio electrónico, esto con el fin de obtener información sobre el conocimiento de emisión de factura y evasión tributaria del impuesto al valor agregado IVA. esta se aplicó una encuesta. Ver anexo N° 1

### ➤ **Entrevista**

Según el autor (Bernal, 2010) la entrevista es una “Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio”.

Se realizo a entrevista a personal de impuesto nacionales de la ciudad de Potosí, esto con el fin de identificar si existe personas con actividad de comercio eléctrico registrado en el sistema para identificar dichas actividades si cumplen con la emisión de Facturas en línea. Ver anexo N° 2

## **3.3. Población y Muestra**

### **3.3.1. Población**

Según el autor (Avendaño, 2013)” la población (universo) es el conjunto de individuos o casos sobre lo que se desea obtener información cuantitativa y cualitativa, la población estará claramente definida e identificada en el momento de realizar el estudio”

Para la presente investigación la población fue determinada de acuerdo al dato obtenido por el Instituto Nacional de Estadística como se muestra en la tabla nro.1 Considerando a personas con actividad comercial y de servicio personal y familiar, se puede obtener la sumatoria de 379.900.- del cual solo el 6% se dedica a la actividad de comercio electrónico y será representado como la Población total de 22794 personas a nivel nacional que se dedican a dicha actividad.

### 3.3.2. Muestra

Esta técnica de muestreo es el paso intermedio entre la población y la muestra porque si la población es grande o muy grande se debe aplicar la técnica del muestreo para hallar la muestra representativa con base en criterios y fórmulas estadísticas, en dicho modo, para distribuir la muestra luego de aplicar la fórmula de muestreo existen estas formas. (Hadi, Martel, & Huayta, 2023)

### 3.3.3. Muestreo probabilístico

- Valor de distribución  $Z= 1.96$
- Proporción esperada (probabilidad de éxito)  $p=0.5$
- Proporción no esperada (probabilidad de fracaso)  $p=0.5$
- Margen de error  $E= 0.05$
- Tamaño de la muestra  $n=?$

Con los datos de información se aplicó a la fórmula de muestreo estadístico.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

$$n=384.16$$

$$n = \frac{N \cdot n_0}{N + n_0 - 1}$$

$$n = (22794 \cdot 384.16) / (22794 + 384.16 - 1) = 37.76 = 38 \text{ personas}$$

## **CAPÍTULO IV DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1. Análisis y Desarrollo**

La encuesta fue realizada a un numero de 38 personas que se dedican al comercio electrónico en ella se pudo evidenciar que estas actividades comerciales y de servicio están experimentando un crecimiento sostenido, impulsando la expansión del internet, y el uso masivo de las redes sociales con el fin de generar fuentes de ingreso, ya que históricamente la pandemia fue el bum, para que la actividad comercial y de servicio pueda llegar a tener mayor accesibilidad.

De tal manera este crecimiento ha ocurrido en un entorno mayormente informal, debido a que muchas ventas digitales las hacen vendedores que no están registrados ante la administración tributaria, además, no siempre emiten facturas ni declaran el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

La evasión tributaria al impuesto al valor Agregado (IVA), en el comercio electrónico surge, según las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados (Ver anexo 1) mencionan que existe, de tres factores principales: el primero es el desconocimiento de la normativa fiscal, segundo es la falta de mecanismos de control específicos para las transacciones digitales y la tercera es la ausencia de trazabilidad en los medios de pago utilizados. Además, la mayoría de los vendedores digitales consideran erróneamente que vender por redes sociales no implica obligaciones tributarias, lo que evidencia una carencia de educación y cultura fiscal digital.

Los entrevistados también afirman que la tecnología debe ser el eje central de la nueva fiscalización tributaria digital, por lo que sugirieron la aplicación de herramientas como la inteligencia artificial, el big data y la trazabilidad de pagos para detectar operaciones no declaradas, así para identificar la interconexión de sistemas entre plataformas de pago, bancos y el SIN, también se ve la necesidad de implementar un registro digital de vendedores en línea, misma que permita formalizar a los comercios electrónicos y ofrecer beneficios como asistencia técnica, acceso a microcréditos y visibilidad institucional.

Finalmente, se concluye que combatir la evasión del IVA en el comercio electrónico no depende únicamente del control, sino de un enfoque integral que combine:

- Educación tributaria digital para emprendedores.
- Simplificación administrativa y plataformas accesibles.
- Tecnología aplicada a la fiscalización.

- Incentivos y sanciones proporcionales que promuevan la formalización.
- Alianzas interinstitucionales entre el municipio, el SIN y entidades financieras.

En conclusión, el estudio revela que el municipio de Potosí se encuentra en una etapa de transición hacia la economía digital, pero requiere un marco regulatorio y tecnológico más exigente para garantizar la recaudación justa del Impuesto al Valor Agregado IVA y fomentar un ecosistema digital formal, transparente y sostenible.

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

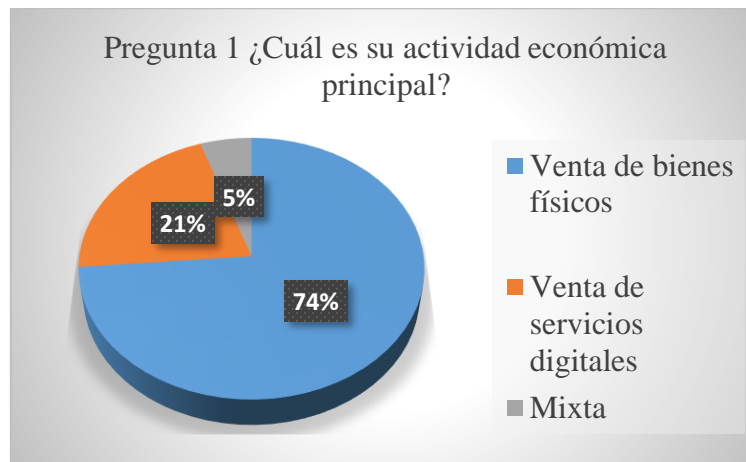
### Pregunta 1: ¿Cuál es su actividad económica principal?

