



Escuela de Derecho

**“Recaudación de Impuestos Sobre el Alcohol por Concepto Consumo de Cerveza en
la República Dominicana periodo 2022-2023”**

**Proyecto final para optar por el título de
“Maestría en Derecho Tributario y Asesoría Fiscal”**

Los conceptos emitidos en la presente tesis son de la exclusiva Responsabilidad del sustentante.

JEAN PIERRE ROSARIO ZAITER

ÓSCAR VALDEZ, M.A.

ASESOR

Santo Domingo, Distrito Nacional

Abril 2024

ÍNDICE GENERAL

TEMA	iv
JUSTIFICACIÓN.....	v
DELIMITACIÓN DEL TEMA.....	vi
1. Delimitación temporal.....	vi
2. Delimitación espacial.....	vi
3. Delimitación sustantiva.....	vi
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	vi
INTERROGANTES CLAVES	vii
MARCO TEÓRICO	vii
1. Breves referencias a estudios anteriores sobre el tema.....	vii
2. Desarrollos teóricos atinentes al tema.....	viii
3. Definición de términos básicos	x
HIPÓTESIS.....	xii
OBJETIVOS	xiii
1. Objetivo general	xiii
2. Objetivos específicos	xiii
METODOLOGÍA	xiii
1. Tipo de investigación.....	xiii
2. Métodos.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: EL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO	2
1.1. Historia del Impuesto Selectivo al Consumo.....	2
1.2. Marco Legal del Impuesto Selectivo al Consumo en República Dominicana	4
1.3. Marco Legal del Impuesto Selectivo al Consumo en otros países de habla hispana	6
1.3.1. España.....	6
1.3.2. Argentina	8
1.3.3. Chile	9
1.3.4. Costa Rica	10
1.3.5. México.....	11
1.3.6. Panamá.....	13

1.4. Derecho Comparado	14
1.4.1. Organizaciones Internacionales	15
1.4.2. Comparación de Marcos Legales	16
CAPÍTULO II: SECTOR CERVECERO	20
2.1. Historia de la Cerveza	20
2.2. Historia de la Cerveza en la República Dominicana	22
2.3. Historia de la Cerveza en España	25
2.4. Historia de la Cerveza en América Latina	26
2.4.1. Historia de la Cerveza en Argentina	26
2.4.2. Historia de la Cerveza en Chile	28
2.4.3. Historia de la Cerveza en Costa Rica	29
2.4.4. Historia de la Cerveza en México	30
2.4.5. Historia de la Cerveza en Panamá.....	33
2.5. Consumo, Importación y Exportación de la Cerveza en República Dominicana periodo 2022-2023	35
2.5.1. Consumo	35
2.5.2. Importaciones.....	36
2.5.3. Exportaciones.....	36
2.6. Consumo, Importación y Exportación de la Cerveza en España periodo 2022-2023	36
2.6.1. Consumo	36
2.6.2. Importación.....	36
2.6.3. Exportación.....	36
2.7. Consumo de Cerveza en América Latina periodo 2022-2023	37
2.7.1. Argentina	37
2.7.2. Chile	37
2.7.3. Costa Rica.....	37
2.7.4. México.....	37
2.7.5. Panamá	37
2.8. Comparación de información	37
CAPÍTULO III: RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS POR CONCEPTO DE CERVEZA	38
3.1. Instituciones Recaudadoras en República Dominicana	38
3.2. Instituciones Recaudadoras en España	40
3.3. Instituciones Recaudadoras en América Latina.....	40
3.3.1. Instituciones Recaudadoras en Argentina	40
3.3.2. Instituciones Recaudadoras en Chile	41

3.3.3. Instituciones Recaudadoras en Costa Rica	42
3.3.4. Instituciones Recaudadoras en México	42
3.3.5. Instituciones Recaudadoras en Panamá.....	42
3.4. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en la República Dominicana	43
3.5. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en España	45
3.6. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza América Latina	46
3.6.1. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Argentina	46
3.6.2. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Chile	46
3.6.3. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Costa Rica	46
3.6.4. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en México	47
3.6.5. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Panamá.....	48
3.7. Recaudación por Consumo de Cerveza en República Dominicana periodo 2022-2023	48
3.8. Recaudación por Consumo de Cerveza en España periodo 2022-2023	49
3.9. Recaudación por Consumo de Cerveza en América Latina periodo 2022-2023.....	49
3.9.1. Costa Rica.....	49
3.9.2. México.....	49
3.9.3. Panamá	50
CONCLUSIÓN	xv
RECOMENDACIONES.....	xvi
BIBLIOGRAFÍA.....	xvii

TEMA

El tema elegido para la investigación que ha de constituir el trabajo final de esta maestría en derecho tributario y asesoría fiscal es “Recaudación de Impuestos Sobre el Alcohol por Concepto Consumo de Cerveza en la República Dominicana periodo 2022-2023”.

JUSTIFICACIÓN

Este estudio tiene relevancia porque trata sobre dos temas importantes: El consumo de alcohol y los impuestos.

El alcohol es una droga que disminuye la actividad de algunos centros nerviosos. Interfiere con las vías de comunicación del cerebro, lo cual puede cambiar el comportamiento, la coordinación, la capacidad de auto-control, y dificulta pensar con claridad. Sin embargo, ha sido socialmente aceptado desde los tiempos de la antigüedad. El peligro radica en el exceso. Por esta razón, se le aplica un impuesto especial con el fin de incrementar su costo para el consumidor final.

En la República Dominicana el alcohol es gravado mediante el Impuesto Selectivo al Consumo. Dicho impuesto grava las transferencias de algunos bienes de producción nacional a nivel de fabricación, entre estos se encuentran los productos del alcohol. El objetivo principal del ISC es regular el posible consumo excesivo de productos dañinos. Con lo recaudado, la Administración busca soluciones para mitigar las externalidades negativas generadas por el consumo de este producto. Una herramienta implementada para llevar un control sobre los productos que pagaron impuestos es el sello de seguridad. Este sirve no solo para el control de recaudación, sino que también como una especie de control de calidad.

Los sellos son utilizados mayormente por productores locales de ron. Sin embargo, otro alcohol que goza de gran popularidad entre los dominicanos es la cerveza. Por esa razón resulta fundamental la estricta fiscalización de la misma.

DELIMITACIÓN DEL TEMA

1. Delimitación temporal

El presente proyecto cubre el periodo más reciente, el 2022-2023.

2. Delimitación espacial

El alcance es nacional, por ende se delimita a la República Dominicana.

3. Delimitación sustantiva

1) Consumo per cápita de la cerveza;

2) El Impuesto Selectivo al Consumo y

3) La recaudación del Impuesto Selectivo al Consumo sobre la cerveza

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La motivación en el trabajo es un tema relevante debido a que el consumo de cerveza en la República Dominicana es una parte importante de la cultura y la economía del país. Los impuestos sobre el alcohol representan una fuente significativa de ingresos para el gobierno dominicano. Por esta razón, es crucial evaluar la eficiencia del sistema de recaudación de impuestos sobre el consumo de cerveza. Esto implica examinar las herramientas y los procesos utilizados por la Administración para recolectar los impuestos sobre el alcohol. De esta forma poder analizar si estos son efectivos.

Esta investigación busca evaluar la recaudación e identificar áreas de mejora en el sistema tributario relacionado con el alcohol, en caso de ser necesario, proporcionando recomendaciones para optimizar la eficiencia y la equidad en la recaudación de impuestos.

INTERROGANTES CLAVES

1. ¿Qué impuesto grava la cerveza?
2. ¿Cuál es la base legal de este impuesto?
3. ¿Qué impuestos utilizan otros países de Latino América para gravar la cerveza?
4. ¿Qué cantidad de cerveza se consumió en el periodo 2022-2023?
5. ¿Qué se recaudó por consumo de cerveza en el periodo 2022-2023?

MARCO TEÓRICO

1. Breves referencias a estudios anteriores sobre el tema

- A. Romo Ajila, K. E. (2021). El Impuesto a los Consumos Especiales y su incidencia en la industria de bebidas alcohólicas en el Ecuador. Periodo 2015-2019. Guayaquil, Ecuador. Universidad De Guayaquil. Recuperado de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/6d4d668c-6204-4a3c-9861-2246cb910bcd/content>
- B. Peralta, R. (2023). La Importancia de la Recaudación de los Impuestos Internos y su Incidencia en el Desarrollo Económico de la República Dominicana 2018- 2022. Universidad Iberoamericana. Recuperado de <https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/bitstream/123456789/1790/1/21-1022-TF.pdf>
- C. Pihuave Intriago, J. P. (2024). Recaudación tributaria del Impuesto a los Consumos Especiales del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, periodos 2019-2022. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10815/1/UPSE-TCA-2024-0021.pdf>

- D. Matos Luna, L. J. (2021). Reforma fiscal: Efecto tributario, económico, social y financiero post-pandémico ante una posible reforma tributaria para el periodo 2021-2022 en República Dominicana. Universidad Iberoamericana. Recuperado de <https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/bitstream/123456789/1151/1/20-0817-PF.pdf>
- E. Gines Tutiven, K. M., & Moran Mosquera, W. A. (2021). El impuesto al consumo de cerveza, cigarrillos y bebidas alcohólicas y su incidencia en la recaudación del ICE periodo 2015-2019. Universidad De Guayaquil. Recuperado de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ee8ffcd3-7183-41bb-9d38-50b4f83f7e87/content>

2. Desarrollos teóricos atinentes al tema

Con el propósito de comprender el significado del impuesto al consumo resulta fundamental estudiar la obra por Arthur C. Pigou, “La economía del bienestar”. Es una obra sobre la teoría económica que trata temas relacionados con la equidad social. El concepto de externalidades surge por los efectos externos no tenidos en cuenta en los precios de mercado. Se propone el uso de impuestos Pigouvianos, incluyendo impuestos sobre el consumo, para corregir estas distorsiones del mercado. Examina cómo los impuestos sobre el consumo pueden utilizarse para promover la eficiencia económica y abordar problemas sociales, como la sobreproducción de bienes con externalidades negativas, como el alcohol, el tabaco y la contaminación ambiental. Las investigaciones de otros autores citados a continuación pueden tener una utilidad complementaria:

- Scitovsky, T. (1976). La economía sin alegría. Nueva York: Oxford University Press. Teoría del Consumo, Milton Friedman
- Friedman, M. (1957). Teoría del Consumo. Chicago: Aldine Publishing Company

- Musgrave, R. A. (1959). Teoría de la Hacienda Pública. Nueva York: McGraw-Hill

En cuanto a la influencia en el modelo de tributación en países latinoamericanos, Alberto Barreix ha planteado diferentes ideas. En su libro "Recaudar para Crecer", señala la importancia de la tributación en el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en América Latina. Argumenta que un sistema tributario eficiente importante para financiar el gasto público en infraestructura, educación, salud y otros servicios esenciales que promueven el crecimiento económico y reducen la desigualdad. "Recaudar para Crecer" ofrece un análisis exhaustivo sobre la importancia de la tributación en el desarrollo económico de América Latina y sugiere medidas para mejorar la recaudación fiscal y promover un crecimiento más inclusivo y sostenible. También, cabe destacar a otros autores como Rossana Patrón, Richard Bird, Milka Casanegra, y Mauricio Cárdenas.

- Barreix, A. (2017). Reglas fiscales resilientes en América Latina. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo
- Barreix, A., & Patrón, R. (2013). Tributación en América Latina. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo. Bird, R., & Casanegra, M. (2015). Impuestos al Valor Agregado en América Latina. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo
- Martner, R., & Morales, J. (2019). Reforma tributaria para el desarrollo en América Latina. Santiago, Chile: CEPAL

El consumo de alcohol resulta relevante en todas sociedades, causando externalidades negativas que deben ser mitigadas por el Estado. El autor David Hanson, en su obra "El problema del Alcohol Explicado" (Hanson, D. J. (2009). El problema del alcohol explicado [The Alcohol Problem Explained]. Editorial: Potomac Books), brinda una visión sobre el alcoholismo y su impacto en la sociedad. Aborda temas como los efectos del alcohol en la salud física y mental, las causas y consecuencias del abuso de alcohol, así como estrategias efectivas para la prevención.

Por otro lado, Guillermo Castro en su obra “Borrachera y Violencia” (Castro H., G. (2006). Borrachera y violencia: La cultura del alcohol en la sociedad latinoamericana. México: El Colegio de México), ofrece un análisis detallado sobre la relación entre el consumo del alcohol y la violencia en Latino América. El consumo del alcohol influye en las dinámicas sociales, económicas y políticas en la región. A través de estudios de casos y análisis comparativos, se contempla como el alcoholismo contribuye a problemas sociales.

Otros autores destacados sobre el tema son:

- De Alba, A. (2002). Alcoholismo y desarrollo en América Latina: Una perspectiva histórica y contemporánea. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Anta, R. (2005). Alcohol y sociedad en América Latina. Editorial: Biblos.
- Garcés, J., & Kornblit, A. (Eds.). (2003). El alcoholismo en América Latina: Un enfoque multidisciplinario. Buenos Aires, Argentina: Lugar Editorial.

