

UNIVERSIDAD DE ORIENTE.

NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA



ANALISIS Y SINTESIS DE LOS CURSOS ESPECIALES DE GRADO

AUTORES:

JIMENEZ ÁNGEL **C.I: 19.168.699**

SANTIL AVI **C.I: 19.456.640**

**TRABAJO DE GRADO REALIZADO EN LA UNIVERSIDAD DE
ORIENTE COMO REQUISITO OBLIGATORIO PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA.**

Barcelona, Marzo 2.012

RESOLUCIÓN

De acuerdo con el **Reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad de Oriente** en su **Artículo N° 41**, se establece lo siguiente:

“Los trabajos de grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad y solo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo Universitario”.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño:

A ti mi DIOS TODOPODEROSO que me diste a oportunidad de vivir y regalarme una familia maravillosa, por nunca desampararme en los momentos mas difíciles de la vida y por darme la fuerza, fortaleza y voluntad de seguir adelante.

Con mucho amor principalmente para Mi madre y habuela que han estado conmigo en todos los momentos. Gracias por todo mama NILDA DOLORES, y mi abuela NILDA DOLORES, por dame una carrera para mi futuro y por creer en mi siempre, aunque hemos pasados momentos difíciles siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de corazón el que estén conmigo a mi lado. Los amo.

A mis hermanos MERARYS Y MANUEL por siempre estar conmigo, por que siempre he contado con ellos para todo, gracias a la confianza que siempre nos hemos tenido y por su apoyo.

A mis tíos ROSA, ANA, MIGUELO, JORGE por siempre estar dispuesto ayudarme en todo lo que necesito.

A mis demás familiares y seres queridos, gracias por cada una de sus aportes y enseñanzas porque de cada uno de ustedes aprendí algo.

A la casa más alta, la Universidad de Oriente, núcleo de Anzoátegui por permitir que mi sueño se haga realidad.

JIMENEZ, ANGEL.

DEDICATORIA

A Dios por la oportunidad que me dio de vivir y desarrollarme profesionalmente. Y por haberme iluminado en el transcurso de la carrera.

A Mis Padres Sonia Moreno Useche y Ali Gilberto Santil por su amor y apoyo incondicional en todas las etapas de estudio.

A mis Hermanos Ani Santil y Ali Santil por incentivar me en los momentos con mayor estrés.

A la profesora Marisol Flores por su dedicación con relación al desarrollo del trabajo. Por el gran rol que desempeña como Profesora de la Universidad de Oriente y su gran empeño por orientarme en el transcurso del desarrollo del trabajo de grado.

A Luis Alejandro González y Arcenio Aguey a los cuales agradezco su amistad, apoyo incondicional y por ser con quienes compartí estos momentos de estudio y a todos mis compañeros de estudios que no menciono pero que los tengo presente.

AVI SANTIL.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quisiera dar gracias A DIOS todo poderoso porque siempre me fortaleció en todo momento, nunca me desamparó, me dio la paz y seguridad para enfrentar las diferentes situaciones presentes en nuestro diario transitar por los caminos de la vida.

A mi madre Nilda Dolores por darme la dicha de vivir, por tu amor y cuidados, por su preocupación, su apoyo incondicional y sus grandes consejos llenos de sabiduría. Gracias madre te amo.

A mi abuela que siempre estuvo a mis cuidados y también me orientó durante la primera parte de mis estudios y me brindó de su amor y cariño incondicional durante toda mi vida. Muchas gracias.

A mis hermanos, tíos (as) que siempre están atentos y vigilantes de mi persona, por ayudarme y brindarme cariño y protección en todo momento. DIOS los Bendiga y les de toda la dicha posible. Gracias por ser buenos, grandes de corazón y sentimientos. Los quiero mucho.

A la universidad de Oriente por haberme acogido en su seno y darme la oportunidad de formarme como profesional y sentir un gran orgullo de ser egresado de la casa más alta del Oriente del País.

A los profesores que contribuyeron a mi formación con sus clases y consejos siempre bien recibidos, mis respetos y admiración para que continúen en ese proceso de mejoramiento y búsqueda de excelencia, especialmente a las profesoras Ismenia Millan y Carmen Ferrer.

A mi compañera de áreas y amiga Avi Santil, por todo lo que me ofreciste y compartiste conmigo, porque aprendí muchas cosas de ti y tuvimos la oportunidad de unir nuestros conocimientos y crear uno solo que diera forma a este logro. Me gusto mucho trabajar contigo.

A todos mis compañeros de la universidad y demás amigos, gracias por ofrecerme su apoyo, su amistad, comprensión, consejos y por tratar que cada día fuera mejor en especial, muchas gracias a todos por gracias a ellos mi estancia en la universidad se hizo un poco mas grata.

JIMENEZ, ANGEL.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS por ayudarme, cuidarme, y apoyarme en todo los momentos que he vivido.

A mi mama, mi papa y hermanos por ser seres especiales y por brindarme un apoyo incondicional, estando en cada paso que he dado desde mi niñez hasta ahora. y por nunca desconfiar en todos mis años de estudio.

A la Profesora Marisol Flores, por la gran ayuda y paciencia prestada para realizar este trabajo y así poder culminar satisfactoriamente mi carrera.

A Luis Alejandro González y Arcenio Aguey por estar presente en el desarrollo de mi trabajo. Y apoyarme y brindarme la ayuda que necesitaba.

A mi amiga Emimar Bolívar Nápoles, por compartir y vivir momentos de alegría y tristezas en todos los años de estudio.

A mi compañero y amigo de tesis Ángel Jiménez con el cual comparto el gran logro de convertirnos en profesionales de la República Bolivariana de Venezuela. Del cual aprendí mucho en el trascurso de la carrera y con el cual conté en muchos momentos difíciles de la vida.

AVI SANTIL.

ÍNDICE

RESOLUCIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
AGRADECIMIENTOS	vii
ÍNDICE.....	viii
TEMA: 1	1
RESUMEN	2
INTRODUCCION.....	3
CAPITULO I	5
EL PROBLEMA.....	5
1.1 Planteamiento del Problema	5
1.2 Interrogantes.	7
1.3 Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos Específicos	8
1.4 Justificación e Importancia	8
1.5 Sistema de variables	10
1.5.1 Variante Conceptual	11
1.5.2 Variante Operacional	13

CAPITULO II.....	15
MARCO TEORICO	15
2.1 Antecedents de la investigation	15
2.2.1 Modelos gerenciales	23
CAPITULO III.....	43
MARCO METODOLOGICO	43
3.1 Modelo de la investigación:.....	43
3.2 Tipo y Diseño de la investigación:	44
3.3 Recopilación de información.....	45
CAPITULO IV	47
ANALISIS DE LAS INTERROGANTES	47
4.1. En que consiste el benchmarking	47
4.2 Beneficios del modelo gerencial benchmarking.....	48
4.3 Áreas de aplicación de benchmarking	51
4.4 Aplicación de benchmarking	53
4.5 Tipos de benchmarking.....	57
CAPITULO V.....	60
CONCLUSION Y RECOMENDACIONES	60
5.1. Conclusiones.....	60
5.2 Recomendaciones	61
BIBLIOGRAFIA	63
METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:	66
TEMA: 2.....	71

RESUMEN	72
INTRODUCCIÓN.....	73
CAPITULO I.....	75
EL PROBLEMA.....	75
1.1 Planteamiento del problema	75
1.2 Interrogantes	77
1.3 Objetivos de la investigación.....	78
1.3.1 Objetivo general.....	78
1.3.2 Objetivo especifico	78
1.4 Justificación e importancia	78
1.5 Delimitaciones	80
CAPITULO II.....	81
MARCO TEORICO	81
2.1 Antecedentes.....	81
2.2 Bases Teóricas	85
Actividad financiera del estado	85
Gasto publico	85
Sistema Tributario	86
Obligación Tributaria.....	86
Potestad Tributaria.....	87
El tributo	88
Clasificación del tributo.....	88
Elementos del tributo.....	91

El impuesto	93
Impuesto al Valor Agregado.....	94
Tipos de contribuyentes.....	95
Contribuyente especial.....	96
Agentes de retención.....	96
Agentes de percepción.....	97
Comprobantes de retención	97
Créditos Fiscales.....	97
Debito fiscal.....	97
2.2. Bases legales.....	98
Constitución de la republica bolivariana de Venezuela:.....	98
Código orgánico tributario.....	98
Ley del IVA	99
Providencia Administrativa SNAT/2005/0056-A	99
CAPITULO III.....	101
MARCO METODOLOGICO	101
3.1 Tipo de Investigación	101
3.2 Diseño de Investigación.....	102
3.3 Modelo de Investigación.....	104
3.4 Recopilación y Análisis de la Investigación.....	104
CAPITULO IV	112
Obligaciones a los que están sujetos los contribuyentes especiales del impuesto al valor agregado	112

CAPITULO V	116
Intenciones del estado al crear un contribuyente especial que pueda funcionar como un agente de retención del impuesto al valor agregado	116
CAPITULO VI	118
Como calculan, declaran y pagan el impuesto al valor agregado.....	118
Capítulo VII.....	138
Conclusiones y Recomendaciones.....	138
7.1 Conclusiones.....	138
7.2 Recomendaciones	139
BIBLIOGRAFÍA	140
METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:	142
POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO	146

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO ANZOATEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
AREAS: ESPECIALIDADES DE GRADO
CATEDRA: REINGIENERIA FINANCIERA Y FINANZAS
CORPORATIVAS

TEMA: 1



**ESTUDIO DE LAS APLICACIONES DEL MODELO
BENCHMARKING PARA EL DESARROLLO DE LOS DIFERENTES
PROCESOS DE LAS EMPRESAS**

TUTOR:

Msc. Marisol Flores

Realizado por:

Jiménez, Ángel C.I.: 19.168.699

Santil, Avi C.I.: 19.456.640

Barcelona, 2012

NÚCLEO ANZOÁTEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CURSOS ESPECIALES DE GRADO
CÁTEDRA: REINGENIERIA FINANCIERA Y FINANZAS CORPORATIVAS



**ESTUDIO DE LAS APLICACIONES DEL MODELO BENCHMARKING
PARA EL DESARROLLO DE LOS DIFERENTES PROCESOS DE LAS
EMPRESAS**

Tutores:

Msc. Marisol Flores

Realizado por:

Jiménez, Ángel C.I:19.168.699

Santil, Avi C.I: 19.456.640

Año 2012

RESUMEN

Uno de los factores incidentes en el progreso y buen funcionamiento de una empresa son las estrategias utilizadas por la gerencia para el desarrollo de sus actividades, las cuales están orientadas al mejoramiento continuo, la consecución rápida y eficiente de los objetivos establecidos por la empresa; Es por esto que en el desarrollo de nuestra investigación nos fundamentamos en el análisis de la aplicación de un modelo gerencial conocido como el benchmarking, el cual consiste en el estudio u obtención de las mejores prácticas aplicadas en diferentes procesos de las empresas o un departamento en específico de la misma, dependiendo del tipo de benchmarking a utilizar, y que sean consideradas las más exitosas para poder ser implementados con posterioridad al análisis realizado, lo cual se traducirá en mejores beneficios para la empresa incrementando su margen de rentabilidad y su crecimiento en el mercado. El tipo y diseño de investigación utilizado fue el documental descriptivo debido a la gran cantidad de consultas teóricas de trabajos previos, libros, documentos que utilizamos tomando en consideración los rasgos más resaltantes. Por otra parte esta investigación es muy relevante ya que los modelos gerenciales es un tema que debe conocer todo gerente al ejercer sus funciones en una empresa ya que le facilitara el alcance al éxito de la misma.

Palabras claves: Gerencia – Proceso – Desarrollo - Modelo Gerenciales - Benchmarking - Eficiencia.

INTRODUCCION

El papel de las empresas es realizar sus operaciones u actividades de manera eficiente y eficaz, esto en pro del beneficio de todos en la sociedad; es por ello que se ven en la necesidad de adaptar modelos gerenciales que sean flexibles, permitiendo que sea adaptables con los cambios de la economía y las necesidades que se presenten, proporcionándole a la empresa mayor probabilidad de estabilidad económica que traerá consigo, un crecimiento organizacional y un desarrollo de la institución, logrando colocarse como una empresa competitiva del mercado.

Por esta razón en las empresas existe un departamento de gerencia, en el cual una persona denominada gerente evalúa la situación de la organización, buscando como resultado el mejoramiento de las actividades, y para ello se deben determinar una serie de metas u objetivos reales en la empresa. y para definir dichos objetivos el gerente debe evaluar en qué ámbito puede mejorar en la institución y que estrategias pueden ser aplicadas para ello. De esta manera surgen ciertos modelos gerenciales; uno que se va a mencionar es el benchmarking el cual es una herramienta destinada a lograr comportamientos competitivos, esto evaluando el desempeño de diferentes empresas y tomando de ellas aquellas estrategias que puedan ayudar al desarrollo organizacional de la institución, es decir, este modelo trata de tomar estrategias de otras empresas y ponerlas en práctica dentro de una organización y que de cómo resultado premio sobre los ingresos del empresario. Pero puede darse el caso que no todas las estrategias extraídas de diversas empresas al aplicarse dentro de una organización arrojen los mismos resultados ventajosos.

Es por ello que se debe tener sumo cuidado al seleccionar el modelo gerencial que se va a aplicar y si ese modelo puede adaptarse según la actividad o servicio que

realiza la empresa y que el modelo a aplicar le permita a la organización el desarrollo de los objetivos de manera eficiente y eficaz.

Para poner en práctica un modelo gerencial, cualquiera que sea la organización debe evaluar una serie de información del modelo, así como en que se asienta ese modelo gerencial y que documentos se necesitan estudiar para la adecuada aplicación. Por tal motivo se desarrollo información general de los modelos gerenciales y sus tipo, pero en este caso fundamentándonos en el benchmarking y para ello se examina; cual es el objeto de aplicar el modelo gerencial benchmarking, determinar qué beneficios trae consigo la aplicación de mismo tanto para la organización como para la sociedad, se debe hacer una comparación del costo que surgirá al aplicar este modelo gerencial, las diferentes aéreas en la que se puede aplicar o adaptar, cuales son los pasos que se deben llevar para su ejecución.

Tradicionalmente, las empresas medían su desempeño y lo comparaban con su propio desempeño en el pasado. Esto daba una muy buena indicación de la mejora que está logrando. Sin embargo, aunque la empresa esté mejorando, es posible que otras empresas estén mejorando más, por lo que mejorar con respecto a años anteriores, puede no ser suficiente. Es por ello que surge el benchmarking para dar un aire competitivo entra las empresas más relevantes.

Para el desarrollo del siguiente tema, el investigador llevo a cabo una estructura; el capítulo I integrado por el problema, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación e importancia, seguidamente el Capitulo II denominado Marco teórico en donde se plasmo los antecedentes y bases teóricas, luego se desarrollo el Capítulo III Marco Metodológico, en donde se menciono el tipo de investigación, diseño de la investigación, modelo de la investigación y las técnicas de recolección de información; para luego llevar a cabo el Capítulo IV Análisis de las interrogantes y Culminando con el Capitulo V Conclusiones y recomendación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Desde hace tiempo se ha notado la poca vinculación de los empleados y gerentes con los objetivos de la empresa, trayendo como consecuencia el inapropiado uso de los recursos, la ineficiencia en las operaciones en procesos tanto internos como externos, la poca valoración a las necesidades del cliente, la insatisfacción de los usuarios, es por ello que se hace necesario la aplicación de modelos gerenciales para conseguir una atención optima, a un costo que la población pueda mantener y respetando los valores de igualdad, equidad y universalidad. Dando origen a la creación de estrategias que ayuden al desarrollo de sistemas y procesos originando pasos que sirvan como sustento para el desarrollo orientado de la empresa u organización.

A partir de los años 90 se comenzó a utilizar el modelo benchmarking con la dificultad que se representaba a través de cuadros de análisis; hoy en día se dispone de software que desarrollo este modelo gerencial de forma sistemática y organizada.

Al tomar en cuenta lo mencionado las organizaciones u empresas que no posean un desarrollo orientado de sus operaciones tendrán menores probabilidades del logro de sus objetivos o metas con facilidad, de tal manera que dichas organizaciones implementaron modelos gerenciales basándose en sus necesidades y haciendo comparaciones con otras empresas competitivas en el mercado; con el fin de conseguir la máxima eficacia en el ejercicio de aprender de los mejores.

Según Bengt kallof & Svante Osblom (1994), “...es un proceso sistemático y continuo para comparar nuestra propia eficiencia en términos de productividad, calidad y practicas con aquellas compañías y organizaciones que representan la excelencia” (<http://www.monografias.com/trabajos3/bench/bench.shtml>)

La implantación del benchmarking es una labor del primer nivel la cual se desarrolla en conjunto con otros socios que estén dispuestos a compartir información que sea beneficiosa para todo el agremiado, este tipo de modelo gerencial, permite la indagación de los procesos, productos y servicios de tal manera que se pueda lograr una mayor competitividad al realizarse un autoanálisis para saber como estaba frente a la competencia y así mantenerse en el mercado con un rentabilidad adecuada en comparabilidad con aquella empresas que han mejorado su inversión, crecimiento y que demuestran un acertado direccionamiento estratégico. La aplicación del benchmarking no esta dirigido a un solo tipo de actividad, sino que este modelo al ampliarse su definición indica que puede ser implementado por aquella empresas u organizaciones con procesos similares y que pueda llevarse una comparabilidad entre ellas, para así cumplir con el fin del modelo gerencial, que es llevar a las organizaciones al adecuado uso de los recursos, trayendo consigo la eficiencia y eficacia en la operaciones, y maximizando el desarrollo económico del país, incentivando a las empresas u organizaciones a la planificación de estrategias que los llevara al logro de objetivos, metas y que permitan que dichas organizaciones se mantengan en marcha aun cuando exista inestabilidad en el mercado y economía.

Para que una empresa mantenga una rentabilidad debe establecer un modelo gerencial que permita la efectividad operacional, tanto para la organización como para los clientes, este dependerá de las estrategias adoptadas por la organización y el cumplimiento de estas para el desarrollo adecuado de los procesos. Beneficiando directamente a los usuarios así como a los socios. Estas estrategias deben ser

establecidas por un personal con conocimientos de la situación real de la empresa y tomando en cuenta lo que se espera de dicha entidad.

En aquellos casos en que una empresa u organización no considere la aplicación de modelos benchmarking, esta tendrá deficiencia en el momento de comparabilidad con empresas competitivas debido a la ausencia de información necesaria, limitándose dicha entidad al crecimiento, expansión, desarrollo, estabilidad económica y aumento de la rentabilidad sin dejar de acotar q el aumento de la población influye en el incremento de empresas que puedan satisfacer las necesidades del cliente, esto conlleva a que surjan distintas empresas del mismo ramo incrementando la demanda y oferta. Todo esto afecta aquellas empresas que no son competitivas pudiendo ocasionar que dichas empresas no puedan mantenerse en el mercado originando la quiebra, fusión o transformación.

1.2 Interrogantes.

- ¿En qué consiste el modelo benchmarking?
- ¿Qué beneficios representa el modelo gerencial benchmarking para las organizaciones que la aplica?
- ¿Cuáles son las áreas en las que se aplica el benchmarking?
- ¿Cómo es el proceso de aplicación de benchmarking?
- ¿Existen diversos tipos de benchmarking?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Estudiar las aplicaciones del modelo benchmarking para el desarrollo de los diferentes procesos de las empresa

1.3.2 Objetivos Específicos

- Señalar en qué consiste el modelo benchmarking
- Enumerar los beneficios de la aplicación del modelo gerencial benchmarking
- Conocer las áreas en la que se desarrolla el benchmarking
- Describir el proceso de aplicación del modelo gerencial benchmarking
- Determinar los diversos tipos de benchmarking que se puede aplicar.

1.4 Justificación e Importancia

Los modelos gerenciales es un tema que todo gerente debe conocer y aplicar en la organización, debido a que este es un mundo en el cual se producen constantes cambios y estos modelos significan un avance que proporcionarán grandes beneficios a las empresas en el desarrollo de sus actividades, a través de ellos se busca la eficiencia y eficacia en los recursos u operaciones. Sin dejar de mencionar que los modelos gerenciales permiten diseñar estrategias para que la empresa obtenga lo mejor, es decir mayor rentabilidad y de esta manera pueda mantenerse en el mercado como una empresa competitiva.

Las estrategias tienen como finalidad orientar a la empresa, a través de planes, pasos y con esto la empresa podrá tener mayor estabilidad para mantenerse en el mercado aun cuando existan cambios económicos y a su vez el aplicar buenas estrategias permite que la empresa, crezca y se desarrolle.

Los modelos gerenciales deben aplicarse, actualizarse y hacerle seguimiento; ya que estos deben ir de la mano con la economía, administración, contabilidad, político y con la parte social.

El modelo benchmarking busca medir el desempeño de la empresa comparándola con otras empresas, en el pasado las organizaciones median su desempeño evaluando su rendimiento con los años pasado y aun cuando existieran mejoras se podía dar el caso que existían otras empresas del mismo ramo con un desempeño más elevado; con la aplicación de este modelo gerencial la empresa se mantendrá en un proceso de mejora continua en la búsqueda de nuevas ideas, para llevar a cabo métodos, prácticas y procesos de adaptación de características positivas, con el fin de obtener lo mejor de lo mejor , incrementando así su nivel de productividad, eficiencia y eficacia en el desarrollo de sus actividades brindándole un mejor aprovechamiento de los recursos tanto materiales como humanos que se verán reflejados en el crecimiento potencial de la empresa maximizando sus ganancias y facilitando el logro de los objetivos establecidos por la misma.

El benchmarking es de gran importancia ya que su campo de aplicación no se limita solamente al campo comercial y administrativo, si no que tan bien puede ser aprovechado en el área industrial, evaluando no solo la parte interna de la empresa si no también lo que es el entorno que la rodea y tomando lo mejor de otras empresas mas exitosas para así ponerlo en practica y obtener mejores resultados; a de mas representa una excelente herramienta de mejoramiento continuo y fuente de nuevas ideas, es útil para hacer pronósticos del comportamiento de los mercados y ayuda a la gerencia fijación de objetivos y metas.

Para la aplicación de modelos gerenciales se debe realizar un estudio exhaustivo de los procesos que se llevan en diferentes departamentos y basándose en eso se establecen estrategias. Para ello se debe evaluar el control interno, procesos administrativos y cualquier acción que pueda generar consecuencias negativas en la empresa y así poder aplicar las mediadas correctivas que disminuyan la incertidumbre que se pueda generar y de esta manera la empresa logre sus objetivos propuestos.

1.5 Sistema de variables

Según Bernal (2006), el sistema de variables “...consiste en el desglosamiento de las variables, en aspectos sencillos, que permiten la mayor aproximación para poder medirla” (PP 285)

Para la universidad santa maria (2001) " las variables representan a los elementos, factores o términos que puedan asumir diferentes valores cada vez que son examinados o que reflejen distintas manifestaciones según sea el contexto en el que se presentan" (p.38)

Según Hernandez, Fernandez y Baptista(2003), “Son todas las variables que constituyen el estudio para el investigador. En el caso de los trabajos de investigación las variables se encuentran incorporadas en los objetivos específicos”(PP 114)

Segun schmelkes (1998) " las variables son los atributos que se miden en la hipotesis. Son factores que explican los resultados, determinando las diferencias entre estos para poder establecer comparaciones" (p.25)

Se podría decir que los sistemas de variables son técnicas aplicadas para poder evaluar o estudiar ciertos elementos para así lograr proporcionar a una conclusión e información, todo esto a través de desglosamientos del tema a tratar.

1.5.1 Variante Conceptual

Microsoft ® Encarta, (1998). *“Las variables son los elementos que toman diferentes valores, según sea el contexto en que se presentan y son definidas en función a la expresión del significado que los investigadores le atribuyen.”*(<http://www.monografias.com/trabajos28/sistema-inscripcion/sistema-inscripcion.shtml>)

Según Tamayo y Tamayo, (2000), *“Se encuentra estrechamente relacionada con el cuerpo teórico en el cual está constituida la hipótesis en cuestión o variable en estudio”* (<http://www.slideshare.net/evelinpj1/capitulo-ii-marco-terico>)

Según Bavaresco (2001), *“la definición conceptual esta referida al concepto sobre el cual se manejan las variables”*(PP 8)

Según Kerlinger, (2002), Afirma que se trata *“de definiciones de diccionarios o de libros especializados”*(pp)

Se puede decir que la variable conceptual es la información que sirve de base para el estudio del tema, todo esto para aclarar las hipótesis establecidas; sin dejar de mencionar que la variable conceptual es la parte fundamental de toda investigación y por consiguiente se podrá decir que variable conceptual son las definiciones de las cuales se apoya el investigador para plantear los problemas

Cuadro de variable conceptual

Objetivo Especifico	Variable	Definicion Conceptual	Fuente
Señalar en que consiste el modelo benchmarking	En que consiste el modelo benchmarking	Es la evaluacion que se realizar en empresas similares y competitivas	Bibliografia
Enumerar los beneficios de la aplicación del modelo gerencial benchmarking	Beneficios de la aplicación del modelo gerencial benchmarking	Es el Crecimiento en el mercado y competitividad con otras empresas	Bibliografia
Conocer las areas en la que se desarrolla el benchmarking	Areas en la se desarrolla el benchmarking	Es la aplicación del modelo es los distintos departamentos de una empresa	Bibliografia
Describir el proceso de aplicación del modelo gerencial benchmarking	Proceso de aplicación del modelo gerencial	Son los conocimientos que se aplican para los modelos benchmarking	Bibliografia
Determinar los diversos tipos de benchmarking que se puede aplicar	Los diversos tipos de benchmarking que se puede aplicar	Es la selección del modelo benchmarking mas adecuado para la empresa	Bibliografia

Fuentes: Autores del 2012

1.5.2 Variante Operacional

Según Reynolds, (1971) *“Una definición operacional constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales (sonidos, impresiones visuales o táctiles, etc.), que indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado” (PP. 52)*

Según Tamayo y Tamayo, (2000), *“es la especificación de las operaciones que el investigador deberá realizar a fin de obtener la información requerida”* (<http://www.slideshare.net/evelinpj1/capitulo-ii-marco-terico>)

Según Arias (2006), *“es el proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores” (p.63).*

Según Bavaresco (2001), *“la definición operacional involucra los elementos a través del cual se medirá en la empiria (dimensiones y/e indicadores)” (PP 8)*

A diferencia de la variable conceptual; la variable operacional es el conjunto de procedimientos que realiza los investigados, para volver la información obtenida a través de la variable conceptual en impresiones sensoriales (sonidos, impresiones, viales o tácticas). Es decir la manera que el investigador demuestra de manera concisa y asertiva el desarrollo del tema ejecutado.