Tabla 2 Actividad económica Principal

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Venta de bienes físicos	28	74%
Venta de servicios digitales	8	21%
Mixta	2	5%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 1 Actividad económica Principal.



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

### Análisis:

De la encuesta realiza se puede evidenciar que existe un 21% que se dedican a la actividad de venta de servicio a través de medios digitales.

### Interpretación:

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%, 28 personas respondieron que las ventas son realizadas en físico que representa el 74%; 8 personas respondieron que sus ventas/servicio digital corresponde al 21%, dos personas tienen la actividad mixta que corresponde al 5%. Lo que podemos señalar en esta encuesta existe mayor fluidez de ventas en línea con entrega de productos físicos y que las mismas no llegan a facturar sobre el producto ofrecido.

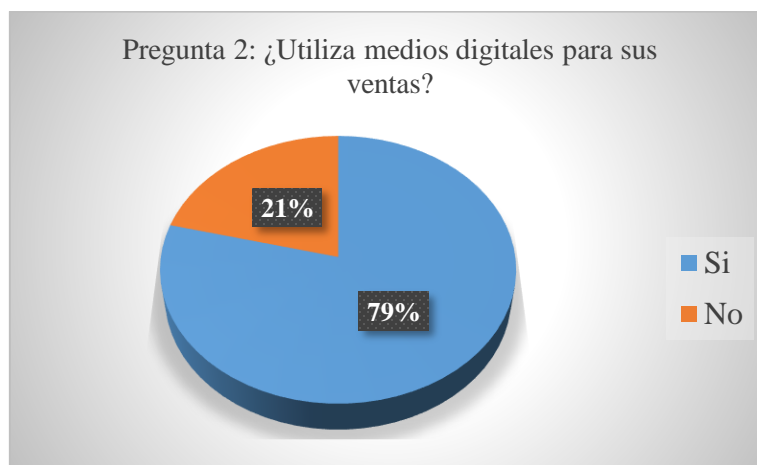
### Pregunta 2: ¿Utiliza medios digitales para sus ventas?

**Tabla 3 Utiliza Medios digitales para la venta**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	79%
No	8	21%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Gráfico 2 Utiliza Medios digitales para la venta**



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

### Análisis:

De los 38 encuestados, más de la mitad utilizan los medios digitales para sus ventas.



**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%, 30 personas respondieron que utilizan los medios digitales para realizar sus ventas y que representa el 79%; 8 personas respondieron que sus no lo realizan por medios Digitales que corresponde al 21% de los encuestados. Lo que podemos señalar en esta encuesta existe muchas personas con actividad comercial y de Servicio que se dedican a realizar las ventas a través de las redes sociales, ya que por este medio pueden llegar a más personas con interés del producto.

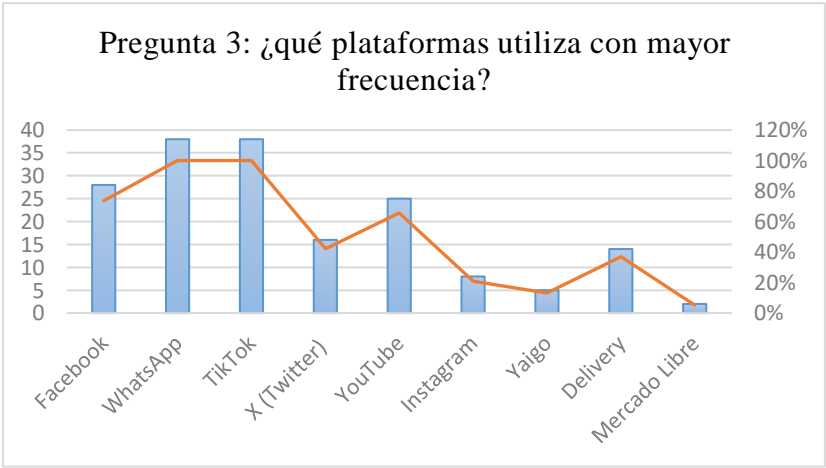
**Pregunta 3: ¿qué plataformas utiliza con mayor frecuencia?**

Tabla 4 Plataformas que utiliza con mayor frecuencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	28	74%
WhatsApp	38	100%
TikTok	38	100%
X (Twitter)	16	42%
YouTube	25	66%
Instagram	8	21%
Yaigo	5	13%
Delivery	14	37%
Mercado Libre	2	5%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 3 plataformas que utilizan con mayor frecuencia



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, más de la mitad utilizan los medios digitales para sus ventas.

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; la plataforma que utilizan con mayor frecuencia en el WhatsApp y TikTok ya que son plataformas con mayor accesibilidad debidos a fácil uso, luego le sigue la plataforma de Facebook como una segunda opción de acceso, para poder realizar las ventas por dicha plataforma, luego se encuentra intagram y X(twitter), YouTube, Delivery, Mercado Libre y Yago. Estas son las plataformas y aplicaciones con uso mas frecuente por parte de los que realizan las ventas electrónicas.