3. Definición de términos básicos

- Consumo per cápita: Es la relación entre el valor total de todos los bienes y servicios finales generados durante un año por la economía de una nación o estado y el número de sus habitantes en ese año.
- Derecho comparado: Es la ciencia que observa y busca la exactitud del derecho en general. Este procura recolectar, observar, analizar y clasificarlos y, como en otras ciencias en el sentido estricto de la palabra, busca clasificaciones, coincidencias y secuencias, o, en otras palabras, leyes.
- Fiscalización: Es un proceso por el cual se lleva a cabo la revisión, inspección y evaluación exhaustiva de la gestión pública. Esta actividad es vital para comprobar si las entidades

públicas o privadas que reciben recursos públicos los administran, manejan y asignan conforme a lo establecido en las leyes, planes y programas vigentes.

- Herramientas de Fiscalización: Las Herramientas de Fiscalización corresponden a una clasificación de las distintas actividades y procedimientos mediante el cual el Servicio cumple la fiscalización, la gestión sanitaria y ambiental velando por el cumplimiento de la normativa.
- Impuestos: Son recursos que son otorgados por la ciudadanía al Estado para poder financiar el gasto público. Estos son una parte de los ingresos de las personas que deben pagar por ley al Estado, el cual a través de este ingreso por el cobro de los impuestos puede financiar el gasto en salud, educación, seguridad, invertir en obras públicas, etc.
- Impuesto a los Consumos Especiales: Es un tributo grabado en ciertos bienes y servicios nacionales e importados considerados de lujo en la sociedad o nocivos para la salud, esto con el fin de generar ingresos al Estado para satisfacer las necesidades económicas-sociales de la ciudadanía.
- Recaudación Tributaria: es una estrategia económica que analiza de manera absoluta las relaciones entre la economía del país y el nivel de pobreza en todos sus sentidos, entendiéndose de esta manera las relaciones entre la desigualdad y el crecimiento económico con el avance social, estipulados en la base de datos cuantitativos que respaldan dicha información.

HIPÓTESIS

La recaudación de impuestos sobre el alcohol, específicamente la cerveza, en la República Dominicana periodo 2022-2023 pudo ser más eficiente mediante el uso de herramientas y mecanismos similares a aquellos utilizados por otros países de habla hispana.

OBJETIVOS

1. Objetivo general

Examinar la recaudación de impuestos sobre el alcohol, específicamente por el consumo de cerveza, en la República Dominicana, con el objetivo de identificar áreas de mejora en el sistema tributario relacionado y proponer recomendaciones para optimizar la recaudación.

2. Objetivos específicos

- a. Determinar el consumo de cerveza per cápita en la República Dominicana.
- b. Identificar los impuestos que gravan el consumo de cerveza.
- b. Relacionar el consumo y la recaudación de impuestos por concepto de alcohol, específicamente la cerveza.
- c. Comparar los métodos utilizados para gravar la cerveza en la República Dominicana con otros países Latino Americanos.

METODOLOGÍA

1. Tipo de investigación

El presente estudio se desarrollará mediante un enfoque cualitativo, para el cual se recopilaron datos y estudios con el fin de responder a las interrogantes del tema.

2. Métodos

Para poder desarrollar los objetivos generales específicos, se utilizará el proceso inductivo, en el cual se parte de casos específicos o ejemplos concretos para formular una teoría o ley general. Además, se estudiarán libros de economistas, sociólogos, y tributarias reconocidos

internacionalmente. Se analizarán datos recopilados en un periodo en específico, los cuales brindarán una respuesta a las interrogantes referentes al presente trabajo de estudio.

INTRODUCCIÓN

El estudio de la recaudación del Impuesto Selectivo al Consumo por concepto de cerveza en la República Dominicana durante el período 2022-2023 es de suma relevancia en el marco económico del país. La cerveza es una de las bebidas alcohólicas favoritas entre los dominicanos, por ende su tributación juega un papel significativo en la recaudación de ingresos para el gobierno. Este impuesto tiene como objetivo principal regular el consumo de alcohol, pero de igual manera, busca generar recursos para financiar actividades gubernamentales.

Durante el período estudiado, el ISC por consumo de cerveza ha sido objeto de atención debido a su impacto en la industria cervecera, así como en los patrones de consumo de los dominicanos. A través de este análisis, se busca comprender cómo las políticas fiscales implementadas han afectado la recaudación fiscal. Por eso es fundamental comparar los resultados obtenidos en recaudaciones con los de otros países de habla hispana.

Este estudio examinará en detalle las disposiciones legales y regulaciones relacionadas con el ISC por concepto de la cerveza en la República Dominicana. De igual manera, se echará un vistazo a la historia del sector cervecero. Estos datos se pondrán en contraste con las informaciones recopiladas de otros países de habla hispana. Además, se explorarán las posibles estrategias para optimizar su efectividad en términos de recaudación y regulación del mercado.

Al comprender mejor el funcionamiento y los efectos del impuesto por consumo de cerveza en la República Dominicana durante el período 2022-2023, se espera contribuir al debate sobre políticas fiscales y al diseño de medidas más eficientes para promover un consumo responsable de alcohol y garantizar la sostenibilidad financiera del gobierno.

CAPÍTULO I: EL IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO

1.1.Historia del Impuesto Selectivo al Consumo

El impuesto selectivo, también conocido como impuesto específico, tiene una historia con orígenes en la antigua Mesopotamia. Es aquí donde se desarrollaron los primeros sistemas tributarios para financiar las actividades gubernamentales. Había una gran variedad de impuestos tanto a las transacciones como a las actividades religiosas. Los encargados de recaudar los impuestos llevaban a cabo el cálculo de las cosechas, controlándolas por medio de emisarios especiales, escribas y vecinos, que estaban al servicio de los funcionarios. La evidencia del uso de los impuestos específicos es que se gravaban productos como la sal y actividades como el ganado.

Años más tarde, los romanos comenzaron a aplicar impuestos a los pueblos sometidos, ya que su concepto sobre los impuestos directos era considerado como indigno del ciudadano y propio de los dominados. Gravaban bienes de lujo como el vino, aceite de oliva, y perfumes. También gravaban la extracción de recursos naturales como la minería de metales para regular la explotación de los recursos naturales del imperio.

En el siglo XVIII varios países europeos comenzaron a utilizar los impuestos específicos sobre el tabaco y el alcohol, para regular el consumo en la población. La Revolución Industrial tuvo inicios en esta época, finalizando en el siglo XIX. Como resultado, hubo una reestructuración fiscal a nivel mundial. Un importante autor, pionero en el estudio y desarrollo del impuesto específico, es Arthur C Pigou.

Nacido el 18 de noviembre del año 1877 en Inglaterra, fue un economista inglés conocido como el fundador de la Economía del Bienestar. Escribió sobre la paz industrial, derechos de importación, y el bienestar económico. Un aspecto importante del bienestar económico es

prevenir costos que se pudiesen generar en un futuro por las actividades económicas. De esta manera nació la interrogante sobre la contaminación atmosférica, la cual es un caso paradigmático: la polución atmosférica, al no verse reflejada en las señales de los precios, conlleva un problema de externalidades negativas. “Externalidades” es la situación en que alguien se beneficia o perjudica por la acción de otro fuera de los mecanismos del mercado. Las externalidades, ya sean positivas o negativas, hacen que determinadas producciones tiendan a ser ofrecidas en cantidades que difieren de la ideal para la sociedad. Es por ello que recomendó la necesaria intervención del gobierno para que grave actividades productivas, y de esta manera mitigarlas externalidades. Estos impuestos conocidos como "Pigouvianos" están diseñados para hacer que los agentes económicos internalicen los costos sociales de sus acciones.

Por otro lado, nace Ronald Harry Coase en el año 1910, economista y abogado británico. Desarrolló el “Teorema de Coase” en su artículo titulado “El problema del costo social”, señalando que si los derechos de propiedad están bien definidos y los costos de transacción son cero, la negociación entre dos partes conducirá a la asignación óptima de recursos en el mercado. Es decir, si las partes pueden negociar libremente, la propiedad será de quien más la valore y las negociaciones conducirán a una óptima asignación de los recursos. El Estado, según Coase, no debería intervenir en este proceso.

La teoría de Pigou se refleja en los sistemas tributarios de diversos países hoy día, en donde se aplican impuestos específicos sobre una variedad de productos como el alcohol, el tabaco, las armas de fuego, las bebidas azucaradas, los vehículos de lujo, etc. En República Dominicana, este impuesto específico se conoce como “Impuesto Selectivo al Consumo”. Ha evolucionado a través de los años, adaptándose a las necesidades económicas y políticas del país. Durante el siglo XX, mediante la Ley 11-92, el gobierno dominicano implementó impuestos

selectivos para gravar productos específicos, como el alcohol, el tabaco, los combustibles y los vehículos de motor.

1.2.Marco Legal del Impuesto Selectivo al Consumo en República Dominicana

El marco jurídico del Impuesto Selectivo al Consumo en República Dominicana se establece principalmente a través del Código Tributario, Ley No. 11-92, título IV. Según el Artículo 362 de esta Ley: “gravará la transferencia de algunos bienes de producción nacional a nivel de fabricante, su importación y la prestación o locación de los servicios descritos en este Título”. Esta ley, de la mano con sus modificaciones posteriores, establece las disposiciones generales sobre el sistema tributario dominicano. Es aplicada a productos específicos considerados no esenciales como las bebidas alcohólicas, el tabaco, los combustibles, los vehículos de motor, entre otros. Sus objetivos son desincentivar el consumo de ciertos bienes para proteger la salud pública, y al mismo tiempo generar ingresos fiscales.

En la Reforma Fiscal, Ley No. 253-12, se incluyen regulaciones específicas emitidas por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), organismo encargado de la administración y recaudación de impuestos en el país. Estas regulaciones detallan las tarifas impositivas aplicables a diferentes productos, los procedimientos para el pago y la presentación de declaraciones, y otras disposiciones relacionadas con el impuesto selectivo.

Se destacan además:

- Reglamento 01-18 para la Aplicación del Título IV del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)
- Ley 557-05 sobre Reforma Tributaria, modificada por la Ley 495-06
- Ley 112-00 sobre Hidrocarburos y su Reglamento de Aplicación No. 307-01
- Reglamento 275-16 para la Devolución del ISC , de los Derivados del Petróleo

La obligación tributaria del Impuesto Selectivo al Consumo nace inmediatamente se realiza el hecho imponible establecido por ley, cuando se importan o se producen determinados bienes considerados de lujo. Una vez se produce el hecho imponible, los contribuyentes están obligados a pagar el impuesto selectivo correspondiente dentro del plazo establecido por ley. Estos son tanto los importadores como los productores de los bienes sujetos a este impuesto. En el caso de los importadores, deben pagar el impuesto al momento de realizar la importación, mientras que los productores deben pagarlo al momento de la producción o fabricación.

Las tasas a pagar son:

- Productos del alcohol: Montos específicos en función de la cantidad de litros de alcohol absoluto. Además, un 10% ad-valorem que es aplicado sobre los PVPs determinados desde los Precios Sugeridos De Venta Al Público (PVPci) declarados trimestralmente, según lo establecido en el artículo 8 del Reglamento 01-18
- Productos del tabaco: Montos específicos en función de cajas de cigarrillos. Adicional, un 20% ad-valorem, que es aplicado sobre los PVPs determinados desde los Precios Sugeridos De Venta Al Público (PVPci) declarados trimestralmente, según lo establecido en el artículo 8 del Reglamento 01-18
- Hidrocarburos: Montos específicos por cada galón americano por tipo de combustible. En adición a los montos específicos, ciertos hidrocarburos establecidos en la Ley 112-00 pagan un Impuesto Selectivo Específico ad-valorem del 16% sobre Precio de Paridad de Importación, definido por el Ministerio de Industria, Comercio y MIPyMES(MICM) en sus avisos semanales
- Servicios de telecomunicaciones: 10%

- Servicios de seguros en general: 16%

Fechas de presentación de pago:

- Bienes, Servicios de Seguros y Servicios de Telecomunicaciones: día 20 de cada mes
- Operaciones Financieras: declaración y pago semanal, los viernes
- Hidrocarburos: Los jueves de cada semana, según la Norma 01-2010

1.3.Marco Legal del Impuesto Selectivo al Consumo en otros países de habla hispana

Con el objetivo de evaluar el marco legal del Impuesto Selectivo al Consumo de República Dominicana, es fundamental compararlo con el de otros países con culturas similares. Es por ello que se toma como referencia, en primer lugar, a España. En segundo lugar, los países de América Latina, ya que comparten una historia de colonización similar.

1.3.1. España

España forma parte de la Unión Europea (UE), una entidad que cubre la mayor parte del continente europeo. Esta unión ha contribuido a mejorarla calidad de vida de los europeos, creando una moneda única (el euro) y construyendo progresivamente un mercado en el que personas, bienes, servicios y capital circulan entre los países miembros con la misma libertad que dentro de un mismo país. En todos los sistemas fiscales de los Estados miembros de la Comunidad Europea deben existir impuestos especiales que graven el consumo de alcohol y bebidas alcohólicas, productos energéticos, electricidad y labores del tabaco. Los principales impuestos indirectos del sistema fiscal español son el IVA (Impuestos sobre el Valor Agregado) y los IIEE (Impuestos Especiales).