Cuadro de variable operacional

Variable	Dimensión	Indicador	Fuentes
En que consiste el modelo benchmarking.	Administrativo Finanzas Contabilidad Economía	Mercado competitivo y comercial.	Bibliografía
Beneficios de la aplicación del modelo gerencial benchmarking.	Administrativo Finanzas Economía	Incremento de ingresos. Aprovechamiento de recursos.	Bibliografía
Áreas en la que se desarrolla el benchmarking	Administrativo Comercial Industrial	Mejoras en la realización del trabajo en departamentos.	Bibliografía
Proceso de aplicación del modelo gerencial	Administrativo	Supervisión de la gerencia	Bibliografía
El tipo de benchmarking que se puede aplicar en la empresa.	Administrativo Comercial Industrial	Tipo de empresa Actividad que realiza	Bibliografía

Fuentes: Los autores del 2012

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Esta sección del marco teórico es el presenta la información que se tomara como base para el desarrollo de las investigación, esto con el fin del que el investigar tenga de donde soportarse al momento del desarrollo del tema; esto permitirá el análisis de hechos conocidos así como el estudio o búsqueda de aspectos que no han sido tratados con relevancia.

Balestrini (1998) *“es el resultado de la selección de aquellos aspectos mas relacionados con el cuerpo teórico-epistemológico, que se asume, referidos al tema especifico elegido para su estudio. De allí que su racionalidad, estructura lógica y consistencia interna, va a permitir el análisis de los hechos conocidos, así como, orientar la búsqueda de otros datos relevantes”*

2.1 Antecedents de la investigation

Malave, Adriana y Martínez Alejandro. (2004), Teniendo como título: **“Benchmarking como estrategia de negocio aplicada a la organización.”**. Presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Administración Comercial. El trabajo de grado en la Universidad Santa María, Octubre del 2004.

Su **objetivo general** fue: *“Conceptualizar, analizar y discutir críticamente el benchmarking como estrategia de negocio básica en los sistemas organizacionales*

actuales, como alternativa valida de calidad, productividad y rentabilidad en los procesos gerenciales” (PP 13)

En donde los autores concluyen: *“El estudio del benchmarking si es hecho como un proceso constante y se institucionaliza, nos servirá como una herramienta que nos permita mejorar la efectividad organizacional; ampliar las perspectivas de la organización; crear una cultura abierta a innovaciones; crear una visión externa del negocio; el poder conocer y determinar por parte de los directores y gerentes donde su empresa se encuentra en comparación con la mejor; y crear un rápido aprendizaje de la cultura organizacional dedicado al mejoramiento continuo”.*
(PP 52, 53)

Se puede notar que el modelo gerencial benchmarking busca la efectividad en las operaciones en procesos tantos internos como externos, valiéndose de estrategias de otras empresas (competitivas) que fomentaran el desarrollo adecuado de la organización y de esta manera mejorar la rentabilidad de la empresa. Siempre que los planes estratégicos puesto en práctica sean compatibles con la organización y le permitan el adecuado desempeño tanto en el mercado como en los procesos.

Baquero, Lobsang y Navarro Martin. (2004), Teniendo como titulo:

“Marketing estratégico dirigido a la micro y pequeña empresa.”.

Presentado como requisito para optar por el titulo de Licenciado en Administración. Siendo el trabajo de grado de la universidad Santa María, Noviembre del 2004.

Su **objetivo general fue:** *“Diseñar técnicas aplicadas en el marketing estratégico dirigido a la micro y pequeña empresa” (PP 02)*

Donde los autores concluyeron: *“El plan marketing es una herramienta que permite marcar el camino a seguir para llegar a un lugar concreto. Difícilmente se podrá elaborar si no se conoce la situación actual de la empresa y a donde se quiere ir. En efecto se evidencia que el plan de marketing forma parte de la planificación estratégica de una empresa” (PP 38, 39)*

Como toda empresa con una estructura organizacional bien definida y con sus objetivos o metas planteados debe poseer un plan de marketing que no es mas que las estrategias puesta en practica por la organización para definir los pasos que se deben seguir para llegar a los objetivos con mayor facilidad, todo esto se logra a través de estrategias o un plan que permitirá a la empresa desenvolverse con eficiencia y eficacia, manteniéndose en el mercado, mejoran la reputación de dicha organización y aumentando la rentabilidad; es por ello que surgen los modelos gerenciales que permiten a una organización orientarse.

Doumolin B, Greisiyn Y y Salazar S, Milangela C. (2005), Teniendo como título: **“Modelos gerenciales del último milenio.”**. Presentado como requisito para optar por el titulo de Licenciado en Administración. Siendo el trabajo de grado de la universidad Santa María, Abril del 2005-

Su **objetivo general** fue: *“Determinar los modelos gerenciales y su importancia” (PP 06)*

Donde los autores concluyeron: *“ No existe un modelo único para gerenciar exitosamente que goce de una amplia aceptación, lo que impide pensar en una receta mágica para gerenciar la incertidumbre, que muchas veces implican la selección de alternativas a veces excluyentes o que no satisfacen plenamente a quienes toman las decisiones gerenciales” (PP 348-352)*

Los modelos gerenciales es un proceso que se lleva a cabo dentro de las organización, permitiendo lograr los objetivos de manera mas rápida, siempre q el modelo este bien ejecutado, es por ello que existen muchos modelos gerenciales pero todos tienen como finalidad la eficiencia y eficacia en los procesos, productos y servicios permitiéndole a los gerentes tomar decisiones basándose en las estrategias propuestas obtenidas a través de la comparabilidad con otras empresas.

Torres Luciano, Myraida y Ortiz Martínez, Eduardo A (2008), Titulando el trabajo: **“ El Benchmarking en las empresas internacionales de tecnología y sus productos”**. Este para la obtención del grado de maestría en administración de empresas internacional en mercadeo. Presenta el siguiente trabajo ante la universidad interamericana de puerto rico- recinto de Ponce..

Estableciendo como **objetivo general**: *“Investigar como el benchmarking afecta la diferenciación en procesos y el costos productos*

en las empresas internacionales de tecnologías. Además evaluar la importancia q ofrece esta estrategia como una herramienta de mejoramiento continuo para las empresas y de que forma ayuda al desempeño de la compañía a evaluar a su competidor” (PP 5)

Estableciendo como conclusión: “Es una estrategia de las empresas de tecnología internacional para poder mejorar sus técnicas de producción y poder competir con otras empresas de la misma industria. Los gerentes de las empresas utilizaran este estudio para la toma de decisiones importantes en la organización y para la creación de nuevas estrategias para los mercados internacionales y así lograr una mayor competitividad” (PP 63)

El benchmarking interviene en el proceso y costos de producción que se lleva a cabo dentro de las empresas, ya que dicho modelo busca el mejoramiento o beneficio tanto de la organización, como el de los beneficiarios de dicho productos (clientes). Con la finalidad de mejoras los procesos dentro de las empresas y a su vez capacitar a dichas empresas para mantenerse competitivas frente a otras empresas, buscando obtener desarrollo y crecimiento organizacional, todo esto con el fin de que la empresa se desempeñe adecuadamente.

Bermúdez Olaya, Miriam Constanza, (2007), Titulo del trabajo: “Principios de clase mundial en la manufactura en redes empresariales en la confección. Un estudio de benchmarking”. Este trabajo fue presentado para optar por el título de magíster en administración. Presento el trabajo ante la universidad nacional de Colombia- sede Manizales, facultad de ciencias y administración.

Estableciendo como **objetivo general**: *“Desarrollar un estudio de benchmarking competitivo en empresas referentes nacionales de la confección, cuya base se soporte en redes empresariales, identificando su nivel de acercamiento de acuerdo a los principios de manufactura de clase mundial y los elementos q expliquen su éxito en el mercado y establecer la comparación entre estas y otras no referentes” (PP 14)*

Estableciendo como conclusión: *“Al comparar los resultados obtenidos de las empresas no referentes con las referentes (benchmarks), se observa el largo camino por recorrer, pues para que las empresas no referentes alcancen los niveles de desempeño de clase mundial, en el exigente escenario internacional, es necesario que las cadenas productivas de confección implementes sistemas de planificación, programación, producción y control eficaces e integrados que faciliten tomar decisiones en forma rápida y segura, consolidando la integración logística interna y externa y las operaciones enfocadas al cliente” (PP 114)*

Este trabajo trata de comparar, evaluar y conocer las estrategias que se usan en diferentes empresas de confección, y los diferentes elementos aplicados para el éxito de las organizaciones, permitiendo la comparación de empresas y así obtener información de cómo aplica el modelo gerencial y cuales fueron las estrategias diseñada para dicho modelo gerencial, y de esa forma logran medir el nivel de desempeño de las empresas y tomar decisiones basándose en los resultados q se

obtuvieron, diseñando planes estratégicos que le permitan el alcance de los objetivos con eficiencia y eficacia.

Sánchez Contreras Evelyn (2005), Titulo “Diagnostico y benchmarking para la implementación de un cluster de software en la zona norte de costa rica”. Este trabajo fue presentado para optar por el grado de bachiller en administración de empresas. Presento este trabajo ante el instituto tecnológico de costa rica, sede regional san Carlos, escuela de administración de empresas.

Estableciendo como **objetivo general:** *“Realizar un diagnostico regional que permita identificar las condiciones existentes para la implementación de un cluster de software; asi como un benchmarking internacional, basándose en el caso de la india, para identificar las practicas mas exitosas y tener un modelo a seguir”(PP 6)*

Estableciendo como conclusión: *“a nivel nacional las empresas cuentan con una adecuada distribución del presupuesto, considerando no solamente los aspectos operacionales, sino también las áreas de mercado y ventas, administración e investigación y desarrollo. Se deben establecer adecuados canales de comunicación entre las empresas demandantes de productos de software y las empresas desarrolladoras. De manera que se establezcan vínculos comerciales sólidos que fomenten el crecimiento de la industria de software local. Una vez que la industria haya logrado una participación importante en la región y que tenga las bases, experiencias y características competitivas esta podría lanzarse a incursionar de lleno en otros mercados”*

La aplicación de clúster dentro de una organización le permitiría con mayor facilidad el intercambio de estrategias que aplican ciertas empresas, para que otras se comparen con dichas empresas y creen o utilicen las políticas necesarias para convertirse en empresas competitivas; que le permitan permanecer en el mercado y a su vez producir productos de calidad que beneficien a la sociedad.

Rodríguez Roselym y Velásquez Angélica (2011). Trabajo titulado: “**Análisis de la Reingeniería Financiera en las fusiones, adquisiciones y valuación de empresas**” realizado en la Universidad de Oriente Núcleo Anzoátegui (tesis de grado realizado para optar al título de Licenciado en Administración).

Objetivo General: “*Analizar la Reingeniería Financiera en las fusiones, adquisiciones y valuación de empresas*”. (p. 27)

Los autores llegaron a la conclusión de: “*La Reingeniería Financiera es la reestructuración, transformación y rediseño en el área administrativa de un negocio con el fin de lograr el conocimiento, la habilidad y la destreza necesaria para enfrentar cualquier situación posible logrando con éxito la capacidad de triunfar o decaer*”. (p. 71)

Este modelo de reingeniería está relacionado con el benchmarking ya que ambos buscan la transformación, adaptación y rediseño de estrategias, estructuras y reglas en los distintos departamentos de la organización. Todo esto con el objeto de tener la capacidad de enfrentar las diversas situaciones que se presenten

permitiéndole a la empresa alcanzar los objetivos planteados u obtener buenos resultados.

2.2 Bases teóricas

Esta sección presenta todos los conceptos más comunes o resaltantes que serán estudiados en el desarrollo del trabajo, permitiéndole al lector tener mayor conocimiento para el fácil entendimiento del tema.

Según Fidias G. arias, (1999), *“comprende un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado. Esta sección puede dividirse en función de los tópicos que integran la temática tratada o de las variables que serán analizadas” (PP 14)*

2.2.1 Modelos gerenciales

El Lcdo. Jhon Larry Rueda Gómez (2008) *“Los Modelos Gerenciales son estrategias de gestión organizacionales que se utilizan en la dirección y desarrollo del sistema y procesos de la misma. Todo modelo es una representación de una realidad que refleja, por lo que en Gerencia, como en otras ciencias, los modelos determinaran una pauta, una base de sustento que a la larga permite el desarrollo orientado de la empresa u organización en general que lo utiliza.”*
<http://larryadministracion.blogspot.com>

Según Shetino, Macario (2002) *“Los modelos gerenciales. En este la idea básica es que los dueños de las empresas no toman las decisiones, sino quienes dirigen las empresas: Ejecutivos, Gerentes, Administradores. Lo interesante es que los directivos de las empresas no tienen ningún interés particular en la ganancia, puesto que no le pertenece a ellos, si no en el tamaño de la empresa, que les rinde beneficios económicos y extraeconómicos.” (PP 120)*

Según Brunet (2003), *“El modelo gerencial define a la empresa como una entidad maximizadora pero no necesariamente de beneficio, sino de los intereses de los directivos” (PP 203)*

Los Modelos Gerenciales son estrategias de gestión organizacionales que se utilizan en la dirección y desarrollo del sistema y procesos de la misma. Todo modelo es una representación de una realidad que refleja, por lo que en Gerencia, como en otras ciencias, los modelos determinaran una pauta, una base de sustento que a la larga permite el desarrollo orientado de la empresa u organización en general que lo utiliza. No obstante, ningún modelo por sí mismo basta para direccionar la empresa, por lo que su aplicación creativa es el secreto del éxito.

2.2.2 Tipos de modelos gerenciales

- ***Planificación estratégica aplicada a la gerencia***

Alfred D Chandler, (1962), *“Es la determinación de metas y objetivos a largo plazo, la adopción de cursos de acción para alcanzar las metas y objetivos y la asignación de recursos para alcanzar las metas”* (http://www.quality-consultant.com/gerentica/aportes/aporte_001.htm)

Según Martínez (citado por Haime L, 2004) *“Es la declaración formal de la alta dirección que guía a una organización para cumplir su misión y objetivos en un medio cambiante a partir de precisar su mercado, competencia, productos y herramientas para aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas”.* (PP 63)

Según Horper y Linch, (1992) *“es establecer un sistema dinámico de anticipación en el que se destacan y agrupan los aspectos estratégicos, diferenciadores empresariales en el marco de un entorno abierto procurando desarrollar una cultura empresarial que apoye las ventajas competitivas que la empresa tiene”*(PP 25)

La planificación es la base de todo desarrollo eficiente de una empresa ya que a través de una planeación se establecen o determinan las metas y objetivos que se desean alcanzar y que para ello se necesitan de estrategias que se deben aplicarse; todo esto con el objeto de procurar el desarrollo de una cultura empresarial.

- ***Calidad total gerencial***

W. Edwards Deming y Joseph Juran(S/F), *“calidad mejorada significa disminución de costos debido a que hay mejor reelaboración, pocos errores, menos retraso y mejor uso del tiempo y material, como resultado, mejora la productividad. La calidad mejorada lleva a una mejor mayor participación en el mercado y permite que la compañía*

aumenta los precios. Esto incrementa la rentabilidad de la firma y que le permite permanecer en el negocio; por lo tanto la compañía genera mas empleo” (<http://www.monografias.com/trabajos15/calidad-total/calidad-total.shtml>)

Enrique Benjamin Franklin T (2006) *"es un método orientado a incrementar en forma consistente la calidad de los procesos, productos y servicios de una organización previendo el error y haciendo un habito la mejora constante con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes”(PP 19)*

Se basa en la mejora del producto buscando como resultando la mejor calidad, relacionada directamente con la disminución de los costos, gastos, reducción del tiempo, preveer los errores, aprovechar los materias y esto con el fin de incrementar la rentabilidad de la empresa y satisfacer a los clientes

- **Kaizen (mejoramiento continuo)**

Guillermo Villacrés Cárdenas(2009) *“Modelo administrativo que involucra las actividades de planear , hacer , revisar y Actuar en todos los procesos de la vida individual y organizacional. Implica mantenimiento, mejoramiento continuo e innovación dentro de los lineamientos de la Calidad Total.” (PP <http://www.slideshare.net/jcfdezmxmanag/gerencia-estrategica-modelos-gerenciales>)*

Según Luis R. Gomez-Mejia (2003) *“es el proceso japonés de mejora continua en el sistema productivo de la empresa a partir de muchas pequeñas mejoras incrementales en los procesos de producción” (P 359).*

Es la mejora constante y continua de todos los procesos relacionados al negocio y todos los integrantes de una organización para la obtención de mejoras en los resultados, esto sirve para mejorar la calidad de la empresa; es decir cualquier actividad dedicada a la mejora estará relacionada con el kaizen.

- **Justo a tiempo**

Guillermo Villacrés Cárdenas(2009) *“Filosofía industrial de carácter operacional cuyo sistema de producción implica la eliminación de todo lo que implique desperdicio , desde el aprovisionamiento o acopio y las compras, hasta la distribución al cliente o consumidor final .”*
(<http://www.slideshare.net/jcfdezmxmanag/gerencia-estrategica-modelos-gerenciales>)

Según Charles W.L. Hill, (1997) *“consiste en economizar en costos de mantenimiento de inventarios al hacer que los materiales lleguen a la planta de fabricación justo a tiempo para ingresar el proceso de producción y no antes” (PP 145)*

Al evaluar este modelo se llegó a concluir que busca economizar u ahorrar en el mantenimiento de un inventario por estar almacenado, de tal manera que se reciben los materiales necesarios para la producción, adquiriendo solamente el material que

se va a utilizar en la producción requerida; el cual será distribuido al cliente o consumidor final.

- **Reingeniería financiera**

Según Dr. Mauricio Letcovich (2006) “... es un proceso de re-enfoque en el pensamiento financiero, y re-diseño de las actividades y procesos tanto del área financiera, como las actividades que generan un impacto en los flujos de los fondos de la organización” (<http://www.gestiopolis.com/canales6/ger/reingefina.htm>)

Según Biasca R. (2004), “El uso de herramientas y técnicas combinadas con la tecnología existente para proveer una mezcla explosiva que produzca un cambio dramático en toda la organización y genere lo que el cliente requiera”. (PP 131)

Es el uso de herramientas, estrategias que buscan reformar actividades y procesos que influyan en la situación financiera de la entidad, esto con el objeto de tomar medidas críticas que ayuden a alcanzar los objetivos.

- **Outsourcing**

Según Nohora Ligia Heredia Viveros, (2006). Define outsourcing “Es una megatendencia que se está imponiendo en la comunidad empresarial de todo el mundo y consiste básicamente en la contratación externa de recursos anexos, mientras la organización se dedica exclusivamente a la razón de su negocio. El Outsourcing hasta hace tiempo era considerado simplemente como un medio para reducir significativamente los costos; sin embargo en los últimos años ha demostrado ser una herramienta útil para el crecimiento de las empresas” (Pág. 60)

Según los autores J.Brian Heywood y Eva Paz Urueña ,(2004).
“El Outsourcing es la transferencia de una función o funciones comerciales internas, más cualquier activo asociado, a un proveedor externo o proveedor de servicios que ofrece un servicio definido durante un período específico de tiempo a un precio acordado, si bien probablemente limitado. El Outsourcing supera la conocida y ya clásica subcontratación de actividades, puesto que, en este caso, no solo se pone en manos de u tercero un proceso o parte de la actividad empresarial sino que comparte con él los riesgos dl éxito o del fracaso del propio negocio. (Pág. 12)

Este modelo gerencial se encarga de transferir funciones que son de un empresa a otro entidad la cual desarrollara uno de los proceso o parte de la actividad de la empresa contratante, es decir se puede semejar con una subcontratación que hace una entidad a otra la cual estará realizando actividades de otra empresa pero los beneficios y desventajas que corran al desarrollar este tipo de modelo gerencial será compartido. Este tipo modelo es una herramienta útil para el desarrollo empresarial.

- **Servuccion**

Oscar Javier Salinas(2000), de una manera sencilla puede definirse la Servucción *“como el proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal (el servicio).”*
(<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%201/servuccion.htm>)

Según la universidad de la sabana (s/f) *“Es el proceso de “fabricación o manufactura” del servicio. Se utiliza los términos utilizados en el proceso de producción convencional del sector real para significar que la prestación de servicios es un proceso tan serio y formal como aquel que se cumple en la creación de un producto. Se trata entonces de la creación de uno o varios servicios. El neologismo se compone de unir dos términos: “servicio” y “producción” para obtener “producción de servicios” de donde se origina el término “Servucción”. Es un modelo creado por los franceses y adoptado por varios países mediante la aplicación de las normas de control de calidad (normas ISO).”*(http://sabanet.unisabana.edu.co/postgrados/gerencia_servicio/Ciclo_I/modelos/guia.html)

Este modelo se basa en desarrollar metodologías que permitan cubrir necesidades del mercado, con el fin de incorporar ese servicio a productos para q sean destinados a vendedores o clientes para su uso.

- **Prospectivas**

Luke Georghiou (1996), describe la prospectiva como *“un medio sistemático de evaluar los desarrollos científicos y tecnológicos que podrían tener un fuerte impacto en la competitividad industrial, la creación de riqueza y la calidad de vida”* (<http://www.degerencia.com/articulo/que-es-prospectiva>)

Según la universidad de la sabana (s/f) *Es un modelo diseñado por los franceses y en especial por Michel Godet quien en su libro “De la Anticipación a la Acción” nos presenta el marco conceptual de esta ciencia. “Se define entonces como la identificación de un futuro probable y de un futuro deseable, diferente de la fatalidad, y que depende*

únicamente del conocimiento que tenemos sobre las acciones que el hombre quiere emprender en el presente. Se basa en que el futuro es la razón de ser del presente; y que su comprensión debe entenderse como una realidad múltiple susceptible de ser modificada por del hombre. Existen dos principios que determinan el futuro; el de inercia, entendido éste como la fuerza de permanencia de un cuerpo en estado de reposo o en estado de movimiento rectilíneo o uniforme; y el principio de cambio como aquella fuerza generadora de transformación. En el ámbito de la gerencia se utiliza como complemento de la Planeación Estratégica. La Planeación Estratégica es “la instantánea” que permite trabajar el estado actual de una empresa (análisis situacional); la Prospectiva es “la foto en movimiento” (variable dinámica modificable) que actúa sobre las modificaciones que se hacen al direccionamiento estratégico de la empresa. (http://sabanet.unisabana.edu.co/postgrados/gerencia_servicio/Ciclo_I/modelos/guia.html)

Es una estrategia que se utiliza para explorar las posibles evoluciones futuras de empresas, organizaciones, sectores, grupos. Etc.. Mediante la evaluación de variables que puedan influir en la evolución así como el comportamiento de las acciones que se podrían originar de la evolución. A través de este modelo se establece una visión estratégica y se hacen proyecciones de escenarios probables, optimista y escenarios pesimistas.

- **Empoderamiento**

Yohann Jonson, es "el hecho de delegar poder y autoridad a los subordinados y de conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo." En otras

palabras, significa empoderamiento, apoderamiento o potenciación (la palabra empowerment está compuesta por en y power que significa "poder" en inglés, la cual es un antecedente del francés pouvoir).
(<http://www.monografias.com/trabajos21/empowerment/empowerment.shtml>)

Según Enrique Benjamin Franklin. F (2006) *“Proceso estratégico que busca una relación de socios entre la organización y su personal, promoviendo el aumento de la confianza, responsabilidad, autoridad y compromiso para desempeñar su trabajo en forma optima” (PP 19)*

Se basa en la confianza que los socios de la empresa le proporcionan a sus personal para que ellos desempeñen su labor de forma optima; esto dependerá del nivel de confianza, responsabilidad, autoridad y compromiso que asuman los empleados.