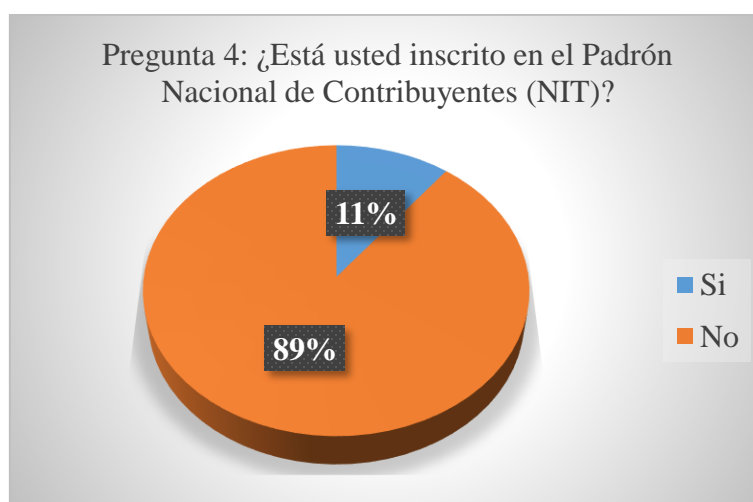
**Pregunta 4: ¿Está usted inscrito en el Padrón Nacional de Contribuyentes (NIT)?**

Tabla 5 Está inscrito en el patrón Nacional del Contribuyente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	11%
No	34	89%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 4 Está inscrito en el patrón Nacional del Contribuyente



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, más de la mitad no se encuentran registrados en el Padrón Nacional del Contribuyente

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; 4 personas con actividad comercial están inscritos en el padrón Nacional Contribuyente que equivale el 11%; y 34 personas con actividad comercial no están inscritos en el padrón Nacional del Contribuyente lo que equivale al 89%. Lo que significa muchas de las actividades electrónicas encuestadas es informal las actividades comerciales.

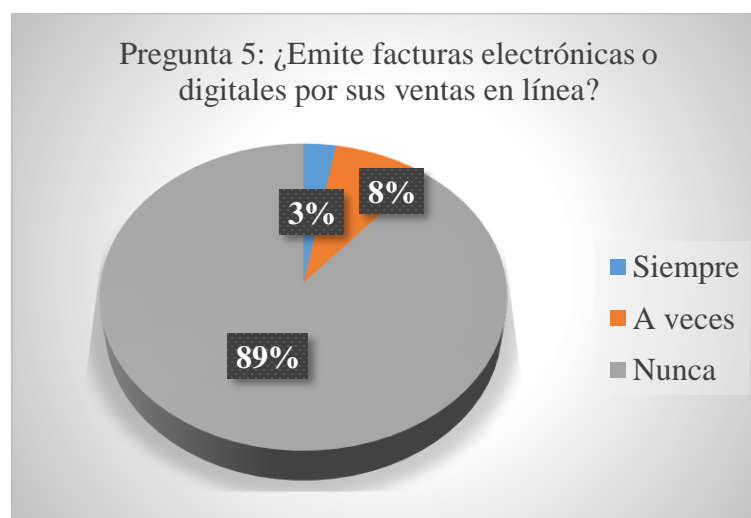
**Pregunta 5: ¿Emite facturas electrónicas o digitales por sus ventas en línea?**

Tabla 6 Emite facturas electrónicas o digitales por sus ventas en línea

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	3%
A veces	3	8%
Nunca	32	89%
Total	36	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 5 Emite facturas electrónicas o digitales por sus ventas en línea



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, una gran mayoría no emite factura debido a la no inscripción al patrón nacional del contribuyente

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; 1 persona es quien emite factura por la actividad que realiza lo que equivale un 3%; 3 personas algunas veces emiten facturas a sus clientes lo que equivale a un 8%; y 32 personas no emiten factura en su actividad y representa el 89%: este resultado obtenido en la encuesta que se realizó se puede concluir que una gran mayoría de los comerciantes electrónicos incumplen la normativa tributaria.

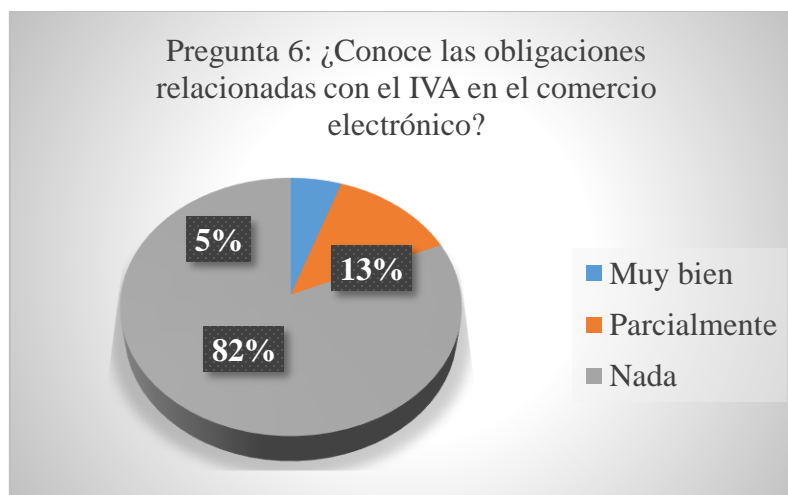
**Pregunta 6: ¿Conoce las obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico?**

Tabla 7 Obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muy bien	2	5%
Parcialmente	5	13%
Nada	31	82%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 6 Obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, una gran mayoría desconoce esta obligación tributaria con respecto a las ventas electrónicas

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; Solamente dos personas tienen conocimiento de las obligaciones relacionadas con el IVA; 5 personas conocen parcialmente obligaciones relacionadas con el IVA; y 31 personas tienen desconocimiento sobre las obligaciones relacionadas al IVA; lo que significa que del total de las personas encuestadas que se dedican a la actividad comercial una gran mayoría desconoce estas obligaciones del IVA.