La Ley 38/1992, de 28 de diciembre, regula los Impuestos Especiales. Según esta ley los Impuestos Especiales de fabricación son sobre el alcohol y bebidas alcohólicas, incluyendo la

cerveza, el vino, y bebidas fermentadas. Este impuesto está sometido a una normativa común para evitar competencia entre las políticas fiscales de los Estados miembros de la UE. Las tres categorías de Impuestos Especiales armonizadas son sobre el alcohol y bebidas alcohólicas; sobre labores del tabaco; e impuestos sobre los productos energéticos y la electricidad. En el capítulo III, artículo 25, declara como la base imponible de la cerveza: “Estará constituida por el volumen de productos comprendidos dentro del ámbito objetivo del impuesto, expresado en hectolitros de producto acabado a la temperatura de 20 grados celsius. Los tipos impositivos están reflejados en el artículo siguiente, el 26:

“1. El impuesto se exigirá, con respecto a los productos comprendidos dentro de su ámbito objetivo, conforme a los siguientes epígrafes:

- 1.a). Productos con un grado alcohólico volumétrico adquirido no superior a 1,2 por 100 vol.: 0 euros por hectolitro.
- 1.b). Productos con un grado alcohólico adquirido superior a 1,2 por ciento vol. y no superior a 2,8 por 100 vol.: 2,75 euros por hectolitro.
- 2. Productos con un grado alcohólico volumétrico adquirido superior a 2,8 por 100 vol. y con un grado Plato inferior a 11: 7,48 euros por hectolitro.
- 3. Productos con un grado Plato no inferior a 11 y no superior a 15: 9,96 euros por hectolitro.
- 4. Productos con un grado Plato superior a 15 y no superior a 19: 13,56 euros por hectolitro.
- 5. Productos con un grado Plato superior a 19: 0,91 euros por hectolitro y por grado Plato.”

Los contribuyentes del impuesto a bebidas alcohólicas son los productores, destiladores, importadores y cualquier otra entidad que introduzca al mercado estos productos. En la práctica, este coste se traslada al consumidor final. Los sujetos pasivos están obligados a presentar

declaraciones, realizar autoliquidaciones, efectuar los correspondientes ingresos y prestar garantías para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Están exentas:

- La fabricación e importación de alcohol y de bebidas alcohólicas que se destinen a la producción de vinagre (producto clasificado en el código NC 2209).
- - Las importaciones efectuadas por viajeros procedentes de terceros países, dentro de unos límites, y
- Los envíos entre particulares desde terceros países con sujeción a unos límites cuantitativos.

1.3.2. Argentina

En Argentina, el impuesto selectivo al consumo es llamado Impuestos Internos. Fue en 1891 cuando se creó este impuesto, con el objetivo de gravar las cervezas, fósforos y a la fabricación de alcoholes. Más adelante se añadieron los impuestos al tabaco, azúcares, vinos, champañas, aceites, etc. Dicho suceso produjo un debate sobre la constitucionalidad de los impuestos indirectos, resuelto por la Corte Suprema de Justicia al aceptarlos, por considerar implícita la facultad de imposición indirecta del gobierno nacional, generando, a partir de ello, problemas de doble imposición.

El Marco Legal del impuesto es la Ley 24.674, que especifica: “Establécense en todo el territorio de la Nación los impuestos internos a los tabacos; bebidas alcohólicas; cervezas; bebidas analcohólicas, jarabes, extractos y concentrados; seguros; servicios de telefonía celular y satelital; objetos suntuarios; y vehículos automóviles y motores, embarcaciones de recreo o deportes y aeronaves, que se aplicarán conforme a las disposiciones de esta ley”. El impuesto sobre la cerveza está señalado en el artículo 25 de dicha ley: “Por el expendio de cervezas se

pagará en concepto de impuesto interno la tasa del catorce por ciento (14%) sobre la base imponible respectiva. Cuando se trate de cervezas de elaboración artesanal producidas por emprendimientos que encuadren en la categoría de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, según los términos del artículo 1 de la ley 25.300 y sus normas complementarias, la tasa aplicable será del ocho por ciento (8%). Se hallan exentas de este impuesto las cervezas que tengan hasta uno coma dos grados de alcohol en volumen (1,2° GL)”.

1.3.3. Chile

En Chile, este impuesto se conoce como el Impuesto a las Bebidas Alcohólicas, Analcohólicas y Productos Similares. Se origina en el año 1902, cuando se creó un impuesto a la producción de alcoholes. Además, se promulgó la Ley 1.515, creando la “Administración de los Impuestos sobre Alcoholes”, encargada de fiscalizar este impuesto. En 1916, esta institución se transformó en la Dirección General de Impuestos Internos, actualmente conocida como el Servicio de Impuestos Internos.

El artículo 42 del Decreto de Ley 825 dispone que las bebidas alcohólicas sean gravadas con un impuesto adicional sobre el precio con IVA, correspondiente a un 27% para licores, piscos, whisky, aguardiente, destilados y otros similares. Mientras que, en los vinos, espumantes, champañas, chichas, sidras y cervezas la tasa es de un 15%. A partir del 01 de Octubre del 2014, atendido la Ley N° 20.780, se sube la tasa de la siguiente manera: “Vinos destinados al consumo, comprendidos los vinos gasificados, los espumosos o champaña, los generosos o asoleados, chichas y sidras destinadas al consumo, cualquiera que sea su envase, cervezas y otras bebidas alcohólicas, cualquiera que sea su tipo, calidad o denominación, tasa del 20,5%.”.

1.3.4. Costa Rica

El Impuesto Selectivo al Consumo del alcohol, en Costa Rica, se conoce como el Impuesto Específico sobre las Bebidas Alcohólicas. Este impuesto es de cero coma cuatro colones por cada mililitro de alcohol absoluto a favor del Inder, sobre la cerveza nacional y extranjera. De igual forma, se fija un impuesto específico de cero coma dos dos tres tres colones por cada mililitro de alcohol absoluto, a favor del Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM) sobre la cerveza nacional y extranjera.

El hecho generador ocurre en tras la venta a nivel de fábrica en la fecha de emisión de la factura o entrega del producto, el acto que suceda primero. En cuanto a la importación, en el momento de la aceptación de la declaración aduanera; en todos los casos, independientemente de su presentación.

En la producción nacional, los sujetos pasivos liquidan y pagan los impuestos a más tardar dentro de los primeros quince días naturales de cada mes. Utilizan el formulario de declaración jurada aprobado por la Administración Tributaria, por todas las ventas efectuadas en el mes anterior al de la declaración, debidamente respaldadas mediante comprobantes autorizados. La presentación de la declaración jurada y el pago de los impuestos son actos simultáneos.

El precio de venta final al consumidor se le incluye:

- Impuesto Selectivo de Consumo
- Impuesto Específico del Instituto de Desarrollo Rural (INDER)
- Impuesto Específico del Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM)
- y el Impuesto Específico Sobre Bebidas Alcohólicas

Con respecto a las cervezas importadas, también forman parte de la base imponible del IVA los Derechos Arancelarios a la Importación, el Impuesto del 1% de Valor Aduanero a Mercancías Importadas y el Ad Valorem IFAM.

1.3.5. México

Se conoce al impuesto específico sobre el alcohol como Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, según la Ley IEPS, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 1980. Posteriormente, fue integrado a la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en 1992 y finalmente se creó la Ley del IEPS en 1998.

Las tasas varían según el producto o servicio gravado. Las bebidas alcohólicas tienen una tasa general del 26%, con incremento porcentual según la graduación alcohólica de la bebida. Para ser preciso, la Ley EIPS en su artículo 2 aclara las tasas según graduación alcohólica: “Al valor de los actos o actividades que a continuación se señalan, se aplicarán las tasas y cuotas siguientes:

I. En la enajenación o, en su caso, en la importación de los siguientes bienes:

A) Bebidas con contenido alcohólico y cerveza:

1. Con una graduación alcohólica de hasta 14° G.L. 26.5%
2. Con una graduación alcohólica de más de 14° y hasta 20°G.L.30%
3. Con una graduación alcohólica de más de 20°G.L53%

B) Alcohol, alcohol desnaturalizado y mieles incristalizables.50%”.

Están sujetos al IEPS las personas físicas y morales que realizan los siguientes actos o actividades:

- Enajenen en territorio nacional o importen bienes como: bebidas con alcohol y cervezas, alcohol, cigarros, puros, combustibles (gasolina, diésel), bebidas energizantes y saborizadas,

plaguicidas, alimentos no básicos, es decir, comida chatarra (botanas, confitería, chocolates, flanes, dulces, helados).

- Presten servicios como: comisión, mediación, agencia, representación, correduría, consignación y distribución, por la enajenación de bebidas con alcohol y cervezas, alcohol, cigarros, puros, bebidas energizantes, plaguicidas y alimentos no básicos (comida chatarra).
- Realicen juegos con apuestas y sorteos, sin importar como se les llame, que requieran permiso en términos de la Ley Federal de Juegos y Sorteos y su Reglamento.
- Empresas residentes en el país que exporten definitivamente alimentos no básicos (comida chatarra).
- Combustibles automotrices.

Este impuesto se paga a más tardar el día 17 del mes siguiente al que corresponda el pago del impuesto. En el caso de la importación de bienes, se cubre junto con el Impuesto General de Importación.

En cuanto a las exenciones, asumiendo que quien comercialice no sea productor ni fabricante, la venta de la cerveza, bebidas refrescantes, y puros, vendidos al público en general no pagará el impuesto especial sobre productos y servicios. Es decir, aquellos fabricantes, productores, envasadores, distribuidores o importadores de cerveza, bebidas refrescantes, puros y cuando realicen enajenación al público en general, sí deberán pagar el impuesto especial sobre productos y servicios. Esta medida busca disminuir los precios de venta, a diferencia de otros países, en donde los impuestos son acumulativos y pagados por el consumidor final.

1.3.6. Panamá

En este país se conoce como el Impuesto Selectivo al Consumo de Bebidas Gaseosas, Alcohólicas y Cigarrillos. Su base legal es Ley No. 45 de 14 de noviembre de 1995, creadora del Impuesto Selectivo al Consumo de Bebidas Gaseosas, Licores, Vinos, Cervezas, Cigarrillos y de Otros Bienes y Servicios, modificada por la Ley 6 de 2 de febrero de 2005, Reglamentada por el Decreto Ejecutivo 85 de 26 de agosto de 2005, Modificado por la Ley 69 de 6 de noviembre de 2009, Ley 8 de 15 de marzo 2010. Ley 15 de 12 de marzo 2013 G.O. 27243-B.

El artículo 25 de la Ley No. 45 de Panamá establece que: “El impuesto selectivo al consumo de cerveza de que trata esta Ley, será de B/.0.1325 por cada litro de cerveza, sea ésta de producción nacional o importada”. Otras tasas actualmente son:

- Bebidas Gaseosas 5%
- Producción nacional o importación 5%
- Jarabes 6%
- Vinos B/. 0.05
- Bebida alcohólica no calificada como vino y el contenido alcohólico no sea mayor de 20%
B/.0.05
- Productos derivados del tabaco 32.5%
- Vehículos automotores terrestre 5%
- Motocicletas 5%
- Joyas y armas de fuego 5%
- Servicios de televisión por cable 5%

- Premios mayores de B/. 300,000 7%.

Los obligados a presentar declaración son los fabricantes o productores de los bienes gravados y los prestadores de servicios gravados por este impuesto, y se paga a más tardar el día 15 del mes siguiente al que corresponda el pago del impuesto.

1.4.Derecho Comparado

El Diccionario Panhispánico del Español Jurídico define el Derecho Comparado como: “Método de estudio del derecho que se basa en la comparación de las distintas soluciones que ofrecen los diversos ordenamientos jurídicos para los mismos casos planteados”. El derecho comparado sugiere mejoras para una comunidad por medio de la comparación entre diferentes sociedades. La globalización ha logrado conjuntar sociedades internacionalmente diversificadas y crear esquemas comunes en una comunidad. Los legisladores toman ideas del exterior para implantarlas localmente.

Un ejemplo de una medida tomada en República Dominicana tras el uso de la misma en otro país Latino Americano es la implementación del sistema de pensiones AFP. En 1981, durante la dictadura de Pinochet en Chile, se implementó una reforma a su sistema de pensiones basada en la construcción de un esquema privado de capitalización individual. Las Administradoras de Fondos de Pensiones son sociedades anónimas que tienen por objetivo administrar los ahorros de las personas para que las ganancias generadas sean destinadas a aumentar los saldos de sus respectivas cuentas de capitalización individual obligatoria. El actual Sistema Dominicano de Pensiones se instituyó el 9 de mayo de 2001, tras la promulgación de la Ley 87-01. La República Dominicana se unió al grupo de países latinoamericanos que habían implementado esta reforma.