- **Benchmarking**

Según Webster (1993) *“una marca de agrimensor... de una posición previamente determinada... y que se usa como punto de referencia... un estándar mediante el cual se puede medir o juzgar algo”*(<http://www.monografias.com/trabajos3/bench/bench.shtml>)

Según Enrique Benjamin Franklin. F (2006) *“es un proceso sistemático y continuo de evaluación de los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como líderes en su campo, con el fin de realizar mejoras organizacionales” (PP 19)*

Spendolini M (1994) *“un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores practicas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales”*(<http://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/04/15/benchmarking-definiciones-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/>)

Según la universidad de la sabana (s/f) *“Es un proceso sistemático, estructurado, formal, analítico, organizado, continuo y a largo plazo, que sirve para evaluar, comprender, diagnosticar, medir y comparar las mejores prácticas comerciales, productos, servicios, procesos de trabajo, operaciones y funciones de aquellas organizaciones que consideramos líderes y que de alguna manera se constituyen en nuestra competencia. Tal como su nombre lo indica un “Benchmark” (señal) el cual sirve “como una marca puesta en la tierra la cual se utiliza como un punto de la referencia del nivel en el que nos encontramos y la manera como se observa el terreno en relación con su perímetro y los eventos que ocurren alrededor de él”. Luego el Benchmarking constituye una estrategia de inteligencia empresarial que sirve para compararnos con la competencia y con aquellas empresas que consideramos líderes del mercado por su demostrada excelencia en todas sus prácticas”*(http://sabanet.unisabana.edu.co/postgrados/gerencia_servicio/Ciclo_I/modelos/guia.html)

Se puede notar que, en este modelo gerencial busca las mejores practicas de la industria que conducen a un desempeño excelente, a través de un la realización o seguimiento continuo del benchmarking la adecuada aplicación permitirá la evaluación de los procesos dentro de una organización. Toda empresa debe tener un planificación eso se logra a través de estrategias y para evaluar esas estrategias se

aplican modelos gerenciales que sirvan para comparar diversas empresas del mismo ramo. Se dice que el benchmarking no es un mecanismo para determinar reducciones de recursos, ya que tiene que ser un proceso continuo y en constante actualización para recopilar las mejores practicas y desempeño externos para incorporarlos a la toma de decisión. Este tipo de modelo obliga a utilizar puntos de vistas externos que asegure la corrección de los objetivos fijados, a la vez permite la prueba constante de los procesos internos de la industria, permitiendo permanecer en el mercado como una empresa competitiva.

2.2.3 Términos Básicos

- **Gerente**

Alvarado (1990) señala que el gerente *“existe para ejecutar el objetivo o misión de la organización. A pesar de que esta misión varía según las características del contexto donde actúe existen seis responsabilidades básicas que constituyen la esencia de su acción a saber: incrementar el estado de la tecnología de la organización; perpetuar la organización; darle dirección a la organización; incrementar la productividad; satisfacer a los empleados; contribuir con la comunidad.”*
(<http://www.monografias.com/trabajos11/geren/geren.shtml>)

Henri Fayol, (1917), *“planteó que el trabajo de un gerente se puede dividir en: planear, organizar, coordinar dirigir y controlar”*

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Significado-Contemporaneo-De-La-Gerencia/2389726.html>)

Según Peter F. Drucker (1973), “el gerente es un individuo que asume la responsabilidad de los resultados finales de la empresa y contribuye a los mismos, el cargo debe implicar siempre un desafío máximo, resumir en sí mismo la responsabilidad máxima y realizar la máxima contribución” (PP 277)

Se podría decir que el gerente es la persona que se encarga de llevar el mando de las actividades de la empresa, y para ello debe planear, organizar, dirigir, controlar y a su vez tomar decisiones basándose en los resultados obtenidos, toda empresa lleva a cabo el proceso de gerencia esto con el fin de conducir a la organización a las metas planteadas.

- **Evaluar**

Según el Diccionario Manual de la Lengua Española Vox., (2007), evaluar es “*Analizar una cosa para determinar su valor, importancia o trascendencia*” (<http://es.thefreedictionary.com/evaluar>)

Según Verónica Sargiotti, (2010) *Evaluar “es una actividad destinada a recaudar información, analizarla y obtener conclusiones que nos permitan tomar decisiones sobre aquello que se evaluó, o sobre quienes fueron evaluados.”* (<http://www.maestropsicologo.com/que-significa-evaluar/>)

La evaluación es analizar diferentes procesos a través de la recopilación de información adquirida y tomar conclusiones basándose en lo evaluado. El modelo benchmarking para ser aplicado debe evaluar las diferentes áreas, actividades o procesos que lleva a cabo la organización, esto con el fin de encontrar las debilidades que no permites el logro eficiente y eficaz de las operación para así tener resultados favorables.

- **Eficiencia**

Para Reinaldo O. Da Silva,(S/F) la *eficiencia* significa "operar de modo que los recursos sean utilizados de forma más adecuada" (<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html>)

Según Idalberto Chiavenato, (S/F) *eficiencia* "significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados" (<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html>)

Según Stephen Robbins & David Decenzo (2002), "significa hacer una tarea correctamente y se refiere a la relación que existe entre los insumos y los productos, busca reducir al mínimo los costos de los recursos" (PP 5)

Según lo mencionado con anterioridad la eficiencia busca la adecuada operación u utilización de los recursos, es decir busca grandes resultados pero con una mínima

inversión. Esto con el fin de que la empresa se beneficie de la adecuada administración y planificación de los recursos.

- **Eficacia**

Para Reinaldo O. Da Silva, la *eficacia* "está relacionada con el logro de los objetivos resultados propuestos, es decir con la realización de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas. La *eficacia* es la medida en que alcanzamos el objetivo o resultado" (<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficacia.html>)

Según el Diccionario de la Real Academia Española nos brinda el siguiente significado de *Eficacia*: "Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera" (<http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficacia.html>)

Según Stephen Robbins & David Decenzo (2002), "consiste en concluir actividades, hacer la tarea correcta y alcanzar las metas" (PP 5)

Basándose en los conceptos presentados se puede decir que la eficacia se mide a través del logro de los objetivos; es decir las actividades de trabajo con la que la organización alcanza los objetivos.

- **Estrategias**

Según Samuel C. Certo (1995), *“la estrategia son pautas o plan que integran los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente” (PP 30)*

K. J. Halten: (1987) *“ Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte (maña) de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica.*
(<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>)

Según Claudia Moreno, (2003), *“La estrategia es un modelo coherente, unificador e integrador de decisiones que determina y revela el propósito de la organización en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción, y prioridades en la asignación de recursos.”*

(<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estrategia.htm>)

La estrategia no es mas que el proceso que se aplica dentro de una empresa y va dirigido a el cumplimiento de los objetivos. Se puede decir que es la via que se aplica para el logro de los objetivos; pero para llevar a cabo un estrategia debe existir planes.

- **Evaluación del Desempeño**

Según Chiavenato (2000) La evaluación del desempeño *“es una apreciación sistemática del desempeño de cada persona en el cargo o del potencial de desarrollo futuro.”*

<http://www.mitecnologico.com/Main/EvaluacionDelDesempe%FIoDefinicion>

Según Gibson (1.997) La evaluación del *desempeño “es un proceso sistemático mediante el cual se evalúa el desempeño del empleado y su potencial de desarrollo de cara al futuro.”*

<http://www.mitecnologico.com/Main/EvaluacionDelDesempe%FIoDefinicion>

Según Gary Dessler (2001), *“Seria calificar a un empleado comparando su actitud presente o pasada, con las normas establecidas para su desempeño, así pues, el proceso de evaluación implica: 1) establecer las normas del trabajo, 2) evaluar el desempeño real del empleado con relación a dichas normas y 3) volver a presentar la información al empleado, con el propósito de motivarle para que elimine las deficiencias de su desempeño o para que siga desempeñándose por arriba de la medida” (PP 321)*

A través de las diferentes estrategias se podrá evaluar el desempeño e la organización, así como el de los empleados, esto con el fin de tener una idea del rendimiento que podrá tener la empresa y hasta donde podrá desarrollarse.

- **Empresas Competitivas**

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox, (2007), *“Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de la producción y dedicada a actividades fabriles, mercantiles o de prestación de servicios”*
(<http://es.thefreedictionary.com/empresa>)

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la *empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad"*
(<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>)

La empresa es una entidad que se dedica a la producción, prestación de servicio u actividades fabriles, con el fin de satisfacer las necesidades de la población. Y para ello debe evaluar el ambiente, buscando así que a través de la aplicación de estrategia se logre satisfacer las necesidades de los individuos de manera eficiente y eficaz.

- **Producto**

Según Stanton, Etzel y Walker (2004), *"un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"*(PP 248).

Según Jerome McCarthy y William Perrault (1998), *"es la oferta con que una compañía satisface una necesidad"*(PP 271)

El producto es resultado que se obtiene de la combinación de un conjunto de atributos mediante un proceso de elaboración, el cual esta destinado a satisfacer alguna necesidad del publico en general.

- **Servicio**

Según Stanton, Etzel y Walker (2004), definen los *servicios* *"como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades"*. (PP 333)

Según Kotler, Bloom y Hayes (2004), definen un servicio de la siguiente manera: *"Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico"*. (PP 9).

Tomando en cuenta las definiciones anteriores un servicio es cualquier actividad o producto intangible que se consiste en la aplicación de esfuerzos el cual es ofrecido a los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y percibir algún beneficio con ello.

- **Marketing**

Según Stanton, Etzel y Walker (2004), *El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización"* (PP 07)

Según Philip Kotler, (S/F) *"el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"* (PP 07)

El marketing es un sistema total de actividades que engloba tanto los los procesos de una empresa como las necesidades de productos y servicios por satisfacer de los clientes o consumidores las cuales se conectan entre si y conlleva a la realización de las mismas.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

En todo trabajo de investigación es necesario conocer como se realizara el estudio para lograr los objetivos planteados, este capítulo trata de dar a conocer los modelos, tipos y diseños de investigación que se han utilizado para la resolución del problema planteado, enfocando la estrategia adoptada por el investigador y el grado de profundidad con el cual se pretende indagar en la realización de dicho trabajo.

3.1 Modelo de la investigación:

El modelo de investigación aplicado en el desarrollo de este trabajo fue el cualitativo.

Según Ruiz citado en Tamayo (1.998). El modelo de investigación cualitativo “*Pretende describir e interpretar mas que medir y predecir; persigue conocer como se produce los procesos en su entrono natural y como se constituye tales procesos a través de las interpretaciones que hacen de sus actividades los protagonistas*”. (PP 21)

Según Ortiz U. (2004). *Investigación cualitativa “ Es el tipo de investigación que tiene como base la interpretación, comprensión y entendimiento.”*(PP 92)

La investigación tiene como modelo la investigación cualitativa, ya que la investigación busca la interpretación, análisis y entendimiento de la información

recopilada en la elaboración de trabajo; este tipo de investigación no busca medir la información sino entenderla.

3.2 Tipo y Diseño de la investigación:

Atendiendo a las bases utilizadas para la realización de este trabajo la modalidad de investigación adoptada fue el Documental descriptivo.

Según zorrilla, (1993), la investigación documental: *“Es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.)”*. (p 43)

Según El Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales, (Upel, 2006), la define como: *“el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos”*, (p.15).

De acuerdo a la universidad santa maria (2001), *“La investigación documental se ocupa del estudio de problemas planteados a nivel teórico”* (p.41)

Atendiendo a los tipos de estudio de la investigación se dice que es documental, ya que la información ha sido obtenida a través de libros, revistas, Internet, trabajos realizados con anterioridad.

Es importante destacar que la investigación documental es estudio de los problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y, en general, en el pensamiento del autor.

Según Hernández, et al., (2003), define la investigación Descriptiva: *“Como el tipo de investigación que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”, (PP.119).*

Según Sabino (1992): *“La preocupación primordial de la investigación descriptiva radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza. (PP 58).*

Las investigaciones descriptivas se fundamenta en la recopilación de información enfocada en los rasgos y características mas resaltantes del tema que se quiere indagar, destacando así los elementos que se consideren mas relevantes para el análisis y comprensión de la investigación.

3.3 Recopilación de información

Basándose en el modelo de investigación aplicado en el trabajo y definido el diseño de la investigación se pone en práctica la recolección de datos que permitirán obtener datos de la realidad.

Según Grajales (2000), *“La recolección de la información depende en gran medida del tipo de investigación y el problema que se estudia. Esta fase del trabajo incluye: seleccionar un instrumento de medición válido y confiable, aplicar el instrumento y codificar las mediciones o datos”.*

Durante el desarrollo de la investigación el proceso de recolección de datos es fundamental ya que a través de este es que se obtendrá la información necesaria que se utilizara en todo el desarrollo de la investigación para la consecución de la solución del problema planteado.

Un instrumento de recolección de datos es, cualquier recurso del que se vale el investigador para acercarse a el fenómeno y obtener resultados.

El esquema a seguir en esta investigación, se basa en la formulación de un problema, planteando los objetivos de dicho problema y luego para responder las interrogantes q se plantearon que tienen similitud con los objetivos, se realizan técnicas o instrumentos de recolección de información que permitirá enfocar dicho trabajo a la solución, entendimiento, aprendizaje del tema. Es por ello que la información recopilada esta sustentada por fuentes primarias que son aquella a portan información original entre el autor y el lector; también intervienen las fuentes secundarias tales como, el Internet y direcciones Web, por ser el Internet la tecnología novedosa en estos momentos se recopilo mayor información por Internet, así como la obtención de información de trabajos de grados. Todo este proceso se lleva a cabo con la finalidad de obtener resultados, información que nos permita hacer análisis del tema y las posibles soluciones.

CAPITULO IV

ANALISIS DE LAS INTERROGANTES

4.1. En que consiste el benchmarking

Según Charles Hill (1996), *“Consiste en medir una empresa en relación a los productos, desempeños y servicios de alguno de los competidores globales mas eficientes”* (PP 126)

Según Evelyn Sánchez Contreras (2005), *“Es una herramienta sistemática y continua de los productos servicios y procedimientos de trabajo mediante la identificación de los representación de las mejores practicas (las mas exitosas) con el propósito de mantener un mejoramiento organización”*
(<http://www.slideshare.net/iorifoar/diagnostico-y-benchmarking-para-la-implementacin-de-un-cluster-de-software-de-la-zona-norte-de-costa-rica>)

Según Miguel Angel Aguirre (2001), *“Benchmarking no consiste solo en compararnos con nuestros competidores sino con los mejores, sean o no competencia. Se Suele hacer entre organizaciones que así lo acuerdes.; esto ayuda a ver exactamente en donde nos encontramos respecto a los mejores”*.(<http://www.sht.com.ar/archivo/marketing/benchmarking.htm>)

Según Robert C. Camp, (S/F), “es la búsqueda de las mejores practicas de la industria que conducen a un desempeño excelente”
(<http://www.sht.com.ar/archivo/marketing/benchmarking.htm>)

Este modelo gerencial no solo consiste en compararnos, sino que muestra en donde estamos y como se encuentra la organización. Dependiendo del benchmarking que se aplica cada uno se enfoca en ciertos aspectos, que pueden ser cuando se formula un juicio competitivo que nos permita descubrir la posición en la que se encuentra el proceso o función que comparamos, esto a través de la medición; esta el que se aprende de lo que los otros hacen para luego iniciar una mejora, pero todo se da con el objeto de desarrollar estrategias para conocer, comparar, compartir y aprender a partir de un conjunto de referentes, basándonos en un patrón que nos permitirá rediseñar o reformular estrategias que nos permita alcanzar las metas con eficiencia y eficacia.

4.2 Beneficios del modelo gerencial benchmarking

Según Malave Adriana & Martinez Alejandro, (2004) beneficios al aplicar el modelo gerencial benchmarking :

1. *“Proceso continuo de mejoras, ya que permite conocer información importante para la organización, motivación, innovación y concentración de los procesos interactivos.*
2. *Permite en un corto espacio de tiempo establecer objetivos alcanzables y concretos.*
3. *Se promueve el trabajo en equipo, lo que hace más llevadera la implantación de las medidas adoptar y mejorar al rendimiento del equipo de trabajo.*

4. *Permite conocer la posición relativa frente a empresas del propio sector o de otros, evitando el estancamiento y ofreciendo diferentes alternativas.*
5. *Lograr un mayor entendimiento acerca de las necesidades de nuestros consumidores (usuarios / clientes) y sus expectativas frente al servicio.*
6. *Maximizar nuestros objetivos y niveles de desempeño acorde con estas expectativas.”*
7. *Lograr una mayor conciencia sobre la dinámica de los cambios que afectan las organizaciones del sector y de otros sectores, así como sobre la capacidad de adaptación de nuestra organización a los mismos.*
8. *Alcanzar un mayor conocimiento y comprensión sobre los competidores y la dinámica de la industria en nuestro sector.*
9. *Obtener un mayor conocimiento sobre la posición de nuestra organización frente a las mejores de su clase.” (PP 42)*

Según Luis Miguel Manene, (2011) Beneficios de aplicación del Benchmarking:

1. *“Permite el cambio de paradigmas: frente al clásico no se puede, nada mejor que exponer como otros si pueden.*
2. *Introduce a la empresa en la cultura del cambio y del aprendizaje continuo: las empresas adoptan una predisposición natural al cambio, a la evolución a aprender cosas nuevas.*
3. *Nos ubica frente a la competencia. Nos permite saber dónde estoy en relación la competencia, con el mercado.*
4. *Fomenta las posibilidades de ir de la competencia a la cooperación.*
5. *Es un método simple y económico de mejorar nuestra gestión.”*

[\(http://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/04/15/benchmarkingdefinicions-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/\)](http://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/04/15/benchmarkingdefinicions-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/)

Según Robert. J. Boxwell, (1993) el benchmarking esta siendo aplicados por tres razones básicas:

1. *“Es un medio muy eficiente para introducir mejoras. Los directivos pueden eliminar el viejo proceso de aprender por tanteo, que a veces produce la reinención de la rueda. Los directivos pueden utilizar procesos cuya efectividad ya han probado otros y pueden concentrar su pensamiento original a partir de cero para idear medios de mejorar estos procesos o adaptarlos a los procesos y cultura ya existentes en su propia organización.*
2. *Ayuda a la organización a introducir sus mejoras mas rápidamente. El tiempo se ha convertido hoy en un factor tan importante en la competencia que los directivos de muchas industrias se ven forzados a encontrar medios para hacer las cosas mejor y mas rápidamente. Una capacidad de benchmarking madura dentro de una organización le permite hacer las cosas mejor y mas rápidamente al poder emplear mas aprisa los procesos de benchmarking.*
3. *Tiene en si el potencial de elevar significativamente las prestaciones colectivas de las empresas norteamericanas. Imagine que los servicios de mantenimiento y postventa de cada empresa son tan bueno como las de Xerox. Imagine que los procesos de comprar de cada empresa son tan buenos como los de cummins Enghien, o que el almacenaje o distribución de cada empresa es tan bueno como el de L.L.Bean.” (PP 17)*

Al aplicar este modelo gerencial se busca mantener a la empresa en una mejora continua de las operaciones u actividades que le permiten el desarrollo y crecimiento empresarial necesario para mantenerse en el mercado de manera competitiva, esto a través de evaluaciones que le permitirán establecer objetivos alcanzables y concretos; pero para lograr dichos objetivos se debe promover el trabajo en equipo y la utilización de tecnología necesaria que le permite a la empresa conocer su posición frente a otras entidades y a su vez conocer mas de cerca las de necesidades de los clientes y consumidores.

4.3 Áreas de aplicación de benchmarking

Según Gustavo Morales, (S/F) “Existen tres niveles de especificidad de los Factores Críticos de Eficiencia:

- Nivel 1.- Define una área amplia o tema para la investigación, que puede comprender desde un departamento hasta una función organizacional. El tema suele ser demasiado amplio para acordar cualquier tipo de medida. Ejemplo : facturación, compras, procedimientos de acciones correctivas, niveles de satisfacción al cliente, marketing, promociones.
- Nivel 2.- Define un área mucho más específica de investigación con respecto al nivel 1, se define con frecuencia por medio de algún tipo de medidas agregadas, por ejemplo el número de quejas de los clientes, el número de promociones por periodo de tiempo, los niveles promedio de salario, el número global de errores de facturación.
- Nivel 3.- Es el más específico, ya que particularmente por algún tipo de medida o descripción de procesos específico permitan a su socio del benchmarking producir información comparable a la de usted.” (<http://www.monografias.com/trabajos3/bench/bench.shtml>)

Según Spendolini & Carlos Fernando Villa, (2005), “Existen 5 áreas claves que pueden ser sometidas al proceso de Benchmarking:

- 1) Productos y Servicios: Productos terminados. Características del producto o servicio ; tamaño , forma, plazo de entrega , canal de distribución , sistema de orientación al cliente , servicio post venta, innovaciones, etc.
- 2) Procesos de Trabajo: Si los productos y servicios definen el qué del Benchmarking, los procesos de trabajo definen el cómo , es decir , cómo se producen los productos o servicios y/o como reciben apoyo. Los procesos de trabajo con frecuencia se someten a Benchmarking en un esfuerzo por establecer una comprensión de los procesos de diseño , las prácticas de Investigación y Desarrollo , los procesos de producción , el

diseño del sitio de trabajo , los equipos usados en la producción y en la prueba del producto , los métodos de trabajo , la aplicación de tecnologías específicas , la distribución , etc.

- 3) *Funciones de Apoyo: Comprenden procesos y procedimientos de Benchmarking que no están directamente relacionados con la producción real de productos o servicios que se les ofrecen a los consumidores externos. Estas funciones a menudo comprenden las actividades de áreas como: personas, finanzas, marketing , servicios y producción. En este caso , las áreas de investigación suelen comprender las actividades que apoyan a los colaboradores (clientes internos). Un ejemplo de este tipo de Benchmarking es el análisis de los sistemas de remuneración de los colaboradores; esto puede comprender escalas de pago, diversidad en la elección de remuneración, el proceso de ajustar las escalas de remuneración , etc.*
- 4) *Desempeño Organizacional: Comprende aquellos resultados que definen el éxito en las utilidades de una organización ; costos (gastos) e ingresos (entradas). Además , los indicadores específicos del desempeño aplicables al proceso de producción pueden ser el tema de las investigaciones de Benchmarking, por ejemplo, porcentajes de depreciación, costo de capital , rendimiento, rotación de activos, etc.*
- 5) *Estrategia: Algunas organizaciones hacen Benchmarking en las estrategias corporativas o funcionales para entender cómo ciertas compañías obtienen ventajas competitivas. La idea de Benchmarking de estrategias se extiende mucho más allá del análisis de la competencia y se enfoca en las estrategias de casi cualquier organización que se haya ganado una reputación de excelencia. Actualmente el enfoque del Benchmarking estratégico suele estar sobre un área funcional particular y no sobre la estrategia general de la industria o corporación. Por ejemplo, una organización que esté interesada en mejorar su estrategia de servicio al cliente puede hacer Benchmarking en empresas que se hayan ganado una sólida reputación por sus estrategias eficientes de servicio al cliente.” (PP 43-47)*

El benchmarking puede ser aplicada a las distintas áreas que existan en un organización, ya que esta se adapta a procesos, servicios, estrategias, departamentos y desempeño organizacional, etc; es por ello que el benchmarking busca la eficiencia en

una organización ya que su aporte o beneficio va dirigido a la mejora de la organización en toda su estructura organizacional. Es decir, esta va orientada a mejorar las actividades que se desarrollan en los distintos departamentos de la empresa a los cuales se les considere necesario la aplicación de este modelo.

4.4 Aplicación de benchmarking

Según Jhon Deere, (S/F) *“La aplicaion del benchmarking esta distribuida en 4 etapas:*

1.- Planear : Es imposible empezar sin ello, identificar el proceso a mejorar, analizar el proceso como se encuentra actualmente, establecer los objetivos, todo documentado. Seleccionar el equipo de benchmarking, que este ligado al proceso, que otra cosa esta llevando a cabo la otra división, tener en mente que los equipos de benchmarking no son permanentes.

2.- Colección : Seleccionar a los socios e invitarlos a participar y explicarles lo que queremos llevar a cabo, es necesario ser sincero, honesto, abierto, y que todos los socios ganen.

3.- Analizar : Después de cosechar todos los datos de socios hay que establecer lo que los socios tienen, y después lo que se tiene en la empresa, discutiendo y haciendo las recomendaciones del cambio. Es necesario brindar atención a la cultura de la empresa, a sus valores y a la estructura.