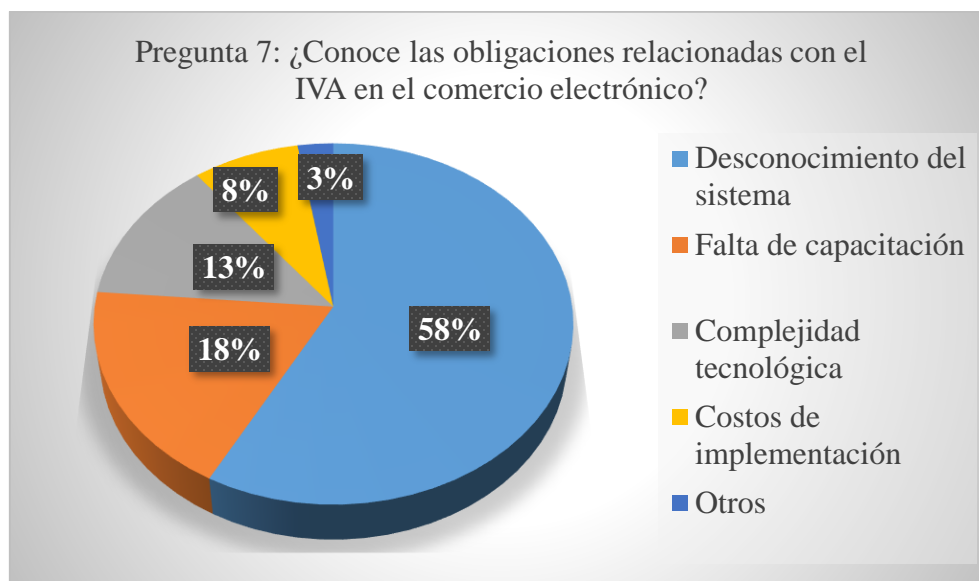
**Pregunta 7: ¿Conoce las obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico?**

Tabla 8 dificultades que se encuentra en la emisión de factura en línea

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Desconocimiento del sistema	22	58%
Falta de capacitación	7	18%
Complejidad tecnológica	5	13%
Costos de implementación	3	8%
Otros	1	3%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 7 Dificultad que se encuentra en la emisión de factura en línea



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

#### **Análisis:**

De los 38 encuestados, una gran mayoría desconoce esta obligación tributaria con respecto a las ventas electrónicas

#### **Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; 22 personas de los encuestados mencionan que existe un desconocimiento del sistema lo que representa el 58%; 13 personas de los encuestados respondieron que existe falta de capacitación lo que representa el 18%; 5 personas de los encuestados respondieron que existe complejidad tecnológica lo que representa el 13%; 3 personas de los encuestados respondieron que es por el costo de implementación que representa el 8% de los encuestados; y por ultimo 1 persona respondió que existe otras dificultades para cumplir con la facturación en línea lo que representa el 3%; en conclusión se menciona que de las personas encuestadas a la pregunta sobre la dificultad que se tiene al momento de emitir una factura en línea en la mayoría existe falta de conocimiento sobre dicho manejo, lo que tal vez mejoraría una capacitación por parte de impuestos a este rubro de actividad.

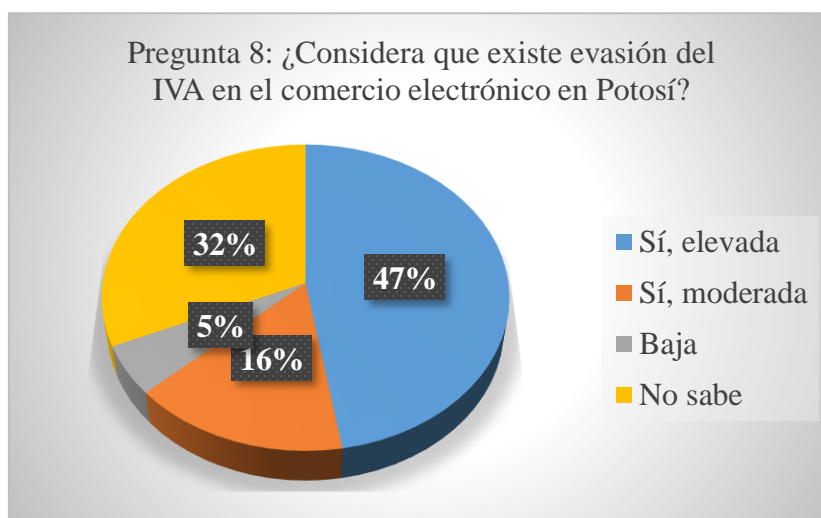
**Pregunta 8: ¿Considera que existe evasión del IVA en el comercio electrónico en Potosí?**

Tabla 9 Existe evasión del IVA en el comercio electrónico en Potosí

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí, elevada	18	47%
2Sí, moderada	6	16%
Baja	2	5%
No sabe	12	32%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 8 Existe evasión del IVA en el comercio electrónico en Potosí



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, consideran que si existe una mayor evasión del IVA por parte de los comerciantes que realizan sus ventas en línea.

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; 18 personas de las encuestadas respondieron que si existe una elevada evasión al IVA lo que representa un 32%; 6 personas de las encuestadas respondieron que existe una evasión al IVA moderada loque representa el 16%; 2 personas encuestadas respondió que la evasión al IVA es baja lo que

representa el 5%; y 12 personas de las encuestadas respondieron que no saben en que consiste la evasión al IVA lo que representa un 32%.

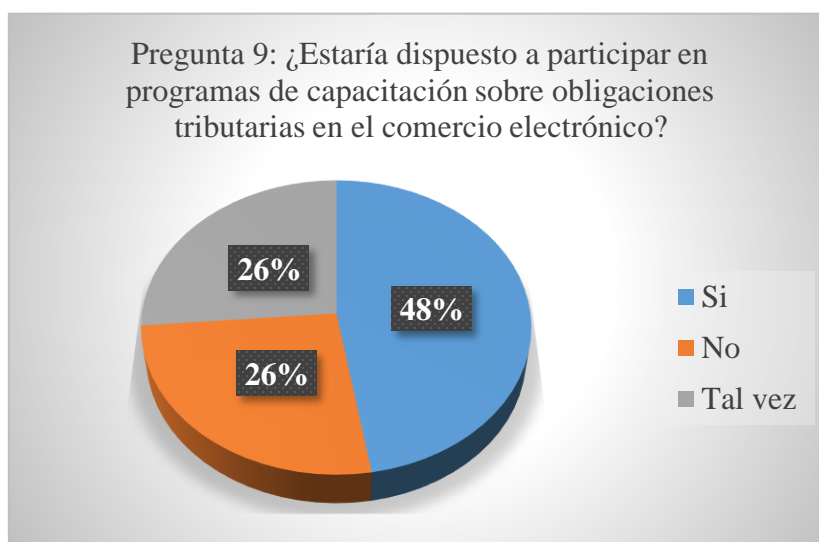
**Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto a participar en programas de capacitación sobre obligaciones tributarias en el comercio electrónico?**

Tabla 10 Programas de capacitación sobre obligaciones tributarias

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	47%
No	10	26%
Tal vez	10	26%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

Gráfico 9 Programas de capacitación sobre obligaciones tributarias



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, una gran mayoría consideran que una capacitación, sería una buena estrategia para que los comerciantes estén enfocados en este tema.