1.4.1. Organizaciones Internacionales

Existen organizaciones internacionales que se encargan de estudiar y analizar diversos países, observando los resultados de las medidas que cada uno de ellos toma, con el objetivo de hacer recomendaciones informadas. Para Latino América, resaltan la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT).

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) fue establecida el 25 de febrero de 1948. Es una de las cinco comisiones regionales de las Naciones Unidas. Se fundó para contribuir al desarrollo económico de América Latina, coordinar las acciones encaminadas a su promoción y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo. Posteriormente, su labor se amplió a los países del Caribe y se incorporó el objetivo de promover el desarrollo social. Dentro de sus funciones se encuentran:

- Promover el desarrollo económico y social mediante la cooperación y la integración
- Recoger, organizar, interpretar y difundir información y datos relativos al desarrollo económico y social de la región
- Prestar servicios de asesoramiento a los gobiernos a petición de éstos y planifica, organiza y ejecuta programas de cooperación técnica
- Planificar y promover actividades y proyectos de cooperación técnica de alcance regional y subregional, teniendo en cuenta las necesidades y prioridades de la región y cumplir la función de organismo de ejecución de esos proyectos

Por otro lado, el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias (CIAT), creado en 1967, es un organismo internacional público. Su misión es ofrecer un servicio integral para la

modernización, fortalecimiento y tecnificación de las Administraciones Tributarias de sus países miembros. Desarrolla actividades como reuniones internacionales, estudios tributarios, tributación internacional; publicaciones, capacitación, cooperación técnica, y tecnología de la información, en el marco del Plan Estratégico vigente y Plan Operativo Anual. Promueven la cooperación internacional y el intercambio de experiencias e información, para brindar servicios de asistencia técnica, estudios y capacitación, contribuyendo así al fortalecimiento de las administraciones tributarias, y promover el desarrollo equitativo de sus países miembros. Entre ellos se encuentran:

- Argentina
- Chile
- Costa Rica
- España
- México
- Panamá
- República Dominicana

1.4.2. Comparación de Marcos Legales

En ese sentido, es importante comparar los marcos legales de los países mencionados con el de República Dominicana. Las normas y medidas tomadas por cada nación se ven influenciadas por su participación en los mercados internacionales. Es por ello que cabe destacar los 5 acuerdos comerciales vigentes en República Dominicana:

1. Acuerdo de Libre Comercio de Alcance Parcial con la República de Panamá.
2. El Tratado de Libre Comercio con la Comunidad del Caribe (TLC RD-CARICOM))

3. El Tratado de Libre Comercio con Centroamérica.
4. El Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA)
5. Acuerdo de Asociación Económica entre la Comunidad Europea y sus Países Miembros y el CARIFORO y sus Países Miembros (EPA, por sus siglas en inglés)

1.4.2.1. España

- España forma parte de la Unión Europea, que ayuda a que la industria y las empresas europeas sean más competitivas.
- República Dominicana se vale de sus acuerdos comerciales vigentes
- En España se le llama Impuesto especial sobre el alcohol y bebidas alcohólicas
- En República Dominicana, Impuesto Selectivo al Consumo
- En España el alcohol se grava por escalas de porcentaje de alcohol absoluto
- En República Dominicana se grava por porcentaje de alcohol absoluto
- En España se mide por hectolitro. En República Dominicana por litro

1.4.2.2. Argentina

- En Argentina se conoce al ISC como Impuestos Internos
- En Argentina, la cerveza es gravada con un 14% sobre la base imponible. Por otro lado, la cerveza artesanal, producida por emprendimientos dentro de la categoría Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, pagan solo un 8%
- En República Dominicana no existe este tipo de medidas para fomentar la competencia dentro del sector cervecero

1.4.2.3. Chile

- En Chile, es ISC se conoce como el Impuesto a las Bebidas Alcohólicas, Analcohólicas y Productos Similares
- En Chile, los vinos destinados al consumo, comprendidos los vinos gasificados, los espumosos o champaña, los generosos o asoleados, chichas y sidras destinadas al consumo, cualquiera que sea su envase, cervezas y otras bebidas alcohólicas, cualquiera que sea su tipo, calidad o denominación, tienen una tasa del 20,5% como impuesto adicional sobre el precio con IVA

1.4.2.4. Costa Rica

- El Impuesto Selectivo al Consumo del alcohol, en Costa Rica, se conoce como el Impuesto Específico sobre las Bebidas Alcohólicas
- En Costa Rica se grava por mililitro
- En República Dominicana, por litro

1.4.2.5. México

- Se conoce al impuesto específico sobre el alcohol como Impuesto Especial sobre Producción y Servicios en México
- Se grava por escalas de contenido de alcohol
- En México se paga antes del 17 de cada mes
- En República Dominicana, antes del día 20

1.4.2.6. Panamá

- En este país se conoce como el Impuesto Selectivo al Consumo de Bebidas Gaseosas, Alcohólicas y Cigarrillos
- Al igual que en República Dominicana, se grava por litro

- En Panamá se paga a más tardar el día 15 de cada mes

CAPÍTULO II: SECTOR CERVECERO

2.1. Historia de la Cerveza

Es en la antigua Mesopotamia donde se originan algunas de las más importantes transformaciones sociales y culturales de la historia de la humanidad. Es aquí donde se comenzó la producción y el consumo de la cerveza. Las primeras referencias históricas demuestran que era consumida por la civilización Sumeria. Aparte del consumo, se utilizaba como forma de pago a los funcionarios de la época y, como en la actualidad, era una bebida popular en eventos sociales.

Siglos después, los egipcios la convirtieron en bebida nacional, siendo los pioneros en el uso de la malta. Esta costumbre la adaptaron los demás países del mediterráneo. Cabe destacar que existían varios tipos de cerveza, la gran parte de ellas elaboradas con la cebada que se cultivaba en el delta del Nilo. Las mujeres egipcias, quienes eran conocidas por ocuparse de su belleza y pioneras en la cosmética, usaban la espuma de la cerveza para conservar el frescor de su piel.

El primer historiador, Herodoto, destacó que la cerveza tenía propiedades medicinales al asegurar que era apropiada para los dolores estomacales y para la picadura de escorpión. Los griegos la llamaban “zythos”, los romanos “cerevisiae” por Ceres quien era la diosa griega de la agricultura. Todos utilizaban la cerveza en sus imperios.

De igual manera, Hipócrates, conocido como el padre de la medicina, elogió esta bebida por sus importantes beneficios a la salud: “La cerveza es un calmante suave que apaga la sed, facilita la dicción, fortalece el corazón y las encías”.

A medida que se iba extendiendo la civilización a lo largo del Mediterráneo, la cerveza fue evolucionando. Los vikingos veneraban la cerveza y su elaboración como una actividad divina, al

igual que los germanos perfeccionaron la técnica de fabricación original con métodos similares a los actuales.

A finales del siglo XIII, específicamente entre el XIV y el XVI, surgieron los primeros centros productores de cerveza en Alemania. Durante este periodo la cerveza era de consumo común en todos los niveles sociales.

En el siglo XVIII se introdujo la botella de cristal y la incorporación de la máquina de vapor en su elaboración en 1784. En el siglo XIX se introdujeron nuevos procesos de fermentación gracias a los estudios de químicos y biólogos, pero sobre todo de Louis Pasteur (1822-1895). A partir de entonces, la expansión de la producción y consumo de cerveza fue exponencial.

En España, tomar una “caña” o un vino forma parte de sus tradiciones, costumbres y gastronomía. Múltiples estudios demuestran que la dieta mediterránea es quizás el modelo alimentario más saludable del mundo y el consumo moderado de bebidas fermentadas, entre ellas la cerveza, está incluido dentro de ese patrón.

Se entiende prudente el consumo moderado de esta bebida 500ml al día en hombres, y 200 ml en mujeres. La Sociedad Española de Nutrición Comunitaria incluye en la “Pirámide de la Alimentación Saludable” las bebidas fermentadas como la cerveza, vino, cava y sidra. También, la Fundación Dieta Mediterránea incluye el consumo moderado de bebidas fermentadas dentro de las recomendaciones en la Pirámide de la Dieta Mediterránea afirmando que “siempre que las creencias religiosas, médicas y sociales lo permitan, se considera parte de la misma un consumo moderado de vino u otras bebidas fermentadas (como referencia, una copa al día para las mujeres y dos para los hombres)”.

2.2. Historia de la Cerveza en la República Dominicana

La historia de la cerveza en la República Dominicana se remonta a la época colonial en el siglo XV, cuando los españoles llegaron a la isla. Trajeron consigo sus tradiciones, entre ellas la del consumo de bebidas fermentadas, que se remonta a miles de años atrás en culturas como la egipcia, la sumeria y la romana. En ese sentido, la cerveza rápidamente se convirtió en una bebida popular entre los colonos.

Durante el período colonial se establecieron los primeros productores de cerveza, principalmente en Santo Domingo. Estas primeras cervecerías producían cerveza de estilo europeo. Durante esta época colonial, la variedad era limitada y en su mayoría artesanal. Las materias primas disponibles localmente eran el agua, la cebada y el lúpulo. Estas, junto con las levaduras importadas, se utilizaban para la elaboración de cerveza.

Con el paso del tiempo la cerveza se integró aún más en la vida cotidiana de los dominicanos. Pasó a ser en una bebida común en las tabernas y posadas de las ciudades y pueblos, donde las personas se reunían para socializar. También, al igual que en antiguas civilizaciones, se asociaba con celebraciones.

Su consumo fue influenciado no solo por los colonizadores españoles, sino que también por otras culturas como la africana e indígena taína. Estas influencias se reflejan en los ingredientes utilizados en la elaboración de la cerveza, así como en las tradiciones y costumbres asociadas con su consumo.

Durante los siglos XVIII y XIX, la producción de cerveza en la República Dominicana siguió siendo en su mayoría artesanal. Por esta razón se intentó fundar una industria cervecera en el país a finales del siglo XIX, con la New Jersey San Domingo Brewing Company. Ya en el año 1890, el presidente Ulises Heureaux concedió derecho a Simon J. Flatow para establecer “una fábrica

de cerveza, hielo y envases”, ratificado dos años después como “privilegio exclusivo” para la cerveza.

Sin duda a principios del siglo XX comenzaron a surgir nuevas oportunidades para la industria cervecera. El evento más importante en el desarrollo de la industria fue la fundación de la Cervecería Nacional Dominicana en el año 1929, cuando el empresario americano Charles H. Wanzer, junto a socios americanos y dominicanos, decidieron invertir US\$350,000. Sus productos pioneros fueron las cervezas:

- Colón, en el año 1930
- Reina, en el año 1931
- Maltina Reina, formuladas por Gronau.

La CND contaba con un volumen anual de 500 mil litros, lo que significaba un consumo de 0.4 litros per cápita. Utilizando técnicas modernas de producción, rápidamente comenzaron a producir cervezas de alta calidad a gran escala, llevando a La Cervecería Nacional Dominicana a convertirse en la principal productora de cerveza del país.

Sus primeros 30 años transcurrieron bajo la dictadura de Rafael L. Trujillo, quien creó la Sociedad Cervecera Antillana. La fundó junto a Jaime Gronau con otros socios puertorriqueños y dominicanos. Lanzaron al mercado las marcas La Dominicana y Cibao, de sabores suaves en comparación a la Presidente. Obtuvieron éxito inicialmente entre los consumidores locales, pero no pudieron competir con la CND a mediano plazo en cuanto a tecnología, calidad, precios y preferencia del público.

A mediados del siglo XX se establecieron nuevas cervecerías y se introdujeron nuevas marcas para surtir la creciente demanda del mercado interno. Al mismo tiempo, la exportación comenzó a aumentar, y se creó un prestigio y excelente reputación de la industria a nivel internacional.

En las últimas décadas, la industria ha seguido evolucionando en respuesta a los cambios del mercado. Se han introducido innovaciones tecnológicas para mejorar la calidad de la producción, y especialmente en las estrategias de marketing para promover las marcas de cerveza dominicanas tanto a nivel nacional como internacional.

La Cervecería Nacional Dominicana es una de las empresas más emblemáticas de la nación, con una historia rica y fascinante que se remonta a sus humildes comienzos en la primera mitad del siglo XX.

En sus primeros años, la Cervecería Nacional Dominicana enfrenta varios desafíos. Entre ellos estaba la competencia de cervecerías extranjeras, pero sobre todo las dificultades económicas asociadas con la Gran Depresión.

En el año 1935, la Cervecería Nacional Dominicana introdujo su primera marca de cerveza, Presidente. Rápidamente se convirtió en la favorita de los dominicanos, marcó el inicio de una larga tradición de excelencia en la producción cervecera local. Cuatro años más tarde introdujo su extracto de malta Corona como bebida nutritiva y refrescante.

En 1944, hizo su entrada Presidente Especial De Luxe, que alcanzó mayor aceptación. En 1959, la empresa inauguró su planta de producción en la ciudad de Santiago. Esto le permitió aumentar su capacidad de producción.

En la década de los ochenta, la Cervecería Nacional Dominicana fue adquirida por el Grupo León Jimenes, una de las principales empresas conglomeradas del país. Esta adquisición marcó el

comienzo de una nueva era para la empresa, que continuó expandiéndose y diversificando sus operaciones bajo el liderazgo del Grupo León.