4.- Implementación : Si se investigó hay que implementar los resultados tanto tú como todos los socios, seleccionar las recomendaciones, implementando los cambios requeridos, estableciendo objetivos reales.”
(<http://www.monografias.com/trabajos3/bench/bench.shtml>)

Según Malave Adriana & Martinez Alejandro,(2004) la aplicación del benchmarking se iniciara con:

1. *“Obtener el pleno respaldo de la alta gerencia.*
2. *Seleccionar el equipo de trabajo correcto y el tipo y método de benchmarking más adecuado al objetivo de mejoramiento.*
3. *Ser realistas en la formulación del objetivo de búsqueda y sus potenciales resultados.*
4. *Seleccionar el proceso de Benchmarking más ligado a los objetivos estratégicos de la organización y a sus procesos centrales o clave.*
5. *Desarrollar una amplia búsqueda de información dentro y fuera del sector.*
6. *Comunicar durante el proceso los distintos avances obtenidos.*
7. *Seleccionar adecuadamente los “partners” o compañías objeto de comparación dentro y fuera del sector.*
8. *Generar incentivos a las instituciones objeto de análisis (reconocimiento, publicaciones, menciones especiales, premios).*
9. *Focalizarse en las mejores prácticas, no solamente en la comparación de datos.*
10. *Incluir en el equipo de benchmarking tanto a defensores como escépticos del proceso.*
11. *Desarrollar un código de conducta que asegure el uso transparente y objetivo de la información.” (PP 21-22)*

Según Robert .J. Boxwell, (1993), proceso de benchmarking que se puede aplicar a casi todas las empresas, cualquiera que sea su situación:

1. *“Determinar que actividades importantes de su organización son aquellas cuya mejora permitiría al negocio ganar mas mediante el benchmarking.*
2. *Determinar los factores claves o pilotos de estas actividades orientadas al valor.*
3. *Identifique a la empresa con practicas mas avanzadas en estas actividades orientadas al valor. Estas practicas avanzadas puede encontrarse en los competidores o en empresas de sectores distintos-cualquier empresa que realice extremadamente bien las actividades de valor. Las empresas con practicas mas avanzadas son las que*

realizan actividades mas orientadas al valor, al costo mas bajo o al grado de valor mas elevado para los clientes, lo que sea apropiado en las circunstancias.

4. *Mida las practicas mas avanzadas en términos que le permitan, no solo cuantificar las prestaciones, sino también comprender por que y como consigue tales resultados.*
5. *Mida su propia prestación y compárela con la mejor. Probablemente habrá medido su propia prestación antes de medir la de otras empresas que esta estudiando. Pero puede encontrarse con que necesita medir la actuación propia otra vez porque los mejores miden sus propias prestaciones utilizando diferentes medidas.*
6. *Desarrolle planes para igualar y superar las practicas mas avanzadas o para consolidar su liderazgo, según el caso.*
7. *Obtenga el compromiso de todos los niveles de la organización que están involucrados en el plan, lo que resulta mas fácil con las pruebas suministradas con un estudio serio del benchmarking.*
8. *Ponga en practica el plan y supervise los resultados”(PP 19)*

Según Spendolini & Carlos Fernando Villa, (2005), “la aplicación del benchmarking se lleva a cabo atravez de 5 etapas:

1.- Determinar a qué se le va a hacer benchmarking.-

- *Definir quienes son los clientes para la información del benchmarking.*
- *Determinar las necesidades de información de benchmarking de los clientes.*
- *Identificación de factores críticos de éxito.*
- *Diagnóstico del proceso de benchmarking.*

2.- Formación de un equipo de benchmarking.

- *Consideración de benchmarking como actividad de equipo.*
- *Tipos de equipos de benchmarking.*
 - *Grupos funcionales de trabajo.*
 - *Equipos interfuncionales, interdepartamentales y equipos interorganizacionales.*
 - *Equipos ad hoc.*
- *Quienes son los involucrados en el proceso de benchmarking.*
 - *Especialistas internos.*
 - *Especialistas externos.*

- *Empleados.*
- *Definir funciones y responsabilidades del equipo de benchmarking.*
- *Definición de habilidades y atributos de un practicante eficiente de benchmarking.*
- *Capacitación.*
- *Calendarización.*
- 3.- *Identificación de socios del benchmarking.*
 - *Establecimiento de [red](#) de información propia.*
 - *Identificar recursos de información.*
 - *Buscar las mejores prácticas.*
 - *Redes de Benchmarking.*
 - *Otras fuentes de información.*
- 4.- *Recopilar y analizar la información de benchmarking.*
 - *Conocerse.*
 - *Recopilar la información.*
 - *Organizar información.*
 - *Análisis de la información.*
- 5.- *Actuar.*
 - *Producir un [informe](#) de benchmarking.*
 - *Presentación de resultados a los clientes de benchmarking.*
 - *Identificar posibles mejoras de productos y procesos.*
 - *Visión del [proyecto](#) en su totalidad.” (PP 58)*

Se puede decir que las empresas hacen benchmarking cuando se deciden a mejorar el proceso del negocio comparando dichos procesos con lo de otras empresas y las técnicas de mejoramiento de otras organizaciones que puedan ser beneficiosas. Estas técnicas o procesos pueden ser adaptadas a la empresa para su mejor funcionamiento, (decisión de aplicar modelos gerenciales para mejoras los procesos, productos y servicios que se consideren necesarios); para ello se plantean estrategias que ayuden o faciliten a la organización al logro de los objetivos planteándose, tomando en cuenta la realidad de la situación y los objetivos que puedan ser planteados (implementar plan estratégico) y por ultimo se evalúa todo lo puesto en practica dentro de la organización para luego tomar las decisiones correspondiente

que lleve a la empresa al logro de sus metas con eficiencia y eficacia, permitiéndole ubicarse dentro de las empresas competitivas de mercado.

Las aplicaciones del benchmarking son infinitas, sin embargo el importe de los recursos dependerán de las empresas y sus necesidades; muchas organización establecen muchas pautas para determinar que función, actividades o procesos se estudiaran como parte de los programas del benchmarking

4.5 Tipos de benchmarking

Según Miguel Angel Aguirre (2001), Existen diferentes categorías a la hora de hablar de Benchmarking:

1. Interno *“entendemos por benchmarking interno a las operaciones de comparación que podemos efectuar dentro de una misma empresa, filiales o delegaciones. Esto, en general, es aplicable a grandes compañías, donde lo que se busca es ver que procesos dentro de la misma empresa son mas eficientes y eficaces. Podemos así establecer patrones de comparación con departamentos o secciones, tomándolos como Standard para iniciar procesos de mejora continua”*
2. Externo: *Se subdivide en dos categorías; el competitivo y el genérico.*

2.1 Competitivo: “este suele ser el mas conocido por las empresas. En general consiste en efectuar pruebas de comparabilidad así como investigaciones que nos permiten conocer todas las ventajas y desventajas de nuestros competidores mas directos este trata de evaluar los productos, servicios y procesos de la organización con actividades similares que ha identificado como las mas exitosas de la competencia”

2.2 Genérico: “existen funciones y procesos que pueden ser identificados en empresas de sectores y actividades diferentes. Así, departamentos de contabilidad, facturación, control de stocks, logística, etc., de otras empresas,

pueden mostrar similitudes con nuestra compañía, así que también puede parecer lógica la comparación de las mejores practicas de estas empresas y la adecuación a nuevos sistemas o procesos de mejora”

3. Funcional: *“identifica la practica mas exitosa de otra empresa, sea o no competidora, pero que se considera líder en un área específica de interés. En muchos casos se puede utilizar información compartida entre empresas de diferentes sectores.” (PP 40-41).*

Según Marquen, (2003), Existen varios tipos de benchmarking:

- 1) *“Interno: Consiste en evaluar una operación interna con otras operación, también internas de la empresa. Es la mas fácil de abordar, la mas utilizada y la mas económica. La ventaja principal de este tipo es que la información puede ser amplia, ya que no existe problemas de confidencialidad.*
- 2) *Funcional: Se toma como patrón de referencia a organizaciones que aun estando en el mismo sector no son competencias directas. Una d las principales ventajas de este tipo es que al no ser competidores directo la información que puede compartirse será mas amplia y provechosa.*
- 3) *Competitivo: Se comparar procesos de organizaciones competidoras en un mismo sector. En este, la competencia directa es uno de los socios mas útiles para aplicar los procesos de mercadeo, pero al mismo tiempo puede ser muy difícil.*
- 4) *Genérico: Este es orientado a procesos de negocios similares entre empresas pertenecientes a sectores diferentes.*
- 5) *Estratégico: Se detectan los factores claves para poder competir” (PP 23-24)*

Según Malave Adriana & Martinez Alejandro, (2004): El Benchmarking de las mejores prácticas puede dividirse en tres categorías diferentes:

- 1) *“Benchmarking Interno: Este tipo de benchmarking se produce cuando la compañía busca las mejores prácticas dentro de sus límites. Identifica los estándares de desarrollo interno de una*

organización. Estimula las comunicaciones internas y la solución conjunta de problemas.”

- 2) **Benchmarking Competitivo** *“Comprende la identificación de productos, servicios y procesos de trabajo de los competidores directos de su organización. Es de utilidad cuando se busca posicionar los productos de la organización en el mercado. Posiblemente sea el más complicado, ya que los competidores reservan sus ventajas competitivas para sí mismos. Es más común que participen en estudios de análisis competitivos, donde el apoyo de un nivel superior de rendimiento respalda sus esfuerzos de marketing.*
- 3) **Benchmarking Genérico:** *Comprende la identificación de productos, servicios y procesos de trabajo de organizaciones que podrían ser o no ser competidoras directas de su organización. Permite descubrir prácticas alternativas que aparecen en otros sectores y aplicables a nuestro caso.*
- 4) **Benchmarking Funcional:** *No es necesario concentrarse únicamente en los competidores directos de productos. Existe una gran posibilidad de identificar competidores funcionales o líderes de la industria para utilizarlos en el benchmarking incluso si se encuentran en industrias disímiles. Este tipo de benchmarking ha demostrado ser productivo, ya que fomenta el interés por la investigación y los datos compartidos, debido a que no existe el problema de la confidencialidad de la información entre las empresas disímiles sino que también existe un interés natural para comprender las prácticas en otro lugar. Por otra parte en este tipo de investigación se supera el síndrome del "no fue inventado aquí" que se encuentra frecuentemente cuando se realiza un benchmarking con la misma industria. (PP 25-28)*

Sin tomar en cuenta las diferentes clasificaciones mencionadas, se puede decir que todas buscan la mejora, el logro eficiente y eficaz de las operaciones de la empresa para si misma y para la sociedad. Y para propiciar estas mejoras debe establecer el tipo de benchmarking que se debe aplicar; esto dependerá del área o actividad que desea mejorar. Cada tipo de benchmarking se enmarca en un nivel diferente de la empresa y lo que quiere obtener la organización al aplicar dicho modelo gerencial.

CAPITULO V

CONCLUSION Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El beneficio que trae la aplicación del modelo gerencial es el desarrollo organizacional así como el crecimiento de las empresas en el marco económico, y este crecimiento beneficia a el país, ya que incentiva el crecimiento industrial en el país, origina empleo,etc.

- La aplicación se puede dar en todos las áreas de una organización, solo se necesita evaluar y saber que área necesita la aplicación del modelo gerencial. A su vez se debe conocer que el benchmarking debe ser aplicado de forma rigurosa para que los resultados sean los esperados, y así no se le hace perder el tiempo a las empresas. La aplicación de dicho modelo busca la competitividad global y se esa manera hace avanzar al sector en general.

- Este nuevo concepto de reingeniería parte del benchmarking financiero, de forma tal que a partir de la comparación con las mejores prácticas financieras de empresas del mismo ramo de actividad o de otras, se procede a cuestionar los fundamentos básicos del accionar, tanto en su forma de análisis, como en su relación con las otras áreas y procesos de la empresa, como así también en la manera que se adoptan las decisiones.

La implementación del modelo gerencial benchmarking dentro de una empresa puede ayudar a mejorar significativamente la realización de sus procesos e incrementar su productividad logrando que se tenga un mejor aprovechamientos de los recursos y por consiguiente obtener mayor rentabilidad haciendo que la empresa

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda la aplicación del benchmarking, ya que este puede ayudar a mejorar la competitividad de la organización solo si se hace correcto, esto se logra aplicando estrategias que ayuden a las empresas a desarrollar sus actividades de forma eficiente y eficaz, trayendo como resultado beneficios para la organización y la sociedad y así lograr los objetivos y metas planteadas. El objetivo de este modelo es bucear en un enorme fondo de conocimientos de la colectividad y otras empresas, permitiendo que lo conocimientos adquiridos sean aplicados en empresas para mejorar sus procesos y la organización.

- En el momento en que la organización decide implementar el modelo gerencial debe tener a la mano información de la empresa que le permita identificar por donde comenzara el estudio o evaluación, así como la autorización de los gerentes, apoyo por parte de los empleados, ganas de aplicar estrategias que beneficien a todos dentro de la organización y a la sociedad. Y fundamentalmente debe tener claro la empresa anfitriona con la que desea compararse, de esta manera se comenzara a indagar las estrategias que son aplicadas en la empresa anfitriona las cuales tomaremos para aplicarlas en la organización con las modificación correspondientes para que se adopten a la empresa. Luego se deberá hacer seguimiento a las estrategias que se están aplicando en la organización para ver los resultados obtenidos.

- Se pudo observar que el modelo benchmarking puede ser usado como base de otro modelo que permita la comparación de diferentes entidades, buscando como resultado eficiencia y eficacia a través de procesos o estrategias de otras empresas. La adecuada adaptación del benchmarking con otros modelos gerenciales permite analizar procesos, tomar acciones y aplicar estrategias.

- Se recomienda la aplicación del modelo benchmarking dentro de una empresa, ya que tiene como objetivo la ayudar al desarrollo del proceso productivo, procesos, actividades; permitiendo utilizar los recursos de manera eficiente y de esa manera obtendrán beneficios para la entidad y la sociedad.

- El benchmarking se convirtió en una herramienta comúnmente utilizada, y se ha ido implementando en diferentes ámbitos; esto debido a las grandes ventajas que proporciona su aplicación. Entre una de ellas, es ubicar a las empresas al mercado de manera competitiva, que sean resistentes a los cambios del mercado y que le permita a los gerentes aplicar estrategias adecuados que los lleve al logro de los objetivos planteados. Se recomienda su utilización porque facilita la toma de decisiones en una organización y proporciona muchas ventajas para la entidad así como para la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

Aguirre, Miguel Á (2001). **“Benchmarking: acercamiento al concepto”**
(<http://www.sht.com.ar/archivo/marketing/benchmarking.htm>)

Baquero Lobsang y Navarro Marlin (2004), **“Marketing estratégico dirigido a la micro y mediana empresa”**. Trabajo Especial de Grado presentado como requisito para optar al título de Lic.: en Administración. Universidad Santa Maria - Núcleo Oriente.

Boxwell, Robert. J (1993) **“Benchmarking para competir con ventaja”**. Editorial Mcgraw-hill.

Carrasaco Lilibeth y Flame Gledysmar (2010) “ **Analisis de los Metodos de Gerencia Financiera en la Operación, Estructura de Capital y la Política de Dividendos mas Adecuada para la Sana Evoucion de la Empresa.**” Trabajo de grado no publicado. Universidad de Oriente.

Doumolin Greisiyn y Salazar Milangela (2005), **“Modelos Gerenciales del Ultimo Milemio”**. Trabajo Especial de Grado presentado como requisito para optar al título de Lic: en Administración. Universidad Santa Maria - Nucleo Oriente.

Fidias G. Arias, (1999), **“ El proyecto de investigación guia para su elaboración”**. III Edición. Editorial Episteme.

Gonzales yormay y Jaramillo Ysabel (2005). “ **Calidad Total y Productividad de las Empresas Venezolanas**”. Trabajo especial de grado no publicado.”
Universidad de Oriente.

Hidalgo O, Gabriela y Martinez S, Lorena (2005) “**Aplicación del Benchmarking en los canales de distribución de productos minerva**”. Monografía de grado previa a la obtención del título de tecnólogo en Marketing y Publicidad, Quito-Ecuador

Hill L. Charles W. & Gareth R. Jones, (1996) “**Administración estratégica. Un enfoque integrado**”. III Edición. Editorial Mcgraw-hill.

Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas (2004). “**El marketing de Servicios Profesionales**”. Editorial Paidós SAICF.

Kotler Philip (1996). “**Dirección de Mercadotecnia**”. VII Edición. Editorial Prentice Hall.

Malave Adriana y Martinez Alejandro (2004), “**Benchmarking como estrategia de negocio aplicada a la organización.**” Trabajo Especial de Grado presentado como requisito para optar al título de Licenciada en Administración Comercial. Universidad Santa Maria - Nucleo Oriente.

Manene, Luis M (2011). “ **Benchmarking: definiciones, aplicaciones, tipos y fases del proceso**”

(<http://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/04/15/benchmarkingdefiniciones-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/>)

McCarthy y Perrault,(1998). **“Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica”**. XI Edicion, Tomo I. Editorial McGraw Hill.

Rodríguez Roselym y Velásquez Angélica (2011). **“Análisis de la Reingeniería Financiera en las fusiones, adquisiciones y valuación de empresas”**. Tesis de grado realizado para optar al título de Licenciado en Administración). Universidad de Oriente Nucleo Anzoategui.

Spendolini Michael, (2005), **“Benchmarking”** , país Colombia, Editorial grupo norma

Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce (2004). **“Fundamentos de Marketing”**, XIII Edición. Editorial McGraw Hill.

Sanchez C. Evelyn (2005) **“Diagnostico y benchmarking para la implementación de un cluster de software en la zona norte de costa rica”**. Para Optar por el grado de bachiller en Administración de empresa, Instituto tecnológico de Costa Rica.

Torres L. Myraida & Ortiz M. Eduardo A. (2008), **“El benchmarking en las empresas internacionales de tecnología y sus productos”**. Para optar por el grado de maestría en administración de empresas Internacional en Mercadeo internacional. Universidad Interamericana de Puerto rico.

Bermúdez O, Myrian C. (2007) **“Principios de clase mundial en la manufactura en redes empresariales de la confeccion. Un estudio del benchmarking”**. Tesis para Optar por el titulo de Magíster en Administración. Universidad Nacional de
Colombia.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	ESTUDIO DE LAS APLICACIONES DEL MODELO BENCHMARKING PARA EL DESARROLLO DE LOS DIFERENTES PROCESOS DE LAS EMPRESAS
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Jiménez, Ángel	CVLAC: 19.168.699 E MAIL: amjb_007@hotmail.com
Santil, Avi	CVLAC: 19.456.640 E MAIL: ale_santil@hotmail.com
	CVLAC: E MAIL:
	CVLAC: E MAIL:

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

Palabras claves: Gerencia – Proceso – Desarrollo - Modelo Gerenciales - Benchmarking - Eficiencia.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÀREA	SUBÀREA
Ciencias Administrativas	Contaduría Pública

RESUMEN (ABSTRACT):

Uno de los factores incidentes en el progreso y buen funcionamiento de una empresa son las estrategias utilizadas por la gerencia para el desarrollo de sus actividades, las cuales están orientadas al mejoramiento continuo, la consecución rápida y eficiente de los objetivos establecidos por la empresa; Es por esto que en el desarrollo de nuestra investigación nos fundamentamos en el análisis de la aplicación de un modelo gerencial conocido como el benchmarking , el cual consiste en el estudio u obtención de las mejores practicas aplicadas en diferentes procesos de las empresas o un departamento en especifico de la misma, dependiendo del tipo de benchmarking a utilizar, y que sean consideradas las mas exitosas para poder ser implementados con posterioridad al análisis realizado, lo cual se traducirá en mejores beneficios para la empresa incrementando su margen de rentabilidad y su crecimiento en el mercado. El tipo y diseño de investigación utilizado fue el documental descriptivo debido a la gran cantidad de consultas teóricas de trabajos previos, libros, documentos que utilizamos tomando en consideración los rasgos más resaltantes. Por otra parte esta investigación es muy relevante ya que los modelos gerenciales es un tema que debe conocer todo gerente al ejercer sus funciones en una empresa ya que le facilitara el alcance al éxito de la misma.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
Msc. Flores Marisol	ROL	C A	A S	T U	J U
	AC:	CVL V-6.941.356			
	E_M AIL	marisol_catherine@hotmail.com			
	E_M AIL				
	ROL	C A	A S	T U	J U
	AC:	CVL			
	E_M AIL				
	E_M AIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2012	03	08
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
	Application/msword

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z . a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z . 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 .

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciado en Contaduría Pública

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Pregrado

ÁREA DE ESTUDIO:

Departamento de Contaduría

INSTITUCIÓN:

Universidad De Oriente Núcleo Anzoátegui.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

De acuerdo al artículo 41 del Reglamento de Trabajo de grado:

**“Los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la Universidad,
y sólo podrán ser utilizados con otros fines con el consentimiento del
del Consejo del Núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo
Universitario”**

Jiménez, Ángel

AUTOR

Santil, Avi

AUTOR

TUTOR

MARISOL FLORES

POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO ANZOATEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
AREAS: ESPECIALIDADES DE GRADO

TEMA: 2



Análisis de las obligaciones inherentes a la condición de contribuyente especial del IVA.

Tutores:

Garcia Guillermo

Reyes Lourdes

Realizado por:

Jiménez, Ángel

Santil, Avi

C.I:19.168.699

C.I: 19.456.640

Barcelona, 2012

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO ANZOÁTEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CURSOS ESPECIALES DE GRADO



**ANÁLISIS DE LAS OBLIGACIONES INHERENTES A LA CONDICIÓN DE
CONTRIBUYENTE ESPECIAL DEL IVA.**

Tutores:	Realizado por:	
García Guillermo	Jiménez, Ángel	C.I:19.168.699
Reyes Lourdes	Santil, Avi	C.I: 19.456.640
		Año 2012

RESUMEN

Con el transcurrir de los años el gobierno ha venido aplicando diferentes estrategias que le faciliten el proceso de recaudación de los tributos a los cuales están sometidos los contribuyentes, de allí nacen los contribuyentes especiales los cuales son personas naturales, jurídicas o entes públicos con una alta capacidad contributiva los cuales son designados por la administración tributarias como contribuyentes especiales entendiéndose el nivel de ingresos percibidos durante el año, los cuales están obligados a retener un porcentaje del impuesto al momento de realizar una compra para luego enterarlas de forma mas directa al fisco, es por ello que se hace necesario realizar un análisis sobre las obligaciones inherentes de los contribuyentes especiales. El tipo y diseño de investigación utilizado fue el documental descriptivo-explicativo debido a la gran cantidad de consultas teóricas de trabajos previos, libros, documentos que utilizamos tomando en consideración los rasgos más resaltantes. Por otra parte esta investigación es de gran importancia ya que todos los contribuyentes designados como especiales necesitan conocer acerca de todas las responsabilidades que se derivan de estas.

Palabras claves: Obligaciones – Contribuyentes Especiales –Impuesto al Valor Agregado – Impuesto.

INTRODUCCIÓN

En consecuencia de las crisis financieras y económicas por las cuales a atravesado el país el gobierno se ha visto obligado a la aplicación de políticas para tratar de enfrentar estas situaciones, ya que Venezuela en años anteriores basaba la obtención de recursos en gran mayoría a la renta petrolera pero una que se produjo el paro petrolero el gobierno se vio en la necesidad de recurrir a nuevas maneras para la obtención de ingresos para así poder cubrir con el gasto público y levantar nuevamente la economía del país.

En vista de esta necesidad se recurrió a implementar medidas en el marco tributario que favoreciesen la obtención de recursos, es por ello que se tomo en consideración la creación de un contribuyente especial el cual se encargaría de ayudar en el proceso de recaudación del impuesto al valor agregado evitando así las evasiones fiscales y elevando el nivel de obtención de recursos para el estado. Estos contribuyentes se formaron mediante la promulgación de una providencia la cual establece que dependiendo del nivel de ingresos percibidos por una persona natural, jurídica o ente gubernamentales podrían ser designados como contribuyentes especiales.

Estos serian de gran utilidad ya que al momento de retener un porcentaje o en su totalidad el impuesto al valor agregado derivado de las operaciones de compra y venta este estaría obligado a hacerlo llegar al fisco mediante las declaraciones de forma más rápida y directa.

Pero esta nueva modalidad a la que se someten estos contribuyentes trae consigo una serie de deberes a las cuales se encuentran obligados los cuales le dan una serie de pautas de cómo deben realizar las operaciones al momento de retener, declarar el impuesto al valor agregado, entre otras las cuales deben ser cumplidos a cabalidad para evitar ser sancionados.

Es por esto que en nuestro trabajo de investigación en nuestro primer capitulo daremos rigén a un planteamiento del problema el cual esta relacionado con el tema a tratar

sobre las obligaciones inherentes a la condición de contribuyente especial del IVA del cual se derivaran una serie de interrogantes que después de obtener basamentos legales y teóricos así como algunos antecedentes de trabajos realizado a con anterioridad relacionados con nuestro tema y definido la metodología de investigación a utilizar se procederá a dar respuesta a las mismas que están estrechamente relacionadas con los objetivos alcanzar planteados para nuestra investigación y así poder obtener un mejor conocimientos acerca del tema en cuestión y realizar nuestras propias conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El sistema tributario venezolano ha ido evolucionando y madurando gradualmente, para así lograr la integración entre las características de los tributos que lo conforman, es por ello, que las disposiciones legales de los tributos han sido modificadas y reformadas en la medida que las condiciones económicas lo ameriten, esto para hacer frente a las necesidades públicas, que se intentan satisfacer mediante la actuación del estado.

Cabe destacar que el sistema tributario es el conjunto de tributos establecidos en un determinado estado y en un tiempo determinado, que va a depender del tipo de sistema que se emplee. No cabe duda que los tributos forman parte de la economía de un país, ya que los mismos son prestaciones de dinero que el estado exige en virtud de su poder, para cubrir los gastos públicos o las gastos del gobierno por las inversiones públicas.