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; 18 personas encuestadas respondieron que si estarían dispuestos a participar de un programa de capacitación sobre obligaciones tributarias misma que representa el 47%; 10 personas encuestada



respondieron que no están interesados a participar de un programa de capacitación sobre obligaciones tributarias misma que representa el 26%; otras 10 personas respondieron que tal vez tengan el interés de participar de un programa de capacitación sobre obligaciones tributarias misma que representa el 26% en conclusión lo que se destaca en esta pregunta, si bien existe desconocimiento sobre el tema de estudio también existe personas de mayor interés sobre obligaciones tributarias.

**Pregunta 10: ¿Qué apoyo considera necesario para mejorar el cumplimiento?**

**Tabla 11** Qué apoyo considera necesario para mejorar el cumplimiento

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación técnica	10	26%
Acceso a herramientas digitales gratuitas	14	37%
Información clara y simplificada	12	32%
Asistencia personalizada	2	5%
Total	38	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Gráfico 10** Qué apoyo considera necesario para mejorar el cumplimiento



**Fuente:** Elaboración propia en base a encuesta realizada (2025)

**Análisis:**

De los 38 encuestados, consideran necesario, acceso a herramientas digitales gratuitas, información clara y capacitaciones por parte de Impuesto Nacionales.

**Interpretación:**

De la pregunta realizada en el cuestionario que fue aplicado a personas que se dedican al comercio electrónico, de un total de 38 encuestados que corresponde al 100%; 10 de las personas encuestadas respondieron que necesitan capacitación técnica misma que representa el 26%; 14 personas respondieron que necesitan acceso a herramientas digitales gratuitas el cual representa el 37%; 12 personas encuestadas respondieron que la información sea clara y simplificada lo que representa el 32%; y 2 personas encuestadas respondieron a la pregunta de la encuesta que necesitarían asistencia personalizada por parte de impuestos Nacionales para la explicación.

## **4.2. Validación de Propuesta**

### **4.2.1. Fundamentación**

La actividad comercial electrónica en la ciudad de Potosí ha de forma exponencial en los últimos años, impulsado por la digitalización, el uso de redes sociales y el aumento de las ventas online durante la pandemia que fue una puerta para el avance tecnológico. Sin embargo, este crecimiento no ha ido acompañado de un marco de control tributario adecuado en cuanto a las ventas digitales que hoy por hoy es realizado por muchas personas que generan ingresos a través de este medio.

La mayoría de los vendedores digitales no emiten factura ni declaran el IVA, lo que genera altos niveles de evasión tributaria, reduce la recaudación fiscal municipal y nacional, y crea competencia desleal con los comercios formales.

De acuerdo a los objetivos propuestos en el presente trabajo se establecerá estrategias, que ayude en el control tributario, la Digitalización nos permitió dar este paso a la modernidad de fiscalización digital, permitiendo al Estado Plurinacional y al Municipio garantizar las recaudaciones justa y sostenible.

Al promover la formalización de los comercios electrónicos de ventas en línea, también se fomenta el uso de herramientas digitales como: Sistemas de facturación electrónica, Plataformas de registro y gestión de ventas, Pagos digitales y bancarización, este avance tecnológico de control tributario, permitirá reducir la brecha tecnológica y educativa, y permitirá a los nuevos emprendedores competir en un mercado moderno y con amplia competencia.

#### ***4.2.2. Estructura de la estrategia***

##### **1ra. Estrategia; Creación de plataforma**

Como primera estrategia seria la creación de una plataforma en línea donde los vendedores digitales se inscriban voluntariamente: esta estrategia deberá ser implementada por el Gobierno Autónomo Municipal de Potosí.

Además de la creación de dicha plataforma, esta deberá ser vinculada con el Sistema de impuestos Nacionales (SIN) para que puedan adquirir el Nit.

El Servicio de Impuestos internos de acuerdo a su normativa y reglamento, clasifica la actividad de los emprendedores de acuerdo al rubro al cual se dedica sean estas; ventas de prendas de vestir, alimentos, muebles, accesorios de hogar etc.

Además, en esta estrategia implementada, se deberá realizar capacitaciones, sobre educación tributaria y educación financiera para que tengan conocimientos para la accesibilidad a microcréditos garantizados.

##### **2da. Estrategia; Implementación de un Sistema de Facturación Electrónica Simplificada**

Esta estrategia consiste en facturar las ventas que son realizados por los vendedores digitales, esto con el fin de garantizar tanto la venta y la entrega de los productos, ya que al existir una desconfianza la emisión de la factura permita fidelizar y confiar en los vendedores digitales, como también en aquellas personas que realizan compras en línea.

El avance tecnológico de transacción monetaria que se tiene hoy por hoy a través del uso del QR, también nos permitirá facturar desde un dispositivo el código QR para la emisión de la factura, además se propone simplificar los formularios tributarios para pequeños vendedores digitales.

### **3ra estrategia: Programa de cultura tributaria digital:**

Todas las personas que accedan o formen parte de la plataforma, tendrá el derecho de un programa de capacitación a la cultura tributaria esto con el fin de conocer que su actividad comercial aporta en el desarrollo sostenible y económico del país.

Se realizarán campañas de capacitación en ferias, mercados, universidades además en las redes sociales con accesos gratuitos a esta capacitación, se entregará material educativo de facturación del IVA y demás tributos.