Actualmente, la Cervecería Nacional Dominicana es una de las cervecerías más importantes de Latinoamérica. Produce una amplia variedad de marcas de cerveza que se distribuyen tanto a nivel nacional como internacional, como Presidente, Bohemian The One, Corona, Budweiser, Stella Artois, Brahma Light, y Modelo.

2.3. Historia de la Cerveza en España

La historia de la cerveza en España, según Xabier García Barber (2014), se remonta a sus orígenes y su creciente difusión en Europa durante las invasiones de las tribus germánicas sobre el decadente Imperio romano, así como su arraigo en los monasterios medievales. El siglo XIX fue considerado el siglo de oro de la cerveza, especialmente en su segunda mitad, con la aparición de importantes innovaciones tecnológicas vinculadas a la implantación del frío industrial y su aplicación en la fabricación de cervezas de baja fermentación (lager), método introducido en España por la familia Damm en 1872.

Durante este período, se observó una expansión territorial de la incipiente industria cervecera en España, con Madrid y Barcelona liderando el camino, muy vinculadas a iniciativas de cerveceros de origen alemán. La reducción arancelaria desde mediados de siglo y la menor presión impositiva en comparación con el vino facilitaron la importación de cerveza, especialmente desde los estados alemanes, complementando la producción nacional. Entre 1870 y 1913, se observó una regulación del sector y una reestructuración arancelaria que favoreció la producción nacional sobre la importación, apoyando la consolidación fabril del sector.

El crecimiento de la industria cervecera española se vio impulsado por la aplicación del frío artificial a la fabricación, liderando la industria barcelonesa en este aspecto. Hacia finales del

siglo XIX, el proceso de capitalización empresarial y la concentración empresarial llevaron a que una pequeña cantidad de empresas controlan la mayor parte de la producción cervecera en España.

En 1917, en torno al 55% de la producción total cervecera española se localizaba en dos ciudades: Madrid (34,5%) y Barcelona (20,3%). Madrid contaba con dos importantes empresas: El Águila (25,4%) e Hijos de Mahou (5,5%). Barcelona con otras dos: S. A. Damm (13,6%) y E. Petri (Moritz, con 6,7%). Junto a ellas, destacaba la sevillana Cruz del Campo (10,6%). Siendo cinco empresas que lideraban ya el 62% de la producción cervecera española.

A pesar de la tradición vinícola de España, el consumo de cerveza ha ido en aumento desde mediados del siglo XX, superando al consumo de vino desde finales de los años setenta. Aunque la producción cervecera española era pequeña en comparación con otros países europeos, su tamaño productivo medio situaba al sector fabril cervecero español en cuarto lugar, indicando un importante proceso de modernización. En la actualidad, España es el cuarto país productor de cerveza en la Unión Europea, con un sector altamente oligopolizado, donde los tres principales grupos concentran más del 92% de la producción total.

2.4. Historia de la Cerveza en América Latina

2.4.1. Historia de la Cerveza en Argentina

La llegada de la cerveza al territorio argentino se remonta a los primeros asentamientos europeos, con inmigrantes que trajeron consigo sus tradiciones cerveceras. En un principio, la bebida era importada del viejo continente, pero pronto surgieron los primeros intentos de producción local.

Los datos más antiguos sobre la presencia de cerveza en Argentina son aportados por el historiador Carlos Domingos Vives, quien señala que la primera cervecería nacional data del año 1738. Esta cervecería, llamada "La Zervezeria", fue fundada por el inglés Thomas Stuart en Buenos Aires, en el barrio de Retiro. La historia cuenta que Stuart también estaba involucrado en actividades de contrabando, lo que sugiere la intrépida naturaleza de los pioneros cerveceros argentinos.

Con el tiempo, surgieron más establecimientos productores de cerveza en la segunda mitad del siglo XIX, muchos de ellos ubicados en la capital, Buenos Aires. Uno de los nombres más destacados de esta época fue Emilio Bieckert, quien inició su propia marca en 1860 y logró un notable éxito. Sin embargo, la historia de las cervecerías argentinas también está marcada por dificultades económicas y cambios de propiedad. Cervecerías Bieckert pasó por varias manos, desde un consorcio inglés hasta grupos locales y extranjeros, antes de ser adquirida por el grupo chileno CiCSA en 2008.

Otra empresa pionera en la historia cervecera argentina fue "San Carlos", fundada en Santa Fe en 1884. Pero quizás la cervecería más emblemática del país sea Quilmes, fundada en 1888 por Otto Bemberg bajo el nombre de "Cervecería Argentina". A pesar de un auspicioso desarrollo inicial, Quilmes enfrentó la intervención del Gobierno Nacional en 1948, junto con otras empresas del Grupo Bemberg, antes de ser reintegrada una década más tarde. La marca Quilmes ha perdurado a lo largo de los años, lanzando productos icónicos como la "Quilmes Imperial" en 1953 y la primera cerveza sin alcohol, Liberty, en 1993. Actualmente, Quilmes forma parte de la firma belgo-brasileña AmBev y produce una amplia variedad de bebidas en asociación con empresas internacionales líderes.

El mercado cervecero argentino ocupa un lugar destacado en la industria de alimentos y bebidas del país, siendo liderado principalmente por cuatro grandes empresas: Quilmes, Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA), Inversora Cervecera S.A. (ICSA) e Isenbeck. Quilmes, con una participación del 71% en el mercado, es una de las empresas más importantes del sector en Argentina, empleando a miles de personas en todo el país y operando numerosas plantas industriales. Otras empresas, como CICSA e ICSA, también tienen una presencia significativa en el mercado, produciendo una variedad de marcas locales e internacionales.

El consumo de cerveza en Argentina está dominado por las cervezas rubias, con Quilmes como la marca más conocida y preferida. Otras marcas populares incluyen Stella Artois, Heineken, Brahma, Budweiser, Schneider e Isenbeck. A nivel internacional, las cervezas importadas como Corona e Iguana de México también gozan de popularidad entre los consumidores argentinos. El consumo de cerveza tiende a aumentar durante la época festiva, representando un 40% del total anual.

En las últimas décadas, se han observado importantes cambios en el mercado cervecero argentino, incluida la transnacionalización de empresas y la consolidación del sector a través de fusiones y adquisiciones. Aunque Argentina sigue siendo un mercado dominado por empresas locales, la presencia de marcas internacionales ha ido en aumento, reflejando la creciente globalización de la industria cervecera.

2.4.2. Historia de la Cerveza en Chile

La cerveza llegó al territorio chileno en el período colonial, introducida por los españoles en el siglo XVIII. Sin embargo no tuvo mucha aceptación debido a que la sociedad de la época se inclinaba por la tradición y prefería el vino, la chicha y las aguas ardientes criollas. Luego de su independencia, el 12 de febrero de 1818, el consumo y elaboración de la cerveza comenzó a

evolucionar. Esto debido inmigración de ingleses y alemanes al país, quienes preferían consumir cerveza en lugar de las bebidas alcohólicas tradicionales mencionadas. Como resultado, rápidamente se convirtió en un símbolo de estatus entre los ciudadanos.

Los primeros registros de cervecerías chilenas datan del año 1822 en Santiago y 1825 en Valparaíso, ambas formadas por profesionales extranjeros. Debido a las malas condiciones de transporte y comunicación, se hacía una tarea imposible la distribución hacia otras regiones. Para cubrir la demanda de estas regiones, se crearon cervecerías artesanales. Esto explica la acentuada fragmentación de la industria durante el siglo XIX.

Según Juan Ricardo (2004), en 1867 existían 46 fábricas de cervezas y licores en Santiago. Para 1867, se registraba un total de 70 productores en todo el país.

Tras la mejora en las redes de transporte y comunicación a finales del siglo XIX, la producción se comenzó a concentrar en las empresas que manejan costos menores y mayor calidad. Por primera vez se generó una competencia entre productores lejanos y cerveceros artesanales locales. A principios del siglo XX, las familias comerciantes chilenas se asocian para competir en el mercado, creando finalmente la Compañía de Cervecerías Unidas, que abarca casi la totalidad del mercado nacional. Esto significó un monopolio en la producción y comercialización de la cerveza. Actualmente en Chile se está combatiendo dicho monopolio.

2.4.3. Historia de la Cerveza en Costa Rica

A finales del siglo XIX se fundó la Cervecería Traube, pionera en la fabricación de cerveza en Costa Rica. A principios del siglo XX, año 1908, hermanos de jamaíquinos fundaron en Siquerres una compañía dedicada a la agricultura y la fabricación de hielo, a la que llamaron La Florida, sociedad inscrita con el nombre de Florida Ice & Farm Co, Sociedad Anónima. Más adelante adquirieron la tradicional Cervería Traube. No fue hasta 1924 cuando nace su primera

competencia importante, la cerveza Imperial, creada por la familia española Ortega. Durante más de décadas tuvo una gran rivalidad con Florida Ice & Farm Co, (FIFCO).

La fusión entre FIFCO y la Cervecería Ortega era inminente. En el año 1958, la familia Ortega deseaba vender la Cervecería Ortega. Es en este momento cuando el empresario Manuel Jiménez, quien se encontraba en Nueva York, intervino para sellar la venta de la misma a FIFCO por 12 millones de colones (moneda nacional de Costa Rica). En 1966, años después de la fusión, se inauguró una nueva planta con capacidad de producir 550 botellas de cerveza por minuto. La planta costó 25 millones de colones, y con ella se consolidaba la imponente Cervecería de Costa Rica.

En 1970 un grupo de empresarios suramericanos construyeron una nueva fábrica de cervezas para producir la cerveza Tropical, que rápidamente captó más de un 25% del mercado nacional. 7 años más tarde fue ofrecida a Cervecería de Costa Rica, quienes no dudaron en su adquisición. Tras la compra, mantuvieron la cerveza Tropical en el mercado por su aceptación entre los consumidores.

2.4.4. Historia de la Cerveza en México

La industria cervecera mexicana tiene sus raíces profundamente entrelazadas con el surgimiento de la industria moderna durante el periodo porfiriano, que abarcó desde 1880 hasta 1910. Este fue un momento crucial en la historia económica de México, caracterizado por el establecimiento de empresas de gran envergadura que requerían enormes inversiones y adoptan la forma legal de sociedad anónima para su organización. Así, este período fue testigo del surgimiento de fábricas que comenzaron a producir tanto bienes de consumo, como la cerveza.

Aunque la cerveza se producía y consumía en México desde la década de 1880, principalmente de manera artesanal y sin una comercialización a gran escala, su presencia en el

mercado era eclipsada por otras bebidas alcohólicas como el pulque y el mezcal, que eran más populares entre los consumidores mexicanos. Hacia finales de la década de 1880, ya existían dos importantes cervecerías en México: una en el Distrito Federal, fundada en 1860, y otra en Toluca, Estado de México, establecida en 1875. Sin embargo, la producción de estas cervecerías estaba destinada principalmente al consumo local de las comunidades cercanas a las fábricas.

A pesar de la existencia de talleres cerveceros de tipo casero durante las décadas de 1870 a 1890, la mayoría de la población seguía prefiriendo bebidas más accesibles y económicas como el pulque, el mezcal y el aguamiel. La cerveza, en aquellos años, era solo una opción más entre las diversas bebidas disponibles, y eran consumidas principalmente por comunidades de extranjeros, como alemanes, estadounidenses e ingleses, quienes consumían las cervezas importadas desde sus respectivos países.

Para finales de la década de 1880, la mayor parte de la cerveza importada en México provenía de los Estados Unidos, con una menor proporción de Alemania y Gran Bretaña. Eran consumidas en la región norte del país por personas con un alto poder adquisitivo, dado el elevado precio al que se vendía.

Sin embargo, la década de 1890 marcó un cambio significativo en la estructura de producción cervecera en México. En estos años, la elaboración casera y la importación de cerveza extranjera comenzaron a ceder paso al establecimiento de fábricas "modernas" mexicanas, lo que resultó en un paulatino desplazamiento de la cerveza importada. Este cambio se reflejó en una caída del valor de las importaciones de cerveza y un notable aumento en la producción nacional.

Para 1899, cinco empresas ya dominaban el mercado, controlando casi el 75% de la producción nacional. Aunque esta concentración era significativa, no alcanzaba los niveles

observados en otras industrias como el acero, el jabón y el papel. Sin embargo, en la actualidad, la concentración en el mercado cervecero mexicano es mucho mayor, con solo dos grandes cervecerías dominando el panorama: Cuauhtémoc Moctezuma y Modelo.

A finales del siglo XIX, otras bebidas seguían siendo las preferidas por los mexicanos. La producción de bebidas alcohólicas, incluida la cerveza, representaba solo el 77% del total de producción de alcohol y cerveza para el año fiscal 1898-1899. Dentro de estas bebidas alcohólicas, el alcohol de caña era el más común, representando el 70% de la producción, mientras que el maguey y los alcoholes de grano representaban el 22% y el 6% respectivamente. El establecimiento de empresas cerveceras se concentró en estados con un bajo nivel de producción de alcohol, con la notable excepción del estado de Veracruz, que en aquella época contaba con el mayor número de fábricas de alcohol y cerveza. Este fenómeno puede haberse debido a la estrategia de los cerveceros para introducir una bebida diferente en lugares donde la producción de alcohol no era tan importante, facilitando así la penetración de la cerveza en el mercado de las bebidas alcohólicas.