A lo largo de muchos periodos gubernamentales se trato de implementar paquetes económicos que reactivaran la economía venezolana, pero todo falla porque no se logra controlar el gasto público y mucho menos se ha creado la cultura tributaria. Es por ello que se dice que la modernización llego muy tarde, hace apenas unos años y los instrumentos fiscales utilizados eran pocos, estaban mal implementados y eran muy difíciles de controlar, obteniéndose grandes pérdidas por los altos niveles de evasión fiscal. Debido a esto el estado se vio en la necesidad de poner mayor atención a los sujetos del tributo, como las organizaciones y funcionamiento de las empresas así como, a la racionalizaron y sistematización de la función de control y vigilancia del estado, materializada en la actividad fiscalizadora.

Es de señalar que la disciplina fiscal recorre todo el mundo, ya que es un elemento esencial para el desarrollo económico y social. Pero en Venezuela no ha sido fácil llevar un

control fiscal eficiente, porque esto implica instrumentos eficaces y reglas que aseguren la eliminación de perturbaciones.

Es por ello que se da origen en 1993 la ley del impuesto al valor agregado, publicada en la gaceta oficial N° 35.304 del 24/09/93 y entrando en vigencia para octubre del mismo año. En la actualidad el impuesto al valor agregado (IVA) es un impuesto que se cobra sobre la adquisición de productos y servicios o sobre otras operaciones en distintos países del mundo. Este tipo de tributo es denominado impuesto indirecto, ya que la entidad no lo percibe en el momento, sino que un intermediario que realiza la venta cobra dicho impuesto aplicando una tasa que puede ser de un 8% , 12%, 16% y en algunos casos están exentos u exonerados; dicho intermediarios deben rendir cuentas ante el organismo fiscal, declarando la cantidad de IVA derivado de las compras y los retenidos por la venta y así poder liquidar la diferencia obtenida.

Es por ellos que se da origen al Servicio Nacional Integrado de la Administración Tributaria y Aduanera, (SENIAT) con la finalidad de crear instrumentos administrativos que permitan optimizar las técnicas y recursos de los cuales se dispone para realizar las labores y que al mismo tiempo contribuya con el mejoramiento de la unidad. Y conjuntamente con ello el SENIAT adopto un sistema de contribuyentes especiales para atender y controlar a los contribuyentes de mayor relevancia.

Con el transcurrir de los años este impuesto se fue perfeccionando, modificando y surgen la clasificación de los contribuyentes, esto para dar lineamientos de la declaración de dicho impuesto. Permitiendo al estado clasificar a las personas jurídicas y llevar un control con el fin de que no evadan la declaración del impuesto al valor agregado, es por ello que se crean sanciones para todas aquellas personas que no declaran los tributos.

En el presente existe una institución que se encarga de velar por la adecuada declaración y recaudación de los impuestos denominada SENIAT (servicio nacional integrado de administración aduanera y tributaria), la cual da los parámetros para el cálculo, registro y pago del impuesto al valor agregado. Y de esta manera proporcionarle a los

organismos e instituciones información de los tributos en Venezuela, y así el estado pueda planificarse con el dinero recaudado, lo cual va dirigido a mejorar la calidad de vida de las personas.

El impuesto al valor agregado es uno de los instrumento que el estado implemento con la finalidad de adquirir mayores recursos y así poder cubrir las necesidades de las comunidades, es por ello que es de suma importancia que los organismos declaren y paguen adecuadamente el impuesto, sin mencionar las sanciones provenientes del incumplimiento ello.

Se debe mencionar que para una empresa se hace necesario el conocer todas las formalidades u obligaciones que se desprender de todas estas calificaciones existentes de los contribuyentes, esto para que puedan conocer las forma en la cual deben realizar la declaración de impuesto al valor agregado y evitarse ser sancionado. Y en el caso particular de que se trate de un contribuyente especial deberá indagar acerca de las retenciones que debe aplicar al momento de realizar la compra u adquisición de un bien o servicio para luego enterar en su fecha correspondiente el impuesto al valor agregado ante el fisco, cumpliendo con las nuevas responsabilidades derivadas de tal clasificación.

1.2 Interrogantes

¿Cuáles son los tipos de obligaciones a los que están sujetos los contribuyentes especiales o agentes de retención del impuesto al valor agregado?

¿Cuáles fueron las intenciones del estado al crear un contribuyente especial que pueda funcionar como un agente de retención del impuesto al valor agregado?

¿De qué manera calculan, declaran y pagan el impuesto al valor agregado?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 |Objetivo general

Estudiar los diferentes aspectos que se generan al ser nombrado contribuyente especial, así como los posibles cambios que se generen con la calificación de contribuyentes especiales o agentes de retención del impuesto al valor agregado.

1.3.2 Objetivo específico

- Identificar las obligaciones tributarias a las cuales están sujetos los contribuyentes especiales
- Analizar cuáles fueron las intenciones del estado al crear un contribuyente especial que pueda funcionar como un agente de retención del impuesto al valor agregado.
- Explicar de qué manera calculan, declaran, pagan y contabilizan el impuesto al valor agregado.

1.4 Justificación e importancia

En la actualidad es importante que todas las personas naturales y jurídicas que pagan el impuesto al valor agregado conozcan de donde nace dicho impuesto y con qué finalidad fue creado. El sistema tributario venezolano tiene el impuesto al valor agregado como uno de los impuestos de recaudación indirecta, ya que utilizan un intermediario que es el vendedor para recaudar dicho impuesto el cual deberá enterar al fisco nacional en las fechas establecidas y dependiendo de la denominación de dicho contribuyente.

La creación de los impuestos surge por la necesidad del estado de recaudar dinero para cubrir las necesidades de los individuos, así como pagar el gasto público y poseer dinero para las inversiones; buscando como resultado una buena economía.

Para dicha recaudación el estado utilizó diferentes técnicas, instrumentos e instituciones para disminuir la evasión del impuesto, creando sanciones para todas aquellas

personas que no declaren los créditos - débitos fiscales y los resultados después de ser compensados.

Evaluando la importancia desde un punto académico se debe mencionar la necesidad de implantarle a las generaciones futuras el conocimiento de hacia donde van destinados los impuestos tributarios, y que beneficios trae consigo el adecuado pago de dichos impuestos, esto con el fin de concientizar a las personas y crear una cultura tributaria adecuada que le permita al estado disponer de unos tributos que podrían ser cobrados de manera efectiva (punto económico), proporcionándole a la población mayor estabilidad, mejor calidad de vida, una economía más estable y un buen desarrollo para el país (punto social). Es por eso que el impuesto al valor agregado va dirigido a personas naturales o jurídicas ya que lo recaudado a través de los impuestos es para cubrir las necesidades básicas de las personas.

Por esa razón cada día se hace importante la comprensión de los temas tributarios para los ciudadanos; ya que en ninguna parte del mundo los tributos son visto de buena manera, pero con la aparición de la cultura tributaria los ciudadanos han ido aceptando y comprendiendo que sin una administración tributaria eficiente, no es posible la sobrevivencia de ninguna nación. Precisamente sembrar esa cultura es el reto que tiene el servicio nacional integrado de administración aduanera y tributaria, y para ello se busca crear un vínculo entre los organismos recaudadores y los contribuyentes. Dando aparición a funcionarios del ente recaudador con conocimientos tributarios capaces de dar explicaciones en materia tributaria, ya que comparte su diario desempeño con el estudio, la investigación y docencia, para interpretar y analizar adecuadamente la normativa legal. El objeto de todo esto es crear ciudadanos con conocimientos tributarios que generen un efecto multiplicador en beneficio de estuantes, profesionales, docentes, empresarios, comerciantes y contribuyentes o ciudadanos interesados en el tema tributario.

También se debe mencionar la implantación y puesta en marcha del plan evasión cero, planificado por la instancia superior de la república bolivariana de Venezuela e impulsado por el SENIAT se pudo notar que con su adecuada aplicación y fiscalización se pudo observar los focos de evasión y elusión fiscal. Y que todo lo que comenzó como una

forma de persuadir, inducir y de convalidar a los comerciantes y empresarios al cumplimiento voluntario de las obligaciones formales como la declaración y cancelación del respectivo tributo, se convirtió en una estrategia de detención de actividades ilícitas que conspiraban contra los planes financieros y económicos diseñados por el ejecutivo nacional, causando retraso en el desarrollo nacional en todas sus facetas productivas.

1.5 Delimitaciones

El presente trabajo esta enfocado dentro del área del derecho tributario, específicamente a las leyes tributarias como lo es la ley del impuesto al valor agregado vigente y su reglamento, el código orgánico tributario del vigente, así como las distintas providencias administrativas emitidas por la administración tributaria en materia de contribuyentes especiales específicamente los agentes de retención del impuesto al valor agregado.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes

Tatiana R Ocopio (2009), Titulado el trabajo: **“Análisis del Procedimiento Actual en el manejo de retenciones de Impuesto al Valor Agregado de CANTV, Estado Anzoátegui”**. Presentado como requisito parcial para optar por el título de licenciado en Contaduría Pública. Siendo un informe de Pasantía de grado de la Universidad de Oriente , Marzo del 2009.

Su Objetivo general fue: *“Analizar el sistema procedimental del manejo administrativo de la compañía nacional de teléfonos de Venezuela, CANTV, Estado Anzoátegui en relación a la retención del Impuesto al valor Agregado” (PP 7)*

Donde los autores concluyeron: *“En el tercer objetivo se encontraron las causas que se presentaron en el tratamiento administrativo de los contribuyentes especiales y se determino que esto se originan principalmente por falta de adaptación de los clientes al sistema de recepción de comprobantes de retención de CANTV, y en parte la misma empresa es responsable por esa falta, en vista de que existen mejores mecanismos para las retenciones de los clientes que los que utiliza CANTV, sin embargo se debe reconocer que si de alguna forma todos los clientes enviaran sus comprobantes independientemente al departamento de contribuyentes especiales en caracas, no habría la necesidad de crear un puesto de analista de retenciones en la coordinación, pero esta no es la realidad que tiene esta organización” (PP 72-73).*

El ser nombrado contribuyente especial le designa mayor responsabilidad a la persona jurídica, y este debería aplicar mecanismos que ayuden al buen desarrollo de las obligaciones del contribuyente, siempre buscando la manera eficiente de cumplir con

las obligaciones del contribuyente, siempre buscando la manera eficiente de cumplir con las formalidades y obligaciones que se deriven de tal mención. Y a su vez los clientes deberían tratar de llevar un control sobre los comprobantes recibidos.

Rosiris Mariela Velazquez L & Emili Mercedes Silva L (2009), Titulando el trabajo: **“Obligaciones tributarias que debe cumplir el sujeto pasivo para la declaración del Impuesto al Valor Agregado”**. Presentado como requisito parcial para optar por el título de Licenciado en Contaduría Pública. Siendo un trabajo de grado presentado ante la Universidad de Oriente, Abril 2009.

Su Objetivo general fue: *“Identificar las obligaciones tributarias que se deben cumplir en la aplicación del Impuesto al Valor Agregado” (PP 22).*

Donde los autores concluyeron: *“Los sujetos del IVA, ya sean en calidad de ordinarios, formales u especiales mantienen una vinculación de gran importancia con el estado como lo es la obligación tributaria, las cuales se fundamentan en un adecuado basamento legal, por consiguiente todos estos sujetos cumplen con normativas legales que son las herramientas que le permiten a la administración tributaria auto regular sus actividades y funciones”.* (PP 152).

Todos los sujetos del IVA son importante para la administración tributaria, ya que estos se basan en leyes o normativas implantadas por el SENIAT para regular y controlar los recursos que deben ser recaudados para el estado. Los cuales son originados por la realización de actos de comercio siempre que estén dispuestas en la ley.

Carrasquilla. M. Carolina & Mata M. Angelique K (2011), Teniendo como título: **“Percepción de los contribuyentes especiales en tomo a la administración tributaria”**.

Presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública. Siendo el trabajo de grado de la Universidad de Oriente, Abril 2011.

Su Objetivo general fue: *“Analizar la percepción que tienen los contribuyentes especiales de la zona metropolitana de Barcelona en torno a la administración tributaria”* (PP 25).

Donde los autores concluyeron: *“La opinión que tienen los contribuyentes especiales sobre la administración tributaria es “Positiva en lo que se refiere a los procedimientos, el buen trato, la información y recaudación ejercida por estos entes administrativos”* (PP 81).

En la actualidad los servicios e información prestado por los entes gubernamentales es eficiente, puesto que proporcionan información actualizada de las obligaciones tributarias; sin dejar de mencionar que los mecanismos que están utilizando han mejorado en comparación con los años pasados. Facilitando a los sujetos información a través del portal en Internet, medios escritos y oficinas. Incentivando la cultura tributaria.

Yudith. M Chacon Ramirez (2007), Teniendo como título: **“Cumplimientos de las obligaciones tributarias en materia de retención del impuesto al valor agregado. Caso: instituto de transporte masivo de Mérida”**. Presentado como requisito para optar por el grado de especialista en ciencias contables, mención tributo, áreas rentas internas. Siendo el trabajo presentado en la universidad de los andes, mayo 2007.

Su objetivo general fue: *“diagnosticar el cumplimiento de las obligaciones tributarias en materia de retención del impuesto al valor agregado por parte del instituto de transporte masivo de Mérida (Trolmerida)”* (PP 8)

Donde el autor concluyo: *“Las obligaciones del instituto autónomo Trolmerida como agente de retención debido a la magnitud de las operaciones que se procesan incrementa el trabajo administrativo a dicho organismo, entorpeciendo las labores propias del*

departamento de coordinación de fideicomiso y contabilidad, y por ende la funciones naturales del instituto.” (PP 114)

Se puede decir que el grado de responsabilidad aumenta con el nombramiento de contribuyente especial o agentes de retención del impuesto al valor agregado. Incrementando el trabajo en los departamentos administrativos, lo cual podría originar descuido en las actividades normales de la organización.

María V, Suárez C (2006), Teniendo como título: “**Estudio del proceso de cancelación de las retenciones en materia de IVA en la empresa servicio Halliburton de Venezuela, sede Maturín Estado Monagas**”. Presentado como requisito parcial para optar el título de: Licenciado en Contaduría Pública. Siendo este trabajo presentado en la Universidad de Oriente, Núcleo Monagas, marzo 2006.

Su objetivo general fue: “Estudiar el proceso de cancelación de las retenciones en materia de IVA en la Empresa Servicios Halliburton de Venezuela, S.R.L. sede Maturín Estado

Monagas.

Donde el autor concluyó: “Cabe resaltar que la Empresa Servicios Halliburton de Venezuela, S.R.L cuenta con un personal altamente capacitado y con sistemas avanzados, que facilitan y disminuyen el tiempo de trabajo, logrando así un desempeño acorde con sus exigencias, y cumple a cabalidad con los requerimientos y requisitos exigidos por el SENIAT permitiendo, que siendo ésta objeto de fiscalización y de auditorías nunca se le otorgue ninguna sanción.

La correcta aplicación en los procesos de retención proporcionar como beneficio un control en la organización permitiendo el adecuado desarrollo de las actividades; y en efecto una mayor seguridad de no ser sancionado en el momento que ocurra una fiscalización.

2.2 Bases Teóricas

Actividad financiera del estado

- Según **Roberto Torres Bello, (1984)** *“aquel conjunto de actividades que deben ser puestas en marcha, a fin de dar cumplimiento a la compleja gama de fines que el estado debe satisfacer, lo cual implica: una selección valorativa de los objetivos, una provisión adecuada de recursos materiales a fin de alcanzarlos y la existencia de todo un aparato burocrático organizado, con el objeto de que los recursos existentes sean utilizados en forma mas eficiente, y con ello poder satisfacer la mayor cantidad de las necesidades publicas” (PP 18).*

El estado en su carácter de imperio debe hacer uso adecuado de los recursos obtenidos de los tributos, para cumplir con su objetivo principal que es la satisfacción de las necesidades publicas y así garantizar una mejorar la calidad de vida para los ciudadanos.

Gasto publico

- Según **Roberto Torres Bello, (1984)**, *“Constituye una carga sobre la renta nacional y conlleva a un empobrecimiento de la colectividad, que se ve obligada a contribuir con sus rentas al financiamiento de aquel” (PP 39)*

Son desembolsos realizados por el estado, para poder cumplir con la satisfacción de las necesidades publicas. Representando una renta que ocasiona la comunidad para el estado.

Sistema Tributario

- Según **Marco A. Crespo (2010)**, *“el conjunto de tributos existentes en un determinado país, en un momento determinado” (PP 61)*

Es la manera en la cual el estado maneja y controla las operaciones tributarias, tomando en cuenta la situación económica del momento.

Obligación Tributaria

- Según **Giuliani C. (1993)** *“la obligación tributaria es un vínculo jurídico en virtud del cual un sujeto (deudor) debe dar a otro sujeto (acreedor) que actúa ejercitando el poder tributario, suma de dinero o cantidades de cosas determinadas por la ley. (derecho financiero). (PP 76)*

- Según el **Código Orgánico Tributario, Artículo 13** *“La obligación tributaria surge entre el estado, en las distintas expresiones del poder público, y los sujetos pasivos, en cuanto ocurra el presupuesto de hecho previsto en la ley. La obligación tributaria constituye un vínculo de carácter personal, aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales” (PP 5)*

Se puede decir que es el deber que tienen las personas naturales o jurídicas de pagar un monto o cantidades de cosas al sujeto activo (estado), derivados por la realización de un hecho imponible.

Potestad Tributaria

- Según **Hector Villegas, (S/F)** *“la facultad o posibilidad jurídica del estado de exigir contribuciones a las personas sometidas a su soberanía” (PP 19)*

- Según **Giulani Fonrouge, (1993)**, *“consiste en la facultad de aplicar contribuciones (o establecer exenciones), o sea, el poder de sancionar normas jurídicas de las cuales derive o pueda derivar, a cargo de determinados individuos o de determinadas categorías de individuos, la obligación de pagar un impuesto o de respetar un límite tributario” (PP 19)*

- Según **Héctor Villegas, (S/F)** *“Facultad estatal de crear. Modificar o suprimir unilateralmente tributos” (PP 19)*

- Según **Marco A Crespo, (2010)**, *“es la facultad de dictar normas jurídicas de las cuales nace, para ciertos individuos, la obligación de pagar tributo” (PP 19)*

El estado en virtud de su poder tiene derecho a exigir el pago de los tributos a los sujetos que de origen a la obligación tributaria, siempre que se encuentre entre marco jurídico y legal expresados en los libros legales en materia de administración tributaria.

El tributo

- Según **Roberto Torres Bello, (1984)** *“aquellas prestaciones, comúnmente en dinero, que son debidas, por mandato expreso de la ley, a un ente publico, y las cuales tienen como finalidad, la de proporcionarle los medios necesarios a objetos de cubrir las necesidades generales.*
- Según **Hector Villegas, (S/F)**, *“son las prestaciones en dinero que el estado exige en ejercicio de su poder de imperio, en virtud de una ley y para cubrir los gastos que demanda la satisfacción de las necesidades publicas” (PP 57).*

Se puede decir que el tributo es la prestación de dinero que proporciona los sujetos pasivos al estado para coadyuvar con el gasto publico originado por las satisfacción de las necesidades generales.

Clasificación del tributo

Tasas

- Según **Romulo Torres Bello (1984)**, Tasas: *“Son aquellos tributos cuyo hecho generador se halla constituido por una actividad que el estado realiza o desenvuelve respecto de un sujeto pasivo determinado, y la cual beneficia, de un modo particular o concreto, al sujeto que demanda el servicio en el que se traduce aquella actividad. Ejemplo el peaje que pagamos por uso de autopistas nacionales.” (PP 74)*

- Según **Guillermo Fariñas (S/F)**, *“Contraprestación monetaria de carácter deficitario, exigida compulsivamente por el estado en virtud de la ley, por la realización de u servicio generalmente de carácter jurídico-administrativo, demandado por el obligado al pago, o provocado por una actividad de este” (PP 133)*

La tasa es el pago exigido por el estado por la prestación de un servicio, en virtud de la ley y que va en beneficio de la colectividad de modo concreto o particular.

Impuestos

- Según **Romulo Torres Bello, (1984)** *“al contrario que el en caso de las tasas, los impuestos son tributos exigidos por el estado a aquellos sujetos pasivos que se encuentran vinculado a las situación de hecho, consagradas por la ley, como relevantes para exigir de aquellos el pago de determinadas prestaciones.” (PP 74)*
- Según el **Glosario de tributos internos**, *“perteneciente a la clasificacion de los tributos. Obligación pecuniaria que el estado, en virtud de su poder de imperio, exige a los ciudadanos para la satisfacción de sus necesidades.” (PP 15)*

Son obligación que posee los sujetos pasivos de pagar o colaborar con el estado de manera monetaria, siempre que realicen actos de comercio que originen la obligación tributaria.

Contribuciones especiales

- Según **Romulo Torres Bello (1984)**, *“en esta categoria tributaria, es posible distinguir entre las llamadas contribuciones por mejoras y contribuciones parafiscales. Las contribuciones por mejoras son aquellos tributos debidos por un sujeto pasivo, en razon del mayor valor, de la plusvalia, que beneficia a un determinado bien inmueble, con la ocasion de la ejecucion de una obra publica cuyo mayor valor le reporta una ventaja economica al propietario(sujeto pasivo) de dicho inmueble. Y las contribuciones parafiscales son aquellos tributos establecidos con el fin de asegurar una fuente de financiamiento autonomo, para determinados entes públicos que desarrollan una actividad que beneficia, en forma directa y preponderante, a los sujetos pasivos de dichos tributos” (PP 74).*
- Según el **Glosario de tributos internos**, *“tributos debidos en razon de beneficios individuales o de grupos sociales, derivados de la realizacion de obras de gasto publico o de actividades especiales del estado” (PP 7)*

Son tributos de que surgen por la realizacion de obra de gasto publico o actividades especiales del estado, que van en Pro del beneficio individual o colectivo a los ciudadanos del país.

Otra clasificación de los tributos

- Según **Geraldo Ataliba, (S/F)**, *“los tributos se clasifican en vinculados y no vinculados. En los vinculados el legislador vincula el nacimiento de la obligacion tributaria al desempeño de una actividad estatal, (tasas y contribuciones) y los no vinculados, la vinculacion no existe. Serian tributos no vinculados,(impuestos). (PP 92).*

Elementos del tributo

Existen elementos cualitativos y cuantitativos del tributo:

A. Elementos cualitativos del tributo

✓ Hecho Imponible

- Según **Florencio Contreras, (S/F)**, El hecho generador o hecho imponible es *“el conjunto de circunstancias o de hechos, a cuya ocurrencia la ley le vincula el nacimiento de la obligación tributaria” (PP 75)*
- Según **Dino Jarach (S/F)**, *“Constituye el elemento básico de estudio del derecho tributario material” (PP 75).*

✓ Los Sujetos

- Según **Rómulo Torres Bello, (1984)**, “los sujetos activos son aquellos que, por estar investido de la potestad o soberanía tributaria, esto es, del poder público de crear tributos, tienen derecho a su percepción, (nación, estado y municipios); en relación con los sujetos pasivos, se distinguen entre el, sujeto pasivo principal es aquel respecto de quien se ha producido el hecho generador del tributo, resultado por tanto deudor del mismo y los sujetos pasivos de la obligación tributaria es aquel que efectivamente entera al estado el monto de su deuda o prestación tributaria, aun sin ser un verdadero deudor, en virtud de que respecto de él no se configuró el hecho generador del tributo”. (PP 77)
- Según el **COT en el art 18 (2001)**, existen los sujetos activos “es el ente público acreedor del tributo” y los sujetos pasivos “es la persona en quien se da el presupuesto de hecho previsto en la ley o hecho imponible”. Y este a

su vez de divide en dos categorías: el contribuyente “son sujetos pasivos respecto de los cuales se verifica el hecho imponible de la obligación tributaria, (Art 22 COT) y los responsables “son los sujetos pasivos que sin tener el carácter de contribuyente, deben por disposición de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a estos” (Art 25 COT); los sujetos responsables se subdividen en solidarios y directos. “Son responsables directos en calidad de agente de retención o de percepción, las personas designadas por la ley o por la administración previa autorización legal, que por sus funciones públicas o por razón de sus actividades privadas, intervengan en actos u operaciones en las cuales deban efectuar la retención o percepción del tributo correspondiente” y “son responsables solidarios los adquirentes de fondos de comercio, así como de los adquirentes de activos y del pasivo de empresas o entes colectivos con personalidad jurídica o sin ella”

✓ Objeto

- Según **Rómulo Torres Bello, (1984)**, *“es la prestación que debe ser pagada por el sujeto pasivo y al cual tiene derecho el sujeto activo, conforme a la ley” (PP 78).*

B. Elementos cuantitativos del tributo

✓ Materia Imponible

- Según **Lucien Mehl, (S/F)**, *“la materia imponible es el elemento económico sobre el que se asienta el impuesto y en el que directa e indirectamente tiene su origen. Dicho elemento puede ser un bien, un producto, un servicio, una renta y un capital” (PP 78)*

✓ Base Imponible

- Según **Marco A Crespo, (2001)** *“Constituye el monto que ha de ser objeto del gravamen, una vez hechas las deducciones permitidas por la ley” (PP 84).*

- Según **Lucien Mehl, (S/F)**, *“es el conjunto de datos relativos a los componentes de la materia imponible que son objeto de una serie de enumeraciones y medidas o de una valoración” (PP 79).*

✓ Tarifa o Alícuota

- Según **Rómulo Torres Bello (1984)**, *“la tarifa o alícuota es el elemento que ha de aplicarse a la base imponible, a fin de determinar el quantum del tributo (prestación tributaria). (PP 79).*
- Según **Marcos A. Crespo, (2001)**, *“es el quantum en cada caso concreto”(PP 85)*

El impuesto

- Según la **ley general tributaria española, (S/F)**, *“son los tributos exigidos sin contraprestación cuyo hecho imponible esta constituido por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad económica del contribuyente”*

Es un pago monetario que debe hacer todo sujeto que realiza actividades que den origen a la obligación de pagar un impuesto, este tipo de tributo con exigidos sin ninguna contraprestación hacia los sujetos.