La implementación de estas estrategias en el sistema tributario de impuesto, tendrán un impacto tanto en lo económico, social, tecnológico como para la institución del SIN y el Gobierno Municipal de Potosí.

- En lo económico permitirá incrementar las recaudaciones del Impuesto al valor Agregado (IVA) y reducir la evasión tributaria
- En lo social, tanto los vendedores digitales como los compradores en línea generaran un pacto de confianza a través de la facturación, adema de su actividad comercial es competidora.
- En el avance tecnológico, la modernización del control tributario será mediante sistemas digitales integrados.

## **CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

La evasión que existe en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) por parte de los vendedores digitales en la ciudad de Potosí a llegado a ser un problema importante del cual se requiere mayor atención, y debe existir un modelo de control inteligente mediante el uso de tecnologías de educación y la cooperación entre ambas instituciones, esto con el fin de ayudar a equilibrar el control tributario del comercio tecnológico.

El comercio electrónico en la ciudad de Potosi, ha tenido un crecimiento sostenible en estos últimos años con un gran avance durante la pandemia, la misma que impulso el uso de las redes sociales, plataformas digitales y billeteras móviles, por lo que cabe destacar que la actividad comercial ha desarrollado una alta informalidad en cuanto al sistema de tributación, al incumplimiento de obligaciones tributarias que están vinculadas al Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Al incumplimiento a las obligaciones tributarias por parte del comercio electrónico informal, ha ocasionado que exista la evasión tributaria, específicamente en el impuesto al Valor Agregado (IVA), esto debido a que existe desconocimiento a la normativa por parte de personas que se dedican al comercio electrónico, la ausencia de mecanismos de control en las transacciones electrónicas por parte de autoridades de fiscalización, y la limitación tecnológica que existe en el sistema tributario que es el factor principal de que personas desconozcan el acceso y manejo del sistema debido a su complejidad.

Existe una débil cultura tributaria digital esta percepción negativa se debe en gran parte a la falta de información, orientación y educación tributaria adaptada al entorno digital, muchos emprendedores no conocen las reglas básicas sobre la facturación electrónica, cómo registrarse ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN), o las implicaciones legales de vender bienes y servicios por internet. También hay una brecha generacional y tecnológica: los jóvenes manejan bien las herramientas digitales, pero no tienen muchos conocimientos fiscales; mientras tanto, los contribuyentes mayores, aunque saben cuáles son sus obligaciones fiscales, tienen dificultades para usar plataformas electrónicas.

La falta de programas formales de capacitación en asuntos tributarios digitales en escuelas, universidades y centros de emprendimiento aumenta esta debilidad. Hoy en día, las campañas del SIN se enfocan en la educación fiscal tradicional, sin incluir temas relacionados con el comercio en línea, el uso de billeteras móviles, las redes sociales o las plataformas digitales de ventas. Esto crea un vacío de conocimiento que lleva a la evasión involuntaria. Muchos vendedores no declaran ingresos no porque quieran evadir, sino porque no conocen los procedimientos o temen la complejidad de los trámites.

Por eso, es muy importante crear medios formales de trabajo conjunto entre el SIN y el Gobierno Municipal. Esto puede hacerse mediante convenios entre instituciones, intercambio de bases de datos, la formación de equipos técnicos para la fiscalización digital y la elaboración de políticas conjuntas para educación y formalización tributaria. Una alianza como esta ayudaría a unir los esfuerzos tecnológicos y humanos de ambas instituciones. También mejoraría el control, el apoyo a los contribuyentes y la creación de estadísticas confiables sobre el comercio en línea en la ciudad.

Sin embargo, la innovación tecnológica por sí sola no es suficiente si no va acompañada de una buena coordinación entre instituciones, en el caso de Potosí, se nota una falta de unidad en las acciones de control y educación tributaria entre las entidades públicas. El Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) tiene una visión nacional, mientras que el Gobierno Autónomo Municipal de Potosí no tiene las capacidades técnicas ni recursos para supervisar el comercio en línea a nivel local. Esto genera esfuerzos duplicados, vacíos de información y poca eficacia en la lucha contra la evasión.

La investigación demuestra que combatir la evasión tributaria en el comercio en línea requiere un enfoque completo, esto incluye herramientas tecnológicas (analizar grandes datos, facturación digital sencilla), incentivos económicos, educación fiscal y regulación local solo al combinar estos elementos se podrá crear un sistema tributario adecuado para la economía digital.

## **5.2. Recomendaciones**

Fortalecer la fiscalización digital utilizando herramientas tecnológicas sofisticadas con la implementación sistemas automáticos que vigilen las transacciones en línea, rastreen ventas en redes sociales, y apliquen fuertemente la facturación electrónica. Igualmente, mejorar la emisión y control del CUFD y códigos de control en plataformas digitales.

Actualizar y ajustar las reglas tributarias relacionadas con el comercio electrónico, obvio, se debe crear o modificar regulaciones y resoluciones que especifiquen con precisión las responsabilidades de los comerciantes digitales, los procesos para declarar el IVA y las multas particulares para el comercio electrónico.

Formalizar acuerdos de cooperación entre el SIN, el Gobierno Municipal de Potosí, y las plataformas digitales, para establecer asociaciones estratégicas para intercambiar información crucial, regular la inscripción de comerciantes, detectar vendedores activos y posibilitar la fiscalización en conjunto.

Desarrollar programas de educación tributaria continuos, importante. Mediante talleres, ya sea en persona o en línea, junto con campañas informativas, guías prácticas, y asistencia técnica para comerciantes digitales, impulsando la cultura tributaria y la formalización. Es aconsejable incluir temas como facturación electrónica, el requisito de registro en el Padrón Nacional de Contribuyentes PNC, las ventajas de la formalización y el empleo de las herramientas digitales del SIN

Impulsar la formalización del comercio electrónico, mediante opciones atractivas; piénsalo, esquemas simplificados, rebajas temporales en multas para la regularización voluntaria o ventajas para negocios que se formalicen e implementen la facturación electrónica.