Para 1910, las grandes empresas cerveceras mexicanas, como Cuauhtémoc, Moctezuma y Toluca, ya estaban consolidadas después de haber comenzado el largo proceso de expansión a diversas ciudades del país. Durante un período de 20 años, la industria cervecera mexicana logró importantes hitos, como la reducción de las importaciones y el aumento gradual de la producción nacional. Más aún, esta industria había ya convencido al gobierno federal de protegerla con un arancel; ya que para 1891 el impuesto para una cerveza importada era de 10 centavos, mientras que para 1906 y 1912 éste había aumentado a 12.5 y 20 centavos respectivamente. Además, el gobierno federal comenzó a proteger la industria cervecera imponiendo aranceles a las importaciones de cerveza.

Después de 1910, las empresas cerveceras enfrentaron los desafíos económicos derivados de la Revolución Mexicana. Aunque la revolución afectó de manera desigual a los estados y a las industrias, las empresas cerveceras tuvieron que hacer ajustes para sobrellevar la escasez y los problemas de distribución causados por la interrupción del sistema ferroviario. Algunas cervecerías, como Chihuahua y Cuauhtémoc, incluso fueron objeto de incautación por parte de los revolucionarios, lo que resultó en deterioro y pérdida de inventario una vez que las empresas fueron devueltas a sus propietarios.

A pesar de los desafíos durante la Revolución, para finales de la década de 1920, la industria cervecera mexicana era considerada la segunda más importante del país. Además, aproximadamente el 5% de la fuerza laboral trabajaba en esta industria, y para 1925, alrededor del 27% de los ingresos gubernamentales provenían de ella.

En la actualidad, la industria cervecera mexicana ha alcanzado un alto nivel de sofisticación y globalización. Empresas como Cuauhtémoc Moctezuma y Grupo Modelo han conquistado mercados extranjeros, lo que refleja la importancia y el dinamismo de esta industria en la economía mexicana del siglo XXI.

2.4.5. Historia de la Cerveza en Panamá

La historia de la cerveza en Panamá tiene sus raíces en los primeros años de la conquista española en el siglo XVI. Aunque los colonizadores introdujeron la cerveza en la región como parte de su cultura gastronómica, la producción local no comenzó sino hasta varios siglos después. Fue en el siglo XIX, con la construcción del ferrocarril transístmico y el crecimiento del comercio en la región, cuando la demanda de cerveza en Panamá experimentó un notable aumento. Este contexto propició el surgimiento de las primeras cervecerías locales.

La creación de la República de Panamá en 1903 marcó un punto crucial en el desarrollo industrial del país. Un grupo de visionarios empresarios, entre ellos José Gabriel Duque, Idelfonso Preciado, Alberto de Obarrio, Jesse H. Hyal y Manuel Espinosa Batista, se unieron para fundar la "Panama Brewing and Refrigerating Company" en 1909. Esta empresa, dedicada a la fabricación de cerveza y hielo, lanzó al mercado la primera cerveza panameña, "Balboa", en 1910.

El éxito de la Panama Brewing and Refrigerating Company inspiró a otros inversionistas a ingresar en la industria cervecera. En 1926, Henry de Jan fundó la Atlantic Brewing and Refrigerating Company, conocida por su popular cerveza "Atlas". Al año posterior, el empresario alemán Florencio Herbruger impulsó la creación de la Cervecería Alemana del Pacífico, famosa por su cerveza "Milwaukee".

Ante la inminencia de la Segunda Guerra Mundial en 1939, las diversas cervecerías de Panamá decidieron unirse para formar la Cervecería Nacional S.A., bajo la dirección de Rodolfo Herbruger. Esta fusión no solo fortaleció la industria cervecera panameña, sino que también impulsó la creación y expansión de otras industrias relacionadas, como la producción de gaseosas y la adquisición de franquicias internacionales, incluyendo Pepsi Cola.

La década de los treinta también marcó el inicio de la diversificación de la Cervecería Nacional S.A. en otros sectores industriales, como la fabricación de tapas coronas y la producción de envases de aluminio. Además, la compañía contribuyó al desarrollo del sector financiero con la creación de Arrendadora Centroamericana S.A., que más tarde sería un factor clave en la fundación del Banco Nacional de Panamá.

El crecimiento y la consolidación de la industria cervecera en Panamá atrajeron el interés de grandes grupos cerveceros internacionales. En diciembre de 2001, el Grupo Empresarial

Bavaria adquirió la Cervecería Nacional S.A., marcando un nuevo capítulo en su historia. Posteriormente, en 2005, el Grupo Empresarial Bavaria se fusionó con el Grupo SABMiller, convirtiéndolo a la Cervecería Nacional S.A. en parte de la segunda cervecera más grande del mundo.

2.5. Consumo, Importación y Exportación de la Cerveza en República Dominicana periodo 2022-2023

2.5.1. Consumo

Las estadísticas de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) indicaron que en 2023 el consumo de alcohol en cervezas fue de 19 millones de litros. Asumiendo un grado de alcohol promedio de 4.5%, la cantidad consumida del año fue de 422 millones de litros. Según estadísticas, la población es de 11 millones de habitantes tentativamente. Para determinar el consumo de cerveza por persona, se dividen los litros de cerveza consumidos entre la cantidad de personas en el país. $422,000,000 / 11,000,000 = 39$ litros per cápita. 39 litros por año, entre 12 meses, equivale a 3.2 litros al mes por persona. Un litro contiene 33.8 onzas. Esto quiere decir que una persona que habite en República Dominicana consumió 9 botellas de 12 onzas al mes.

La Cervecería Nacional Dominicana posee más del 90% de este mercado. No obstante, aunque CND, pareciera no tener “competencia” en términos de empresas distribuidoras, esta no se encuentra sola en el mercado, sino que existen otros actores en la industria como MercaSID y United Brands, representando un pequeño porcentaje cada. Además de estos, ha habido un surgimiento de cervecerías artesanales como La Cacata Brewing Company y Santo Domingo Brewing Company, pero con crecimiento limitado. Otros actores en el mercado incluyen Cervecería Vegana y Canita del Grupo Punta Cana.

2.5.2. Importaciones

Según la Dirección General de Aduanas, las cantidades importadas de bebidas alcohólicas en litros totalizan 84.74 millones en el 2023. 69.88 % de bebidas alcohólicas se concentran en la Cerveza, Vino y Whiskey. La cerveza representó 39,450,000 de litros.

2.5.3. Exportaciones

Para el 2023 se proyectó la exportación de 52,000,000 de litros. Sin embargo, este dato no se puede comprobar debido a que actualmente la DGA no ha confirmado el monto exacto de las exportaciones de cerveza registradas en dicho año.

2.6. Consumo, Importación y Exportación de la Cerveza en España periodo 2022-2023

2.6.1. Consumo

En 2022, una persona consumió de media casi 60 litros de cerveza en España. Esto representa 14 botellas de 12 onzas por persona al mes.

2.6.2. Importación

Los resultados, publicados por el sitio web oficial de la UE, Eurostat, revelan que España importó alrededor de 500,000,000 de litros

2.6.3. Exportación

En 2023, las exportaciones se mantuvieron por encima de los cuatro millones de hectolitros. Esto significa 400,000,000 de litros.

2.7. Consumo de Cerveza en América Latina periodo 2022-2023

2.7.1. Argentina

- Consumo: De acuerdo a la Asociación Toxicológica Argentina, el consumo es de 41 litros por persona por año

2.7.2. Chile

- Consumo: El consumo anual de cerveza en Chile es de 58 litros por persona por año

2.7.3. Costa Rica

- Consumo: Costa Rica consume 184 millones de litros de cerveza al año. Tomando en cuenta que su población es de 5,000,000 de personas, el consumo es de 37 litros por persona por año

2.7.4. México

- Consumo: En América Latina, México es el 3er país en consumo de esta bebida, per cápita 60 litros de cerveza por año

2.7.5. Panamá

- Consumo: Según un estudio del gigante licorero asiático Kirin Holdings, los panameños consumen aproximadamente 72 litros de cerveza por año

2.8. Comparación de información

República Dominicana comparte una historia similar en comparación a los demás países de habla hispana. En sus inicios, todos comenzaron a consumir cerveza tras su colonización. Al principio no contaba con mucha popularidad las respectivas colonias debido a que predominaban los alcoholes tradicionales de los territorios. Finalmente, en algún momento de su historia se creó una especie de monopolio.

El consumo de cerveza por persona en República Dominicana es parecido al de Costa Rica, quienes consumen 39 y 37 litros por persona por año, respectivamente. Otro dato importante sobre el sector cervecero es que México es el principal exportador de cerveza del mundo. Solo en el 2022 exportó más de 7 mil millones de litros, más de 100 veces lo que exportó República Dominicana. Por esta razón se entiende que la isla tiene espacio para crecer en el sector cervecero mundial.

CAPÍTULO III: RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS POR CONCEPTO DE CERVEZA

3.1. Instituciones Recaudadoras en República Dominicana

En la República Dominicana, las instituciones responsables de recaudar impuestos sobre el consumo, incluidos los impuestos relacionados con la venta de alcohol, como la cerveza, son la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) y la Dirección General de Aduanas (DGA).

La Dirección General de Impuestos Internos es la institución que se encarga de la administración y recaudación de los principales impuestos internos y tasas en la República Dominicana. Surgió por la necesidad del Estado de establecer un sistema eficiente de recaudación de impuestos para financiar sus operaciones mediante la promulgación de la Ley 166-97, el 27 de julio de 1997 que fusionó las Direcciones Generales de Rentas Internas e Impuestos Sobre la Renta. Esta ley creó la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) como un organismo descentralizado del Ministerio de Hacienda, con la misión de administrar y controlar la recaudación de los impuestos internos en el país. En fecha 19 de junio del año 2006 se promulgó

la Ley No. 227-06 que otorgó personalidad jurídica y autonomía funcional, presupuestaria, administrativa, técnica y patrimonio propio a la Dirección General de Impuestos Internos. En el 2013, se promulgó la Ley No. 253-12, que establece el Código Tributario de la República Dominicana y fortaleció las atribuciones y funciones de la DGII en materia de fiscalización y control tributario. Entre sus responsabilidades se encuentra la recaudación de impuestos sobre el consumo discutido, incluidos los impuestos especiales sobre la venta de productos como la cerveza. Con su autonomía y personalidad jurídica, establece las normativas fiscales, administra los procesos de declaración y pago de impuestos y realiza auditorías para garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

La Dirección General de Aduanas es una dependencia del Ministerio de Hacienda de la República Dominicana. Su historia se remonta hasta los tiempos de la colonización. En 1943 se promulgó la Ley Orgánica de Aduanas estableciendo las bases para la organización y funcionamiento de las aduanas dominicanas. 10 años más tarde, la Dirección General de Aduanas se estableció como un organismo autónomo, con la responsabilidad de administrar y controlar el tráfico internacional de mercancías. Se le otorgó autoridad para establecer y aplicar regulaciones aduaneras, así como para recaudar los impuestos y aranceles correspondientes. Facilita y controlar el comercio del país con el resto del mundo, teniendo como fundamento la eficiencia y transparencia de los procesos aduaneros, acorde con las mejores prácticas internacionales de la administración aduanera, el control de la evasión fiscal. En el marco de los acuerdos internacionales, forma parte de la Organización Mundial del Comercio y la Organización Mundial de Aduanas.

3.2. Instituciones Recaudadoras en España

En España, la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) es la entidad encargada de la gestión, administración, liquidación y recaudación de los impuestos estatales. Garantiza el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los sujetos pasivos, así como prevenir y combatir el fraude fiscal. Gestiona impuestos como el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, el Impuesto sobre el Valor Añadido, y el Impuesto de Sociedades. A través de su Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, aplica la normativa aduanera y fiscal en los puntos de entrada y salida del territorio, así como de controlar el cumplimiento de las obligaciones aduaneras por parte de los operadores económicos. Fue creada el 27 de diciembre de 1990 con la Ley 31/1990, constituyéndose de forma efectiva el 1 de enero de 1992.

3.3. Instituciones Recaudadoras en América Latina

3.3.1. Instituciones Recaudadoras en Argentina

La República Argentina no tiene un código tributario. Las distintas categorías de impuestos se encuentran reguladas por leyes separadas, que se reforman con frecuencia. La Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) es el organismo recaudador a nivel nacional, recauda fondos para el Ministerio de Economía. Es una entidad autónoma en sus aspectos administrativos y financieros. Está formada por tres direcciones generales: DGI, DGA y DGRSS.

- Dirección General Impositiva: Creada por la ley 12.927, su función principal es la aplicación, percepción, recaudación y fiscalización de impuestos nacionales.
- Dirección General de Aduanas: tiene entre sus funciones la recaudación de los tributos que gravan las importaciones y exportaciones, y el control sobre el tráfico internacional de mercaderías.