Clasificación de los impuestos

- Según **Jarach (S/F)**, clasifica los impuestos en directos e indirectos “*considera como impuesto directos a los que son soportados efectivamente por los contribuyentes designados como tales por la ley, ósea que no se traslado sobre otros sujetos; y como indirectos los que, en cambio, se trasladan a sujetos distintos el contribuyente de jure. El los impuestos indirectos surge la figura del contribuyente de facto, o sea aquel que en definitiva soporta la carga del impuesto al termino de todos los procesos de traslación*” (PP 94)
- Según el **Glosario de tributos internos**, el impuesto se clasifica en : “*directo es el impuesto que grava manifestaciones de riqueza y el indirecto es el impuesto susceptible a ser trasladado.*” (PP 15)

Impuesto al Valor Agregado

- Según el **Glosario de tributos internos**, “*es un impuesto indirecto que gravan según se especifica en su ley de creación, la enajenación de bienes muebles, la prestación de servicios y la importación de bienes, deberán pagar las personas naturales o jurídicas, las comunidades, las sociedades irregulares o de hecho, los consorcios y demás entes jurídicos y económicos, públicos o privados, que en su condición de importadores de bienes habituales o no, de fabricantes, productores, ensambladores, comerciantes y prestadores de servicios independiente, realizan actividades definidas como hechos*” (PP 15)

Es un importo que surge por la adquisición, compra de un producto o servicios, (enajenación de bienes, prestación de servicio e importación de bienes), la cual se debe

cancelar en el momento en que ocurre el hecho y puede ser de diferentes porcentajes, dependiendo de lo que adquiere.

Tipos de contribuyentes

- Según la **ley del Impuesto al Valor Agregado en el Artículo 5** *“Contribuyentes ordinarios de este impuesto, los importadores habituales de bienes, los industriales, los comerciantes, los prestadores habituales de servicio, y, en general, toda persona natural o jurídica que como parte de su giro objeto u ocupación, realice las actividades, negocios jurídicos u operaciones, que constituyen hecho imponible de conformidad con el artículo 3 de la ley del IVA. En todo caso, el giro, objeto u ocupación al que se refiere el encabezamiento de este artículo comprende las operaciones y actividades que efectivamente realicen dichas personas” (PP 3)*

- Según la **ley del Impuesto al Valor Agregado en el Artículo 6** *“ son contribuyentes ocasionales los importadores no habituales de bienes muebles corporales. Los contribuyentes ocasionales deberán efectuar en la aduana el pago correspondiente por cada importación realizada, sin que se genere créditos fiscales a su favor y sin que estén obligados a cumplir con los otros requisitos y formalidades establecidas para los contribuyentes ordinarios en materia de emisión de documentos y de registros, salvo que califiquen como tales en virtud de realizar ventas de bienes muebles o prestaciones de servicios gravadas” (PP 3)*

- Según la **ley del Impuesto al Valor Agregado en el Artículo 7** *“Son contribuyentes ordinarios u ocasionales las empresas públicas constituidas bajo la figura jurídica de sociedades mercantiles, los institutos autónomos y los demás entes descentralizados y desconcentrados de la República, de los Estados y de los Municipios, así como de las entidades que aquellos pudieren crear, cuando realicen los hechos imposables contemplados en esta Ley, aún en los casos en que otras leyes u ordenanzas los hayan declarado no sujetos a sus disposiciones o beneficiados con la exención o exoneración del pago de cualquier tributo.” (PP 4)*

- Según la **ley del Impuesto al Valor Agregado en el Artículo 8** “*Son contribuyentes formales, los sujetos que realicen exclusivamente actividades u operaciones exentas o exoneradas del impuesto. Los contribuyentes formales, sólo están obligados a cumplir con los deberes formales que corresponden a los contribuyentes ordinarios, pudiendo la Administración Tributaria, mediante providencia, establecer características especiales para el cumplimiento de tales deberes o simplificar los mismos. En ningún caso, los contribuyentes formales estarán obligados al pago del impuesto, no siéndoles aplicable, por tanto, las normas referentes a la determinación de la obligación tributaria.*” (PP 4)

Contribuyente especial

- Según el **Glosario de tributos internos** “*son contribuyentes con características similares calificados y notificados por la administración tributaria como tales, sujetos a normas especiales en relación a sus cumplimientos con deberes formales y el pago de sus tributos, en relación al índice de su tributación.*” (PP 7)

Agentes de retención

- Según el **Glosario de tributos internos** “*toda persona designada por la ley, que por su función pública o en razón de su actividad privada, intervenga en actos, negocios jurídicos u operaciones en las cuales deba efectuar una retención, para luego enterarla para el fisco nacional*” (PP 3)

Agentes de percepción

- Según el **Glosario de tributos internos** *“Es toda persona designada por la ley, que por su profesión, oficio, actividad o función esta en posición de recibir un monto de impuesto en forma temporal, para luego enterarlo al fisco nacional.” (PP 3)*

Comprobantes de retención

- Según el **Glosario de tributos internos**, *“comprobantes que están obligados a emitir los agentes de retención a los contribuyentes, por cada retención de impuesto que le practican, en la cual se indica, entre otras, el monto de lo pagado o abonado en cuenta y la cantidad retenida” (PP 6)*

Créditos Fiscales

- Según el **Glosario de tributos internos**, *“monto en dinero a favor del contribuyente, en la determinación de la obligación tributaria, que este puede deducir del debito fiscal para determinar el monto de dinero a pagar al fisco” (PP 8)*

Debito fiscal

- Según el **Glosario de tributos internos**, *“A los efectos del calculo al impuesto al valor agregado, se denomina debito fiscal a la obligación tributaria derivada de cada una de las operación gravadas, la cual se determina aplicando en cada caso la alícuota del impuesto sobre la correspondiente base imponible. El monto del debito fiscal debera ser trasladado por los contribuyentes ordinarios a quienes funjan como*

adquirientes de los bienes vendidos o receptores o beneficiarios de los servicios prestados, quienes estan obligados a soportarlo” (PP 8)

2.2. Bases legales

Constitución de la republica bolivariana de Venezuela:

Art 133 toda persona tienen el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley.

Art 317 No podrá cobrarse impuesto, tasa, ni contribución alguna que no estén establecidas en la ley, ni concederse exenciones y rebajas, ni otras formas de incentivos fiscales, si no en los casos previstos por la ley que cree el tributo correspondiente.

Código orgánico tributario

Art 12 Están sometidos al imperio de este código los impuestos, las tasas y las contribuciones de mejora, de seguridad social y las demás contribuciones especiales, salvo las disposiciones del Art 1.

Art 23 Los contribuyentes están obligados al pago de los tributos y al cumplimiento de los deberes formales impuestos por este código o por normas tributarias.

Art 27 Son responsables directos en calidad de agentes de retención o de percepción, las personas designadas por la ley o por la Administración previa autorización legal que pro sus funciones publicas o por razones de su actividad privada intervengan en actos u operaciones en los cuales deban efectuar la retención o percepción del tributo correspondiente.

Art 112. Quien omita el pago de anticipos a cuenta de la obligación tributaria principal, o no efectúe la retención o percepción, será sancionado:

Numeral 3: por no retener o no percibir los fondos, con el 100% al 300% del tributo no retenido o no percibido.

Numera 4: Por retener o percibir menos de lo que corresponde, con 50% al 150% de lo no retenido o no percibido.

Art113. quien no entere las cantidades retenidas o percibidas en la oficina receptora de fondos nacionales dentro del plazo establecido en las normas respectivas, sera sancionado con una multa equivalente al 50% de los tributos retenidos o percibidos, por cada mes de rastrazo en su enteramiento, hasta un máximo del 500% del monto de dichas cantidades, sin perjuicios de la aplicación de los intereses moratorios correspondiente y de la sanción establecida en el artículo 118 de este código

Art 118. Quien con intención no entere las cantidades retenidas o percibidas de los contribuyentes, responsables o terceros dentro de los plazos establecidos en las disposiciones respectivas y obtenga para si o para un tercero un enriquecimiento indebido será penado con prisión de dos (2) a cuatro (4) años.

Ley del IVA

Art 11 La Administración Tributaria podrá designar como responsables del pago del impuesto, en calidad de agentes de retención, a quienes por sus funciones o por razón de sus actividades privadas intervengan en operaciones gravadas con el impuesto establecido en esta Ley”

Providencia Administrativa SNAT/2005/0056-A

Art 1 se designa responsable del pago del impuesto al valor agregado, en calidad de agentes de retención, a los sujetos pasivos, distintos a personas naturales, a los cuales el SENIAT haya calificado como especiales.

Art 4 el monto a retenerse será del 75%

Art 5 también podrá ser el 100% cuando:

- a) cuando en la factura no este expresado el monto del IVA, se aplicara la alícuota correspondiente sobre el precio facturado
- b) cuando la factura no cumpla con los requisitos legales establecidos en la ley del IVA
- c) cuando se comercialice metales y piedras preciosas.

Art 14 la retención debe realizarse cuando se emita el pago o abono en cuenta.

Art 18 los agentes de retención estarán obligados a emitir un comprobante de retención en un lapso de 3 días continuos después de realizada la retención.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

Científicamente la metodología es un procedimiento general para lograr una manera precisa el objetivo de la investigación. Se refiere a las unidades de análisis o de investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis.

El objetivo de este capítulo consiste en mostrar el tipo de investigación, el diseño de investigación, el modelo de investigación y la recopilación y análisis de la investigación, determinando los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación, ofreciendo las pautas aplicadas sobre cómo se llevó la formulación de este proyecto.

3.1 Tipo de Investigación

Evaluando las características que posee el trabajo y analizando los fines para el cual fue realizado, fue seleccionado el tipo de Investigación Documental, de carácter informativo, ya que parte del estudio de documentos y material bibliográfico.

Según **Ander - Egg (1992)**, *“la investigación documental es el procedimiento científico y sistemático de indagación, recolección, organización e interpretación de datos extraídos de fuentes documentales sobre un determinado tema. Basándose en esta definición, la investigación documental va más allá del simple proceso de recolección de datos. Deben ser organizados de manera coherente de acuerdo a la proyección del tema de investigación y ser analizados e interpretados de acuerdo a las diferentes interrogantes que se presenten sobre el tema y cumpliendo con lo planteado en los Objetivos Generales y Específicos”.* (p.60)

Según Baena (1985), *“es una técnica que consiste en seleccionar y recopilar información por medio de la consulta crítica de documentos y materiales bibliográficos de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información”*. (p. 72)

Según Franklin (1997) “define la investigación documental aplicada a la organización de empresas como una técnica de investigación en la que *“se deben seleccionar y analizar aquellos escritos que contienen datos de interés relacionados con el estudio...”*”. (p. 13)

Según Zorrilla (1993), *“es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos, libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.”*. (p. 43)

La investigación documental es consiste en un tipo de investigación basada en la búsqueda de información a través de documentos escritos, datos bibliográficos, trabajos que se hayan realizados con anterioridad y otros documentos con el fin de indagar sobre un tema en particular y obtener conclusiones acerca del mismo.

3.2 Diseño de Investigación

El diccionario de la Investigación Científica de **Tamayo y Tamayo (2001)** dice:

“Es la estructura a seguir en una investigación ejerciendo el control de la misma a fin de encontrar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de la hipótesis”. (p. 312)

Con el fin de desarrollar nuestro trabajo de investigación nos basamos en 2 diseños: el Descriptivo y el Explicativo:

Según Hernández, et al., (2003), define la investigación Descriptiva: “Como el tipo de investigación que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”, (p.119).

Según Sabino (1992): *“La preocupación primordial de la investigación descriptiva radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza. (p 58).*

Las investigaciones descriptivas se fundamentan en la recopilación de información enfocada en los rasgos y características más resaltantes del tema que se quiere indagar, destacando así los elementos que se consideren más relevantes para el análisis y comprensión de la investigación.

Según José V. Altamirano A., Raúl Z. Fernández (1997), Investigación explicativa: “ Es la explicación que trata de descubrir, establecer y explicar las relaciones causalmente funcionales que existen entre las variables estudiadas, y sirve para explicar cómo, cuándo, dónde y por qué ocurre un fenómeno social”. (p 168)

Según Hernández, et al., (2003) Investigación explicativa, “Pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian” (p.124).

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, están dirigidos a responder a las causas que dieron origen a un fenómeno de interés fundamentándose en dar a conocer la explicación de por que ocurre, las condiciones en que se origina y las relaciones que existen entre las variables que se pretenden estudiar.

3.3 Modelo de Investigación

Para **Tamayo (1998)**, el modelo de investigación cualitativo *“Pretende describir e interpreta más que medir y predecir; persigue conocer cómo se produce los procesos en su entorno natural y cómo se constituye tales procesos a través de las interpretaciones que hacen de sus actividades los protagonistas”*. (p.21)

Para **Hernández Etal (2003)**, el modelo cualitativo *“se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación, a veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis, con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones”*. (p. 5)

Según **Ortiz U. (2004)** investigación cualitativa *“es el tipo de investigación que tiene como base la interpretación, comprensión y entendimiento.”* (p. 92)

Taylor Bogdan (1986), considera la investigación cualitativa como *“aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”*. (p. 20)

El modelo cualitativo más que cuantificar o medir, se fundamenta en la recopilación de información con el propósito de entender e interpretar el problema planteado. Es más dinámica que el modelo cuantitativo, debido a que se basa en observaciones e interpretaciones.

3.4 Recopilación y Análisis de la Investigación.

La recopilación de datos deberá dirigirse al registro de aquellos hechos que permitan conocer y analizar lo que realmente sucede en la unidad o tema que se investiga. Esto

consiste en la recolección, síntesis, organización y comprensión de los datos que se requieren. El bosquejo que se debe seguir en esta investigación, está basado en el planteamiento de un problema, formulación de objetivos, revisión de la documentación referente al problema, recolección, análisis de la información y presentación de los resultados.

La búsqueda de la información relacionada con el Marco Teórico y los Antecedentes, se dirigió hacia fuentes de información primarias y secundarias, que significaron los instrumentos para la realización de la investigación.

Según Arias (1997), define los instrumentos, como *“Los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Los instrumentos de recolección son: las distintas formas o maneras de obtener la información”*. (p. 69)

Para Avilez (2009), explica *“La Recolección de Datos, consiste en la recopilación de información; se lleva a cabo por medio de entrevistas, cuestionarios y observación; donde el analista obtiene y desarrolla los sistemas de información logrando sus metas y objetivos. El analista debe de demostrar y desarrollar las destrezas de sus conocimientos manifestando su honestidad, imparcialidad, habilidad, objetividad, control, comunicación, comprensión y cortesía para lograr la búsqueda de información a través de las herramientas antes mencionada”*. (p. 12)

Según Grajales (2007) Señala: *“La recolección de la información depende en gran medida del tipo de investigación y el problema que se estudia. Esta fase del trabajo incluye: seleccionar un instrumento de medición válido y confiable, aplicar el instrumento y codificar los mediciones o datos.”*(p. 148)

Para Ander Egg (1979), *“la recopilación documental es útil para ahorrar esfuerzos, informar acerca de lo que se ha dicho y lo que se dice sobre el tema en cuestión, evitar el redescubrimiento de lo ya encontrado, proporcionar orientaciones que permitan delimitar el tema de investigación, sugerir probables hipótesis y orientar hacia otras fuentes de información”*. (s/p)

La recolección de fuentes de información primaria fue enfocada principalmente hacia información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más, siendo producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca, y fueron encontrados en formato tradicional impreso como los libros y las publicaciones documentales.

Las recopilaciones de fuentes de información secundaria, contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Se debió acudir a ellas cuando no se pudo utilizar una fuente primaria por alguna razón específica, cuando los recursos fueron limitados y cuando la fuente era confiable.

Se utilizó para confirmar los hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar los estudios. Estas representan, las páginas de internet y las revistas digitales.

Además todo tema o investigación, debe tener precedentes de los cuales se pueda partir para realizar un nuevo proyecto. Ningún tema es completamente nuevo, solo es menos estudiado, por lo que se debe contar con historiales existentes. Para la realización de los Antecedentes de esta investigación se acudió a cuatro Trabajos de Grados Nacionales realizados en diferentes Universidades del país y 3 Investigaciones realizadas fuera de la nación.

Según Baena (1985), *“es una técnica que consiste en seleccionar y recopilar información por medio de la consulta crítica de documentos y materiales bibliográficos de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información”*. (p. 72)

Según Franklin (1997) “define la investigación documental aplicada a la organización de empresas como una técnica de investigación en la que *“se deben seleccionar y analizar aquellos escritos que contienen datos de interés relacionados con el estudio...”*”. (p. 13)

Según Zorrilla (1993), *“es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos, libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.”*. (p. 43)

La investigación documental es consiste en un tipo de investigación basada en la búsqueda de información a través de documentos escritos, datos bibliográficos, trabajos que se hayan realizados con anterioridad y otros documentos con el fin de indagar sobre un tema en particular y obtener conclusiones acerca del mismo.

3.2 Diseño de Investigación

El diccionario de la Investigación Científica de **Tamayo y Tamayo (2001)** dice:

“Es la estructura a seguir en una investigación ejerciendo el control de la misma a fin de encontrar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de la hipótesis”. (p. 312)

Con el fin de desarrollar nuestro trabajo de investigación nos basamos en 2 diseños: el Descriptivo y el Explicativo:

Según Hernández, et al., (2003), define la investigación Descriptiva: “Como el tipo de investigación que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”, (p.119).

Según Sabino (1992): *“La preocupación primordial de la investigación descriptiva radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza. (p 58).*

Las investigaciones descriptivas se fundamentan en la recopilación de información enfocada en los rasgos y características más resaltantes del tema que se quiere indagar, destacando así los elementos que se consideren más relevantes para el análisis y comprensión de la investigación.

Según José V. Altamirano A., Raúl Z. Fernández (1997), Investigación explicativa: “ Es la explicación que trata de descubrir, establecer y explicar las relaciones causalmente funcionales que existen entre las variables estudiadas, y sirve para explicar cómo, cuándo, dónde y por qué ocurre un fenómeno social”. (p 168)

Según Hernández, et al., (2003) Investigación explicativa, “Pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian” (p.124).

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, están dirigidos a responder a las causas que dieron origen a un fenómeno de interés fundamentándose en dar a conocer la explicación de por que ocurre, las condiciones en que se origina y las relaciones que existen entre las variables que se pretenden estudiar.

3.3 Modelo de Investigación

Para **Tamayo (1998)**, el modelo de investigación cualitativo *“Pretende describir e interpreta más que medir y predecir; persigue conocer cómo se produce los procesos en su entorno natural y cómo se constituye tales procesos a través de las interpretaciones que hacen de sus actividades los protagonistas”*. (p.21)

Para **Hernández Etal (2003)**, el modelo cualitativo *“se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación, a veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis, con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones”*. (p. 5)

Según **Ortiz U. (2004)** investigación cualitativa *“es el tipo de investigación que tiene como base la interpretación, comprensión y entendimiento.”* (p. 92)

Taylor Bogdan (1986), considera la investigación cualitativa como *“aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”*. (p. 20)

El modelo cualitativo más que cuantificar o medir, se fundamenta el la recopilación de información con el propósito de entender e interpretar el problema planteado. Es más dinámica que el modelo cuantitativo, debido a que se basa en observaciones e interpretaciones.

3.4 Recopilación y Análisis de la Investigación.

La recopilación de datos deberá dirigirse al registro de aquellos hechos que permitan conocer y analizar lo que realmente sucede en la unidad o tema que se investiga. Esto consiste en la recolección, síntesis, organización y comprensión de los datos que se requieren. El bosquejo que se debe seguir en esta investigación, está basado en el

planteamiento de un problema, formulación de objetivos, revisión de la documentación referente al problema, recolección, análisis de la información y presentación de los resultados.

La búsqueda de la información relacionada con el Marco Teórico y los Antecedentes, se dirigió hacia fuentes de información primarias y secundarias, que significaron los instrumentos para la realización de la investigación.

Según Arias (1997), define los instrumentos, como *“Los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Los instrumentos de recolección son: las distintas formas o maneras de obtener la información”*. (p. 69)

Para Avilez (2009), explica *“La Recolección de Datos, consiste en la recopilación de información; se lleva a cabo por medio de entrevistas, cuestionarios y observación; donde el analista obtiene y desarrolla los sistemas de información logrando sus metas y objetivos. El analista debe de demostrar y desarrollar las destrezas de sus conocimientos manifestando su honestidad, imparcialidad, habilidad, objetividad, control, comunicación, comprensión y cortesía para lograr la búsqueda de información a través de las herramientas antes mencionada”*. (p. 12)

Según Grajales (2007) Señala: *“La recolección de la información depende en gran medida del tipo de investigación y el problema que se estudia. Esta fase del trabajo incluye: seleccionar un instrumento de medición válido y confiable, aplicar el instrumento y codificar los mediciones o datos.”*(p. 148)

Para Ander Egg (1979), *“la recopilación documental es útil para ahorrar esfuerzos, informar acerca de lo que se ha dicho y lo que se dice sobre el tema en cuestión, evitar el redescubrimiento de lo ya encontrado, proporcionar*

orientaciones que permitan delimitar el tema de investigación, sugerir probables hipótesis y orientar hacia otras fuentes de información”. (s/p)

La recolección de fuentes de información primaria fue enfocada principalmente hacia información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más, siendo producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca, y fueron encontrados en formato tradicional impreso como los libros y las publicaciones documentales.

Las recopilaciones de fuentes de información secundaria, contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Se debió acudir a ellas cuando no se pudo utilizar una fuente primaria por alguna razón específica, cuando los recursos fueron limitados y cuando la fuente era confiable.

Se utilizó para confirmar los hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar los estudios. Estas representan, las páginas de internet y las revistas digitales.

Además todo tema o investigación, debe tener precedentes de los cuales se pueda partir para realizar un nuevo proyecto. Ningún tema es completamente nuevo, solo es menos estudiado, por lo que se debe contar con historiales existentes. Para la realización de los Antecedentes de esta investigación se acudió a cuatro Trabajos de Grados Nacionales realizados en diferentes Universidades del país y 3 Investigaciones realizadas fuera de la nación.

CAPITULO IV

OBLIGACIONES A LOS QUE ESTÁN SUJETOS LOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Según **Cifuentes Lemus & Asociados, (2004)**, “deberes de los sujetos pasivos contribuyentes especiales:

Sujetos pasivos	Obligaciones	Donde efectuar el pago y/o presentar declaraciones.	Cuando efectuar pago y/o presentar declaraciones
Todos (excepto hidrocarburos)	Declaraciones y pagos de tributos, multas, intereses y demás accesorios.	En el lugar indicado en la respectiva notificación (sin perjuicios de los medios electrónicos que establezcan la administración tributaria)	
Todos	Recursos, trámites, notificaciones de pérdida o traslado y solicitudes de revocación de calificación.	En el lugar indicado en la respectiva notificación (sin perjuicios de los medios electrónicos que establecidos en el código orgánico tributario)	En las fechas que indique el calendario publicado anualmente por el Seniat.

Todos	Declaraciones relativas al IVA, otros tributos administrados por el Seniat, retenciones y percepciones.		En las fechas que indique el calendario publicado anualmente por el Seniat.
Todos	Retención de ISLR por ganancias fortuitas o enajenación de acciones.		Dentro de los plazos establecidos por el reglamento parcial de la ley de ISLR en materia de retenciones.
Sujetos pasivos que realicen operaciones con hidrocarburos.	Declaraciones y pago de ISLR e IAE, incluyendo declaraciones estimadas y sustitutivas, (impuestos y anticipos).	Oficinas de la tesorería nacional ubicadas en el Banco central de Venezuela, (sin perjuicios de los medios electrónicos que establezcan la administración tributaria)	Dentro de los plazos establecidos en las leyes y reglamentos(deben enviar copia de las declaraciones y pagos a la GRTIRC dentro de los días hábiles siguientes a la fecha de vencimiento).

” (www.moorestephens.com.ve/pdfs/Sujetos_pasivos_especiales.pdf)

Según **Karina Escorcio de Abreu, (2007)**, “los contribuyentes especiales están sujetos a las siguientes obligaciones:

- Presentar declaraciones y efectuar pagos a los que haya lugar por concepto de tributos, multas, intereses y demás accesorios, exclusivamente en el lugar indicado en la respectiva notificación, únicamente por medios electrónicos.