Potenciar la capacidad operativa del Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) en Potosí, contratar más personal experto en fiscalización digital, optimizar la infraestructura tecnológica y fomentar la formación constante en análisis de datos y control de ventas electrónicas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arce, C. L. (2011). Modelo económico, social, comunitario y productivo: La experiencia boliviana. *Ministerio de Economía y Finanzas Públicas*.
- Ariñez B, E. (20 de Diciembre de 2013). *BoliviaImpuestos.com*. Obtenido de BoliviaImpuestos.com:  
<https://www.google.com/amp/s/boliviaimpuestos.com/rnd/amp/>
- Avendaño, R. A. (2013). *Metodología de la Investigación*. Cochabamba: Editorial Educacion cultural.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación "administración, economía, humanidades y ciencias sociales"*. España: Prentice Hill.
- Cabrera, J. (2020). *Sistema tributario boliviano: fundamentos y evolución*. Editorial Jurídica BolivianaA.
- Carlos, C. B. (2018). *La administración tributaria en Bolivia: Retos y perspectivas*. Sucre Bolivia: Editorial Jurídica Boliviana.
- CUellar, J. (2015). Auditoria Impositiva. En J. C. Garron, *Texto de Auditoria Impositiva* (págs. 10-14). Sucre: Canelas.
- (2004). *Decreto Supremo 27310 Reglamento al Código Tributario Boliviano*.
- Gutierrez, I. (2020). ¿Qué es la evasión fiscal o de impuestos y cuáles son sus consecuencias?
- Gutiérrez, M. (2021). *Impuestos indirectos en Bolivia y su efecto en el comercio*. Revista Boliviana de Economía, 35(2), 45-60 <https://doi.org/10.xxxx/rbe.v35i2.2021>.
- Hadi, M., Martel, C., & Huayta, F. (2023). *Metodología de la Investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Puno: INUDE PERU.
- Hernandez Sampieri, R., & Fernandez, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGrawHill.
- INE. (2023). *Instituto Nacional de Estadística (INE). Proyecciones de Población y Empleo 2023: Departamento de Potosí*. La Paz.
- Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información. (2011). *Ley 164 Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información*.
- Ley 2492 Código Tributario de Bolivia. (2025).



(2013). *Ley 453 Derechos del Usuario y Consumidor*.

*Ley 843*. (2025).

LosTiempos. (2 de Febrero de 2018). *Periódico Los Tiempos*. Obtenido de Periódico Los Tiempos: <https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20180202/impuestos-controlara-comercio-internet-detectar-nuevos-contribuyentes>

Morales, P., Rojas, L. (2019). *Tributación y comercio en Bolivia: aspectos legales y prácticos*. Fondo Editorial Universidad Mayor de San Andrés.

ONU comercio y desarrollo. (2024). *Fomentar un comercio electrónico ambientalmente sostenible*.

Pari Chambi, E. (s.f.). *Guia de trabajo Contaduria General*. La Paz: Editorial del Estado Plurinacional de Bolivia .

Rivero, M. A. (2019). *Introducción al derecho tributario en Bolivia*. Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. Santa Cruz.

Romero, P. S. (2012). *La tributación en Bolivia: Un análisis sociopolítico*. La Paz: Editorial Plural.

Ruiz, I. K. (15 de 01 de 2025). E-commerce en Bolivia: desafíos y oportunidades para las PyMEs. *EL DEBER*. Obtenido de [https://eldeber.com.bo/educacion-y-sociedad/e-commerce-en-bolivia-desafios-y-oportunidades-para-las-pymes\\_503822/?utm\\_source=chatgpt.com](https://eldeber.com.bo/educacion-y-sociedad/e-commerce-en-bolivia-desafios-y-oportunidades-para-las-pymes_503822/?utm_source=chatgpt.com)

(2023). *Servicio de Impuestos Nacionales SIN*. La Paz.

Tarrillo, O., Mejia , J., Davila, J., & Pintado, C. (2024). *Metodología de la Investigación: Una mirada Global: Ejemplos practicos*. CID editorial.

Timaná, J. &. (2014). *Las actitudes de los profesionales hacia el pago de los impuestos en Lima Metropolitana*. Lima: Esan/Cendoc.

(2022). *Viceministerio de Ciencia y Tecnología*. La Paz.

Villegas, G. R. (2018). *Derecho tributario boliviano: teoría y práctica*. Editorial Jurídica Continental.

## ANEXO

### *Anexo 1 Cuestionario*

Cuestionario para determinar e Implementar estrategias de control para combatir la evasión tributaria del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y fortalecer la fiscalización tributaria en el comercio electrónico

Los resultados obtenidos serán tratados de forma confidencial y serán utilizados únicamente para el trabajo de investigación

**Lea detenidamente cada pregunta y marque con una X la respuesta que crea conveniente.**

---

1. ¿Cuál es su actividad económica principal?

- a) Venta de bienes físicos \_\_\_\_\_
- b) Venta de servicios digitales \_\_\_\_\_
- c) Mixto \_\_\_\_\_

2. ¿Utiliza medios digitales para sus ventas?

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

3. En caso afirmativo, ¿qué plataformas utiliza con mayor frecuencia?

- a) Facebook, Instagram, TikTok, etc.) \_\_\_\_\_
- b) WhatsApp \_\_\_\_\_
- c) TikTok \_\_\_\_\_
- d) X (Twitter) \_\_\_\_\_
- e) YouTube \_\_\_\_\_
- f) Instagram \_\_\_\_\_
- g) Yaigo \_\_\_\_\_
- h) Delivery \_\_\_\_\_
- i) Mercado Libre \_\_\_\_\_

4 ¿Está usted inscrito en el Padrón Nacional de Contribuyentes (NIT)?

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

5. ¿Emite facturas electrónicas o digitales por sus ventas en línea?

- a) Siempre \_\_\_\_\_
- b) A veces \_\_\_\_\_
- c) Nunca \_\_\_\_\_

6. ¿Conoce las obligaciones relacionadas con el IVA en el comercio electrónico?