- Dirección General de Recursos de la Seguridad Social: la recaudación y fiscalización de los recursos que financian las prestaciones de la Seguridad Social son la tarea principal de esta Dirección.

3.3.2. Instituciones Recaudadoras en Chile

El 18 de enero de 1902, durante el mandato del Presidente Germán Riesco, se introdujo el impuesto a la producción de alcoholes con la promulgación de la Ley 1.515, creando así la "Administración de los Impuestos sobre Alcoholes". Años después se comenzó a gravar el tabaco. En ese sentido, distintas leyes fueron encargando a la Administración de Alcoholes la aplicación y fiscalización de nuevos tributos. Como resultado, en el año 1912 se transformó oficialmente en la Dirección General de Impuestos. Por Decreto del Ministerio de Hacienda en el año 1972, se organizó la Dirección General de Impuestos Internos. Luego se reformó su estructura y acortó su nombre a Servicio de Impuestos Internos. Esta se encarga de la fiscalización de los impuestos internos.

El Servicio Nacional de Aduanas, encargado de administrar y fiscalizar los impuestos aduaneros. Las Leyes y Normativas que rigen el Funcionamiento de la Institución son:

- Ley Orgánica del Servicio: Decreto con Fuerza de Ley N° 329 de 1979, del Ministerio de Hacienda (D.O. 20.06.1979), aprueba ley orgánica del Servicio Nacional de Aduanas.
- Ordenanza de Aduanas: Decreto con Fuerza de Ley N° 30 de 2004, del Ministerio de Hacienda (D.O. 04.06.2005), aprueba texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ordenanza de Aduanas.

La Tesorería General de la República, encargada de la recaudación y cobranza de los impuestos internos y aduaneros.

3.3.3. Instituciones Recaudadoras en Costa Rica

En Costa Rica, el Ministerio de Hacienda es la institución rectora de la política fiscal que garantiza la obtención y aplicación de los recursos públicos, según los principios de economía, eficiencia y eficacia. Según La Contraloría General de la República, los impuestos son recaudados por la Dirección General de Tributación y la Dirección General de Aduanas. Pero sobresale que más del 60% de los impuestos son recaudados por entidades diferentes a las mencionadas.

3.3.4. Instituciones Recaudadoras en México

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) encargado de la recaudación tributaria en México. El SAT inició funciones el 1 de julio de 1997, y su Reglamento Interior fue publicado el 30 de junio de ese mismo año en el Diario Oficial de la Federación.

En cuanto a las aduanas, La Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM) auxilia al Sistema de Administración Tributaria (SAT). Se encarga de la dirección, organización y funcionamiento de los servicios aduanales y de inspección. Su finalidad es asegurar el cumplimiento de las normas jurídicas que rigen la entrada y salida de mercancías del territorio mexicano. El 14 de julio del 2021, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el Decreto por el que se crea la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM) como un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

3.3.5. Instituciones Recaudadoras en Panamá

La Dirección General de Ingresos, operada bajo el Ministerio de Economía y Finanzas, es encargada de administrar, recaudar y controlar los impuestos en Panamá. Se estructuró originalmente mediante Decreto de Gabinete 109, de 7 de mayo de 1970. En aquel entonces,

tenía bajo su responsabilidad la administración tanto de los impuestos internos como los aduaneros. Sin embargo, mediante Ley 16, de 29 de agosto de 1979, se creó la Dirección General de Aduanas. Los trabajos de ampliación del Canal de Panamá impulsaron al país a necesitar una Aduana más autónoma, moderna y eficiente. Con la promulgación del Decreto Ley 1 de 2008 nace la Autoridad Nacional de Aduanas, institución de seguridad pública, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía en su régimen interno, que ejerce su jurisdicción en todo el territorio nacional.

3.4. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en la República Dominicana

Para combatir la adulteración de bebidas alcohólicas y evasión fiscal, en la República Dominicana, existe el Sistema de Control y Trazabilidad Fiscal. Se basa en la identificación única de cada producto con el objetivo de controlar y rastrear cada etapa del mismo:

- Origen: Producción nacional o importado
- Destino Final: Consumo

De acuerdo con Reconnaissance International sobre Estampillas Fiscales y Trazabilidad en el Caribe, este problema es “materia de salud, con la muerte de docenas de consumidores cada año, como resultado del consumo de productos alcohólicos adulterados”.

Se utilizan tecnologías de la información y alta seguridad, tanto física como digital, permitiendo identificar la validez o no a lo largo de la cadena de suministros. Los organismos internacionales, como el Banco Interamericano de Desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas y el Banco Mundial, la proponen como una herramienta contra el comercio ilícito, contrabando y la evasión fiscal.

Además, el Instituto de Investigaciones de Crímenes Interregionales y Justicia de las Naciones Unidas (UNICRI) en su informe de 2016 “Asegurando la Cadena de Suministro: El rol de las tecnologías contra el Contrabando, Falsificaciones y Comercio Ilícito”, establece este sistema como el más eficiente. Cabe destacar que es utilizado en más de 30 países a nivel mundial. Entre ellos se encuentran Ecuador, Brasil, EEUU, y Canadá. Traza bebidas alcohólicas y cigarrillos de producción local e importada de comercialización nacional. Entre las bebidas alcohólicas se encuentran Cervezas.

Por esta razón, la DGII creó “Revísame”, que dispone de herramientas seguras de autenticación, identificación y trazabilidad con tecnología integrada, donde las etiquetas fiscales con características de seguridad especiales (visible, semi-cubierta y cubierta) son colocadas en productos legítimos y luego son activados. Mediante la autenticación de las características de seguridad de la etiqueta fiscal colocada en los productos y utilizando un identificador único para acceder a la data electrónicamente, los ciudadanos pueden visualizar la información del producto y su trazabilidad. En caso de que algún producto con la etiqueta colocada sea sospechoso, el ciudadano puede realizar un reporte de inmediato a través de los canales disponibles: aplicación de teléfono móvil (digitalmente) o por SMS, los cuales se enviarán a las autoridades correspondientes para facilitar las inspecciones de campo.

En el caso específico de las botellas de cerveza, se encuentran marcadas por un código datamatrix, codificación de 2D. A la aplicación “Revísame” se le dificulta la lectura de la misma. Por ende, la herramienta brindada al consumidor resulta ineficiente, ya que el objetivo de la aplicación es proporcionar información oportuna a quien realice lectura del código.

En el año 2018, tras su implementación, la recaudación del impuesto sobre la cerveza se incrementó un 11%.

3.5. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en España

Para asegurar que los sujetos pasivos cumplan con sus obligaciones fiscales, y además salvaguardar la seguridad del consumidor, España implementa los “Precintos Fiscales”. Los precintos fiscales son sellos o marcaje que se colocan en los productos que se venden al público para comprobar que cumplen con la normativa establecida en materia fiscal y aduanera. Están numerados e incorporan las medidas de seguridad adecuadas pertinentes. El Departamento de Timbre de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre - Real Casa de la Moneda (FNMT-RCM), es el responsable de la producción de los precintos fiscales colocados en las botellas de alcohol y para las cajetillas de tabaco. El artículo 26 del Reglamento de los Impuestos Especiales, regula las marcas fiscales que deben ir adheridas en los paquetes y envases de cigarrillos.

Los artículos 58 y 59 del Reglamento de Impuestos Especiales señalan que las fábricas de cerveza deberán estar aisladas de otra industria que utilice alcohol como materia prima. Los tanques, cubas y demás maquinaria deberán estar numeradas con indicación de sus respectivas capacidades. Además, será susceptible de ser precintada por parte de los servicios de Inspección e Intervención, si se considera necesario para su mejor control.

Debido a que no existe una imposición sobre los sellos en las cervezas existen otras formas de control por parte de la Administración:

- Inspección: Analiza la actividad económica de un obligado tributario
- Intervención. Realiza controles específicos de actividades y locales relacionados con las obligaciones de los impuestos especiales, con una finalidad preventiva del fraude o de irregularidades. Las fábricas y depósitos fiscales de cerveza tienen la obligación de permitir la entrada de la inspección en los establecimientos y de poner a su disposición la documentación

o permitir actuaciones de comprobación que sean requeridas, tal y como fija el artículo 48 del reglamento.

Es posible que la razón por la cual España no utilice de manera obligatoria las marcas fiscales en la cerveza es porque la población, en su mayoría, consume cerveza de barril.

3.6. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza América Latina

3.6.1. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Argentina

En Argentina se realizan inspecciones en establecimientos comerciales, controles de alcoholemia en conductores y campañas de concientización sobre el consumo responsable de alcohol. Las autoridades trabajan en colaboración con agencias gubernamentales, fuerzas de seguridad y organizaciones de la sociedad civil para garantizar el cumplimiento de las regulaciones y promover un entorno seguro. Sin embargo, en este país no existen herramientas físicas, tales como los sellos fiscales, para la cerveza.

3.6.2. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Chile

En Chile, al igual que en Argentina, no existen herramientas fiscales para controlar el consumo de cerveza.

3.6.3. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Costa Rica

Según un estudio de 2018 de Euromonitor, el 20,5% del alcohol, o 1 de cada 5 botellas, es ilícito en Costa Rica. El proyecto de ley 20.961 pretende introducir el esquema de timbres fiscales en busca de combatir el crecimiento del mercado ilícito en el país. Sin embargo, actualmente no se ha implementado.

Como medida actual, tienen la Policía de Control Fiscal, creada en el año 1995. Es una institución encargada de velar por el cumplimiento de las leyes fiscales y aduaneras del país.

También, se encargan de detectar y confiscar mercancías de contrabando, productos falsificados o de dudosa procedencia que puedan afectar la economía y salud nacional.

3.6.4. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en México

Las herramientas fiscales para el control del alcohol tienen sus antecedentes en la Ley Federal del Impuesto de Embasamiento de las Bebidas Alcohólicas publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1960; tenía por objeto controlar el pago del impuesto. En 1961 se implementó el marbete federal para botellas de hasta cinco litros.

Actualmente en México, las bebidas alcohólicas originales tienen un marbete que ayuda a certificar la legalidad, origen y calidad de las mismas. Las bebidas nacionales tienen el marbete color verde y las importadas color vino. Hay dos tipos de marbetes: el electrónico que forma parte de la etiqueta o contraetiqueta; y el físico, que tiene la misma imagen. Utiliza un código QR para la verificación de su legalidad y procedencia. Para escanear el código QR, solo se necesita un dispositivo con acceso a internet. Los datos que refleja deben coincidir con los de la botella.

Los beneficios son:

- Incremento en la recaudación federal e información periódica vía portal del SAT
- Trazabilidad de productos por autoridad fiscal, industria y consumidores
- Activación y codificación del marbete
- Permite a cualquier persona, verificar autenticidad del producto
- Fácil identificación del producto para combatir contrabando y adulteración
- Monitorea y asegura la distribución de productos a través de las cadenas de suministro internacionales.

- Inspección fiscal y sanitaria para autenticar bebidas alcohólicas.

3.6.5. Herramientas para la Fiscalización de la Cerveza en Panamá

Los marbetes también son utilizados en Panamá para las bebidas alcohólicas importadas, según la Resolución 201-2688. Sin embargo, no existe evidencia de sellos en las botellas.

El Departamento de Fiscalización, quien determina el cumplimiento tributario de los contribuyentes, mediante la aplicación de programas de auditoría, fiscalización e inspección, con el objeto de disminuir los niveles de evasión y defraudación fiscal, analizar la procedencia de las devoluciones de impuestos, autorizar la presentación de declaraciones rectificativas, validar los trámites de las Organizaciones No Gubernamentales y atender otros trámites especiales.

3.7. Recaudación por Consumo de Cerveza en República Dominicana periodo 2022-2023

Según estadísticas de la DGII, durante todo el 2022 se registraron ventas a nivel nacional ascendentes a los 18,296,795.2 litros de cerveza, representando RD\$56,000 millones. El año posterior, 2023, se registraron ventas por RD\$60,000 millones. Esto representó recaudaciones del Impuesto Sobre el Consumo de la cerveza:

- 2022: \$17,000 millones de pesos dominicanos
- Total Recaudado 2022: \$656,000 millones de pesos dominicanos
- 2023: RD\$19,290 millones de pesos dominicanos
- Total Recaudado 2023: RD\$766,000 millones de pesos dominicanos

Esto significa que el Impuesto Sobre el Consumo a la cerveza tiene una participación de un 2.5% en las recaudaciones totales de los periodos analizados.

3.8. Recaudación por Consumo de Cerveza en España periodo 2022-2023

Según la Agencia Tributaria de España, sus recaudaciones por consumo de cerveza en el periodo 2022 fueron:

- 2022: 371 millones de euros
- Total Recaudado 2022: 255,463 millones de euros

Actualmente la Agencia Tributaria de España no ha publicado las recaudaciones del año 2023.

3.9. Recaudación por Consumo de Cerveza en América Latina periodo 2022-2023

3.9.1. Costa Rica

De acuerdo a informe realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, que recopiló información de los ingresos tributarios de Costa Rica desde el año 2016 al 2021:

- En el año 2019 la recaudación total, en su moneda local (colonos), fue de \$8,855,885,000. De esta cantidad, el 0.50% fue sobre impuestos especiales sobre bebidas alcohólicas
- En el año 2020 la recaudación total, en su moneda local (colonos), fue de \$8,235,528,000. De esta cantidad, el 0.54% fue sobre impuestos especiales sobre bebidas alcohólicas
- En el año 2021 la recaudación total, en su moneda local (colonos), fue de \$9,674,907,000. De esta cantidad, el 0.55% fue sobre impuestos especiales sobre bebidas alcohólicas

3.9.2. México

De acuerdo a datos recopilados por el Servicio de Administración Tributaria, los ingresos tributarios en su moneda local (Peso Mexicano) por concepto de cerveza en este país fueron:

- 2022: \$44,065,000, representando un 1% de sus recaudaciones

- 2023: \$48,983,000, representando un 1% de sus recaudaciones

3.9.3. Panamá

El último Informe Oficial de Recaudación emitido provee información sobre las recaudaciones tributarias en Panamá del año 2022. La cerveza, en la moneda local (Balboa) representó:

- 2022: B/. 297,000,000, representando un 3.26% de sus recaudaciones

CONCLUSIÓN

En este estudio se ha examinado la importancia del Impuesto Selectivo al Consumo por concepto de cerveza en la República Dominicana durante el periodo 2022-2023. Tras comparar la historia, impuesto, consumo y recaudación con otros países de habla hispana, surgieron numerosas observaciones. En primer lugar, que la cerveza fue un producto importado por los colonos en los países de América Latina estudiados. Luego de sus respectivas independencias, se crearon impuestos especiales para gravar las bebidas con contenido de alcohol en cada país. Actualmente, el Impuesto Selectivo al Consumo por concepto de cerveza tiene una participación importante en la recaudación de ingresos para el gobierno dominicano. El 2.5% que representa este impuesto con relación a la recaudación total es elevado en comparación a países como España, Costa Rica y México. Además, se ha explorado cómo las herramientas fiscales están siendo implementadas de manera parcial, pues a diferencia de México, las bebidas importadas no cuentan con una debida marca. Al combinar estos hallazgos, se puede afirmar que el impuesto sobre la cerveza, utilizado como fuente de ingresos importante para el Estado, tiene espacio para mejoras.

En conclusión, los resultados de este estudio resaltan la importancia de una política fiscal bien ejecutada, considerando la recaudación y la seguridad del consumidor. Se hace hincapié sobre la necesidad de políticas fiscales efectivas que puedan adaptarse dinámicamente a las condiciones económicas cambiantes. En este sentido, el análisis de la fiscalidad sobre la cerveza en la República Dominicana proporciona una valiosa perspectiva sobre cómo las políticas tributarias pueden ser utilizadas para impulsar el crecimiento económico del país reforzando las herramientas utilizadas sobre el sector cervecero.

RECOMENDACIONES

A causa de los resultados de investigación y conclusiones expuestas, se proponen las siguientes recomendaciones:

- a.** Implementar el uso de marcas o sellos en las cervezas importadas, al igual que México, con el fin de cumplir con la Norma 07-21 sobre los mecanismo de control y seguridad fiscal para fabricantes, productores e importadores de productos terminados del alcohol y tabaco
- b.** Utilizar código “QR” (Quick Response) en lugar del código Datamatrix en los productos de cerveza con el propósito de que los ciudadanos puedan verificar su legitimidad
- c.** Se recomienda que el código QR contenga una numeración única e irrepitable con el fin de reducir los riesgos en uso inapropiado
- d.** Implementar la marca del código QR no solo en la tapa de las botellas producidas en territorio nacional, si no que en todos los productos que contengan cerveza. Esto con el fin de reducir la posibilidad de alteración en la marca fiscal
- e.** En caso de no utilizar una marca fiscal, que la Dirección de Impuestos Internos sea quien provea sellos fiscales a los productores e importadores de bebidas alcohólicas para un control fiscal más estricto y efectivo

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Tributaria. (s.f.). ¿Qué es?
<https://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/EspanaUE/es/Organismo/Paginas/Que-es.aspx>
- Agricultural Administration. (1992). Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas [BOE-A-1992-28741]. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28741>
- Alonso, R., & Rezzónico, A. (2004). Unidad de asesoramiento legal.
<http://cdi.mecon.gob.ar/bases/docelec/va1004.pdf>
- Asociación de Empresas Dominicanas de Exportación (ADEX). (2020). Tributación de la cerveza artesanal [PDF]. <https://www.fide.es/wp-content/uploads/2020/07/Tributaci%C3%B3n-de-la-cerveza-artesana.pdf>
- Banco Central de Costa Rica. (s.f.). Instructivo para llenado del formulario para la declaración de impuestos sobre la renta del periodo 2015 [PDF]. https://www.dgrcorrientes.gov.ar/rentascorrientes/contenidos/archivos%20pdf/lectura%20complementaria_2015.pdf
- Boletín Oficial del Estado. (1992). Ley 38/1992, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales [BOE-A-1992-28741]. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1992-28741>
- Buchanan, J. M. (2022). A Biography of Arthur C. Pigou. AEDE. https://aede.osu.edu/sites/aede/files/publication_files/%20A%20Biography%20of%20Arthur%20C.%20Pigou.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (s.f.). Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIEPS.pdf>

- Cerveceros de Costa Rica. (s.f.). Historia de la cerveza dominicana.
<https://almomento.net/historia-de-la-cerveza-dominicana/>
- CIAT. (s.f.). Quiénes somos. <https://www.ciat.org/quienes-somos/>
- Cleland, A. (2023). Reducing drink driving. IARD. <https://iard.org/case-studies/reducing-drink-driving>
- Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386–405.
<https://www.eumed.net/cursecon/economistas/coase.htm>
- Congreso de la República de Costa Rica. (1992). Ley de Impuesto sobre Ventas [PDF].
<https://www.hacienda.go.cr/docs/GeneralidadesImpuestoBebidasAlcoholicas.pdf>
- Corporación de Investigación Económica para América Latina y el Caribe. (s.f.). Mandato y misión. <https://www.cepal.org/es/acerca/mandato-mision>
- Cravens, D. W. (2020). Proyecto de ley no ayudará a combatir el comercio ilícito en Costa Rica. Delfino. <https://delfino.cr/2020/10/proyecto-de-ley-no-ayudara-a-combatir-el-comercio-ilicito-en-costa-rica>
- Departamento de Estudios de Gestión y del Desarrollo. (2022). Informe preliminar diciembre 2023 [PDF].
<https://dgii.gov.do/estadisticas/informeRecaudacionMensual/Documents/2023/Informe%20Preliminar%20Diciembre%202023.pdf>
- Dirección General de Aduanas de República Dominicana. (s.f.). Sobre nosotros: Historia.
<https://sipen.gob.do/index.php/sobre-nosotros/historia>
- Dirección General de Impuestos Internos (DGII). (s.f.). Acerca de DGII.
<https://dgii.gov.do/sobreNosotros/AcercaDGII/Paginas/default.aspx>

- Dirección General de Ingresos (DGI). (s.f.). Acerca de. <https://dgi.mef.gob.pa/Sms/Acerca.php>
- Dirección General de Ingresos (DGI). (2022). Informe final de presupuesto de ingresos 2022 [PDF]. <https://dgi.mef.gob.pa/Transparencia/IFP/IFP2022-Dic.pdf>
- Dirección General de Ingresos (DGI). (s.f.). Formulario 400: Presentación de impuesto sobre la renta. <https://dgi.mef.gob.pa/DInforme/Formulario400.php>
- Dirección General Impositiva (DGI). (s.f.). Fiscalización. <https://dgi.mef.gob.pa/Fiscalizacion/FT.php>
- Diario Libre. (s.f.). Cervezas aportan 73% de ISC de bebidas alcohólicas en RD. <https://www.diariolibre.com/actualidad/cervezas-aportan-73-de-isc-de-bebidas-alcoholicas-en-rd-XDDL64918>
- Diario Oficial de la Federación. (s.f.). Inicio de funciones del Servicio de Administración Tributaria [Documento institucional]. <https://www.gob.mx/sat/documentos/30820#:~:text=El%20SAT%20inicia%20funciones%20el%20Diario%20Oficial%20de%20la%20Federaci%C3%B3n>.
- Dirección General de Tráfico (DGT). (s.f.). Lanzamiento del Proyecto TRAFICO [PDF]. <https://dgii.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Documentos%20TRAFICO/Lanzamiento-Proyecto-TRAFICO.pdf>
- Díaz, R. (2023). Exportaciones de cerveza caen 2% en 2023 y sitúan a España como segundo país productor de la UE. Valencia Plaza. <https://valenciaplaza.com/exportaciones-cerveza-caen-2-2023-situan-espana-segundo-pais-productor-ue>
- El Economista. (2024). El SAT presume crecimiento de de 12.3% en la recaudación en el 2023 pero se queda corto. <https://www.economista.com.mx/economia/El-SAT-presume->

crecimiento-de-de-12.3-en-la-recaudacion-en-el-2023-pero-se-queda-corta-20240115-0047.html

- Fiscalía General de la República de Costa Rica. (s.f.). Historia. http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_articulo.aspx?param1=NRA&nValor1=1&nValor2=33056&nValor3=90665&nValor5=150562#:~:text=Art%C3%ADculo%2010.,la%20cerveza%20nacional%20y%20extranjera.
- Fundación Internacional para el Desarrollo Económico y Social. (s.f.). Impuestos especiales. <https://www.fiscal-impuestos.com/impuestos-especiales.html>
- Gobierno de Costa Rica. (s.f.). Generalidades del Impuesto sobre las bebidas alcohólicas. <https://www.hacienda.go.cr/MisionVisionValores.html>
- Gobierno de España. (s.f.). Sistema Fiscal en la Antigua Roma: Historia de los impuestos. <https://www.nuevatribuna.es/articulo/cultura---ocio/sistema-fiscal-antigua-roma-historia-impuestos/20220804095603201463.html>
- Gobierno de México. (s.f.). Marbetes en botellas de bebidas alcohólicas. <https://www.gob.mx/sat/es/articulos/marbetes-en-botellas-de-bebidas-alcoholicas?idiom=es>
- Gobierno de México. (s.f.). SAT Educa: Historia. https://www.sii.cl/destacados/sii_educa/historia.html
- Gobierno de México. (2022). Ingresos tributarios del cuarto trimestre de 2022 [PDF]. http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Documents/ITG_2022_4T.pdf
- Gobierno de Panamá. (s.f.). Acerca de la Dirección General de Ingresos. <https://dgi.mef.gob.pa/Sms/Acerca.php>

- Gobierno de Panamá. (s.f.). Dirección General de Ingresos: Historia.
<https://dgi.mef.gob.pa/DInforme/Formulario400.php>
- Gobierno de la República Dominicana. (s.f.). Historia del Sistema de Investigación Penal.
<https://portal.revisame.com.do/about>
- Gobierno de la República Dominicana. (s.f.). Sobre nosotros.
<https://sites.google.com/cgr.go.cr/finanzasintegradas/recaudacion-tributaria>
- Gobierno de la República Dominicana. (s.f.). Tributación sobre la cerveza: Historia.
http://www.bebebeer.com/B_C/America/costa%20rica/Cerveza_Costa_Rica.htm
- Gobierno de la República Dominicana. (2020). ¿Qué es la Dirección General de Aduanas?
<https://www.aduanas.gob.do/de-interes/instructivos/>
- Gobierno de la República Dominicana. (s.f.). Quiénes somos: Historia.
https://www.ana.gob.pa/w_ana/index.php/quienes-somos/historia
- Gobierno de la República Dominicana. (s.f.). Sistema de fiscalización del tráfico [PDF].
<https://dgii.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Documentos%20TRAFICO/Lanzamiento-Proyecto-TRAFICO.pdf>
- Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático. (s.f.). Perfil del consumo de drogas en la República Dominicana [PDF]. https://cdn.who.int/media/docs/default-source/country-profiles/substances-abuse/dom.pdf?sfvrsn=4ad65514_3&download=true
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). Consumo per cápita de cerveza en España. <https://es.statista.com/estadisticas/476791/consumo-per-capita-de-cerveza-en-espana/#:~:text=Consumo%20por%20persona%20de%20cerveza%20en%20Espa%C3%B1a%20>

202008%2D2022&text=En%202022%2C%20una%20persona%20consumi%20C3%B3,litros%20de%20cerveza%20en%20Espa%C3%B1a.

- International Comparison. (s.f.). Impuesto al Consumo Especial sobre Bebidas Alcohólicas en España [PDF]. https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2022_SUP_2_art_18.pdf
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. (2009). Estadísticas sobre la cerveza en México [PDF]. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/03/CS07-2009.pdf>
- Ministerio de Hacienda. (s.f.). Generalidades del Impuesto sobre Bebidas Alcohólicas. <https://www.hacienda.go.cr/docs/GeneralidadesImp>