- Presentar declaraciones y pagos de dicho impuesto por medio del portal fiscal, mediante forma IVA 30 declaración y pago de impuesto al valor agregado.
- Tener certificados electrónicos de recepción de las declaraciones del impuesto al valor agregado IVA por internet, de cada periodo declarado.
- Presentar y pagar las retenciones del impuesto al valor agregado en las fechas indicadas en el calendario publicado anualmente por el servicio nacional integrado de administración aduanera y tributaria (SENIAT) únicamente por medios electrónicos.
- Retener impuestos al valor agregado a sus proveedores que sean contribuyentes ordinarios de dicho impuesto.
- Retener el 75% del impuesto causado.
- Retener el 100% del impuesto causado en los casos de que:
 - El monto del impuesto no este discriminado en la factura; en este caso la cantidad a retener será equivalente a aplicar la alícuota impositiva correspondiente sobre el precio facturado.
 - La factura no cumpla con los requisitos y formalidades dispuestas en la ley del impuesto al valor agregado.
 - El proveedor no esté inscrito en el registro único de información fiscal (RIF).
 - Los datos del registro no coincidan con los indicados en la factura.
- Emitir facturas, ordenes de entrega o guías de despacho, notas de debito y notas de crédito cumpliendo con las disposiciones establecidas en la providencia administrativa n° 320.
- Llevar libros auxiliares de compras y ventas mediante medios electrónicos, de, manera ordenada y sin atraso cumpliendo con las disposiciones legales establecidas en el reglamento del impuesto al valor agregado.
- El contribuyente debe estar inscrito en el portal fiscal, conforme a las especificaciones establecidas por el SENIAT y poseer un certificado de inscripción en el portal.
- Presentar a través del portal fiscal una declaración informativa de las compras y las retenciones practicadas durante el periodo correspondiente, siguiendo las especificaciones técnicas para la carga de las mismas.

- Entregar copia de la factura al adquiriente del servicio.
 - Presentar declaraciones informativas en los casos que no se hubiesen efectuado operaciones sujetas a retención.
 - Emitir y entregar a los proveedores un comprobante por cada retención de impuesto que se practique, el mismo deberá emitirse y entregarse a mas tardar dentro de los primeros tres (3) días continuos del periodo de imposición siguiente.
 - Emitir comprobantes de retención bien sea por medios electrónicos o físicos cumpliendo con las disposiciones legales establecidas en la providencia administrativa vigente.
 - Registrar en el libro auxiliar de compras y ventas la respectiva retención en el periodo que corresponda.
 - Conservar los comprobantes de retención o un registro de los mismos y exhibirlos a requerimiento de la administración tributaria.
 - Conservar en buen estado los comprobantes de las compras y ventas durante un plazo de 4 años, tal como lo establece el código orgánico tributario.
 - Exhibir documentos, libros y registros cuando lo requiera la administración tributaria”
- (PP 145-148)

CAPITULO V

INTENCIONES DEL ESTADO AL CREAR UN CONTRIBUYENTE ESPECIAL QUE PUEDA FUNCIONAR COMO UN AGENTE DE RETENCIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

La categoría de contribuyente especial nace a partir del año 2002. Esto impulsado a través del golpe de estado que se da en Venezuela, trayendo consigo una crisis económica ocasionando que muchas empresas no se puedan mantenerse en el mercado, y afectando la recaudación de recursos tributarios que el estado necesita para solventar el gasto público que demanda la población. Sin dejar de mencionar que para los años anteriores la administración tributaria contaba con una imagen de ineficiencia y corrupción, y no lograba cumplir con su función de recaudación, todo esto originado por aplicar mecanismo de control ineficiente que le permitían a los contribuyentes llevar a cabo la evasión e ilusión fiscal. Es por ello que crean la categoría de contribuyentes especiales a los cuales le designan la responsabilidad de recaudar los impuestos derivados de la realización de toda actividad comercial de la cual se despliegue la obligación tributaria. La aparición de dicha categoría va dirigida a mejorar la organización del sistema tributario sobre la base de criterios de separación de funciones normativas y operativas, descentralización de funciones. Permitiendo que se lleve a cabo una mejor recolección de los recursos que serán destinados al desarrollo del país.

Venezuela al igual que muchos países de América latina ha atravesado por casi dos décadas de una severa crisis económica y social, producto del agotamiento del modelo rentista petrolero. Este colapso del modelo tradicional rentista, obliga al estado adoptar estrategias que permitan mejorar a mediano plazo al sistema de ingresos tributarios de origen no petrolero y a modernizar la estructura de las finanzas públicas, de tal forma que el gobierno sea eficiente recaudando los impuestos y administrando el gasto para satisfacer los requerimientos de los servicios públicos que demanda la sociedad.

Es aquí cuando se retoma la idea planteada por la comisión de estudios y reforma fiscal (CERF) creadas en 1980 a raíz de los primeros síntomas de la crisis fiscal,

considerado la importancia de este tipo de contribuyente (especial) dentro de un programa de reforma que para aquel entonces estuvo orientado hacia dos componentes fundamentales: 1) proteger el consumo interno a través de la sustitución de importaciones para desarrollar la actividad industrial y comercial interna; y 2) disminuir la dependencia del ingreso fiscal petrolero.

El colapso del modelo rentista venezolano, hace necesaria la aplicación de estrategias novedosas mediante las cuales se impulsen el nuevo paradigma económico, capaz de brindar una mejor calidad de vida, estabilidad política plena y seguridad de los ciudadanos.

La gestión administrativa de la división de contribuyentes especiales, la cual fue creada dentro del marco de la modernización tributaria con la finalidad de controlar y administrar aquellos contribuyentes que a pesar de constituir un número reducido, aportan un muy alto porcentaje al fisco nacional; con el objeto de detectar desviaciones e identificar deficiencias a fin de sugerir alternativas o recomendaciones que coadyuven a mejorar los procesos y al logro de los objetivos de la administración tributaria (SENIAT).

Según **Karina Escorcio de Abreu, (2007)** *“Se adoptó un sistema de contribuyentes especiales para atender y controlar a los contribuyentes de mayor relevancia fiscal, logrando de esta forma el control de una parte importante de la recaudación mediante el uso de una menor cantidad de fondos, reorientando los recursos siempre escasos de nuestra administración hacia los contribuyentes con mayor potencial fiscal” (PP 22)*

Según **José Guillermo García Chourio & Dennys González Hernández, (2007)** *“La reforma al sistema tributario venezolano en los últimos tiempos marca un cambio fundamental en el ámbito administrativo debido especialmente al establecimiento de una tipología de contribuyentes según el criterio del máximo ingreso para un máximo aporte a la recaudación fiscal, aquí es donde surge la categoría contribuyente especial, concepto que viene principalmente a identificar a la gran empresa. La razón que impulsa el desarrollo de dicha categoría ha estado centrada en la búsqueda de una administración eficiente dirigida a controlar y proveer de recursos al fisco a partir de concentrar esfuerzos en aquellos contribuyentes con gran capacidad contributiva. Por mucho tiempo el Estado prescindió de una seria extracción impositiva hacia este tipo de contribuyente, dado los enormes ingresos petroleros que sustentaban la promoción de un modelo económico orientado hacia la demanda.”*
(<http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=39522104>)

CAPITULO VI

COMO CALCULAN, DECLARAN Y PAGAN EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Toda empresa deberá hacer las respectivas declaraciones de IVA mensuales, tomando en cuenta las facturas que adquieren o tienen a través de las compras o ventas. Siempre que cumplan con los requerimientos establecidos para ser incorporada en el libro de compra. (Fecha, Factura, N° de factura, N° de control o Serial de maquina fiscal, nombre de la empresa, RIF, monto total de la factura, base imponible y el IVA) dichas facturas de compras deben estar a nombre de la empresa que compra o adquiere el servicio. Y si el comprador es un contribuyente especial o agente de retención IVA deberá emitir de acuerdo con lo establecido en la respectiva providencia los comprobantes de retención, los cuales deberán estar asentados en los libros de compra para enterarlo al fisco de la manera correspondiente y en la fecha indicada en el calendario anual.

En el caso de los libros de ventas se registraran todas las ventas que realizo la empresa al mes, tomando en cuenta las facturas manuales o de máquinas fiscales las cuales deberán cumplir con las formalidades respectivas para ser incluida en dicho libro, tales como: La fecha de venta, el tipo de documento (factura- Nota de crédito), el N° de control o el serial de la máquina, El nombre de la empresa (cliente), RIF, Monto total de la venta, La base imponible y el IVA. También se debe plasmar todas aquellas retenciones que se les hayan realizado ya que eso forma parte de los créditos fiscales. Sin dejar de acotar que tanto las facturas de compra y venta deben cumplir con lo establecido en la providencia N° 10/00005-21/01/2008.

Y por último el resumen de los libros de compra y venta nos permite hacer una compensación de los créditos fiscales y los débitos fiscales para obtener como resultado el impuesto a pagar si lo hubiese. Aquí plasmamos la información arrojada de los libros.

A diferencia de los contribuyentes ordinarios, los contribuyentes especiales o agentes de retención del impuesto al valor agregado tienen la responsabilidad de enterar al fisco nacional las retenciones realizadas en dichos periodos, tomando en cuenta el calendario para la declaración de las retenciones.

Una vez realizado el cálculo y declaración del impuesto al valor agregado derivado de las operaciones de compra y ventas y las retenciones de dicho impuesto realizadas por la empresa, se puede dar a lugar que la empresa obtuviere mayores créditos durante el periodo y no le corresponda realizar ningún pago monetario, pero el caso que sus débitos sobrepasasen a sus créditos esta procederá a realizar el pago del mismo dentro del plazo estipulado por la administración tributaria el cual puede ser efectuado de dos modalidades: el primero sería realizar completamente en efectivo o en segundo lugar mediante un cheque de gerencia el cual estará dirigido al Tesoro Nacional solicitado directamente en las oficinas de los bancos autorizados para realizar la recaudación, presentando el comprobante de pago correspondiente a la declaración que se genera una vez realizada la declaración por medios electrónicos a través del portal del SENIAT.

AVENSA DESARROLLOS Y CONSTRUCCIONES VENEZUELA, S.A.

R.I.F. J-31532417-3

LIBRO DE COMPRAS

MES DE FEBRERO DE 2012

FECHA	Tipo	Dcto. N°	Control N°	Serial Maquina	Nombre del Proveedor	RIF / C.I. N°	Total Compre Incluye L.V.A. Crédito Fiscal	Compras sin derecho a Gravas por alícuota general	Compras Internas o Importación		IVA Retenido por el comprador							
									Gravas por alícuota reducida	Base % L.V.A.	Base % L.V.A.	comprobante	comprobante	retenido	Montto			
14/12/2011	Retención	00086260		SIN	ECC0003865 HERROGANGA, CA.	J-30781369-5	47,040.00		42,000.00	12%	5,040.00							
13/01/2012	Factura	A 0439	00-0739		- ANCON/ENSA ANCOZADOS VENEZUELA, S.A.	J-31707362-7	534,000.00	534,000.00	0.00	12%	0.00							
30/01/2012	Factura	000006	00-00006		- ASOCIACION COOPERATIVA CAPACIDAD AGRONOSTRAL BOLIVARIANA	J-29864736-5	4,806,000.00	4,806,000.00	0.00	12%	0.00							
31/01/2012	Factura	0759	00-000259		- LUIS MIGUEL AGREDIA LUGO	V-14369788-8	8,000.00	8,000.00	0.00	12%	0.00							
01/02/2012	Factura	0052	00-000052		- ASOCIACION COOPERATIVA LA MEJOR CONSTRUCCION R.L.	J-29723779-8	262,400.00	262,400.00	0.00	12%	0.00							
01/02/2012	Factura	000788	00-000288		- GHANN FRANCISCA	P-00039395-0	7,280.00		6,500.00	12%	780.00				07/02/2012	2012-02-00000001	585.00	
01/02/2012	Factura	00017208		SIN	EOB0015116 GISELA LA DAMA DEL HERRO 2006, C.A.	J-31479519-9	233.00	233.00	0.00	12%	0.00							
03/02/2012	Factura	2706	00-001206		- HERNAN TINO	V-12280189-7	300.00	300.00	0.00	12%	0.00							
03/02/2012	Factura	00088415		SIN	ECC0003865 HERROGANGA, CA.	J-30781369-5	31,360.00		28,000.00	12%	3,360.00				07/02/2012	2012-02-00000002	2,520.00	
03/02/2012	Factura	036222		SIN	1FB8032930 INVERSIONES ALFREMBEL, CA.	J-31700834-0	179.96		160.68	12%	19.28							
03/02/2012	Factura	047468		SIN	CRC8662037 MEI ZHEN WU DE NG - GRAN FUTURO 128	V-14653825-0	160.00		142.86	12%	17.14							
07/02/2012	Factura	000931	00-0000931		- COOPERATIVA LE COMBANDO DE M PROGRESO	J-29822163-1	102,500.00		0.00	12%	0.00							
07/02/2012	Factura	00645		SIN	1FC300006 MARTINEZ TINEO CARLOS DEMETRIO - HERRAMIENTAS Y FERRETERIA CARL	V-08391118-9	96.00	96.00	0.00	12%	0.00							
07/02/2012	Factura	100668	00-003848		- VENEZOLANA DE COBERTURAS, CA. (VENCOR)	J-07515997-7	662,174.02		591,226.80	12%	70,947.22							
08/02/2012	Factura	158912		SIN	BBP410MIVL FERRETERIA EPA, CA.	J-00271144-2	948.67	170.65	694.48	12%	83.34							
08/02/2012	Factura	158913		SIN	BBP410MIVL FERRETERIA EPA, CA.	J-00271144-2	1,245.54	1,245.54	0.00	12%	0.00							
08/02/2012	Factura	158914		SIN	BBP410MIVL FERRETERIA EPA, CA.	J-00271144-2	1,076.01		960.72	12%	115.29							
08/02/2012	Factura	158915		SIN	BBP410MIVL FERRETERIA EPA, CA.	J-00271144-2	538.00		480.36	12%	57.64							
08/02/2012	Factura	036434		SIN	1FB8032930 INVERSIONES ALFREMBEL, CA.	J-31700834-0	448.99		401.78	12%	48.21							
09/02/2012	Factura	008531		SIN	1FB8037370 INVERSIONES ANTOLIN, CA.	J-30662959-9	50.00	50.00	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	41793	00-041793		- PABLO CHACON	V-08320630-6	15.00	15.00	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	00003473		SIN	Z28213267 SUPERTUBOS, CA.	J-29863728-5	1,272.81	1,272.81	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	00003476		SIN	Z28213267 SUPERTUBOS, CA.	J-29863728-5	136.61	136.61	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	0732	00-000732		- TALLER COVA, C.A.	J-29869058-0	400.00	400.00	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	0733	00-000733		- TALLER COVA, C.A.	J-29869058-0	500.00	500.00	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	0736	00-000736		- TALLER COVA, C.A.	J-29869058-0	400.00	400.00	0.00	12%	0.00							
09/02/2012	Factura	0737	00-000737		- TALLER COVA, C.A.	J-29869058-0	400.00	400.00	0.00	12%	0.00							
10/02/2012	Factura	000307	00-000307		- INVERSIONES FERRECAT 222, CA.	J-29864700-4	5,584.20	4,995.00	535.00	12%	64.20							
10/02/2012	Factura	8948	00-00048		- FERREBALDOSA, CA.	J-30873428-4	50,400.00	50,400.00	0.00	12%	0.00							
11/02/2012	Factura	00000112	00-0000112		- DELGADO GARCIA, JOSE ANTONIO	V-06322308-5	12,500.00	12,500.00	0.00	12%	0.00							
11/02/2012	Factura	036588		SIN	1FB8032930 INVERSIONES ALFREMBEL, CA.	J-31700834-0	497.97		444.62	12%	53.35							
11/02/2012	Factura	036598		SIN	INVERSIONES ALFREMBEL, CA.	J-31700834-0	525.02		468.77	12%	56.25							
11/02/2012	Factura	00026704		SIN	Z14812824 MATERIALES J & A, CA.	J-30132281-9	79.97		71.40	12%	8.57							
13/02/2012	Factura	00008883		SIN	Z148123162 COMERCIAL MESSINA, CA.	J-31682415-7	29.50	29.50	0.00	12%	0.00							
13/02/2012	Factura	B 11394	00-0000894		- SERVICIOS Y CONSTRUCCIONES FRANK-IMR, CA.	J-30389958-3	875,000.00	875,000.00	0.00	12%	0.00							
13/02/2012	Factura	B 11394	01-04625		- RECARGA DEL CARBE, CA.	J-30880989-1	40.00		35.71	12%	4.29							
13/02/2012	Factura	28838		SIN	TS8003084 HERRIOS DANA, CA.	J-2963215-4	40.00		35.71	12%	4.29							
					TOTAL		2,167,866.16	1,451,878.51	639,391.65	76,725.82	0.00	0.00					6,885.00	

AVENSA DESARROLLOS Y CONSTRUCCIONES VENEZUELA, S.A.
R.I.F. J-31532417-3
LIBRO DE VENTAS
MES DE FEBRERO DE 2012

Día	Tipo	Dcto. N°	Control N°	Nombre del Cliente	RIF/ C.I. N°	Ventas			Ventas Gravadas Por I.V.A.				IVA Retenido por el comprador			
						Total Vtas. Inc. I.V.A.	Internas no Gravadas	%	Contribuyentes Base	Contribuyentes I.V.A.	No Contribuyentes Base	No Contribuyentes I.V.A.	Fecha comprobante	Número del comprobante	Monto retenido	
17/02/2012	Factura	0560	00-0060	ANULADA		-	0,00	0,00	12%	0,00	0,00	0,00	0,00			
17/02/2012	Factura	0561	00-0061	ANULADA		-	0,00	0,00	12%	0,00	0,00	0,00	0,00			
22/02/2012	Factura	0562	00-0062	PDVSA PETROLEO, S.A.	J-00123072-6	297.000,00	297.000,00	0,00	12%	0,00	0,00	0,00	0,00			
29/02/2012	Factura	0563	00-0063	PDVSA PETROLEO, S.A.	J-00123072-6	233.775,00	233.775,00	0,00	12%	0,00	0,00	0,00	0,00			
TOTALES						530.775,00	530.775,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00			0,00

AVENSA DESARROLLOS Y CONSTRUCCIONES VENEZUELA, S.A.
R.I.F. J-31532417-3
RESUMEN DE LIBRO DE COMPRAS Y VENTAS
MES DE FEBRERO DE 2012

RESUMEN		BASE	I.V.A.
40	Ventas internas no gravadas	530.775,00	
41	Ventas de exportacion		
42	Ventas internas gravadas por alic general		
442	Ventas internas gravadas por alic general + adicional		
443	Ventas internas gravadas por alicuota reducida		
48	Ajuste a los Debitos fiscales de periodos anteriores		
46	Total ventas y débitos fiscales para determinación	530.775,00	0,00
30	Compras no gravadas y/o sin derecho a credito fiscal	1.451.878,51	
33	Compras internas gravadas solo por alicuota general	639.381,85	76.725,82
332	Compras internas gravadas por alicuota general + adicional		
333	Compras internas gravadas por alicuota reducida		
35	Total compras y creditos fiscales del periodo	2.091.260,36	76.725,82
70	Creditos fiscales totalmente deducibles		76.725,82
	Porcentaje de prorrateo		
37	Creditos fiscales producto de la aplicacion del % de prorrateo		
71	Total Creditos deducibles		76.725,82
20	Excedente de creditos fiscales del mes anterior		785.748,31
24	Ajuste a los creditos fiscales de periodos anteriores		5.040,00
39	Total creditos fiscales		867.514,13
53	Total cuota tributaria del periodo		
60	Excedente Antes de Retenciones		867.514,13
54	Retenciones Acumuladas Por Descontar		0,00
66	Retenciones del Periodo		0,00
74	Saldo Retenciones		0,00
55	Retenciones Aplicadas		0,00
90	Total I.V.A. a Pagar		0,00
67	Saldo de Retenciones de I.V.A. no aplicadas		0,00

Declaración del Impuesto al Valor Agregado

Uso del Sistema

2.1 Acceso al Sistema

1. Ingrese al site o Portal del SENIAT, a través de la siguiente dirección de Internet www.seniat.gob.ve. Al ingresar a la página, se muestra la siguiente pantalla:



2. Seleccione en la sección **Seniat en Línea** la opción **Persona Natural** o **Persona Jurídica**, según sea el caso.



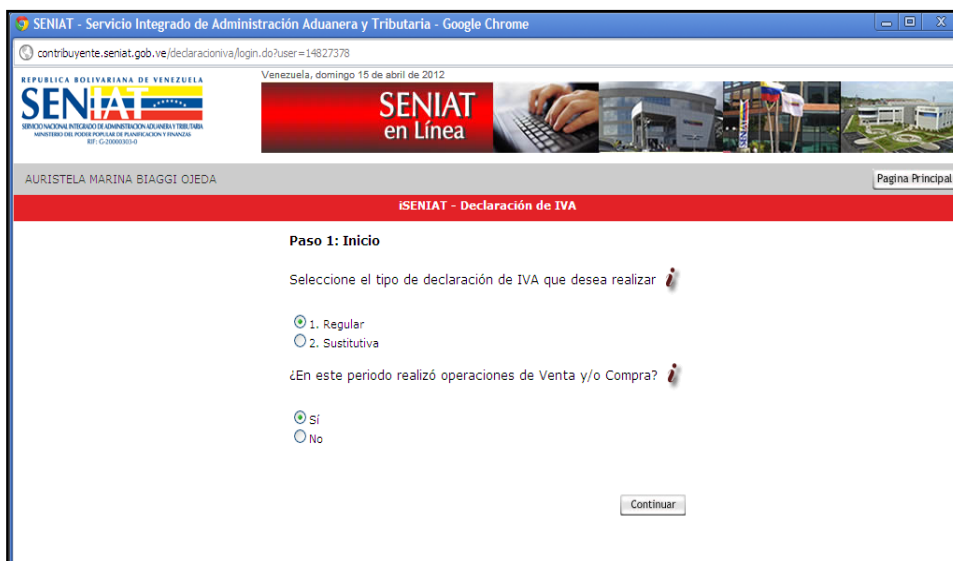
3. Ingrese su usuario y clave para ingresar al Sistema.



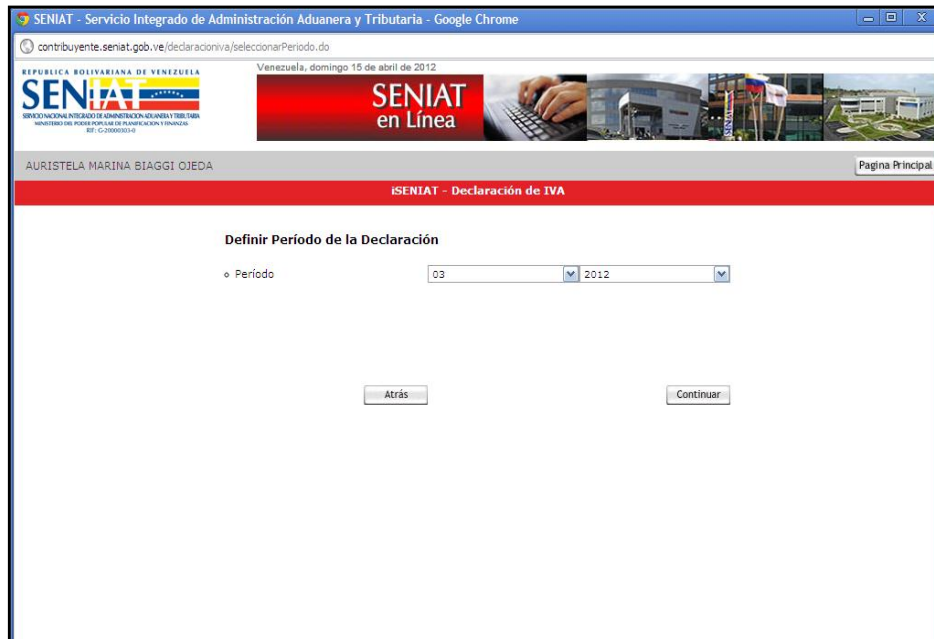
4. Seleccionas la pestaña de procesos tributarios, y presionas sobre declaración de IVA



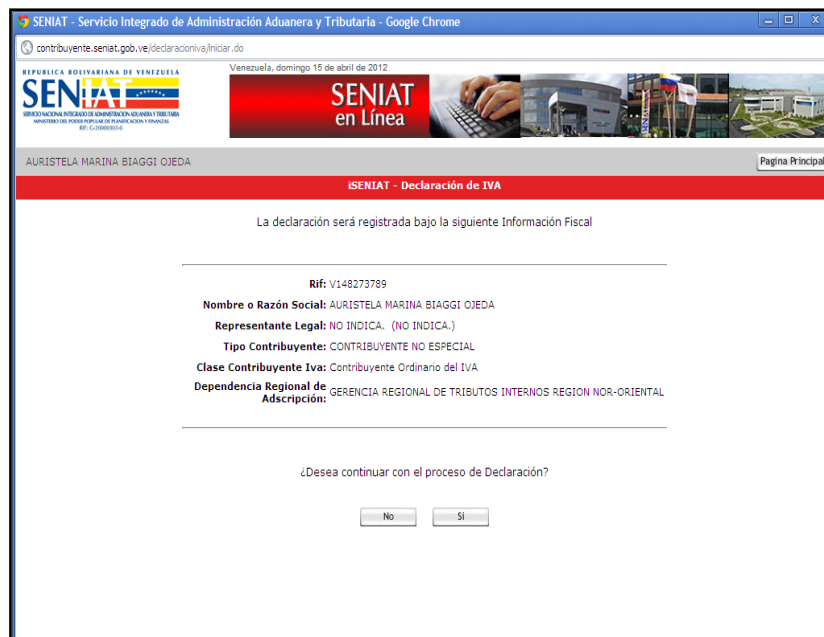
5. Se selecciona que tipo de declaración desea hacer, sustitutiva o regular.