- a) Muy bien \_\_\_\_\_
- b) Parcialmente \_\_\_\_\_
- c) Nada \_\_\_\_\_

7. ¿Qué dificultades encuentra para cumplir con la facturación en línea?

- a) Desconocimiento del sistema \_\_\_\_\_
- b) Falta de capacitación \_\_\_\_\_
- c) Complejidad tecnológica \_\_\_\_\_
- d) Costos de implementación \_\_\_\_\_
- e) Otros (especificar) \_\_\_\_\_

8. ¿Considera que existe evasión del IVA en el comercio electrónico en Potosí?

- a) Sí, elevada \_\_\_\_\_
- b) Sí, moderada \_\_\_\_\_
- c) Baja \_\_\_\_\_
- d) No sabe \_\_\_\_\_

9. ¿Estaría dispuesto a participar en programas de capacitación sobre obligaciones tributarias en el comercio electrónico?

- a) Sí \_\_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_\_
- c) Tal vez \_\_\_\_\_

10. ¿Qué apoyo considera necesario para mejorar el cumplimiento?

- a) Capacitación técnica \_\_\_\_\_
- b) Acceso a herramientas digitales gratuitas \_\_\_\_\_
- c) Información clara y simplificada \_\_\_\_\_
- d) Asistencia personalizada de la administración tributaria \_\_\_\_\_

## ***Anexo 2 Entrevista***

Esta entrevista forma parte del trabajo de investigación sobre el fortalecimiento de la fiscalización tributaria en el comercio electrónico. El objetivo del tema de investigación es conocer su percepción sobre la evasión del IVA en ventas en línea, los desafíos del control actual y las estrategias que podrían aplicarse en el municipio de Potosí. La información será utilizada únicamente con fines académicos y de forma confidencial

### **1. ¿Qué opinión tiene sobre el crecimiento del comercio electrónico en Potosí en los últimos años?**

El comercio electrónico en Potosí ha experimentado un crecimiento elevado que fue impulsado principalmente por el acceso a internet, el uso extendido de redes sociales y la necesidad de nuevas formas de comercialización durante la pandemia, este avance representa una oportunidad importante para la economía regional, pero también plantea nuevos retos en materia de formalización y control tributario.

### **2 ¿Considera que la mayoría de los vendedores en línea declaran y pagan correctamente el IVA?**

Una gran mayoría, de personas que se dedican al comercio electrónico, no declaran ni pagan correctamente el IVA ya que muchas personas operan de manera informal, sin emitir facturas ni registrar sus ventas al servicio de Impuestos Nacionales, esto debido a que existe falta de conocimientos sobre obligaciones tributarias.

### **3 ¿Cree que los vendedores en línea evaden impuestos por desconocimiento o de manera intencionada?**

Existen ambas situaciones. Una gran parte de los vendedores evade impuestos por desconocimiento, ya que muchos son emprendedores nuevos que no cuentan con formación en temas tributarios ni asesoría contable. Sin embargo, también hay casos de evasión intencionada, especialmente entre aquellos que conocen sus obligaciones, pero deciden no cumplirlas para

aumentar sus márgenes de ganancia. En general, el desconocimiento sigue siendo la causa predominante en la informalidad digital.

#### **4 ¿Qué papel juega la educación tributaria en la reducción de la evasión en el sector digital?**

La educación tributaria desempeña un papel fundamental en la reducción de la evasión fiscal, al brindar información clara y accesible sobre las obligaciones tributarias, los beneficios de la formalización y los procedimientos para declarar impuestos, se promueve una cultura de cumplimiento voluntario en el contexto digital, la educación tributaria debe adaptarse a los nuevos medios, utilizando plataformas en línea, redes sociales y capacitaciones virtuales para llegar efectivamente a los emprendedores del sector.

#### **5 ¿Qué estrategias o herramientas considera más efectivas para mejorar el control del IVA en el comercio electrónico?**

Algunas estrategias serían:

- La implementación total de la facturación electrónica, que permite un mayor control y trazabilidad de las operaciones.
- El cruce de información entre plataformas digitales, entidades financieras y el SIN, para identificar a vendedores activos.
- La simplificación de los procesos tributarios mediante herramientas digitales fáciles de usar.

#### **6 ¿Debería el SIN implementar un registro o plataforma exclusiva para vendedores online?**

Sí, sería conveniente que el Sistema de Impuestos Nacionales, implemente un registro o plataforma exclusiva para vendedores en línea, que permita identificar con precisión a los contribuyentes que operan en el entorno digital, facilitar su control y ofrecer mecanismos adaptados a sus necesidades, como módulos simplificados de registro, facturación y pago de

impuestos. Además, esta plataforma podría servir como un espacio educativo y de asesoramiento permanente.

### **7 ¿Qué incentivos o sanciones podrían aplicarse para fomentar el cumplimiento tributario digital?**

Como incentivos, podrían implementarse beneficios para quienes se formalicen voluntariamente, tales como reducciones temporales en multas, acceso a capacitaciones gratuitas o facilidades de pago.

En cuanto a sanciones, deben aplicarse multas proporcionales y, en casos de reincidencia, restricciones para operar en plataformas oficiales o recibir pagos electrónicos. Sin embargo, la prioridad debe ser la prevención y la educación antes que la sanción.

### **8 Desde su experiencia, ¿cuál sería la principal recomendación para fortalecer la fiscalización tributaria en el comercio electrónico en Potosí?**

La principal recomendación sería desarrollar una estrategia integral que combine educación tributaria, simplificación administrativa y tecnología. Es necesario acercar el SIN a los emprendedores digitales a través de campañas informativas, capacitaciones locales y asistencia personalizada. Al mismo tiempo, se deben fortalecer los mecanismos de control digital mediante la facturación electrónica y el intercambio de información entre plataformas. De esta manera, se puede lograr una fiscalización más efectiva sin desincentivar el crecimiento del comercio electrónico en la región.