6. Se escoge el periodo que desea declarar.



7. El portal mostrara la información básica del contribuyente, para ver si desea continuar con la declaración.



8. Se comienza a transcribir la información del resumen de compra y ventas. Tomando en cuenta la sección de los débitos fiscales.

Venezuela, domingo 15 de abril de 2012

SENIAT en Línea

AURISTELA MARINA BIAGGI OJEDA

iSENIAT - Declaración de IVA

Débitos Fiscales

Periodo de Imposición: 03/2012

DÉBITOS FISCALES	BASE IMPONIBLE (BsF)	DÉBITO FISCAL (BsF)
1 Ventas Internas no Gravadas	40	
2 Ventas de Exportación	41	
3 Ventas Internas Gravadas por Alícuota General	42	43
4 Ventas Internas Gravadas por Alícuota General más Alícuota Adicional	44	45
5 Ventas Internas Gravadas por Alícuota Reducida	443	453
6 Total Ventas y Débitos Fiscal para efectos de Determinación	46	47
7 Ajustes a los Débitos Fiscales de períodos anteriores		48
8 Certificados de Débitos Fiscales Exonerados (recibos de entes exonerados). Registro del Período		80
9 Total Débitos Fiscales		49

Atrás Guardar Continuar

9. Se continua traspasando la información pero, de la sección de los créditos fiscales

Venezuela, domingo 15 de abril de 2012

SENIAT en Línea

AURISTELA MARINA BIAGGI OJEDA

iSENIAT - Declaración de IVA

Créditos Fiscales

Periodo de Imposición: 03/2012

CRÉDITOS FISCALES	BASE IMPONIBLE (BsF)	CRÉDITO FISCAL (BsF)
10 Compras no Gravadas y/o sin Derecho a Crédito Fiscal	30	
11 Importación Gravadas por Alícuota General	31	32
12 Importaciones Gravadas por Alícuota General más Alícuota Adicional	312	322
13 Importaciones Gravadas por Alícuota Reducida	313	323
14 Compras Internas Gravadas por Alícuota General	32	34
15 Compras Internas Gravadas por Alícuota General más Alícuota Adicional	322	342
16 Compras Internas Gravadas por Alícuota Reducida	323	343
17 Total Compras y Créditos Fiscales del Período	35	36
18 Créditos Fiscales Totalmente Deducibles		70
19 Créditos Fiscales producto de la Aplicación del porcentaje de la prorrata		37
20 Total créditos fiscales deducibles... Realice la operación (70 + 37)		71
21 Excedente Créditos Fiscales del mes Anterior (Item 60 de la declaración anterior)		20
22 Reintegro Solicitado (sólo Exportadores)		21
23 Reintegro Solicitado (sólo quien suministre bienes o presten servicios a entes exonerados)		81
24 Ajustes a los Créditos Fiscales de períodos anteriores		38
25 Certificados de Débitos Fiscales Exonerados (emitidos por entes exonerados) . Registrado en el período		82
26 Total Créditos Fiscales		39

Atrás Guardar Continuar

10. Esta pestaña muestra el total cuota tributaria a pagar o en tal caso los excedentes de créditos. Así como la retención acumulada y/o retenciones del periodo.

Autoliquidación
Periodo de Imposición: 03/2012

AUTOLIQUIDACIÓN (BsF)		
27	Total Cuota Tributaria del Periodo	53
28	Excedente de Crédito Fiscal para el mes siguiente	60
29	Impuesto pagado en Declaración(es) Sustituida(s)	22
30	Retenciones Descontadas en Declaración(es) Sustituida(s)	31
31	Percepciones Descontadas en Declaración(es) Sustituida(s)	24
32	Sub-total Impuesto a Pagar	78
33	Retenciones Acumuladas por Descontar	5.395,40
34	Retenciones del Periodo	66
35	Créditos Adquiridos por Cesión de Retenciones	72
36	Recuperación de Retenciones Solicitado (saldo con antigüedad mayor a dos periodos impositivos)	22
37	Total Retenciones	74
38	Retenciones Soportadas y Descontadas en esta Declaración	85
39	Saldo de Retenciones de IVA no aplicado	67
40	Sub-total Impuesto a Pagar	86
41	Percepciones Acumuladas en Importaciones de Descontar	1
42	Percepciones del Periodo	1
43	Créditos Adquiridos por Cesión de Percepciones	1
44	Recuperación de Percepciones Solicitado (saldo con antigüedad mayor a dos periodos impositivos)	1
45	Total Percepciones	1
46	Percepciones en Aduanas Descontadas en esta Declaración	58
47	Saldo de Percepciones en Aduanas no Aplicado	69
48	Total a Pagar	90

Buttons: Atrás, Guardar, Continuar

Procedimiento para realizar la retención de impuesto al valor agregado (IVA) a Facturas de proveedores ordinarios.

1. Se revisa el tipo de proveedor al cual pertenece la factura, el cual deberá ser de manera obligatoria contribuyente ordinario de este impuesto.
2. Cada factura al ser pagada deberá asignársele un número de comprobante distinto.
3. Se revisa el cálculo del I.V.A. generado en cada operación, el cual será el que resulte de multiplicar el precio facturado de los bienes y servicios gravados por la alícuota impositiva correspondiente.

4. Se realiza el calculo del monto a retener el cual será el que resulte de multiplicar el monto del I.V.A calculado según lo descrito en el numeral anterior por el 75% o el 100% según sea el caso (Artículo 6 y 7 Providencia Administrativa No. SNAT/2005/0056-A).

5. Se lleva el libro de compras, mediante un formato establecido, el cual contiene la siguiente información correspondiente al proveedor ordinario: numero de operación, fecha de la factura, numero de factura, numero de control de la factura numero de comprobante, nombre del proveedor, RIF del proveedor, numero de nota de debito, numero de nota de crédito, tipo de transacción, numero de factura afectada, total de compras con IVA, compras sin derecho a crédito IVA, base imponible, % de la alícuota, impuesto IVA e IVA retenido. Es importante destacar que el libro de compra se lleva a manera de control interno con la finalidad de obtener la veracidad y confiabilidad en el registro de todos los pagos que alimenta el formato del archivo TXT, asimismo nos sirve de soporte del periodo declarado.

6. Una vez terminado el libro de compras se pasará la información al formato único TXT, el cual contiene la siguiente información:

A. RIF Contribuyente: Alfanumérico de 10 caracteres, corresponde al número del Registro de Información Fiscal de acuerdo a la naturaleza del contribuyente: Exportador/Agente de Retención. Para la validación de campos los caracteres no debe contener espacio ni guiones, la naturaleza del contribuyente solo puede ser: J= Jurídico, V= Natural, P=Pasaporte, E= extranjero, G= gobierno. Más nueve dígitos del número asignado incluyendo el verificador.

B. Periodo Impositivo: Numérico de 6 caracteres, periodo para el cual se solicita el reintegro o realiza la declaración de retención el cual deberá

pertenecer al periodo de imposición definido para el IVA. Para la validación de campos en caso de Agente de Retención, el año no puede ser menor al 2003 y el mes debe ser valido.

C. Fecha Documento: Numérico de 10 caracteres, con separador de guiones (AAAA-MM-DD) y corresponde a fecha de la factura, nota de crédito, nota de debito o certificación, declaración de importación. Para su validación en caso del Agente de Retención, la fecha debe ser menor o igual al periodo de imposición que esta declarando el mes y los día deben respetar el orden cronológico, debe ser un año, mes y un día valido. Cuando se registre ajustes, la fecha debe ser menor o igual al periodo (aaaamm) declarado.

D. Tipo Operación: Alfabético de 1 posición, identifica el tipo de operación en letra mayúscula bajo el siguiente esquema:

1 Venta.

2 C= Compra

E. Tipo Documento: Numérico de 2 dígitos, coloque cero a la izquierda, de acuerdo al tipo de Documento:

ii.01= Factura

iii.02= Nota de Debito.

iv.03= Nota de Crédito.

v.04= Certificaciones.

vi.05= Forma importación

vii.06= Forma Exportación.

F. RIF Comprador o Vendedor: Alfanumérico con un máximo de diez (10) caracteres, sin espacios ni guiones, corresponde al número de Registro de Información Fiscal de la persona jurídica o natural que genera la factura, nota de crédito, nota de débito o certificación (vendedor), en caso de no poseer RIF completar con un cero (0). Para la validación de campos, en caso del agente de retención, si el campo tiene valor cero (0) (proveedor sin RIF), se validará que el monto retenido sea del 100%. Por retenciones a entes no domiciliados debe indicarse el RIF del agente de Retención y se validará que el monto retenido sea del 100%.

G. Número Documento: Alfanumérico con un máximo de veinte (20) caracteres, corresponde al número de factura, nota de crédito, nota de débito o certificación. En el caso de importación la identificación de este campo es el N° de la planilla C-80, C- 81, C-86 y para la exportación es el número del forma D. Cuando no aplique coloque un cero (0). Para la validación de campos, no debe contener espacios en blanco entre los caracteres.

H. Número Control del Documento: Alfanumérico con un máximo de veinte (20) posiciones, corresponde al número de control de factura, nota de crédito, nota de débito (N° asignado por el SENIAT a los documentos). Para la validación de campos este corresponde al número pre-establecido por la imprenta, no debe contener espacios en blanco entre los caracteres, en caso de no aplicar completar con cero.

I. Monto Documento: Numérico con un máximo de quince (15) caracteres, corresponde al monto total de la factura, Nota de Debito, Nota de Crédito o Declaración para su validación de campos, debe ser mayor que cero (0), el símbolo separador de decimal es el punto (.).

J. Base imponible: Numérico con un máximo de quince (15) caracteres, corresponde la monto total bruto de los reglones facturados o precio de la operación, sin incluir el IVA y montos exentos. El símbolo separador de decimal es el punto (.). Para operaciones exoneradas completar con un cero (0), en caso de no aplicar colocar un cero (0).

K. Monto IVA: Numérico con máximo de quince (15) caracteres, corresponde al monto retenido por el comprador el símbolo separador de decimal es el punto (.). Por operaciones exoneradas completar con un cero (0). En caso de no aplicar colocar un cero (0). En caso de agentes de retención, registrar IVA retenido por el comprador al proveedor, retenciones a terceros no domiciliados o anticipos de IVA. Se determina en función de la base imponible por el porcentaje de retención por la alícuota impositiva

L. Número documento afectado: Alfanumérico con un máximo de veinte (20) caracteres, que debe ser registrado siempre que el tipo de documento sea un a nota de debito o crédito, debe corresponder con el numero de factura que origina o soporta una operación de nota de debito, nota de crédito, en caso de no aplicar completar con un cero (0).

M. Número Comprobante: Numérico con un máximo de catorce (14) identifica el comprobante que se le emitió al proveedor de bien o servicio, posiciones sin guiones y espacios, debe validarse que los caracteres secuenciales sean únicos en el periodo por concepto parcial o total del IVA. El

periodo del número del comprobante debe coincidir con el campo de periodo de imposición, el campo indica año, mes, periodo de imposición, mas numero secuencial de emisión. (AAAAMMSSSSSSSS).

N. Monto exento del IVA: Numérico de quince (15) caracteres, mayor o igual que cero (0), registro del monto de operaciones que por su naturaleza (exenta, exonerada o no sujeta) no generan crédito o debito fiscal. Si el monto exento IVA es igual al monto del documento la base imponible, la alícuota y el monto deben ser cero (0). El Símbolo separador de decimal es el punto (.).

O. Alícuota: Numérica de cinco (5) posiciones, refleja el porcentaje que registra la alícuota aplicada a la factura o declaración, mayor igual a cero (0), el separador de décimas es el punto. El SENIAT determinara la alícuota normalizada cuando el agente de retención no registre en el campo el valor definido como alícuota valida.

P. Número de Expediente: Numérico de quince (15) caracteres, sin guiones y separadores, que identifica el numero de confrontación o expediente, asignado por el CODA o SIDUNEA en el SENIAT por la operación aduanera , el cual aparece registrado en cada planilla C-80, C-81- C-86; cuando no corresponda debe complementarse este campo con un cero (0).

7. El impuesto retenido debe enterarse en su totalidad y sin deducciones

8. Se procede a efectuar el pago del impuesto, de la siguiente manera:

- El agente de retención de no haberlo realizado antes de la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa N° SNAT/2005/0056-A, debe inscribirse por una sola vez, en el

portal <http://www.seniat.gov.ve> conforme a las especificaciones establecidas por el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), a través de su pagina Web, a los fines de la asignación de la correspondiente clave de acceso.

- El agente de retención deberá presentar a través del portal <http://www.seniat.gov.ve> una declaración informativa de las compras y de las retenciones practicadas durante el período correspondiente, siguiendo las especificaciones técnicas establecidas en el referido portal. Igualmente estará obligado a presentar la declaración informativa en los casos en que no se hubieren efectuado operaciones sujetas a retención.

- Presentada la declaración en la forma indicada en el numeral anterior el agente de retención podrá optar entre efectuar el enterramiento electrónicamente, a través de la Web del Banco Industrial de Venezuela, o imprimir la planilla generada por el sistema denominada “planilla de pago para enterar retenciones de IVA efectuadas por agentes de retención 99035” la cual serán utilizadas a los efectos de enterar las cantidades retenidas.

- El agente de retención solo podrá enterar los montos correspondientes a dicha retención mediante la planilla denominada “planilla de pago para enterar retenciones de IVA efectuadas por agentes de retención 99035”, emitida a través del portal <http://www.seniat.gov.ve>.

- En los casos en que el enteramiento no se efectuó electrónicamente, el agente de retención procederá a pagar el monto correspondiente en efectivo, cheque de gerencia o transferencia de fondos en las taquillas de contribuyentes especiales que le corresponda o en cualquiera de las taquillas del Banco Industrial de Venezuela.

- Una vez realizado el pago se deberá imprimir y archivar el comprobante de pago de declaración de impuesto para control del Instituto.

**PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA SOBRE EL CALENDARIO DE
 SUJETOS PASIVOS ESPECIALES Y AGENTES DE RETENCIÓN PARA
 AQUELLAS OBLIGACIONES QUE DEBEN CUMPLIRSE PARA EL AÑO 2012**

Artículo 1º—Las declaraciones de los Sujetos Pasivos Especiales notificados de esa condición en forma expresa por el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), relativas al Impuesto al Valor Agregado, Definitivas y Estimadas de Impuesto sobre la Renta, Impuesto a las Actividades de Juegos de Envite o Azar, así como el enteramiento de los montos retenidos por los Agentes de Retención en materia de Impuesto sobre la Renta e Impuestos al Valor Agregado, deberán ser presentadas y en su caso, efectuados los respectivos pagos, según el último dígito del número de Registro Único de Información Fiscal (RIF), en las fechas de vencimiento del calendario que para el año 2012 será el siguiente

a) IMPUESTO AL VALOR AGREGADO:

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
Y 5	7	4	6	4	6	5	7	2	8	2	6	9
Y 6	8	3	0	3	7	2	8	1	9	9	9	1
Y 3	9	2	1	0	8	1	9	0	0	8	0	0
Y 8	0	7	2	8	2	0	0	7	1	7	1	9

Y 2	3	6	3	7	3	9	3	6	4	6	2	8
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

b) RETENCIONES DE IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

b.1) Practicadas entre los días 1° al 15 de cada mes, ambos inclusive

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
Y 5	7	4	6	4	6	5	7	2	8	2	6	9
Y 6	8	3	0	3	7	2	8	1	9	9	9	1
Y 3	9	2	1	0	8	1	9	0	0	8	0	0
Y 8	0	7	2	8	2	0	0	7	1	7	1	9
Y 2	3	6	3	7	3	9	3	6	4	6	2	8

b.2) Practicadas entre los días 16 y el último de cada mes, ambos inclusive

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
Y 5				0								
Y 6												
Y 3												
Y 8												
Y 2							0					

c) RETENCIONES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
Y 5		0		3		3		0		0		2
Y 6				2		2	0					1
Y 3	0			1			1		0			0
Y 8	1			0	0		2		1		2	
Y 2	2		2		1		3		2		3	

d) ESTIMADAS DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA (Declaración y Pago de Porciones Ejercicios Regulares e Irregulares)

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
Y 5	6	0	2	0		5		4	4	1	2	0
Y 6	1		4	1	0		0	5	3	5	3	1
Y 3	0			2	1	2	1	0	2			2
Y 8	3	3		3	4	3	2		0			4
Y 2	2	4	3		5	4	3		1	0	4	3

e) **ACTIVIDADES DE JUEGOS DE ENVITE O AZAR**

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
al 9	0											

f) **RETENCIONES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA PARA LOS PREMIOS DE LOTERÍA**

f.1) practicadas entre los días 1° al 15 de cada mes, ambos inclusive

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
al 9	6	6	6	6	6	8	6	6	7	6	6	7

f.2) Practicadas entre los días 16 y el último de cada mes, ambos inclusive

IF	NE	EB	AR	BR	AY	UN	UL	GO	EP	CT	OV	IC
al 9				2		2			2			

g) **AUTOLIQUIDACIÓN ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA**
Ejercicio Fiscal 01/01/2011 al 31/12/2011

RIF	FECHA
0, 1 y 5	02/04/2 012
2, 3 y 7	03/04/2 012
9 y 6	04/04/2 012
4 y 8	09/04/2 012

<http://mundotributariovzla.blogspot.com/2011/12/calendario-de-sujetos-pasivos.html>

20 de diciembre 2011

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.1 Conclusiones

- Fue fundamental la creación de una figura que se encargara de retener el impuesto al valor agregado ya que esto le brinda grandes beneficios al estado en cuanto a la facilidad de recaudación de este tributo, permitiéndole tener un mayor control y manejo sobre el mismo evitando así las evasiones al retenerse una gran parte de la alícuota establecida para el Impuesto al Valor Agregado que se aplica en las compras y ventas ser enteradas de una forma mas directa al Fisco , lo cual permite un mayor aprovechamiento de todos estos recursos los cuales serán reorientados a realizar inversiones en el país que permitan mejorar la calidad de vida de todos los venezolanos.
- Las personas naturales, jurídicas y entes del públicos al ser designados contribuyentes especiales por la administración tributaria deben cumplir con una serie de obligaciones que se derivan de esta nueva responsabilidad las cuales en su mayoría se encuentran contempladas en la ley del impuesto al valor agregado y la providencia administrativa que dio lugar a la creación de esta figura de agentes de retención y las cuales deben ser cumplidas a cabalidad para así evitar ser sancionados.
- El SENIAT es un órgano que da los parámetro de como se calculan los impuestos, proporcionando también así los formatos y procedimientos que se deben seguir para el calculo del impuesto al valor agregado a través de sus paginas electrónicas donde se hace la declaración , tratando de proporcionar un servicio eficiente para todos los contribuyentes para que así todas las declaraciones de impuestos sean realizadas de forma eficiente y oportuna.

7.2 Recomendaciones

- Se deberían implementar nuevas medidas que sirvan de apoyo a la administración tributaria para la recaudación de los impuestos, y que de cierta forma puedan generar incentivos para que los contribuyentes se vean atraídos a realizar constantemente sus declaraciones y si se puedan percibir mayores ingresos para el estado para satisfacer las necesidades colectivas.
- Se deben implementar mayores campañas para dar a conocer todos las obligaciones que deben cumplir los contribuyentes especiales para que así estos se encuentren de una mejor manera orientados acerca de sus deberes y los procedimientos que deban realizar para así poder evitar ser sancionados por el incumplimientos de las mismas.
- Se deberían extender los plazos para que los contribuyentes especiales puedan realizar el calculo y declaración del impuesto al valor agregado ya q muchas veces resulta un poco engorroso debido a la gran cantidad de información que deben manejar al momento de realizar sus declaraciones.

BIBLIOGRAFÍA

Tatiana R Ocopio (2009). **“Análisis del Procedimiento Actual en el manejo de retenciones de Impuesto al Valor Agregado de CANTV, Estado Anzoátegui”**. Trabajo presentado como requisito parcial para optar por el título de licenciado en Contaduría Pública. Universidad de Oriente - Núcleo Anzoátegui.

Rosiris Mariela Velazquez L & Emili Mercedes Silva L (2009). **“Obligaciones tributarias que debe cumplir el sujeto pasivo para la declaración del Impuesto al Valor Agregado”**. Trabajo Presentado como requisito parcial para optar por el título de Licenciado en Contaduría Pública. Universidad de Oriente - Núcleo Anzoátegui.

Carrasquilla. M. Carolina & Mata M. Angélique K (2011). **“Percepción de los contribuyentes especiales en tomo a la administración tributaria”**. Trabajo presentado como requisito para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública. Universidad de Oriente. Núcleo - Anzoátegui.

Yudith. M Chacon Ramírez (2007). **“Cumplimientos de las obligaciones tributarias en materia de retención del impuesto al valor agregado. Caso: instituto de transporte masivo de Mérida”**. Trabajo Presentado como requisito para optar por el grado de especialista en ciencias contables, mención tributo, áreas rentas internas. Universidad de los Andes.

Bohórquez Laura (2003). **“Efectos administrativos y financieros causados por las retenciones del IVA en los contribuyentes especiales”**. Trabajo presentado como

requisito para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto.

Lcda. Karina Escorcio de Abreu (2007). **“Cumplimiento de los deberes formales y materiales de los contribuyentes especiales del impuesto al valor agregado”**.

Trabajo presentado como requisito para optar al título especialista en Contaduría mención Auditoría. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto.

Cifuentes, Lemus y Asociados.(2004).**“Nuevo Régimen del SENIAT para sujetos especiales”**. http://www.moorestephens.com.ve/pdfs/Sujetos_pasivos_especiales.pdf

Providencia Administrativa N° SNAT/INTI/GR/DRCC/2011/00078 (2011)

<http://mundotributariovzla.blogspot.com/2011/12/calendario-de-sujetos-pasivos.html>

Providencia Administrativa N° SNAT/2005/0056 (2005)

www.rvitoloccontadores.net/.../PROVIDENCIAIVA12_0056.pdf

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria

http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL_SENIAT

Reglamento General de la Ley que establece el Impuesto al Valor Agregado

http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/02NORMATIVA_LEGAL/2.4TRIBUTOS_INTERNOS/2.4.03IVA/2.4.3.2IVA_REGLAMEN TOS/

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	ANÁLISIS DE LAS OBLIGACIONES INHERENTES A LA CONDICIÓN DE CONTRIBUYENTE ESPECIAL DEL IVA.
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Jiménez, Ángel	CVLAC: 19.168.699 E MAIL: amjb_007@hotmail.com
Santil, Avi	CVLAC: 19.456.640 E MAIL: ale_santil@hotmail.com
	CVLAC: E MAIL:
	CVLAC: E MAIL:

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

Obligaciones – Contribuyentes Especiales –Impuesto al Valor Agregado - Impuesto

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÀREA	SUBÀREA
Ciencias Administrativas	Contaduría Pública

RESUMEN (ABSTRACT):

Con el transcurrir de los años el gobierno ha venido aplicando diferentes estrategias que le faciliten el proceso de recaudación de los tributos a los cuales están sometidos los contribuyentes, de allí nacen los contribuyentes especiales los cuales son personas naturales, jurídicas o entes públicos con una alta capacidad contributiva los cuales son designados por la administración tributarias como contribuyentes especiales entendiéndose el nivel de ingresos percibidos durante el año, los cuales están obligados a retener un porcentaje del impuesto al momento de realizar una compra para luego enterarlas de forma directa al fisco, es por ello que se hace necesario realizar un análisis sobre las obligaciones inherentes de los contribuyentes especiales. El tipo y diseño de investigación utilizado fue el documental descriptivo-explicativo debido a la gran cantidad de consultas teóricas de trabajos previos, libros, documentos que utilizamos tomando en consideración los rasgos más resaltantes. Por otra parte esta investigación es de gran importancia ya que todos los contribuyentes designados como especiales necesitan conocer acerca de todas las responsabilidades que se derivan de esta

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
Lourdes Reyes	ROL	CA	AS	TU	JU
	CVLAC:	V-8.286.033			
	E_MAIL	lourdesreyes@cantv.net.			
	E_MAIL				
García Guillermo	ROL	CA	AS	TU	JU
	CVLAC:	V-8.282.863			
	E_MAIL	guigar27@gmail.com			
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2012	04	18
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
	Application/msword

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z . a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z . 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 .

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciado en Contaduría Pública

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Pregrado

ÁREA DE ESTUDIO:

Departamento de Contaduría

INSTITUCIÓN:

Universidad De Oriente Núcleo Anzoátegui.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

De acuerdo al artículo 41 del Reglamento de Trabajo de grado:

**“Los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la Universidad,
y sólo podrán ser utilizados con otros fines con el consentimiento del
del Consejo del Núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo
Universitario”**

Jiménez, Ángel

AUTOR

Santil, Avi

AUTOR

Lourdes Reyes

TUTOR

García Guillermo

TUTOR

POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO