



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

**IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA
DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA
ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO ESTADO NUEVA ESPARTA**

**Trabajo de Grado, Modalidad Pasantías, presentado como requisito
parcial exigido para optar al título de:**

"Licenciada en Administración"

Br. Génesis Carolina Rojas Montero

C.I: V-20.386.768

Guatamare, 18 de Mayo de 2016



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO NUEVA ESPARTA
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

De conformidad con el artículo N° 9 de las normas internas para la tramitación, entrega, discusión y evaluación de Trabajo de Grado de la Escuela de Hotelería y Turismo del Núcleo Nueva Esparta de la Universidad de Oriente, se hace constar que el Trabajo de grado, modalidad pasantías, titulado: **IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO ESTADO NUEVA ESPARTA**, presentado por la Br. **GENESIS CAROLINA ROJAS MONTERO**, C.I.: V-20.386.768, como requisito parcial para optar al título de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, ha sido evaluado y aprobado con la siguiente calificación:

APROBADO

ECON. RAMÓN RODRÍGUEZ
C.I.: V- 9.304.020
TUTOR ACADÉMICO



LCDO. DAISIS GIMÉNEZ
C.I.: V- 11.907.330
JURADO PRINCIPAL



LCDA. ABIGAIL SILVA
C.I.: V- 9.309.134
JURADO PRINCIPAL

Guatamare, Mayo 2016

**IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA
DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA
ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO ESTADO NUEVA ESPARTA**

**Trabajo de Grado, Modalidad Pasantías, presentado como requisito parcial
exigido para optar al título de:**

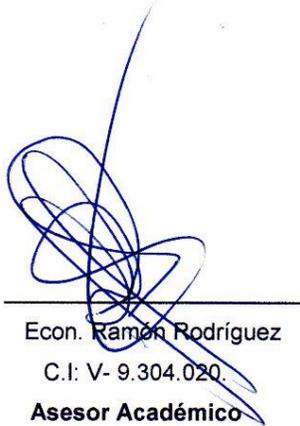
"Licenciada en Administración"



Br. Génesis Carolina Rojas Montero

C.I: V-20.386.768

Autor



Econ. Ramón Rodríguez
C.I: V- 9.304.020
Asesor Académico



Lic. Yurimar Ruiz
C.I: V-14.818.839
Asesor Laboral

INDICE GENERAL

Índice de Cuadros.....	viii
Índice de figuras.....	ix
Índice de flujogramas.....	x
Índice de Anexos	xi
Dedicatoria.....	xii
Agradecimientos	xiv
Fase I: Introducción	17
1.1 Denominación del Organismo	18
1.2 Objeto de estudio	18
1.3 Situación a evaluar	18
1.4 Objetivos	28
1.4.1 Objetivo general.....	28
1.4.2 Objetivos específicos	28
1.5 Técnicas de recolección de datos.....	29
1.5.1 Observación directa, participativa e individual	29
1.5.2 Entrevista semi-estructurada	30
1.5.3 Revisión Bibliográfica.....	31
1.6 Instrumentos de Recolección de Datos.	32
1.6.1. Ficha	33
1.6.2 Guía de preguntas	33
1.6.3 Block de notas	33
1.6.4 Recursos.....	35

Fase II: Aspectos organizacionales de la Alcaldía de Municipio Marcano	38
2.1 Reseña histórica de la Alcaldía del Municipio Marcano.	39
2.2 Estructura organizativa de la Alcaldía del Municipio Marcano.....	41
2.3 Estructura organizativa del Departamento de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano	47
2.3.1 Funciones de la Jefatura de Recaudación.....	48
2.3.2 Funciones de la Jefatura de Fiscalización.....	49
2.3.3 Sección Auditoría Fiscal.....	50
2.4 Misión	52
2.5 Visión.....	52
2.6 Objetivos	52
2.6.1 Objetivo General.....	52
2.6.2 Objetivos Específicos.....	52
2.6.3 Funciones de la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos...	53
Fase III: Bases legales que regulan el Impuesto de Publicidad Comercial	55
3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	56
3.2 Código Orgánico Tributario	58
3.3 Ley Orgánica de Poder Público Municipal.....	63
3.4 Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos	66
3.5 Ley de Tránsito Terrestre	66
3.6 Reglamento de la ley de tránsito terrestre.....	67
3.7 Ley Penal del Ambiente.....	69
3.8 Ordenanza Municipal sobre Publicidad Comercial	69

Fase IV:Procedimiento de recaudación del Impuesto de Publicidad Comercial aplicado por la Alcaldía del Municipio Marcano.....	91
4.1 Impuesto sobre propaganda o Publicidad Comercial	92
4.2 Características del impuesto sobre propaganda comercial	93
4.3 Elementos principales del impuesto sobre Publicidad Comercial:.....	94
4.4 Descripción de los procedimientos para la recaudación de tributos municipales	95
4.5 Descripción del procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para empresas con publicidad.	96
4.6. Descripción del procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para empresas sin publicidad.	100
4.7 Descripción del procedimiento de renovación como Contribuyentes de la Publicidad Comercial.....	104
4.8 Descripción del procedimiento para la Declaración anual como Contribuyentes de la Publicidad Comercial	108
4.9 Descripción del procedimiento para Fiscalización de Publicidad Comercial.	110
4.10 Descripción del procedimiento Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad Comercial.....	112
4.11 Descripción del procedimiento para Fiscalización y Control Publicidad Comercial.	114
Fase V: Comparacion del proceso de recaudación de impuesto sobre Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos en la Alcaldía del Municipio Marcano con las bases legales establecidas	117

5.1 Análisis comparativo del Proceso de recaudación de impuesto sobre publicidad comercial aplicado por la administración de Tributos Ingresos con las Bases legales establecidas.....	118
Conclusiones y Recomendaciones	124
Conclusiones.....	125
Recomendaciones.....	127
Referencias.....	128
Anexos	132
Metadatos	137

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	
Recurso Humano	35
Cuadro N° 2	
Recursos Financieros	37
Cuadro N° 3	
Procedimiento de Inscripción para empresas con Publicidad Comercial	96
Cuadro N° 4	
Procedimiento de Inscripción para empresas sin Publicidad Comercial	100
Cuadro n° 5	
Procedimiento de Renovación de la Publicidad Comercial	104
Cuadro N°6	
Procedimiento de Declaración Anual	108
Cuadro N°7	
Procedimiento para Fiscalización de Publicidad Comercial	110
Cuadro N°8	
Procedimiento Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad Comercial	112
Cuadro N°9	
Procedimiento para Fiscalización y Control Publicidad Comercial	114
Cuadro N°10	
Cuadro comparativo de procedimientos del impuesto de Publicidad comercial	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1

Organigrama de la Alcaldía del Municipio Marcano del Estado

Nueva Esparta 46

Figura N° 2

Organigrama Dirección de Administración de Tributos e Ingresos 51

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujograma N°1	
Procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para Empresas con Publicidad	98
Flujograma N°2	
Procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para Empresas sin Publicidad	102
Flujograma N°3	
Procedimiento de Renovación como Contribuyentes de la Publicidad Comercial.....	106
Flujograma N°4	
Procedimiento para la Declaración anual de Publicidad	109
Flujograma N°5	
Procedimiento de Fiscalización de Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano.....	111
Flujograma N°6	
Procedimiento de Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos.....	113
Flujograma N°7	
Procedimiento de Fiscalización y Control	116

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°1	
Solicitud de registro o renovación como contribuyente formal de la Publicidad comercial.	133
Anexo N°2	
Recibo de pago por concepto de renovación de impuesto de Publicidad Comercial	134
Anexo N°3	
Recibo de pago de impuesto sobre Publicidad Comercial.....	135
Anexo N°4	
Estado de Cuenta del Contribuyente de Impuesto de Publicidad Comercial.....	136

DEDICATORIA

A lo largo del desarrollo de esta etapa de nuestras vidas siempre existen muchas personas que intervienen de manera personal en el alcance de nuestros objetivos hoy al cumplir esta meta con un amor que sólo estas personas conocen le dedico el fruto de mi esfuerzo a:

Mi madre, Ingrid Montero mi ejemplo a seguir esa madre que a pesar de toparte en el camino con dificultades te anima a seguir esforzándote, y la cual sin sus reglas no sería quien hoy soy.

Aquellas personas que no están conmigo pero que sin duda alguna dedicaría este maravilloso momento como lo son mi Padre Williams Rojas y mi abuela Hilda Montero que por razones que solo Dios sabe no se encuentran hoy a mi lado.

Mis tías Dixi, Milagros e Iris por ser una constante fuente de cariño y soporte para desestresarme y no desistir y a mi tía Rafaela por ser esa abuela que no estuvo en esos momentos que tanto la necesitaba.

Bruno Eikamp, por el cariño brindado al entrar a nuestra familia, por hacer realidad mi más grande anhelo de conocer París.

por ser parte de la vida de mi hermana Dirahy y mi tía Dixi, por ser una persona cariñosa y un ser humano incomparable y por permitirme pasar tiempo al lado de mi tía y mi hermana.

Antonio Montero por ser ese primo loco que a pesar de cometer errores siempre sabes que puedes contar con él para lo que necesites y a Frank Cordero por su cariño, sus ocurrencias y su amistad.

Mis hermanas Dirahy Cordero y Hanciris Rauschen que a pesar de no ser hermanas de sangre su complicidad, amor, peleas y secretos las convirtió en esas hermanas que no me dio el destino, primas por casualidad hermanas por elección.

AGRADECIMIENTOS

Para llegar al final de esta maravillosa meta personal conté con el maravilloso apoyo de un conjunto de personas es por eso que hoy quiero agradecer:

En primer lugar a Jehová Dios porque es quien guía nuestros caminos, nos da fuerza para seguir adelante, y nos sostiene en los momentos de dificultad.

A la Universidad de Oriente por permitirme el honor de formarme como profesional dentro de este núcleo y enseñarme a superar mis limitaciones y amar mi carrera.

A la Alcaldía del municipio Marcano junto con el alcalde José Ramón Díaz por permitirme realizar mis pasantías en sus instalaciones y brindarme la información y preparación necesaria.

A mi tutora laboral Yurimar Ruiz por el apoyo prestado y la paciencia con la que me brindo el apoyo necesario.

A mi tutor académico Ramón Rodríguez por tener esa personalidad inigualable que te levanta los ánimos te ayuda a seguir adelante y te brinda el apoyo necesario.

A todo el grupo de profesores con quienes tuve el placer de encontrarme a lo largo de mi carrera y que influyeron de manera Positiva en mi formación.

A mi madre Ingrid Montero por todo el esfuerzo y empeño que ha puesto en forjarme como una gran persona y por toda esa paciencia en mis momentos difíciles, por esperarme día tras día mientras regresaba de la universidad te amo mama.

A mis hermanas Dirahy Cordero y Haneiris Rauschen porque cada minuto que paso junto a ustedes me ayudan a cobrar fuerzas para continuar, reír y querer ser un mejor ejemplo para ustedes siempre apoyándolas en sus decisiones y ustedes apoyando las mías .

A mis mejores amigas Patricia Millan, Wilmarys Salazar y Sulica Romero sin su compañía durante estos años de estudios sin sus risas sus regaños sus peleas y sus locuras nada hubiera sido lo mismo

A Adamargt y Francisco por ser seres tan incondicionales, amigos maravillosos y excelentes jefes y por permitirme estudiar y trabajar con tanta paciencia. Los Quiero muchísimo.

A mis amigos una lista grande por ayudarme a pasar días distintos después de mucho estrés sin ellos hubiese podido soportar tanto estrés y sobretodo superar mis tristezas.

A mí misma por esforzarme día tras día por cumplir todas mis metas, por siempre mantener el esfuerzo por terminar cada decisión que tomo y por mi constancia y perseverancia.

A todos mil gracias.

Génesis Carolina Rojas Montero

FASE I: INTRODUCCIÓN

1.1 Denominación del Organismo

El organismo seleccionado para el desarrollo de las pasantías es la Alcaldía del Municipio Marcano, específicamente en la Dirección de Administración de Tributos e Ingreso, ubicada en la calle Rísquez, entre Calle Bolívar y Colon, en la ciudad de Juan Griego, Estado Nueva Esparta. La realización de las pasantías tiene lugar en el área de recaudación de dicha institución.

1.2 Objeto de estudio

El objeto de estudio está referido a la Recaudación del Impuesto sobre Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano estado Nueva Esparta.

1.3 Situación a evaluar

En la antigüedad los pueblos realizaban sus actividades económicas mediante operaciones conocidas como trueque, el cual hacía referencia al intercambio de productos para satisfacer sus necesidades. Sin embargo, éstas eran difíciles debido a que incurrían en una desigualdad de producto.

Con el tiempo y el avance de las sociedades surgió el dinero o papel moneda que permitía asignar un precio específico por producto, permitiendo a éstas sociedades ser más equilibradas, y empezaron a organizarse y desarrollarse en pueblos, ciudades, municipios, estados y países.

Luego de esta evolución, los pueblos no tenían una noción clara del papel que debía jugar el Estado, por ello no se había pensado en formas

permanentes de obtener recursos. En la edad media se comenzó a cobrar tributos a aquellas personas que laboraban como artesano, dichos tributos eran de carácter obligatorio y no eran usados para satisfacer las necesidades de la población.

Esta situación ha cambiado actualmente, la recaudación de tributos está regida por leyes que establecen las obligaciones del contribuyente en atención a su capacidad económica, además las mismas indican en qué sectores de la sociedad serán distribuidos esos recursos.

En la actualidad, Venezuela es un país que se destaca por sus innumerables recursos naturales lo cual ha permitido el desarrollo del sector turístico. El desarrollo de su economía se ha sustentado en su mayoría por los ingresos derivados de la explotación del petróleo. Sin embargo, el sector petrolero no es el único generador de ingresos del Estado ya que desde hace varios años este se ha hecho insuficiente para cubrir los gastos corrientes del Estado Venezolano, como medida el ejecutivo recurre a mejoras en su sistema tributario para generar mayores ingresos.

Al respecto Villegas (1992) define los tributos de la siguiente forma: *“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 le demanda el cumplimiento de sus fines”*. (P.67)

Se puede decir que los Tributos son exigidos por el Estado y forman parte indispensable de la economía de un país, que mediante su recaudación ayudan a incrementar los ingresos pudiendo estos ser invertidos en la comunidad en sectores como, seguridad, salud, educación.

Así mismo, Villegas (1992) expresa lo siguiente: “*los tributos de dividen en impuesto, tasas y contribuciones especiales*” (P.67). Indicando así la clasificación que poseen los tributos. Siendo los impuestos las prestaciones monetarias que nacen de una obligación tributaria con vínculo jurídico. El sujeto activo de las relaciones tributarias es el Estado, en cualquiera de sus representaciones; facultado para exigir el pago de los tributos a todas aquellas personas que obtenga beneficios económicos por ejercer una actividad económica, comerciales y cualquier otra índole que residen en el Estado.

Resulta oportuno mencionar que Venezuela se encuentra dividido político y territorialmente en veinticuatro (24) estado, cada uno con autonomía donde el representante del Ente regional en cada estado como lo son las gobernaciones, delega responsabilidades a organismos que se encargan de llevar a cabo las actividades de planificación, administración e inversión para así lograr los objetivos propuesto por el Estado; de allí la necesidad de la creación de municipios; conforme a lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela que en su artículo 165, capítulo III, Título IV, expresa:

“Los Estados descentralizarán y transferirán a los Municipios los servicios y competencias que gestionen y que éstos estén en capacidad de prestar, así como la administración de los respectivos recursos, dentro de las áreas de competencias concurrentes entre ambos niveles del Poder Público. Los mecanismos de transferencia estarán regulados por el ordenamiento jurídico estatal.”

La descentralización le brinda autonomía a los municipios, permitiéndoles ser sus propios gestores de ingresos para lograr el sostenimiento mantenido de las necesidades de la comunidad y coadyuvar el gasto público por medio de sus recursos propios.

La Ley Orgánica del Poder Público Municipal en su artículo 2, Título I, define municipio de la siguiente manera:

“El Municipio constituye la unidad política primaria de la organización nacional de la República, goza de personalidad jurídica y ejerce sus competencias de manera autónoma, conforme a la Constitución de la República y la ley. Sus actuaciones incorporarán la participación protagónica del pueblo a través de las comunidades organizadas, de manera efectiva, suficiente y oportuna, en la definición y ejecución de la gestión pública y en el control y evaluación de sus resultados”.

En este sentido, los municipios permiten llevar a cabo los objetivos establecidos por el Ejecutivo Nacional mediante el empleo de sus competencias y evaluando al mismo tiempo sus resultados, brindando una retroalimentación que permite mejorar o mantener los planes.

Uno de los estados que conforman la República Bolivariana de Venezuela es el Estado Nueva Esparta, que a su vez se compone de tres (3) islas en el mar Caribe: Coche, Cubagua y Margarita; esta última está dividida en once (11) municipios autónomos que son: Antolín del Campo, Arismendi, Antonio Díaz, García, Gómez, Maneiro, Marcano, Mariño, Península de Macanao, Tubores y Villalba.

Cada uno de éstos se encargan de administrar los recursos económicos asignados por el gobierno nacional y regional; además son los encargados de gestionar sus propios ingresos, obtenidos por la recaudación de tributos sobre las diversas actividades que se desarrollan dentro de un Municipio.

La Alcaldía del Municipio Marcano funciona como Organismo Municipal, fue fundada el 30 de noviembre de 1881 con el objetivo principal de ejecutar toda clase de actividades que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad, para así mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio Marcano, mediante la prestación de servicios a las comunidades, inversión en obras públicas e incentivando la inversión privada.

Así mismo, la Alcaldía del municipio Marcano, está estructurada por las siguientes direcciones:

- Dirección de Ordenación de pago
- Dirección de Contabilidad
- Dirección de Liquidación y Facturación
- Dirección de Tributos e Ingresos
- Dirección de Servicios financieros (Hacienda municipal)
- Dirección de Transporte y Servicios
- Dirección de Educación y Cultura

- Dirección de Planificación y Desarrollo
- Dirección de Relaciones institucionales
- Dirección de Recursos humanos

La Dirección de Tributos e Ingresos es la encargada de la recaudación y resguardo de los ingresos por conceptos de tributos y deben regirse por una serie de normativas y basamentos legales establecidas en La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, El Código Orgánico Tributarios, La ley Orgánica del Publico Municipal y las distintas Ordenanzas municipales que rigen la recaudación de estos tributos.

De acuerdo con León (2000) la recaudación es la acción desplegada por la administración para hacer ingresar al municipio el producto de los tributos. La recaudación es el medio mediante el cual se puede lograr la obtención de estos ingresos de manera efectiva. En el mundo actual donde las distancias se acortan cada vez más y no se exige presencia física para el desarrollo de las actividades cotidianas, existe la posibilidad de aplicar mecanismos innovadores, que permitan la mayor facilidad a los ciudadanos a la hora de cumplir con sus deberes impositivos.

Al analizar formas novedosas de recaudación de los impuestos municipales, encontramos la autoliquidación por parte del ciudadano, que puede efectuarse mediante depósito bancario directo, o mediante la emisión de cheques e incluso, se está trabajando para su realización por vía electrónica mediante las cuentas propias o tarjeta de crédito.

Entre esas formas de recaudación, puede citarse además de la autoliquidación, el facilitar un sitio en el municipio, donde pueden acudir los contribuyentes a cancelar sus impuestos, así como incentivos que estimulen el pago puntual, tales como: descuentos por pronto pago, tal y como plantea Sierra (1997), donde explica que *“el descuento por pronto pago, es una vía utilizada para que los ciudadanos se sientan incentivados al pago puntual de sus impuestos”* (P.92).

La importancia de la recaudación radica en la necesidad del gobierno de recaudar dinero a manera de impuestos, para así transformarlos en servicios públicos para el pueblo. De otra forma el gobierno no tendría manera de pagar estos servicios públicos y la gente tendría que pagar todos sus servicios de manera particular. La función de estos impuestos es darle herramientas al gobierno para ejercer entre otras cosas, democracia y seguridad el pueblo, así como ofrecerle servicios como luz, educación y oportunidades.

Entre los impuestos recaudados por la Dirección de Tributos e Ingresos, se encuentran el Impuesto de Actividad Económica, Impuesto de Licores, Impuesto de Espectáculos Públicos, impuesto de Vehículo e Impuesto sobre Publicidad Comercial, que es base de ésta investigación; estos impuestos ayudan a la obtención de ingresos por el municipio para coadyuvar al gasto público.

El Impuesto sobre Publicidad Comercial nace como uno de los elementos que posee el sistema tributario para la recaudación de impuestos y una fuente importante de ingresos de los entes menores en la gestión propia de la vida Local

Así mismo la dirección de tributos e ingresos del municipio Marcano cuenta con las Ordenanzas por cada tipo de impuesto que recauda. Donde se encuentra la Ordenanza sobre Publicidad Comercial, publicada en Gaceta Municipal Extraordinaria N° 72-2014 del 16 de diciembre de 2014; esta permite calcular el tributo que debe cancelar la persona natural o jurídica que realice alguna propaganda con el propósito de regular y controlar la actividad de Publicidad Comercial en medios exteriores, interiores y cines que se lleve a cabo en Jurisdicción del Municipio Marcano.

Este impuesto recae sobre toda propaganda comercial, publicidad, aviso, anuncio o imagen dirigida a llamar la atención del público hacia un producto, persona o actividad específica, con fines comerciales. Así mismo la Ordenanza N° 72-2014 establece el proceso que se debe llevar a cabo para la recaudación de este impuesto, inicia con el registro de contribuyente en el Registro de Publicidad que lleva la Administración Tributaria Municipal, cancelando la tasa administrativa causada de 1.50 Unidades Tributarias, debiendo ser renovada anualmente dentro de los primeros treinta y un (31) días del mes de enero, toda vez que su vigencia expira el 31 de Diciembre de cada año, sin importar la fecha en la que se efectuó el registro.

Los contribuyentes deben realizar la suscripción o renovación de la Publicidad Comercial a través de oficina de la Administración Tributaria e Ingreso y cargar los datos de su empresa; incluyendo los metros cuadrados correspondientes a la publicidad que posea cualquier negocio que ejerza su actividad económica dentro del municipio; información que será usada para realizar el cálculo del impuesto, establecido así a través de la Ordenanza Municipal sobre Publicidad Comercial, además da acceso a la Administración a dicha información y así proceden con a realizar la fiscalización y verificación de la exactitud de los datos; luego se procede a la

emisión del estado de cuenta del contribuyente y finalmente a realizar el cobro del impuesto.

Sin embargo, el proceso de cobro por la Dirección de Tributos e Ingresos, actualmente, difiere de la ordenanza establecida a pesar que se guían por sus parámetros; puesto que este procedimiento fue establecido reciente mediante una nueva resolución de la Ordenanza sobre Publicidad Comercial, publicada en Gaceta Municipal Extraordinaria N° 72-2014 del 16 de diciembre de 2014, que deroga a la anterior y establece parámetros distintos. Además dificulta la adaptación al nuevo procedimiento, exigiendo el despliegue de gestores que brinden información mientras ocurre el proceso de adaptación.

Durante el proceso de adaptación en la Dirección de Tributos e Ingresos existe una debilidad en cuanto al tiempo requerido para la recaudación del impuesto de Publicidad Comercial, ya que aún no se encuentra disponible la página web para la suscripción de los contribuyentes, por lo tanto se realiza la renovación de Publicidad en la oficina de la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos causando una arancel de 1.5 unidades tributarias (U.T) y se procede a llenar una planilla donde se indica la razón social, el representante legal, el tipo de publicidad y los metros cuadrados aproximados de la Publicidad que tiene la empresa, en función de los cuales se pagará el impuesto, para proceder a esperar la fiscalización verificando así que el tamaño declarado concuerde con el que posee la empresa, para que luego se genere el estado de cuentas y proceder a culminar el proceso de recaudación con el cobro del impuesto.

Es necesario mencionar que en el La Dirección de Administración Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano se realizan informes

de cobro de los ingresos recaudados de los contribuyentes y al final del día son depositados en una cuenta perteneciente a dicha Alcaldía. Dejando copia escrita para ser enviada a la contraloría, otra se queda en la administración y un original que es entregado a los contribuyentes.

En virtud a lo descrito anteriormente durante el lapso de realización de pasantías se pudo observar que la Dirección de Tributos e Ingresos presentan de manera visible las siguientes debilidades:

- La publicidad comercial recién está integrando el sistema automatizado para el cobro de su impuesto, trayendo como consecuencia que se debe dedicar tiempo a la explicación a los contribuyentes del proceso a seguir, descuidando otras actividades.
- A pesar de contar con un sistema automatizado que facilita el registro del pago de este impuesto permitiendo tener acceso a la base de datos de los contribuyentes, no se cuenta con los fiscales suficientes, generando como consecuencia deficiencia en la verificación de la información contenida en la base de datos.
- No cuentan con planes establecido para revisar si algún contribuyente se encuentra moroso y lograr el pago oportuno de estos, en consecuencia existe un pago menor de lo que debería obtenerse.
- La demora en el proceso de adaptación a la nueva Ordenanza genera varios casos donde hay discrepancia entre el tamaño de publicidad declarado y el tamaño existente en los negocios debido a la falta de revisión constante ocasionando el cobro del impuesto por un monto menor.

- La Dirección de Tributos e Ingresos del Municipio Marcano no cuenta con un Manual de normas y procedimientos, esto puede generar confusión y limitación a la hora de las ejecutar las labores.

En base éste conjunto de debilidades encontradas surgió la necesidad de analizar la recaudación de los ingresos por concepto Publicidad Comercial obtenidos por la Alcaldía del Municipio Marcano específicamente por la Dirección de Tributos e Ingresos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar el proceso de recaudación de Impuesto sobre Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos en la Alcaldía del Municipio Marcano, Estado Nueva Esparta

1.4.2 Objetivos específicos

1. Identificar los aspectos Organizacionales de la Alcaldía del Municipio Marcano
2. Describir las bases legales que regulan el Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial.
3. Describir el procedimiento de recaudación del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial aplicado por la Alcaldía del Municipio Marcano.
4. Comparar el procedimiento de recaudación de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos en la alcaldía del municipio Marcano con las bases legales establecidas.

1.5 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas e instrumentos de recolección de información son herramientas que sirven al investigador para medir y diagnosticar la situación actual y extraer de ellos la información. Es decir, se refieren a los métodos y/o recursos que utiliza el investigador para recabar la información que necesita de la realidad objeto de estudio.

En relación al tema Arias (1.999), expresa lo siguiente:

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas, la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, entre otros. Por su parte, los instrumentos son medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplos: fichas, formatos de cuestionarios, guías de entrevistas, grabadoras, escalas de actitudes u opinión, entre otros. (P. 53).

Estas técnicas de recolección de datos permiten obtener información precisa, por tal motivo, con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación, se utilizan las siguientes técnicas:

1.5.1 Observación directa, participativa e individual

Tamayo y Tamayo (2001), expresa *“Es aquella en la que el investigador juega un papel determinado dentro de la comunidad en la cual se realiza la investigación” (P.84)*

Mediante la utilización de esta técnica visualiza de manera directa, las actividades relacionada con el objeto de estudio dentro de la Dirección de

Tributos e Ingresos del Municipio Marcano, con la finalidad de obtener información precisa de las operaciones en especial de aquellas actividades relacionadas con la recaudación de los ingresos por Publicidad Comercial percibidos por la Alcaldía.

Esta técnica permite el cumplimiento de los Objetivo 1 y 3 descritos anteriormente.

1.5.2 Entrevista semi-estructurada

Es aquella en la que se trabaja con preguntas abiertas, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación. Esta técnica consiste en realizar preguntas de acuerdo a las respuestas que vayan surgiendo durante la entrevista.

Sabino (1992) define entrevista no estructurada como *“Aquella en que no existe estandarización formal, habiendo por tanto un margen más o menos grande de libertad para formular preguntas”* (P.43)

Cabe destacar que esta entrevista se aplicara durante distintas conversaciones, donde el suministro de información será requerido para la realización de diversas actividades para llevar a cabo el desarrollo de las pasantías entre los entrevistados se encuentra el jefe de Dirección de Tributos e Ingresos y tres (3) encargados de la recaudación.

Como instrumento para recoger información se usa el cuestionario, según Fideas Arias (2004) *“es una modalidad de entrevista que se realiza de forma escrita, mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas”* (P.72), éste permite la obtención de información mediante preguntas establecidas algunas de las cuales serán:

- **Dirigidas al Gerente General, (aspectos generales de la empresa)**

1. ¿Cómo se compone la estructura organizativa de la empresa?
2. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?
3. ¿Cuáles son los valores básicos por la que se caracteriza la empresa?
4. ¿Cuáles son las principales normas y políticas que rigen a la organización?
5. ¿Cuenta con un manual de procedimiento para la recaudación de los impuestos?

- **Dirigidas al jefe de recaudación:**

- 1.1 ¿Cuáles son las bases legales que rige a la Dirección de Tributos e ingresos?
- 1.2 ¿Se cumple lo establecido en las bases legales en la Dirección de Tributos e ingresos?
- 1.3 ¿Cuáles son los ingresos Municipales percibidos por la alcaldía por concepto de Propaganda Comercial?
- 1.4 ¿Cada cuánto son percibidos los Ingresos por concepto de Propaganda Comercial?

Las respuestas a estas preguntas permite el desarrollo de los objetivos 2 y 3 ya descritos.

1.5.3 Revisión Bibliográfica

Esta técnica de recolección permite obtener información directamente relacionado con el tema a desarrollar, a través de fuente documentales. Para esto se identificaron las fuentes documentales, las cuales están representadas por normativas, leyes, reglamentos e información bibliográfica, relacionada con el tema proporcionando respuestas a las necesidades planteadas, y luego se utilizaron técnicas como el subrayado, el fichaje, las notas de referencias bibliográficas, los cuadros resumen, entre otros.

Según Tamayo y Tamayo (2001) *“Comprende la descripción, el registro y el análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos y el enfoque se hace sobre las conclusiones Dominante”* (P.195)

Mediante esta técnica se desarrollan los objetivos 3 y 4 establecidos ya que permiten la revisión y apoyo en textos, leyes e informes.

1.6 Instrumentos de Recolección de Datos.

Los instrumentos de recolección de datos, le brinda al investigador los medios para almacenar, recolectar y transmitir los datos obtenidos en la investigación. Por tal motivo, para la recolección de los datos será necesario utilizar fichas, guía de preguntas, grabadoras de audio y block de notas, entre otros.

Estos formatos y dispositivos son usados para registrar y almacenar la información relacionada con los procedimientos de recaudación de impuesto sobre publicidad comercial aplicados por la Alcaldía del Municipio Marcano que se obtiene en el desarrollo la pasantía, siendo esta información la base para emitir las conclusiones sobre la investigación.

A continuación se presenta el uso que se da a cada instrumento de recolección de datos:

1.6.1. Ficha

Permite clasificar la información obtenida a través de la revisión documental y organizar las ideas de forma sencilla y precisa, Mediante el registro y resumen de la información de interés encontrada en los libros, documentos, trabajos, entre otros. Mediante este instrumento se registran y clasifican los aspectos claves relacionados con los elementos teóricos relacionados con el impuesto de publicidad comercial y los procedimientos para la recaudación de los mismos.

1.6.2 Guía de preguntas

Empleado para mantener la secuencia de las interrogantes a que se realizan, establecidas por una lista de preguntas relativas a los objetivos de la pasantía. Mediante el uso de este instrumento se ejecutan las entrevistas semia estructuradas, diseñadas con la finalidad de obtener información sobre los aspectos generales de la empresa, así como los procedimientos de recaudación de la publicidad comercial aplicados por la Alcaldía del Municipio Marcano.

1.6.3 Block de notas

Se efectúan las anotaciones necesarias sobre las respuestas a las interrogantes adicionales que surjan en el transcurso de la entrevista realizadas a los integrantes de la Dirección de Administración de Tributos e

Ingresos, así como las observaciones relativas a los recursos materiales y tecnológicos que utiliza la alcaldía para llevar a cabo sus actividades, en función a los objetivos propuestos.

1. Textos

-Rubio Adolfo. Municipio y Municipalidades (Capítulo I)

-Villegas Héctor. Curso de Finanzas y Derecho Financiero y Tributario (Capitulo III)

2. Informes y Trabajo de Grado

-Gómez Gustar. Análisis de los procedimientos de Recaudación de Tributos, Aplicados por el Departamento de Tesorería de la Alcaldía del Municipio Marcano del Estado Nueva Esparta.

3. Textos Legales

-Constitución de La República Bolivariana de Venezuela

-Ley Orgánica del Poder Público Municipal

-Ordenanza sobre Publicidad Comercial.

1.6.4 Recursos

Para la elaboración de este trabajo de grado fueron necesarios una serie de recursos que facilitaron la obtención de información entre los cuales encontramos:

a) Recursos Humanos

Para la preparación del informe se contará con:

- **Recurso humano por parte de Universidad de Oriente**
 - 1) Asesor académico: Ramón Rodríguez
 - 2) Pasante: Génesis Carolina Rojas Montero

- **Recurso humano por parte de la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos**

CUADRO Nº 1
Recurso Humano

Cargo dentro de la empresa	Nombre	Papel
Auditor Fiscal	Yurimar Ruiz	Asesor laboral
Director	Carlos Jiménez	Colaborador
Jefe de recaudación	Yorexi Mata	Colaborador

Fuente: Elaboración Propia

Además, todas las personas que colaborarán en la elaboración, desarrollo, aplicación y realización de la pasantía, como el personal de la Alcaldía del Municipio Marcano.

b) Recursos Institucionales

La Universidad de Oriente Núcleo Nueva Esparta, por servir de ente formador de profesionales capacitados para ejercer la carrera de Licenciatura Administración.

La Alcaldía del Municipio Marcano por permitir la realización de las pasantías laborales dentro de esta institución

c) Recursos Materiales

Para la realización de las pasantías fue indispensable de los siguientes materiales:

- Computadora
- Papelería
- Fotocopiadora
- Pen Drive
- Teléfono.

d) Recursos financieros:

La realización del presente trabajo de grado tiene un costo aproximado de sesenta y cinco mil quinientos cuarenta Bolívares (65540,00) los cuales serán financiados por el autor.

A continuación se presenta el resumen de los gastos presupuestados:

CUADRO Nº 2
Recursos Financieros

Nº	Recursos Financieros	Bolívares
03	Resmas de hojas blancas de papel bond (carta)	13.950,00
06	Recarga de Cartuchos de tintas para computadoras	14.670,00
05	Rentas de Internet para consultas web	4.800
12	Carpetas	1.440,00
50	Fotocopias	2.500,00
	Transporte	15.680,00
	Otros Recursos Financieros	12.500,00
Total = Bs. 65.540,00		

Fuente: Elaboración Propia (2016)

*FASE II: ASPECTOS
ORGANIZACIONALES DE LA
ALCALDIA DE MUNICIPIO
MARCANO*

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

2.1 Reseña histórica de la Alcaldía del Municipio Marcano.

La alcaldía del Municipio Marcano se encuentra ubicada en la ciudad Juan griego a norte de Margarita, cuya historia oscila entre la leyenda y la historia. Al igual que la mayoría de los pueblos de margarita no posee acta de fundación, su data de fundado es de 1.817, cuando fue reconstruido sobre los escombros de una aldea de pescadores y pequeños comerciante. Según leyenda fue fundada por un pirata llamado Juan el cual era nativo de Grecia, sin embargo, la verdadera historia lleva a precisar que fue fundada por un español que llevaba por nombre Juan y de apellido Griego; era hijo de Alonso Griego y de Inés de Farfán.

Se crea el Distrito de Juan Griego el 3 de noviembre de 1863, se encontraba integrado por las parroquias Juan Griego y Pedregales. Era uno de los ocho (8) Distritos de Estado. Es así como en la fecha 23 de febrero de 1865 de Distrito pasa a ser Departamento Juan Griego.

No se posee registro de los libros de las actas de los años 1.881 y 1.882 en los archivos municipales, siendo en 1.883 el primero de ellos donde se asienta el porcentaje de ingresos municipales, cuyo principal ingreso provenía de galleras del Distrito sujetándose a las prescripciones establecidas en el artículo N°3 de la ordenanza sobre impuestos municipales.

EL 3 de septiembre de ese mismo año se constituye el Distrito Marcano integrado por los municipios Juan Griego (capital), Punta de Piedras, Boca de Rio, Arismendi y el Municipio Urbano de Pedregales. Cabe destacar que el nombre de Marcano, fue otorgado, desde el 23 de febrero de 1875, al

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

prócer y héroe de la independencia comandante Gaspar Melchor Marcano Boadas.

El 22 de diciembre de 1915 el municipio Pedregales es denominado municipio Adrián, en homenaje al Benemérito de la patria Francisco Adrián. Para el año siguiente según la ley de división territorial se denomina Figueroa al Municipio Juan Griego, en homenaje al Héroe de la Independencia Juan Esteban Figueroa.

Mientras que para el año 1963 la ley de división territorial, expresa la división del distrito Marcano en los Municipios Figueroa, Capital Juan Griego con los barrios Guaimaro, Guiriguire, Bella Vista, la galera, las piedras, Valparaíso, la salina, Laguna Honda, Taritari. En tanto que el municipio Adrián quedó conformado por los millanes su capital, además de los caseríos pedregales, las cabreras, el palito y San Martín.

Es así como el 30 de Noviembre de 1981, se crea la alcaldía del Municipio Marcano y el 07 de Marzo de 1988 deja de ser distrito para convertirse en Municipio Marcano, mediante una junta directiva integrada por siete miembros, se establece entonces en la ya derogada Ley Orgánica De Régimen municipal, mediante gaceta oficial, que la junta directiva está integrada por un Alcalde que es la máxima autoridad en el Municipio, de allí en adelante hasta la actualidad, es regida por la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, así como la elección de siete concejales un secretario un síndico un Procurador y un Contralor.

FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE MUNICIPIO MARCANO

En los actuales momentos, está encaminada a ejecutar toda clase de actividades con el objeto de prestar servicios públicos que contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad.

El Poder Municipal de este municipio ha sido regido por cuatro (4) alcaldes desde 1989 hasta la actualidad:

Cesar González (1989–1992).

Freddy Lugo (1992–1996 y 1996–2000).

José Ramón Díaz (2000–2004 y 2004–2008).

Ibrahim Velásquez (2008–2013)

José Ramón Díaz (2013-2016 - actual)

La sede de la Alcaldía del Municipio Marcano está ubicada en la dalle Bolívar, sector Juan Griego, Isla de Margarita (Estado Nueva Esparta) Venezuela.

2.2 Estructura organizativa de la Alcaldía del Municipio Marcano

Una estructura organizativa bien definida, permite que exista eficiencia dentro de la organización, pues al poseer líneas de autoridad claras y los canales de comunicación y supervisión conectados a las diversas partes del componente organizacional.

En tal sentido, Melinkoff (1990) define la estructura organizativa como: *“El Armazón, esqueleto, la integración particular especial y armónica de unidades estructurales de la organización las cuales mantienen una disposición de interdependencia” (P.35)*. De lo cual se deduce que la

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

estructura de la organización se crea para realizar las funciones, actividades y hará cumplir los deberes y las responsabilidades de los componentes sociales de la organización.

La estructura organizacional permite delegar la autorización así como establecer las responsabilidades de cada integrante de la Organización, esta puede ser representada a través de organigramas los cuales pueden ser: verticales, Horizontales, escalares y circular.

En base a esto se observa que la estructura organizativa de la alcaldía del Municipio Marcano, está representada por un organigrama tipo vertical, ya que se desplaza de forma descendente del nivel más alto representado por el Alcalde hasta el nivel más bajo, ligados por líneas que representan la comunicación de autoridad y responsabilidad a las jerarquías que se encuentran en un nivel más bajo. (Ver figura 1)

De acuerdo, a Melinkoff, (1990) el organigrama vertical se define como: “aquel que representa con toda fidelidad una pirámide jerárquica, ya que las unidades se desplazan, según su jerarquía, de arriba abajo en una gradación jerárquica descendente” (p. 106). Es decir, es el de uso más frecuente y al que están acostumbradas la mayoría de las empresas para dividir los cargos asignados a cada individuo que la compone.

La máxima autoridad del municipio, recae en la figura del Alcalde, éste delega funciones en dos direcciones gerenciales; una, la Dirección General Administrativa, tiene a su cargo las direcciones administrativas como son: Dirección de Recursos Humanos, Dirección de Relaciones Institucionales, Dirección de Educación y Cultura, Dirección de Desarrollo Social, Dirección

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

de Tesorería, Direcciones de Servicios Financieros (Hacienda Municipal); y la otra, la Dirección Gerencia Operativa, que tiene a su cargo las direcciones de: Planificación y Desarrollo, Ingeniería Municipal, Dirección de Mantenimiento y Servicios.

En la estructura organizativa se observa la Cámara Municipal, ejerciendo la función legislativa del municipio, por lo tanto mantiene estrecha comunicación con el Alcalde, por cuanto, éste a través de este órgano, gestiona la aprobación y promulgación de las normas y decisiones que permitan administrar y utilizar los recursos del municipio con el objeto de satisfacer los planeamientos presupuestarios y necesidades de la colectividad. Esta estructura también cuenta, con un cuerpo de asesores y comisionados, que lo ayudan en las funciones y actividades de gestión, tanto política como socioeconómico, este cuerpo es designado por el Alcalde y depende directamente de su despacho.

Cada una de las mencionadas dependencias tiene el deber de actuar en forma coordinada para garantizar el buen funcionamiento de la Alcaldía del Municipio Marcano y el bienestar de sus habitantes. De acuerdo a lo establecido en el organigrama de la alcaldía en cuestión, se describen cada una de las dependencias que posee el ayuntamiento.

Despacho del Alcalde: Es el órgano administrativo de máxima instancia a nivel municipal, tiene por objeto planificar, coordinar y canalizar las actividades relacionadas con correspondencias, ayudas económicas, preventivos y sociales, capacitación que contribuye a dar respuesta a las solicitudes de las comunidades, a fin de dar cumplimiento a la función pública encomendada.

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

Secretaría Privada: Unidad organizativa de carácter operativo y asesor, que tiene como objetivo dirigir, coordinar, supervisar, controlar las actividades de las Direcciones del Ejecutivo del Municipio, e informa al Alcalde sobre el funcionamiento de la Secretaría Privada.

Dirección de Recursos Humanos: Es la encargada de canalizar, tramitar y coordinar todo lo que se refiere al ingreso o egreso del personal, además, se encarga del trámite de los permisos, vacaciones, despidos, destituciones, inspecciones al personal, cálculo de prestaciones sociales y todo lo concerniente al personal empleado y obrero.

Dirección de Relaciones Institucionales: Se encarga de dar a conocer a la comunidad todos los hechos que involucran a la Alcaldía del Municipio Marcano del estado Nueva Esparta.

Dirección de Planificación y Desarrollo: Realiza, analiza y certifica los proyectos sociales y productivos del Municipio Marcano que van al Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES), y además se encarga de elaborar la memoria y cuenta del Alcalde.

Dirección de Educación y Cultura: Busca la confirmación de una estructura donde se integre todo lo concerniente a la creación, dotación y supervisión de todos los institutos educacionales y servicios educativos en general, que dependen de la Alcaldía, con miras de formar integralmente al ciudadano y promover la cultura en el Municipio Marcano para incentivar el desarrollo de las costumbres que permitan el desarrollo íntegro y el preserve del arraigo cultural de la región.

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

Dirección de Transporte y Servicios: Es la responsable de todo lo que involucre a los planes de equipamiento físico del Municipio, la ejecución de obras públicas, mantenimiento y reparación de las obras que dependen de la Alcaldía.

Dirección de Servicios Financieros (Hacienda Municipal): Esta unidad organizativa tiene como objetivo, administrar los recursos asignados al Municipio por el fisco nacional y los que genere el municipio como entidad de conformidad con lo previsto en las normas legales municipales

Dirección de Administración Tributaria: Es la encargada de optimizar la recaudación de los diferentes rubros de ingresos, permite una mayor retribución a las comunidades, que conforman el municipio, con obras y servicios que mejoren su calidad de vida.

Dirección de Desarrollo Social: Lleva a cabo la prestación de servicios comunitarios la canalización de ayudas económicas para la ciudadanía, la adjudicación de becas estudiantiles y todo tipo de ayudas.

Vista la forma en que se encuentra compuesta la estructura organizativa del Municipio Marcano, se puede notar que existen niveles jerárquicos definidos, que permiten de esta forma tipificar y clarificar cada una de las funciones o actividades, que llevan a cabo cada uno de ellos dentro de esta institución pública.

FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE MUNICIPIO MARCANO

Figura N° 1
Organigrama de la Alcaldía del Municipio Marciano del Estado Nueva Esparta



Fuente: Dirección de Administración de Tributos e Ingresos (2015)

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

2.3 Estructura organizativa del Departamento de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano

Cada institución está representada por una estructura organizativa, se encuentra integrada por un grupo de departamentos o secciones, donde se lleva a cabo diversos procedimientos, operaciones y actividades que permitan llevar a cabo el logro de los objetivos, donde cada una de las unidades que conforman la estructura de una empresa requiere de una organización que le permita identificar las líneas de autoridad, las responsabilidades, la especificación de las funciones y la interacción del personal.

El modelo de estructura organizativa adoptado por la Dirección de Administración Tributaria e Ingresos del Municipio Marcano, se enmarca formalmente dentro del tipo de organigrama vertical, por las características de fluidez, jerarquía piramidal y funcional en forma descendente. A tal efecto, en el nivel superior se tiene al Director de Administración Tributaria e ingresos, coordinando y supervisando actividades concernientes a la formulación, planificación, ejecución y control del Presupuesto Municipal. Este a su vez, recibe apoyo de los jefes de las diferentes jefaturas que forma su dirección. (Ver figura 2)

En el siguiente nivel de jerarquía, se encuentran las jefaturas que son esenciales para su funcionamiento, representados por: el Jefe de Recaudación, el Jefe de Fiscalización Y Jefe de Auditoría. (Ver Figura 2)

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

Cabe destacar, que de acuerdo con lo contemplado en el manual descriptivo de cargos de la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos, se realizan diversas funciones generales, a saber:

- Recaudar, facturar y elaborar cotidianamente el informe diario de ingresos recaudados por el municipio, para luego ser depositado en una cuenta corriente de la misma.
- Expedir certificados de solvencia a solicitud de los interesados de los distintos impuestos pechados por este Municipio.
- Pagar en efectivo o en cheques los pagos de sueldos, salarios, gastos de representación y otras remuneraciones devengados por el personal del ayuntamiento, además de las colaboraciones que se les entregan a terceras personas.
- Recibir los "Recibos de Cobro" correspondientes a la facturación simultánea.
- Revisar la corrección de las liquidaciones practicadas por el departamento de facturación y liquidación.

Las funciones de la Administración Tributaria son de gran importancia, debido a que integran operaciones ejecutadas por la misma, permitiéndole a la vez la custodia de los recursos financieros y demás valores que ingresan a la Administración Tributaria.

2.3.1 Funciones de la Jefatura de Recaudación

Este departamento especifica la calificación de los tributos municipales de acuerdo con las ordenanzas y reglamentos, sin embargo, se encarga además de supervisar, coordinar y controlar las actividades referente a la

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

recaudación y cobranza de los impuestos municipales, relativos a la actividades de Industria, Comercio, Servicio de índole similar, Propiedad Inmobiliaria, Publicidad Comercial, Espectáculos Públicos, a objeto de lograr la correcta recaudación tributaria.

Dentro de las funciones más resaltantes llevadas a cabo por este departamento, se ubican las de coordinar las rutas de cobranza de los recaudadores mediante la sectorización del municipio, para luego asesorar a los contribuyentes que mantienen cuentas morosas con la institución, además se supervisan y revisan los reportes diarios de caja y las certificaciones de solvencias relacionadas a los ingresos recaudados y por último, se elaboran los informes mensuales y trimestrales de ingresos. Es importante señalar que este departamento a su vez se divide en dos secciones entre las cuales se menciona la sección de liquidación de facturación y cobranza y la de asistente de ingresos.

2.3.2 Funciones de la Jefatura de Fiscalización

Este departamento se encarga de planificar y coordinar, dirigir, inspeccionar, vigilar y efectuar el cobro de los tributos municipales, así mismo de ejecutar las gestiones necesarias para que los deudores o contribuyentes paguen en las oficinas de Administración Tributaria las sumas liquidadas en los términos previstos en las Ordenanzas Municipales. Algunas de las actividades realizadas por parte de esta dependencia se encuentran plasmadas en el manual descriptivo de cargos, constituidos por:

- El registro de los contribuyentes, informando periódicamente al Director de Administración Tributaria cualquier eventualidad o

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

anormalidad en este sentido, es decir, cuando se encuentren personas que estando obligadas a cancelar sus tributos no figuren en los registros respectivos, a fin de que se incorporen al correspondiente "Registro Contribuyente", con el fin de definir y formular, las políticas de cobranzas del municipio para que los fiscalizadores puedan recaudar y controlar los tributos municipales, mediante el registro de contribuyentes por fuente de ingreso, y así los contribuyentes no puedan evadir los impuestos.

- Empleo de los recursos administrativos necesarios para lograr la recaudación de los tributos mediante la fiscalización por sectores, rutas, calles o manzanas y números de recaudadores.

- Recepción de la facturación anticipada de la oficina de liquidación y facturación para que se dirijan a cada establecimiento comercial exigiendo a los contribuyentes el fiel cumplimiento de lo planteado en las ordenanzas respectivas, notificando a la vez a aquellos contribuyentes que se encuentren morosos, obligados a cancelar lo adeudado.

2.3.3 Sección Auditoria Fiscal

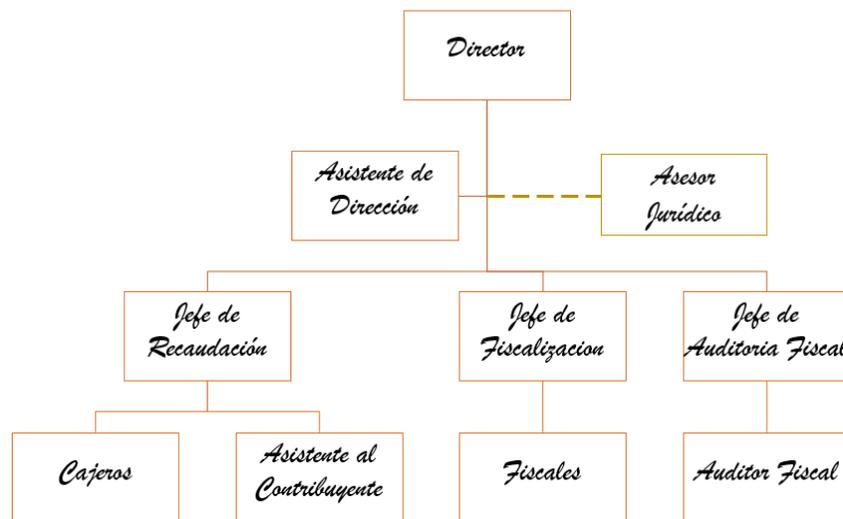
Esta sección tiene como función general realizar las averiguaciones administrativas o reparo fiscales de aquellas empresas que de acuerdo a sus declaraciones de ingresos se presume que estén evadiendo impuestos y por ende, no están cumpliendo con lo establecido en la Ordenanza Municipal. Esta sección tiene entre sus principales funciones según el manual descriptivo de cargos de la alcaldía las siguientes:

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

- Realizar los procedimientos de verificación, fiscalización y determinación legalmente establecidos en la Ordenanza Municipal y el Código Orgánico Tributario.
- Estudiar, analizar y determinar acerca de los informes obtenidos de la Administración Tributaria Municipal sobre la procedencia o no de un procedimiento de investigación fiscal; ejecutando los reparos fiscales aplicados a los contribuyentes.
- Solicitar mediante un acta de requerimiento a las empresas los diferentes estados financieros y libros contables y cualquier otra información que se considere necesaria, para así levantar el acta respectiva ya sea de reparo o acta de conformidad, según sea el caso de inspección fiscal, la cual es un resumen de la investigación realizada.

Figura N° 2

Organigrama Dirección de Administración de Tributos e Ingresos



Fuente: Dirección de Administración de Tributos e Ingresos(2015)

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

2.4 Misión

Mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio a través de la ejecución de obras y prestación de servicios, en las diferentes comunidades, apoyados en la participación ciudadana y la inversión de los recursos.

2.5 Visión

Impulsar el desarrollo integral del Municipio Marcano, incentivando la inversión pública y privada que se convierta en obras y servicios para elevar la calidad de vida de sus ciudadanos.

2.6 Objetivos

La Alcaldía del Municipio Marcano persigue los siguientes objetivos:

2.6.1 Objetivo General

Fijar y administrar los intereses de la entidad, realizar gestiones en cuanto a vida local se refiere a la promoción, desarrollo económico y social, así como también a la dotación y prestación de servicios públicos y domiciliados que permiten mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades

2.6.2 Objetivos Específicos

- Sanear e instalar acueductos, cloacas, drenajes y tratamiento de aguas residuales.

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

- Implementar mataderos y mercados como el abastecimiento de los productos de primera necesidad.
- Promover y organizar las festividades populares estimulando el desarrollo del turismo local.
- Pavimentar las vías públicas urbanas, promoción y fomento de vivienda.
- Estimular y promover el deporte y la recreación dentro de la localidad.
- Crear institutos populares de créditos, con las limitaciones que establezcan la legislación nacional.
- Preparar y aprobar los diferentes planes de desarrollo urbano local.
- Velar por el cumplimiento del uso urbano y domiciliario en la localidad.
- Elaborar planes de seguridad que brinden protección a la colectividad en general.

2.6.3 Funciones de la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos

La Dirección de Administración Tributaria e ingresos de la Alcaldía del Municipio Macano es la encargada de optimizar la recaudación del pago de la tramitación por la elaboración y renovación de licencias de Actividades Económicas y/o Licencia de Licores; sellado, legalización y permiso del libro de compra-venta de licores; fiscalización y auditorias de establecimientos de actividades económicas y establecimientos de expendio de licores; recaudación de impuestos municipales, multas, permisos, reparos e ingresos por otros departamentos, lo cual permite una mayor retribución a las comunidades, que conforman el Municipio Marcano, con obras y servicios que mejoren su calidad de vida.

*FASE II: ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA ALCALDIA DE
MUNICIPIO MARCANO*

Desde el punto de vista funcional, la Dirección de Administración Tributaria representa una dependencia adscrita a la Alcaldía del Municipio Macano, ésta unidad se encarga de percibir el dinero en efectivo del Municipio, es decir, los ingresos públicos municipales. La dirección en cuestión tiene como fin común supervisar y ejecutar todas las operaciones relacionadas con la administración de los tributos municipales, el uso y custodia de los bienes e inmuebles y todo lo relacionado con el pago de las obligaciones incurridas por la municipalidad con el objeto de resguardar el patrimonio y las finanzas municipales.

Todo esto permite una mayor retribución a las comunidades que conforman el municipio, a través de obras y servicios que mejoren la calidad de vida de los habitantes del mismo, además de hacer los pagos autorizados por el presupuesto conforme a la Ley.

*FASE III: BASES LEGALES QUE
REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Es el legado de mayor jerarquía en Venezuela de quien se desprenden las demás leyes que regulan el marco legal venezolano. En este máximo precepto constitucional tienen su basamento todas las leyes de la República Bolivariana de Venezuela, en su art.133 establece: *“Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley”*, es decir toda persona tiene el deber de cancelar los impuestos, tasas y contribuciones que se encuentren expresados en dicha la ley.

Asimismo el artículo 316 hace mención: *“El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas publicas según la capacidad económica del o la contribuyente, atendiendo el principio de progresividad...”* mostrando que la obligatoriedad de coadyuvar al gasto público mediante el pago de impuestos, esto se realiza a través de la medición del nivel de enriquecimiento de cada contribuyente para así garantizar la protección de la economía nacional.

El artículo 136 en su parte “a” expresa: *“El poder público se distribuye entre el Poder Municipal, Poder Estatal y Poder Nacional”* esto nos evidencia que el Estado Venezolano realiza esta distribución de poderes con la finalidad de colaborar con el cumplimiento de los objetivos de la nación, otorgándole autonomía a los municipios en este sentido se expresa:

Artículo 165.“...Los Estados descentralizarán y transferirán a los Municipios los servicios y competencias que gestionen y que éstos estén en capacidad de prestar, así como la administración de los respectivos recursos,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

dentro de las áreas de competencias concurrentes entre ambos niveles del Poder Público. Los mecanismos de transferencia estarán regulados por el ordenamiento jurídico estatal.”

Artículo 168. Los Municipios constituyen la unidad política primaria de la organización nacional, gozan de personalidad jurídica y autonomía dentro de los límites de esta Constitución y de la ley. La autonomía municipal comprende:

1. La elección de sus autoridades.
2. La gestión de las materias de su competencia.
3. La creación, recaudación e inversión de sus ingresos.

Las actuaciones del Municipio en el ámbito de sus competencias se cumplirán incorporando la participación ciudadana al proceso de definición y ejecución de la gestión pública y al control y evaluación de sus resultados, en forma efectiva, suficiente y oportuna, conforme a la ley. Los actos de los Municipios no podrán ser impugnados sino ante los tribunales competentes, de conformidad con esta Constitución y con la ley.

Artículo 178. Son de la competencia del Municipio el gobierno y administración de sus intereses y la gestión de las materias que le asignen esta Constitución y las leyes nacionales, en cuanto concierne a la vida local, en especial la ordenación y promoción del desarrollo económico y social, la dotación y prestación de los servicios públicos domiciliarios, la aplicación de la política referente a la materia inquilinaria con criterios de equidad, justicia y contenido de interés social, de conformidad con la delegación prevista en la ley que rige la materia, la promoción de la participación, y el mejoramiento,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

en general, de las condiciones de vida de la comunidad, en las siguientes áreas:

1. Ordenación territorial y urbanística; patrimonio histórico; vivienda de interés social; turismo local; parques y jardines, plazas, balnearios y otros sitios de recreación; arquitectura civil, nomenclatura y ornato público.

2. Vialidad urbana; circulación y ordenación del tránsito de vehículos y personas en las vías municipales; servicios de transporte público urbano de pasajeros y pasajeras.

3. Espectáculos públicos y publicidad comercial, en cuanto concierne a los intereses y fines específicos municipales...

Artículo 179. Los Municipios tendrán los siguientes ingresos:

1. Los procedentes de su patrimonio, incluso el producto de sus ejidos y bienes.

2. Las tasas por el uso de sus bienes o servicios; las tasas administrativas por licencias o autorizaciones; los impuestos sobre actividades económicas de industria, comercio, servicios, o de índole similar, con las limitaciones establecidas en esta Constitución; los impuestos sobre inmuebles urbanos, vehículos, espectáculos públicos, juegos y apuestas lícitas, propaganda y publicidad comercial...

3.2 Código Orgánico Tributario

El Código Orgánico tributario constituye, una pieza fundamental del sistema tributario, derivándose de él todos los principios generales dirigidos a los tributos nacionales, estatales o municipales regidos directa o

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

indirectamente, por sus disposiciones en función del desarrollo de los preceptos establecidos por la Constitución.

Artículo 1. Las disposiciones de este Código Orgánico son aplicables a los tributos nacionales y a las relaciones jurídicas derivadas de esos tributos.

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

Artículo 22. Son contribuyentes los sujetos pasivos respecto de los cuales se verifica el hecho imponible.

Dicha condición puede recaer:

1. En las personas naturales, prescindiendo de su capacidad según el derecho privado.
2. En las personas jurídicas y en los demás entes colectivos a los cuales otras ramas jurídicas atribuyen calidad de sujeto de derecho.
3. En las entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional.

Artículo 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.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Artículo 66. La falta de pago de la obligación tributaria dentro del plazo establecido para ello, hace surgir, de pleno derecho y sin necesidad de requerimiento previo de la Administración Tributaria, la obligación de pagar intereses moratorios desde el vencimiento del plazo establecido para la autoliquidación y pago del tributo hasta la extinción total de la deuda, equivalentes a la tasa máxima activa bancaria incrementada en veinte por ciento (20 %), aplicable, respectivamente, por cada uno de los períodos en que dichas tasas estuvieron vigentes.

A los efectos indicados, la tasa será la máxima activa bancaria fijada por el Banco Central de Venezuela para el mes calendario inmediato anterior. La Administración Tributaria deberá publicar dicha tasa dentro de los diez (10) días continuos anteriores al inicio del mes. De no efectuar la publicación en el lapso aquí previsto se aplicará la última tasa máxima activa bancaria que hubiera publicado la Administración.

Artículo 127. La Administración Tributaria dispondrá de amplias facultades de fiscalización y determinación para comprobar y exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pudiendo especialmente:

1. Practicar fiscalizaciones autorizadas a través de providencia administrativa. Estas fiscalizaciones podrán efectuarse de manera general sobre uno o varios períodos fiscales o de manera selectiva sobre uno o varios elementos de la base imponible.
2. Realizar fiscalizaciones en sus propias oficinas, a través del control de las declaraciones presentadas por los contribuyentes y responsables, conforme al procedimiento previsto en este Código,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

tomando en consideración la información suministrada por proveedores o compradores, prestadores o receptores de servicios, y en general por cualquier tercero cuya actividad se relacione con la del contribuyente o responsable sujeto a fiscalización.

3. Exigir a los contribuyentes, responsables y terceros la exhibición de su contabilidad y demás documentos relacionados con su actividad, así como que proporcionen los datos o informaciones que se le requieran con carácter individual o general.
4. Requerir a los contribuyentes, responsables y terceros que comparezcan antes sus oficinas a responder a las preguntas que se le formulen o a reconocer firmas, documentos o bienes.
5. Practicar avalúo o verificación física de toda clase de bienes, incluso durante su transporte, en cualquier lugar del territorio de la República.
6. Recabar de los funcionarios o empleados públicos de todos los niveles de la organización política del Estado, los informes y datos que posean con motivos de sus funciones.
7. Retener y asegurar los documentos revisados durante la fiscalización, incluidos los registrados en medios magnéticos o similares y tomar las medidas necesarias para su conservación. A tales fines se levantará un acta en la cual se especificarán los documentos retenidos.
8. Requerir copia de la totalidad o parte de los soportes magnéticos, así como información relativa a los equipos y aplicaciones utilizados, características técnicas del hardware o software, sin importar que el

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

procesamiento de datos se desarrolle a con equipos propios o arrendados o que el servicio sea prestado por un tercero.

9. Utilizar programas y utilidades de aplicación en auditoría fiscal que faciliten la obtención de datos contenidos en los equipos informáticos de los contribuyentes o responsables y que resulten necesarios en el procedimiento de fiscalización y determinación.

10. Adoptar las medidas administrativas necesarias para impedir la destrucción, desaparición o alteración de la documentación que se exija conforme las disposiciones de este Código, incluidos los registrados en medios magnéticos o similares, así como de cualquier otro documento de prueba relevante para la determinación de la Administración Tributaria, cuando se encuentre éste en poder del contribuyente, responsable o tercero.

11. Requerir informaciones de terceros relacionados con los hechos objeto de la fiscalización, que en el ejercicio de sus actividades hayan contribuido a realizar o hayan debido conocer, así como exhibir documentación relativa a tales situaciones y que se vinculen con la tributación.

12. Practicar inspecciones y fiscalizaciones en los locales y medios de transporte ocupados o utilizados a cualquier título por los contribuyentes o responsables. Para realizar estas inspecciones y fiscalizaciones fuera de las horas hábiles en 36 que opere el contribuyente o en los domicilios particulares, será necesario orden judicial de allanamiento de conformidad con lo establecido en las leyes especiales, la cual deberá ser decidida dentro de las veinticuatro (24)

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

horas siguientes de solicitada, habilitándose el tiempo que fuere menester para practicarlas.

13. Requerir el auxilio del Resguardo Nacional Tributario o de cualquier fuerza pública cuando hubiere impedimento en el desempeño de sus funciones y ello fuere necesario para el ejercicio de las facultades de fiscalización
14. Tomar posesión de los bienes con los que se suponga fundadamente que se ha cometido ilícito tributario, previo el levantamiento del acta en la cual se especifiquen dichos bienes. Estos serán puestos a disposición del Tribunal competente dentro de los cinco (5) días siguientes, para que proceda a su devolución o dicte la medida cautelar que se le solicite.
15. Solicitar las medidas cautelares conforme a las disposiciones de este Código.

3.3 Ley Orgánica de Poder Público Municipal

Los municipios constituyen la unidad política primaria de la organización nacional y gozan de personalidad jurídica es por ello que la ley orgánica de poder público municipal tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales que estén relacionados con el poder público municipal.

Según lo establecido en su **Artículo 1:** La presente Ley tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales, relativos al Poder Público Municipal, su autonomía, organización y funcionamiento, gobierno,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

administración y control, para el efectivo ejercicio de la participación protagónica del pueblo en los asuntos propios de la vida local, conforme a los valores de la democracia participativa, la corresponsabilidad social, la planificación, la descentralización y la transferencia a las comunidades organizadas, y a las comunas en su condición especial de entidad local, como a otras organizaciones del Poder Popular.

Asimismo enmarca todo lo relativo al patrimonio y las funciones del municipio y ordena a este regirse por el sistema de contabilidad que establezca la Contraloría General de la Republica

Artículo 2. El Municipio constituye la unidad política primaria de la organización nacional de la República, goza de personalidad jurídica y ejerce sus competencias de manera autónoma, conforme a la Constitución de la República y la ley. Sus actuaciones incorporarán la participación protagónica del pueblo a través de las comunidades organizadas, de manera efectiva, suficiente y oportuna, en la definición y ejecución de la gestión pública y en el control y evaluación de sus resultados.

Artículo 3. La autonomía es la facultad que tiene el Municipio para elegir sus autoridades, gestionar las materias de su competencia, crear, recaudar e invertir sus ingresos, dictar el ordenamiento jurídico municipal, así como organizarse con la finalidad de impulsar el desarrollo social, cultural y económico sustentable de las comunidades y los fines del Estado.

Artículo 4. En el ejercicio de su autonomía corresponde al Municipio:

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

1. Elegir sus autoridades.
2. Crear parroquias y otras entidades locales.
3. Crear instancias, mecanismos y sujetos de descentralización, conforme a la Constitución de la República y la ley.
4. Asociarse en mancomunidades y demás formas asociativas intergubernamentales para fines de interés público determinados.
5. Legislar en materia de su competencia, y sobre la organización y funcionamiento de los distintos órganos del Municipio.
6. Gestionar las materias de su competencia.
7. Crear, recaudar e invertir sus ingresos.
8. Controlar, vigilar y fiscalizar los ingresos, gastos y bienes municipales, así como las operaciones relativas a los mismos.
9. Impulsar y promover la participación ciudadana, en el ejercicio de sus actuaciones.
10. Las demás actuaciones relativas a los asuntos propios de la vida local conforme a su naturaleza.

Los actos del Municipio sólo podrán ser impugnados por ante los tribunales competentes.

Artículo 5. Los municipios y las entidades locales se regirán por las normas constitucionales, las disposiciones de la presente Ley, la legislación aplicable, las leyes estatales y lo establecido en las ordenanzas y demás instrumentos jurídicos municipales.

Las ordenanzas municipales determinarán el régimen organizativo y funcional de los poderes municipales según la distribución de competencias establecidas en la Constitución de la República, en esta Ley y en las leyes estatales.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Se exceptúan las comunas de estas disposiciones, por su condición especial de entidad local, reguladas por la legislación que norma su constitución, conformación, organización y funcionamiento.

3.4 Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos

La Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 2.818 (Extraordinaria), de fecha 01 de julio de 1981, en el título I, capítulo I, Artículo 1, plantea los municipios como ente público se ajustará bajo los lineamientos de esta ley.

Asimismo, en el capítulo II, Artículo 7, señala que los actos administrativos son declaraciones de carácter general o particular emitida de acuerdo con las formalidades y requisitos establecidos en la ley, por los órganos de administración pública.

3.5 Ley de Tránsito Terrestre

Artículo 45. El reglamento de esta Ley especificará lo relativo a distancias, densidad, tamaño de los signos de la escritura y los colores y sus combinaciones, de toda la publicidad institucional y comercial que se autorice para colocarlas en las inmediaciones de carreteras y autopistas.

Queda prohibida la colocación de vallas, anuncios, carteles o demás medios publicitarios que induzcan al consumo de bebidas alcohólicas, en las inmediaciones de carreteras y autopista. Asimismo, ningún medio publicitario a que se refiere este artículo podrá colocarse en los separadores de autopistas y carreteras.

3.6 Reglamento de la ley de tránsito terrestre

Artículo 339. El uso de señales de tránsito obedecerá a las siguientes reglas:

1. Se prohíbe el uso a lo largo de las vías públicas de luces e inscripciones que generen confusiones con las señales de tránsito o dificulten su identificación.
2. Se prohíbe fijar sobre las señales de tránsito o junto a ellas cualquier leyenda que disminuyan su visibilidad o alteren sus características.
3. En las vías públicas no se permitirá la utilización de cualquier forma de publicidad que pueda provocar la distracción de los conductores o perturbar la seguridad de tránsito.
4. Toda señal de tránsito deberá colocarse en posición que se haga perfectamente visible o legible de día o de noche en distancias compatibles con la seguridad.
5. Los puntos de intersección de vías públicas destinadas a peatones, deberá ser señalizadas por medio de demarcaciones.
6. Las puertas de entrada o de salida de animales, de vehículos en garajes particulares y establecimientos destinados a oficinas, depósitos o guarda de automóviles, deberán estar debidamente señalizadas.
7. Cualquier obstáculo a la libre circulación y a la seguridad de los vehículos

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

y los peatones, tanto a lo largo de las vías como en las calzadas deberá ser inmediatamente señalizado.

8. Ninguna carretera pavimentada podrá ser habilitada al tránsito en cuanto no esté señalizada.

9. Las señales de tránsito luminosas o no, deberán ser protegidas contra cualquier obstáculo o luminosidad capaz de perturbarles su identificación o visibilidad.

Artículo 367. La colocación de toda publicidad institucional y comercial en las inmediaciones de carreteras y autopistas, tales como, vallas, señales, carteles, dibujos, avisos luminosos o no, pancartas y demás medios similares, deberá ser autorizada por las autoridades competentes. Se entiende por inmediaciones de carreteras y autopistas una franja de cincuenta (50) metros medidos desde el eje de la vía en las autopistas nacionales; de treinta (30) metros medidos desde el eje de la vía en las carreteras pavimentadas y quince (15) metros medidos desde el eje de la vía en las carreteras no pavimentadas.

En caso de que se modifique el eje de la vía, deberán ser reubicadas las vallas existentes de acuerdo con la localización que tenga el nuevo eje, respetando las distancias establecidas en este artículo anterior.

Artículo 368. Queda prohibida la colocación de vallas, anuncios, carteles y demás medios publicitarios que contengan mensajes que induzcan al consumo de bebidas alcohólicas en las inmediaciones de carreteras y autopistas.

Artículo 381: Las autoridades administrativas del tránsito terrestre ejecutarán las acciones correspondientes para hacer cumplir las disposiciones contenidas en este capítulo sobre publicidad institucional y comercial en las carreteras y autopistas, en sus respectivos ámbitos territoriales. Así corresponderá al Ministerio de Transporte y Comunicaciones actuar en la red vial nacional; a las Gobernaciones de Estado en las vías de comunicación estatales distintas de la anterior, y a los Municipios en el ámbito urbano, constituido por calles, avenidas, vías intercomunales y vías construidas con sus propios recursos.

3.7 Ley Penal del Ambiente

La ley penal del ambiente regula el uso de los recursos naturales para el beneficio comercial o de cualquier otra naturaleza, restringiendo el uso de estos para ser empleados en la publicidad o propaganda comercial inclusive la alteración del orden público.

Esta Ley tiene por objeto tipificar como delito los hechos atentatorios contra los recursos naturales y el ambiente e imponer las sanciones penales. Asimismo, determinar las medidas precautelares, de restitución y de reparación a que haya lugar y las disposiciones de carácter procesal derivadas de la especificidad de los asuntos ambientales.

3.8 Ordenanza Municipal sobre Publicidad Comercial

Esta ordenanza establece la obligación que tiene toda persona, sea natural o jurídica al pago de impuesto por el concepto de publicidad y propaganda comercial que se ejerza dentro de la municipalidad. Además,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

describe los procedimientos por los cuales deben regirse las personas que realizan algún tipo de publicidad comercial.

Artículo 1 .La presente Ordenanza tiene por objeto crear el Impuesto Municipal previsto en el artículo 179 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, así como regular y controlar la actividad de Publicidad Comercial en medios exteriores, interiores y cines que se lleve a cabo en Jurisdicción del Municipio Marcano.

Artículo 5. A los efectos de esta Ordenanza, se entienden por Empresa y/o Empresario de publicidad y por consiguiente, sujetos pasivos en calidad de contribuyentes del impuesto, a toda persona natural o jurídica que de manera permanente o eventual, asume la creación, edición, instalación, transmisión, exhibición de mensajes o anuncios publicitarios, destinados a conocer, promover, informar, divulgar o vender bienes, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

Parágrafo Único: Serán igualmente responsables del pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, así como del cumplimiento de estas disposiciones, los representantes legales con capacidad para obligar a las empresas encargadas de realizar las actividades descritas en este artículo, así como los propietarios de inmuebles o locales donde se instale o pretenda colocar alguna publicidad, al igual que los propietarios de vehículos de cualquier tipo donde esto ocurra que serán destinadas a la satisfacción de las necesidades colectivas de la territorialidad.

Registro del Contribuyente

Artículo 7. Toda persona natural o jurídica que pretenda ejercer una actividad comercial u operar en nombre propio o en nombre de terceros, como empresa y/o empresario de publicidad y realizar actividades publicitarias en medios exteriores, interiores y/o cines, de manera permanente o eventual, en jurisdicción del Municipio Marcano, deberá obligatoriamente estar inscrito en el Registro de Publicidad que al efecto llevará la Administración Tributaria Municipal. Dicha inscripción causará una tasa administrativa de 1.50 Unidades Tributarias, debiendo ser renovada anualmente dentro de los primeros treinta y un (31) días del mes de Enero, toda vez que su vigencia expira el 31 de Diciembre de cada año, no importando la fecha en que se efectuó el registro anterior.

Parágrafo Primero: Se crea el REGISTRO DE CONTRIBUYENTE DE PUBLICIDAD a objeto de la plena identificación de cada una de las empresas y/o empresarios de publicidad a los fines de que las actividades publicitarias a que alude esta Ordenanza, se ajusten plenamente a las previsiones legales y extremos contenidos de su normativa. El registro de contribuyente de publicidad contendrá:

1. El número de permiso asignado
2. Nombre del contribuyente
3. Dirección
4. R.I.F
5. Fecha de Registro
6. Datos generales del o los representantes y/o responsables,
7. Correo electrónico y Números telefónicos de contacto,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

8. así como cualquier otra información que la Administración Tributaria Municipal crea pertinente.

Parágrafo Segundo: Será responsabilidad de la Dirección de la Administración Tributaria Municipal el control del Registro de Publicidad, así como el proceso de renovación de las inscripciones de las empresas y/o empresarios de publicidad que realicen actividades publicitarias en jurisdicción del Municipio Marcano.

Parágrafo Tercero: En los casos en que el contribuyente no posea propaganda comercial estará igualmente obligada a la inscripción y su renovación anual, tal como lo indica el Art 08 de esta ordenanza, Permitiendo mantener un registro veraz sobre los contribuyentes que posean o no publicidad y/o propaganda comercial.

Artículo 8. Para la inscripción en el Registro de contribuyente formal de Publicidad y Propaganda Comercial, se deberá presentar la Solicitud de mediante formularios impresos que para tales efectos pondrá a disposición vía web la Administración Tributaria Municipal con los siguientes recaudos anexos:

1° En el caso de personas naturales y jurídicas:

- a) Copias del acta constitutiva y estatutos de la empresa acompañadas de los originales.
- b) Copia de la Licencia de Actividades Económicas, en los casos que aplique;
- c) Memoria descriptiva y planos de los medios publicitarios que la empresa pretende comercializar en el Municipio;

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

- d) Solvencia de Propiedad Inmobiliaria y Actividades Económicas vigente;
- e) R.I.F

2° En el caso de personas naturales o empresas que se dediquen a actividades de publicidad mediante vallas:

- a) Póliza de responsabilidad civil con duración mínima de un (01) año que ampare riesgos de los posibles siniestros que puedan causarse a terceros. La renovación periódica de esta Póliza debe ser comprobada en el momento del pago de los impuestos causados en aplicación de esta Ordenanza.

Parágrafo Primero: Queda entendido expresamente que para poder optar a la renovación del Permiso de Publicidad, el empresario deberá declarar y pagar el impuesto por el ejercicio de Actividades Económicas al fisco del Municipio Marcano, que se haya generado como consecuencia de los ingresos percibidos o producidos a causa del ejercicio de la actividad publicitaria en la jurisdicción de este Municipio. Por esta razón, el contribuyente recibirá un comprobante de la Declaración y del pago del impuesto respectivo, a fin de que se sirva descargarlo de su Declaración, en caso de que no tenga su sede comercial en nuestra jurisdicción. Caso contrario, presentará la Declaración y pagará su impuesto en el lapso previsto en la Ordenanza que regula esa materia en este Municipio.

Artículo 9. Recibida la solicitud de inscripción y los recaudos a los que contrae el artículo anterior, la Administración Tributaria Municipal procederá a su correspondiente revisión y dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su recepción; previa aprobación por parte de la Dirección de Administración Tributaria Municipal expedirá al interesado constancia de su inscripción o en

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

su defecto, le notificará mediante Resolución motivada las causas de su rechazo.

Parágrafo Único: En la Dirección de Administración Tributaria se llevará un libro de Registro, debidamente foliado y sellado, donde se asentarán las solicitudes recibidas, en orden cronológico, las constancias de inscripción emitidas y las resoluciones emanadas de dicha Administración Tributaria, contentivas de las negativas de solicitudes de inscripción.

Artículo 10. Todo el que realice las actividades publicitarias a que se refiere esta Ordenanza está obligado a:

1. Actuar como agentes de percepción, según sea el caso, de los impuestos que se causen de acuerdo con esta Ordenanza y enterarlos en la Oficina receptora de los tributos municipales.
2. Mantener en buen estado los medios publicitarios que coloque.
3. Retirar los medios o unidades publicitarias en los casos en que no cumplan con algunas de las disposiciones de esta Ordenanza, así como aquellos que no llenen las condiciones estéticas y de seguridad requeridas.
4. Los sujetos pasivos tienen como obligación principal la de declarar, según los términos establecidos en la presente ordenanza.
5. Notificar a la Administración Tributaria Municipal, el retiro de las vallas o unidades publicitarias y demostrar que se ha restituido a su condición original el espacio de ubicación de las mismas.

Artículo 11. La Alcaldía podrá suspender, prohibir, remover o sancionar la publicidad promocionada por las personas naturales o jurídicas aquí señaladas cuyos anuncios publicitarios no se ajusten a las normas previstas en esta Ordenanza, así como a la Ordenanza de Zonificación o a

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

las normas de moralidad, seguridad, ornato, lenguaje y mantenimiento, de conformidad con lo previsto en el ordenamiento legal vigente.

Parágrafo Primero: Las decisiones de la Alcaldía serán ejecutadas a través del órgano competente en un plazo de diez (10) días hábiles contados a partir de la notificación correspondiente. La Dirección de la Administración Tributaria Municipal velará por el estricto cumplimiento de esta disposición.

Parágrafo Segundo: La Dirección de Administración Tributaria podrá suspender, prohibir, remover cualquier medio publicitario que no se ajuste a las normas de moralidad, ética, lenguaje, cuando se sospeche de peligros que pueda ofrecer su instalación con respecto a emergencias como; cortocircuitos, lluvias, fuego, sismos, vientos o impactos, cuando atente contra el ornato y paisajismo, cuando se efectúe publicidad sobre productos nocivos para la salud sin que el mensaje sobre la advertencia de sus efectos sea incluido ó ilegible a distancias menores de veinte (20) metros.

Declaración

Artículo 13. No podrá exhibirse la propaganda o publicidad comercial, sin que antes haya cumplido con la debida inscripción ante la Dirección de Administración Tributaria como lo indica el Artículo 7 de esta Ordenanza, y obtenido el permiso respectivo mediante la declaración de Publicidad y propaganda comercial y satisfecho por el contribuyente, el valor del impuesto correspondiente en la Dirección de Administración Tributaria.

Artículo 14. La Declaración a que se refiere en el artículo anterior deberá contener los siguientes datos:

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

1. La persona que efectúa la Declaración, su número de Registro de Contribuyente Formal de Publicidad y Propaganda Comercial, identificación y domicilio.
2. Características y formas del medio y de la unidad publicitaria, así como de la estructura material o forma a utilizar.
3. Para medios ocasionales, deberán precisar el tiempo en el cual será instalada y exhibida, el sitio y/o espacio a ocupar; para los medios permanentes, solo bastará especificar que son permanentes e intercambiables y el lugar a ocupar.
4. Plano de ubicación del lugar donde se colocará la unidad publicitaria y fotografía de dicho lugar.
5. Croquis de ubicación que incorpore la unidad publicitaria propuesta a los elementos existentes en su entorno.
6. Proyecto de ornato y mantenimiento, cuando se proponga su ubicación en terrenos no construidos.
7. Croquis de relación de distancias mínimas con inmuebles y otras unidades publicitarias similares o de la misma categoría existentes en el sector.
8. En el caso de vallas colocadas en kioscos, se deberá presentar, además de los recaudos anteriores:
 - a) Autorización otorgada por la Alcaldía para la instalación del kiosco.
 - b) Comprobante de cancelación de las obligaciones tributarias del kiosco.
9. En terrenos de propiedad privada, presentar copia del documento de propiedad, solvencia del pago del impuesto de Inmuebles Urbanos y Autorización escrita del propietario para la instalación de la unidad publicitaria, y demás autorización expresa de este para que los funcionarios del Municipio accedan al inmueble, si ello fuera necesario, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción. En caso de que se coloque una

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

unidad publicitaria en terreno o propiedad privada, sin autorización de la Dirección de la Administración Tributaria Municipal, el propietario del terreno o inmueble será solidariamente responsable, en conjunto con la empresa de publicidad, en el pago de los impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.

10. En caso de tratarse de medios publicitarios luminosos, iluminados o electrónicos, debe anexarse la certificación de la empresa suministradora de energía eléctrica sobre la factibilidad del servicio y el compromiso de pago del consumo de la energía eléctrica que se produzca, y un estudio técnico avalado por un ingeniero eléctrico debidamente colegiado.

11. En caso de tratarse de medios publicitarios colocados en las paredes laterales o azoteas de edificaciones con uso residencial, deberá suministrarse a la Dirección de la Administración Tributaria Municipal el Contrato de Arrendamiento del propietario del inmueble, así como un estudio de un Ingeniero Estructural sobre la posibilidad de la colocación de la unidad publicitaria. Este estudio deberá ser aprobado por la Dirección de Ingeniería Municipal previo a la obtención del permiso.

12. La entrega de los recaudos a los que se refieren los numerales anteriores, quedará asentado en un registro numerado y fechado para tal fin y cuyos datos se entregarán al interesado al momento de recibir y asentar estos recaudos. Se dará preferencia para la colocación de la unidad publicitaria al primer inscrito y/o solicitante, en caso de que para un mismo espacio hubiere más de una solicitud.

13. En terrenos municipales se deberá presentar, luego de la inscripción, además de los recaudos anteriores los siguientes:

a) Certificación de la Dirección de Ingeniería Municipal y Catastro de que el terreno es de propiedad municipal, que deberá responder en el término de quince (15) días hábiles desde su recepción. Si el interesado no

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

ha recibido respuesta, podrá interponer reclamación administrativa por ante el Alcalde por el retardo o incumplimiento en que hubieren incurrido los funcionarios responsables del hecho. La reclamación deberá interponerse en forma escrita y razonada y será resuelta dentro de los quince (15) días hábiles.

b) Contrato de Arrendamiento suscrito entre la empresa publicitaria y el Alcalde, elaborado por la Sindicatura Municipal. Si la Sindicatura no elabora el Contrato de Arrendamiento dentro de los quince (15) días hábiles a la fecha de recepción de la solicitud de elaboración del mismo, el interesado podrá interponer igualmente reclamación administrativa ante el Alcalde, en los términos antes indicados. El arrendamiento será cancelado mediante el canon que al efecto fije la Alcaldía o mediante la utilización de espacios en vallas de publicidad para mensajes institucionales, ornatos de jardines, mantenimiento de playas, parques, áreas verdes, plazas, plazoletas o similares de acuerdo al contrato respectivo.

14. Si el solicitante no coloca la unidad publicitaria dentro de los sesenta (60) días continuos a la aprobación de la solicitud, caducará el derecho de preferencia al que se refiere el numeral anterior, pudiendo concedérsele el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar.

15. Constancia de inscripción vigente de la empresa, empresario publicitario o persona natural responsable, en el Registro correspondiente que al efecto lleva la Dirección de la Administración Tributaria Municipal y comprobante de pago de impuestos, y/o tasas, actualizado.

Parágrafo Primero: La ausencia de respuesta de las autoridades, no da derecho a la instalación de la unidad publicitaria.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Parágrafo Segundo: Cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación requieran para su instalación de una armazón o estructura determinada, deberá el solicitante adjuntar a la solicitud de permiso, un plano de escala de estructura y cuerpo del aviso, debidamente firmado por un Ingeniero colegiado.

Parágrafo Tercero: Se exigirá igualmente al solicitante, una póliza de seguro de Responsabilidad Civil, tal como se refiere en el numeral 2 Art. 9 de esta ordenanza, con duración mínima de un año, para amparar los eventuales daños y perjuicios que puedan causarse a terceros. La permanencia periódica de esta póliza, deberá ser comprobada en la oportunidad de cancelar los impuestos causados en aplicación de la Ordenanza, copia de esta póliza de seguros se archivará en la Dirección de Administración Tributaria.

Parágrafo Cuarto: Los permisos otorgados mediante la Declaración Anual de la publicidad y/o propaganda Comercial, por la Dirección de Administración Tributaria para la exhibición, colocación o distribución de publicidad comercial son intransferibles, no pueden ser cedidos, vendidos, canjeados, negociados, traspasados y cesa su vigencia al producirse cualquier alteración de las condiciones originales.

Parágrafo Quinto: La NO presentación de la Declaración de la Publicidad y propaganda comercial acarreará una multa de 5 U.T. (Cinco Unidades Tributarias).

Artículo 15. En aquellos casos de publicidad que conforme a las Leyes o Reglamentos Nacionales requieran de permiso previo de alguna autoridad nacional, no se admitirá la Declaración para dar permiso a la

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

publicidad y/o propaganda a que se refiere el Artículo 15 de esta Ordenanza, sin la constancia de haber obtenido la autorización correspondiente.

Artículo 16. Cuando se trate de la instalación de medios publicitarios en terrenos de propiedad municipal, deberá anexarse el contrato de arrendamiento respectivo. En dicho contrato deberá establecerse, además del tiempo y canon de arrendamiento, la obligación de la empresa de publicidad de efectuar trabajos de jardinería y ornato, así como, el mantenimiento del área empleada. Cuando los medios publicitarios vayan a instalarse en áreas del dominio público del Municipio, deberá igualmente comprometerse el interesado a efectuar trabajos de jardinería y ornato en las zonas circundantes, a criterio de la Alcaldía a través de su órgano competente.

Parágrafo Único: Si los medios publicitarios se van a instalar sobre inmuebles cuya propiedad no es del Municipio, del anunciador o de las empresas publicitarias, deberá anexarse la autorización del propietario del inmueble.

Artículo 17. La Declaración anual para dar permiso al medio publicitario, serán presentadas ante la Dirección de Administración Tributaria mediante una Planilla (original y copia) en el primer mes del segundo trimestre del año (Abril), con los recaudos indicados en los artículos 14, 15 y 16 dependiendo la clase y tipo de publicidad.

Artículo 18. Las personas naturales o jurídicas que realicen publicidad de manera eventual, deberán solicitar el permiso conforme a lo establecido en los Artículos precedentes de esta Ordenanza, cada vez que vayan a hacer pública la publicidad comercial.

Calculo de la obligación Tributaria

Artículo 68. Toda publicidad en forma de cartel, aviso impreso o formado por materiales que representen letras, objetos, símbolos o signos destinados permanecer a la vista del público, pagarán: 2 U.T (dos unidades Tributaria) por metro cuadrado o fracción, éste tipo de publicidad podrá ubicarse:

1. En los inmuebles con zonificación comercial, industrial o mixto previsto en los planos de zonificación de este municipio.
2. Sobre las azoteas, techos y paredes de las edificaciones con zonificación comercial, industrial, o mixto, siempre y cuando la altura de los mismos no afecten a la aprobada en la reglamentación del sector. Para la aprobación de este tipo de publicidad, la Dirección de Administración Tributaria exigirá la autorización por parte de la Dirección de Ingeniería Municipal en lo referente a la altura y a las condiciones de seguridad del mismo.
3. En los edificios docentes, bibliotecas, instituciones filantrópicas, asistenciales, culturales, deportivas, sanitarias y similares, sólo podrán instalarse avisos fijos siempre que no sean mayores de tres metros cuadrados (3 mts²), ni luminosos y únicamente que hagan referencia a la función de instituciones sobre cuyos edificios se están colocando.
4. En el interior de los locales comerciales, debiendo pagar en estos casos la mitad del impuesto asignado al medio publicitario respectivo: 1,5 U.T (Una y media Unidad Tributaria) por metro cuadrado o fracción.

Parágrafo Primero: Si un mismo cartel o medio publicitario, se hiciera referencia a dos o más anunciados, cada uno de éstos pagará por separado y de acuerdo a los espacios que ocupa la totalidad de su publicidad o aviso, en función de lo previsto en esta Ordenanza.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Parágrafo Segundo: Cuando se trate de cartel, aviso impreso o anuncio, ubicado en o sobre la fachada de un local o establecimiento comercial, que sólo haga publicidad al local donde está ubicado, 1 U.T (una Unidad Tributaria) por metro cuadrado o fracción.

Forma de Pago

Artículo 56. Según sea el medio publicitario Fija o Eventual, el impuesto sobre Publicidad y Propaganda Comercial, se liquidara, pagara y enterara anualmente si es Fija y si es Eventual se liquidara, pagara y enterara como indique esta ordenanza. El lapso para el cumplimiento de la obligación tributaria será para el tipo fija, dentro del Tercer mes del Primer trimestre (Marzo) y en las publicidades Eventuales será al momento de presentar su declaración. En caso de que el contribuyente no pague y entere el impuesto a que está obligado dentro de los términos establecidos en el presente artículo, surge la obligación de pagar con un recargo del 0.5 U.T. Transcurrido el mes Abril sin que el contribuyente haya satisfecho su obligación tributaria, comenzaran a generar intereses de mora sobre el monto del impuesto adeudado hasta la extinción de la misma, según lo previsto en el Código Orgánico Tributario.

Parágrafo Primero: Los contribuyentes registrados, están en la obligación de efectuar la presentación de la planilla de Declaración, como se estipula en el Artículo 17 de la presente Ordenanza ante la Dirección de Administración Tributaria, Así mismo, notificará a esta oficina, cada vez que ocurran, los cambios de publicidad que se operen en el transcurso del año.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Artículo 57. Cuando se trate de una publicidad Fija, cuyo impuesto se calcule anualmente, y cuya exhibición no vaya a exceder de treinta (30) días, la Dirección de Administración Tributaria fijará las condiciones a que debe sujetarse, y el impuesto será la doceava parte del que hubiere pagado, de permanecer exhibida un (1) año.

Artículo 58. Cuando un contribuyente cambie del medio publicitario o se haga publicidad a un producto que tenga una tasa impositiva distinta, deberá pagar el impuesto correspondiente a la modificación efectuada.

Artículo 59. Si un mismo medio publicitario se hiciera publicidad a dos (2) o más anunciados, será responsable del pago del impuesto, en primer lugar el que obtuvo el permiso y solidariamente todos los anunciados que figuren.

Exenciones

Artículo 86: Están exentos del pago de los impuestos a que se refiere esta Ordenanza:

1. Las personas jurídicas de derecho público, fundaciones constituidas y dirigidas por dichas personas y las sociedades en las cuales las personas ya mencionadas tengan participación igual o superior al cincuenta y uno por ciento 51 del capital social, que realicen publicidad de manera permanente o eventual, pero quedan sometidas a las demás disposiciones de la presente Ordenanza.

2. Los anuncios fijos de personas naturales indicativos de su profesión, arte y oficio, siempre que solo indiquen el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección; que estén colocados en el inmueble en la cual la ejercen y no excedan de un metro cuadrado (1,00 M²).

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

3. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a este fin.

4. Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también los distintivos del concesionario.

5. Las inscripciones de autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, lápidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie, utilizada para tal fin no exceda de doscientos centímetros cuadrados (200 cm²).

6. Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que ocupen una superficie no mayor de cincuenta centímetros cuadrados (0.50 cm²).

7. Los letreros que solo indiquen la firma, razón social, denominación comercial o los ramos de una oficina, empresa o negocio cuando hayan sido esculpidos, pintados, o colocados en planos sobre la fachada del edificio que se encuentren situados en el negocio, oficina o empresa y siempre que su superficie no exceda de un metro cuadrado (1,00 M²), debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en la presente Ordenanza.

8. La publicidad sobre prevención de accidentes o de consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud.

9. Las destinadas a las campañas de la salud y prevención de la enfermedad.

10. Lo establecido en la Constitución Bolivariana de Venezuela y/o en las Leyes Nacionales

Parágrafo Único: Si dichos anuncios excedieren de la superficie indicada anteriormente, quedarán sujetos al pago del impuesto correspondiente por la fracción de exceso; en este caso su colocación deberá tener el visto bueno de la Dirección de Administración Tributaria.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Artículo 87. El Concejo Municipal Podrá autorizar al Alcalde para exonerar del impuesto a que se refiere esta Ordenanza.

Sanciones

Artículo 90. Se impondrá multa de veinticinco unidades tributarias (25 U.T.) y su vez, se procederá a la remoción del medio publicitario a costa del infractor:

1. Si el mensaje es contrario al orden público, o la seguridad y defensa nacional, a la moral o a las buenas costumbres.
2. Si el mensaje contenido en el medio publicitario no se ajusta a la verdad.
3. Que presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud del consumo de bebidas alcohólicas o utilice la actividad deportiva para promover su consumo.
4. Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
5. Que utilice materiales que a juicio de las autoridades de tránsito, representen peligro para la visibilidad de los conductores.
6. Que se instale en cualquier inmueble de propiedad particular, sin autorización de su propietario.
7. Que distribuya hojas volantes o impresas en calles y avenidas del municipio.
8. El ejercicio de actividades publicitarias en el Municipio si no están inscritas en el Registro de contribuyentes de publicidad establecido en la presente Ordenanza.
9. El incumplimiento de la obligación de mantener los medios publicitarios en buen estado y retirarlos en los casos que indica esta Ordenanza.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Artículo 91. El que efectuare publicidad comercial sin habersele otorgado el permiso correspondiente, se sancionará por cada uno de los elementos o medios publicitarios exhibidos, con multa que será determinada de la siguiente manera:

1. Por la exhibición de hasta 10 mts² o fracción de publicidad comercial, la cantidad de veinticinco unidades tributarias (25 U.T.)
2. Por la exhibición de entre 11 mts² a 20 mts² de publicidad comercial, la cantidad de cincuenta unidades tributarias (50 U.T.)
3. Por la exhibición de un espacio o superficie superior a 21 mts² o fracción de publicidad comercial, la cantidad de ochenta unidades tributarias (80 U.T.)

Asimismo, deberá retirar o eliminar el medio publicitario de manera voluntaria, dentro de las setenta y dos (72) horas siguientes a partir de la notificación al interesado, de lo contrario la Municipalidad a través de sus órganos competentes, podrá remover el medio publicitario a costa del infractor, pudiendo además sancionar a la persona natural y/o jurídica infractora, con el no otorgamiento de ningún otro tipo de propaganda tipificadas en la presente Ordenanza por un lapso de un (1) año.

Artículo 92. Quien proceda a efectuar la publicidad comercial a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con multa de ochenta unidades tributarias (80. U.T.), sin perjuicio del cobro del impuesto causado y no cancelado por la utilización del medio publicitario y la remoción del mismo, cuyo costo será por cuenta del infractor; sin perjuicio además de que el Municipio le sancione, por el lapso de seis (6) meses, a no otorgarle ningún otro tipo de propaganda tipificadas en la presente Ordenanza.

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

Artículo 93. El que instale publicidad comercial en zonas residenciales o en lugares o áreas prohibidas; y/o a través de medios no emitidos o con dimensiones no autorizadas, será sancionado con multa de treinta unidades tributarias (30 U. T.) por cada infractor, sin perjuicio de las sanciones contempladas en otras disposiciones contenidas en esta Ordenanza, además de la remoción del medio publicitario y suspensión por el lapso de seis (6) meses de otros tipo de propaganda tipificadas en la presente Ordenanza, siendo los costos a que haya lugar, por cuenta del infractor.

Artículo 94. El desacato a las citaciones expedidas por la Dirección de Administración Tributaria, será sancionado con multa de diez unidades tributarias (10 U.T.). En caso de reincidencia se aplicará igual monto a cada desacato.

Artículo 95. Los sujetos pasivos en calidad de responsables solidarios de la obligación tributaria que contraten la actividad publicitaria con las personas definidas como contribuyentes, sin constatar el cumplimiento de las obligaciones que en materia de publicidad comercial les están atribuidas, serán sancionados conforme a lo establecido en los Artículos 93, 94 y 95 de la presente Ordenanza.

Artículo 96. El que efectúe publicidad comercial sin haber cancelado el impuesto correspondiente, será sancionado con la remoción del medio publicitario de que se trata y una multa entre el doble y el décuplo del impuesto dejado de pagar.

Artículo 97. En los casos en que la sanción impuesta incluya la remoción de medios publicitarios, la autoridad competente podrá requerir la

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

colaboración de las asociaciones de empresas publicitarias para la ejecución material de la medida, siempre con la presencia de un funcionario competente.

Artículo 98. En caso de sanciones pecuniarias que establezcan una pena comprendida entre dos límites, se hará aplicación de ella, conforme a lo que dispone el Código Penal, teniendo también en cuenta la mayor o menor gravedad del perjuicio que la contravención ocasione al Municipio. En casos de reincidencias se aplicará el doble de la sanción máxima que corresponda aplicar.

Parágrafo Único: Para la imposición de las multas se tendrá en cuenta:

1. Los antecedentes del infractor con relación al cumplimiento de las disposiciones de esta Ordenanza.
2. La magnitud del impuesto que resultare evadido por la infracción.

Artículo 99. Las sanciones que se impongan a los infractores, por violación de la presente Ordenanza, deberán estar contenidas en acto administrativo dictado por el Órgano Competente, previo cumplimiento de las formalidades y requisitos de Ley, para que tengan plena validez y eficacia. No dando lugar a Actos Administrativos viciados de nulidad absoluta y/o anulable conforme a las previsiones legales que rigen la materia administrativa.

En todos los casos de procedimiento sancionatorios, se formará expediente, se mantendrá la unidad de éste, aunque deban intervenir en el procedimiento oficinas de distintas dependencias, respetándose el orden en que estos recaudos fueron presentados y/o procesados. Se iniciará el procedimiento mediante acto administrativo en el cual se notifique a los

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

administrados con intereses subjetivos o intereses legítimos personales y directos, que pudieran resultar afectados. La notificación contendrá en forma clara y precisa la infracción que se le imputa, concediéndoles el plazo de diez (10) días hábiles, siguientes a la notificación, para que expongan sus alegatos y promuevan las pruebas conducentes a su defensa, a menos que resulte impracticable la notificación, en cuyo caso se procederá conforme a lo previsto en el Artículo 106 de esta Ordenanza, una vez comprobada la infracción se procederá a la emisión de la Resolución definitiva, la cual se notificará al interesado.

Artículo 100. Cuando resulte impracticable la notificación en la forma descrita en el Artículo que antecede, se procederá a la publicación de un extracto del acto, en un diario de mayor circulación, en cuyo caso, se entenderá notificado el interesado; quince (15) días hábiles después de la publicación, circunstancia que se le advertirá en forma expresa.

Artículo 101. La Dirección de Administración Tributaria cumplirá todas las actuaciones necesarias para el mejor conocimiento del asunto que debe decidir; y en el mismo orden, el Director de Ingeniería Municipal, respecto de sus atribuciones y deberes que le competen en aplicación de las normas de esta Ordenanza.

Artículo 102. Los hechos que se consideren relevantes para la decisión de un procedimiento, podrá ser objeto de todos los medios de prueba previstos en el Ordenamiento Jurídico Vigente.

Artículo 103. El Acto Administrativo que decida el caso, resolverá todas las situaciones planteadas, tanto inicialmente, como durante la tramitación. La decisión que se dicte deberá ser notificada a los infractores,

*FASE III: BASES LEGALES QUE REGULAN EL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL*

indicándoles los recursos que proceden, con expresión de los términos para ejercerlos y los órganos ante los cuales deben interponerse.

Artículo 104. La Administración Municipal, ajustará su actuación a los principios de economía, eficacia, celeridad e imparcialidad que rigen al Derecho Administrativo.

*FASE IV: PROCEDIMIENTO DE
RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO
DE PUBLICIDAD COMERCIAL
APLICADO POR LA ALCALDÍA
DEL MUNICIPIO MARCANO.*

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.1 Impuesto sobre propaganda o Publicidad Comercial

El impuesto sobre publicidad y propaganda comercial, al igual que los demás impuestos municipales son recaudados por la Dirección de Administración Tributaria e ingreso de la Alcaldía del Municipio Marcano, este impuesto, está dirigido a todo anuncio, aviso o imagen dirigida a captar la atención del Público hacia un producto, persona, actividades específicas, con fines comerciales que sean exhibidos o proyectados en bienes de dominio público del municipio en estudio o en inmuebles de propiedad privada , visibles a los ciudadanos o sea repartido en forma impresa.

De acuerdo con Moya (2001) se entiende como impuesto sobre propaganda comercial o publicidad comercial *“todo anuncio o mensaje destinado a dar a conocer, informar, promover o divulgar productos, artículos, servicios, empresas o establecimiento mercantiles y similares, con el fin de atraer, de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios o comprobadores de los mismos”*

Es necesario tener en cuenta que previo a la cancelación del mismo, el contribuyente tiene la obligación de solicitar a la dirección de Ingeniería municipal el respectivo permiso para la colocación de la publicidad o propaganda comercial. Posteriormente la Municipalidad calificara sus condiciones de seguridad y estética, con la finalidad de mantener armonía pudiendo rechazar o exigir la modificación de aquellas que no reúnan las cualidades solicitadas.

Asimismo, se incluyen dentro de este concepto según lo establecido en el La Ordenanza de Publicidad y propaganda comercial (2015) lo

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

expresado en su artículo 6: “... cualquier objeto, elemento, instrumento, bien, cosa, mecanismo, tecnología, o similares, que sirvan o se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario”

En relación a lo anteriormente expuesto, se afirma que constituye propaganda o publicidad comercial toda comunicación de un mensaje destinado a informar al público sobre la existencia de productos o servicios divulgados por un medio y emitido con fines comerciales, lo cual conforma el hecho imponible que grava este impuesto.

4.2 Características del impuesto sobre propaganda comercial

Según Moya (2001):

“Es un impuesto aplicado a la publicidad que este ubicada dentro de la municipalidad, para su determinación se toma en cuenta una manifestación indirecta de la capacidad contributiva, considerando las medidas como lo son las unidades, metros cuadrados o fracciones de estos, tiempo de ejecución, y periodicidad de la publicidad, para el cobro del impuesto”(P.359)

Donde sus principales características son:

- Recae sobre los contribuyentes que poseen establecimientos comerciales.

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

- La carga impositiva va a depender de metros cuadrados que posea la propaganda.
- Deja a un lado las consideraciones personales y la capacidad contributiva del mismo y solo toma en consideración las medidas de la propaganda o publicidad para el cobro del tributo.

4.3 Elementos principales del impuesto sobre Publicidad Comercial:

Moya (2001) menciona como principales elementos de este impuesto:

- El sujeto Pasivo: en este impuesto, el contribuyente es el propietario de la propaganda y puede ser también el responsable de realizarla, cuando así lo disponga la correspondiente ordenanza.
- Modo en que se causa el impuesto y se hace exigible: para que se produzca el hecho generador del impuesto debe tratarse de una propaganda permitida por las leyes y las ordenanzas municipales, de lo contrario se incurriría en una infracción al ordenamiento jurídico que acarrearía una sanción al responsable.
- Exenciones y exoneraciones: son establecidas por la ordenanza respectiva, según la finalidad del interés público como son anuncio de actividades profesionales mediante letreros que no excedan las medidas permitidas y otros casos.
- Objeto del impuesto: está representado por distintos medios a través de los cuales se desarrollan actividades publicitarias o la propaganda

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

comercial, tales como: carteles, vallas, avisos y tableros (luminosos o no) pizarras eléctricas cambiables, entre otros.

4.4 Descripción de los procedimientos para la recaudación de tributos municipales

El proceso para la recaudación se inicia cuando el contribuyente se dirige a las oficinas de la Administración de tributos e ingresos, con la finalidad de que el personal que labora les suministre la información necesaria para cancelar las obligaciones tributarias adquiridas de acuerdo a las necesidades de contribuyente.

Al respecto Ramírez (1993), los procedimientos administrativos son *“el conjunto de actos preparatorios o tramites cumplidos hasta llegar al acto administrativo decisorio”* (Pág. 133), es decir, de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza de procedimientos administrativos, se llevan a cabo una serie de procesos o actos que originan un expediente administrativo, que contiene una información definitiva sobre las obligaciones tributarias de un contribuyente por un periodo dado.

Es así como la Alcaldía del Municipio Marcano, mediante la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos establece Ordenanza donde se describen los pasos requeridos para la recaudación de cada uno de los ingresos ordinarios, en especial los ingresos por concepto de publicidad Comercial.

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.5 Descripción del procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para empresas con publicidad.

En el siguiente proceso se muestra detalladamente la primera etapa en el procedimiento de Recaudación del Impuesto sobre Publicidad comercial en Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°3).

Cuadro N° 3

Procedimiento de Inscripción para empresas con Publicidad Comercial

RESPONSABLE	ACTIVIDADES
El Contribuyente o responsable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresa a la página web www.alcaldiademarcano.com.ve/tributos y descarga la planilla correspondiente al formato de inscripción de Impuesto sobre Publicidad Comercial (ver anexo N°1) junto con la información de los recaudos necesarios. 2. Se dirige con la planilla a la Dirección de administración de Tributos e Ingresos. 3. Presenta la planilla de la declaración.
Jefe de Recaudación	<ol style="list-style-type: none"> 4. Recibe la Solicitud y genera la factura correspondiente al arancel de 1.5 U.T, por concepto de inscripción.

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

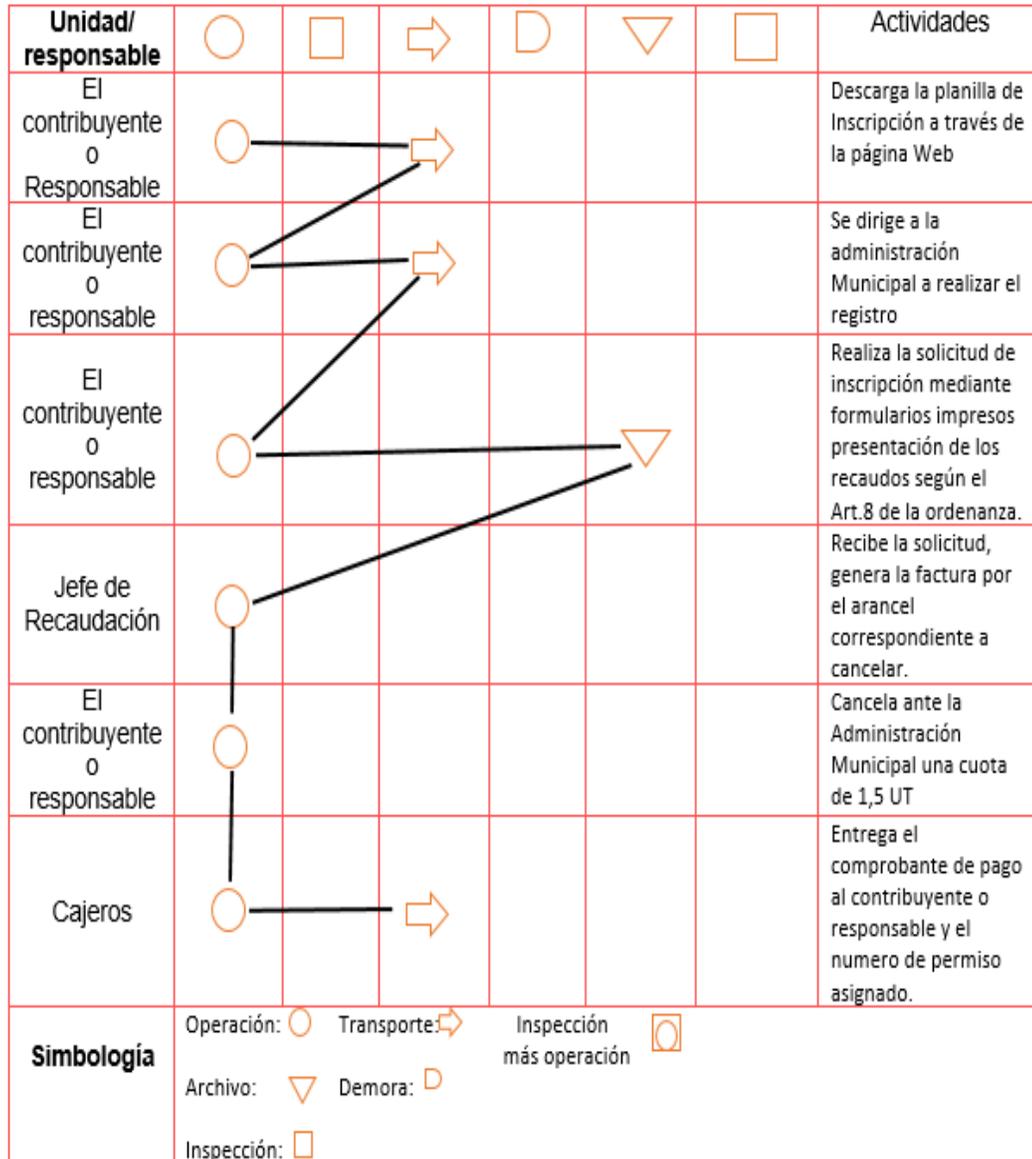
Contribuyente o responsable	5. Se dirige al área de caja y procede a realizar el pago.
Cajeros	6. Registra información en el sistema, emite comprobante de pago y entrega al contribuyente como constancia de cumplimiento de su obligación. 7. Entrega número de permiso asignado.
Contribuyente o Responsable	8. Recibe el número de permiso y entrega los recaudos solicitados en cumplimiento del Art.8 de lo establecido en la ordenanza.
Cajeros	9. Recibe los recaudos y los verifica. 10. Procede a entregar el libro de registros para que sea firmado y expide comprobante de inscripción. 11. Informa que la inscripción debe ser renovada anualmente dentro de los primeros 31 días del mes de Enero y tendrá vigencias hasta el 31 de Diciembre del mismo año
Contribuyente o Responsable	12. Firma el libro de registros, recibe el comprobante de inscripción y se retira

Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

Flujograma N°1

**Procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad
Comercial para Empresas con Publicidad**

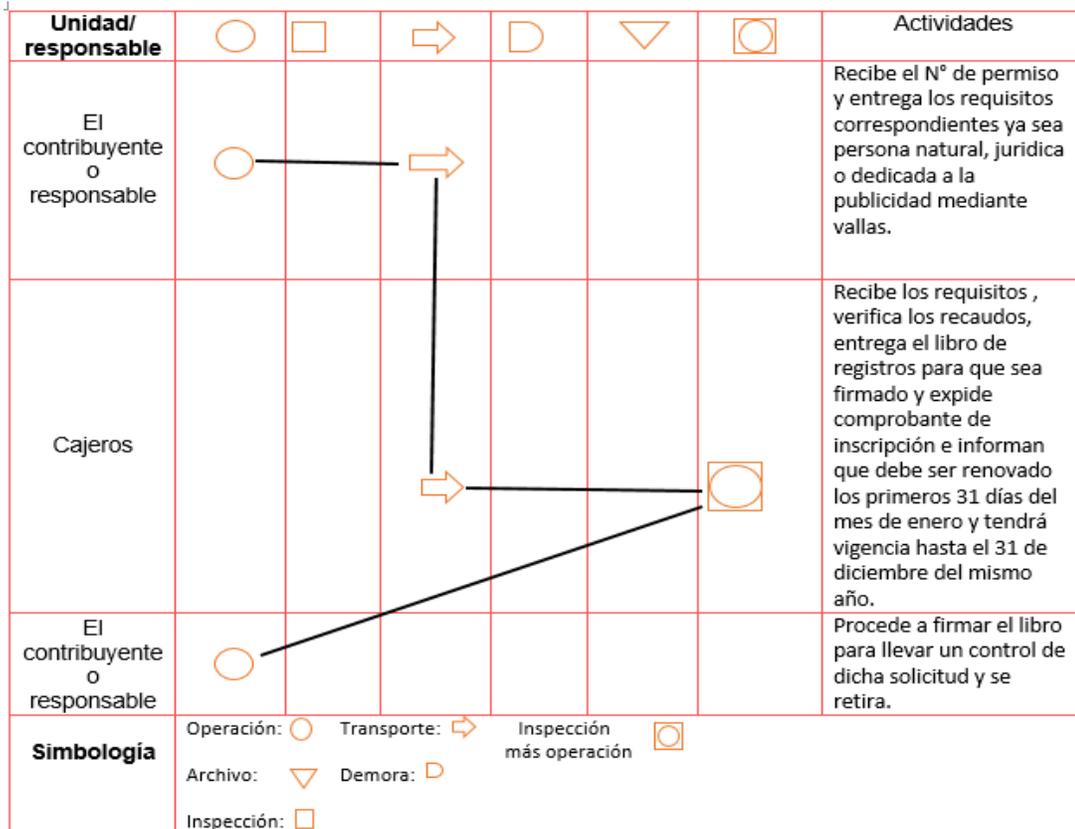


Continúa

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

Continuación Flujograma N°1

**Procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad
Comercial para Empresas con Publicidad**



Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.6. Descripción del procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para empresas sin publicidad.

En el siguiente proceso se muestra detalladamente el procedimiento de inscripción para los contribuyentes que no posean publicidad comercial en la Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°4).

Cuadro N° 4

Procedimiento de Inscripción para empresas sin Publicidad Comercial

RESPONSABLE	ACTIVIDADES
Contribuyente o Responsable	<ol style="list-style-type: none">1. Ingresa a la página web www.alcaldiademarcano.com.ve/tributos y descarga la planilla correspondiente al formato de inscripción de Impuesto sobre Publicidad Comercial (ver anexo N°1) junto con la información de los recaudos necesarios.2. Se dirige con la planilla a la Dirección de administración de Tributos e Ingresos.3. Presenta la planilla de la declaración e informa al jefe de Recaudación que no posee Publicidad Comercial.
Jefe de Recaudación	<ol style="list-style-type: none">4. Recibe la Solicitud y genera la factura correspondiente al arancel de 1.5 U.T, por concepto de inscripción.

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

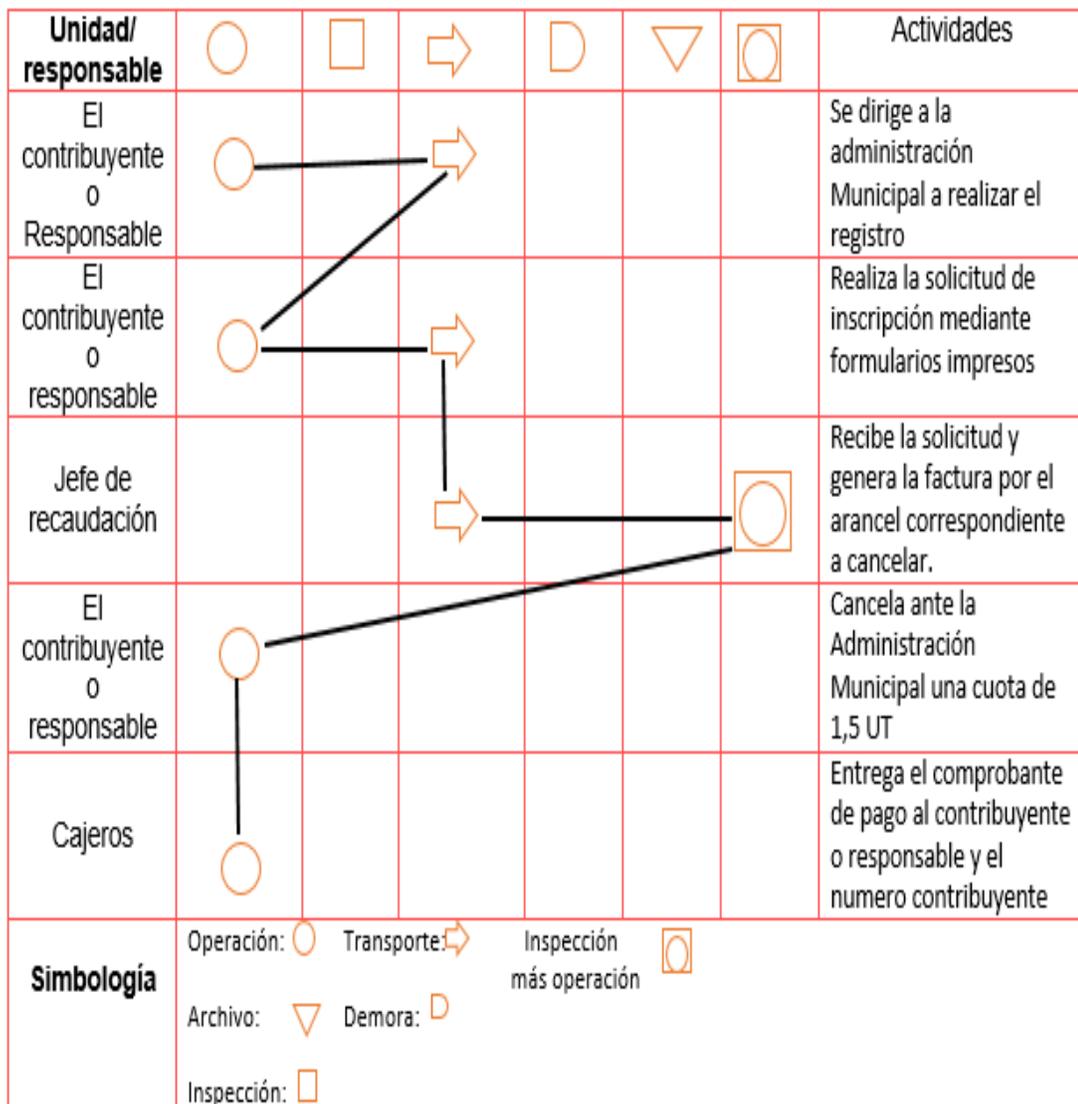
Contribuyente o Responsable	5. Se dirige al área de caja y procede a realizar el pago.
Cajeros	6. Registra información en el sistema, emite comprobante de pago y lo entrega al contribuyente como constancia de cumplimiento de su obligación.
Contribuyente o Responsable	7. Recibe el comprobante de pago, los requisitos y entrega la constancia de no poseer publicidad comercial.
Cajeros	8. Recibe la constancia, los requisitos correspondientes y procede a verificar. 9. Procede a entregar el libro de registros para que sea firmado y expide comprobante de inscripción. 10. Informa que la inscripción debe ser renovada anualmente dentro de los primeros 31 días del mes de Enero y tendrá vigencias hasta el 31 de Diciembre del mismo año
Contribuyente o Responsable	11. Firma el libro de registros, recibe el comprobante de inscripción y se retira

Fuente: Génesis Rojas (2016)

FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO

Flujograma N°2

Procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para Empresas sin Publicidad

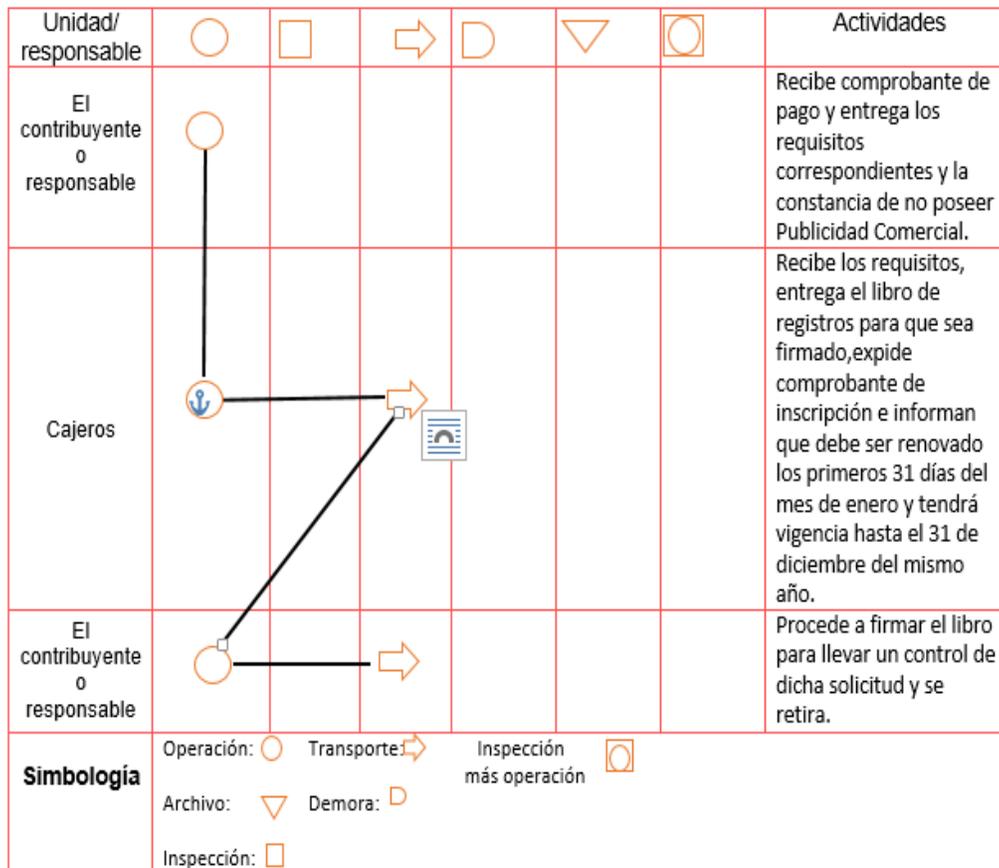


Continúa...

FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO

Continuación Flujograma N°2

Procedimiento de Inscripción como Contribuyentes de la Publicidad Comercial para Empresas sin Publicidad



Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.7 Descripción del procedimiento de renovación como Contribuyentes de la Publicidad Comercial

En el siguiente proceso se muestra detalladamente el procedimiento de renovación para los contribuyentes que posean publicidad comercial en la Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°5).

**Cuadro n° 5
Procedimiento de Renovación de la Publicidad Comercial**

RESPONSABLE	ACTIVIDADES
Contribuyente o Responsable	1. Se dirige a la oficina de Administración Tributaria e Ingresos 2. Presenta la solicitud de renovación
Jefe de Recaudación	3. Recibe la Solicitud, genera la factura correspondiente al arancel de 1.5 U.T, por concepto de inscripción y explica al contribuyente el resto del procedimiento a realizar.
Contribuyente o Responsable	4. Se dirige al área de caja y procede a realizar el pago.
Cajeros	5. Registra información en el sistema, emite comprobante de pago y lo entrega al contribuyente como constancia de cumplimiento de su obligación.
Contribuyente o Responsable	6. Recibe el comprobante de pago, los

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

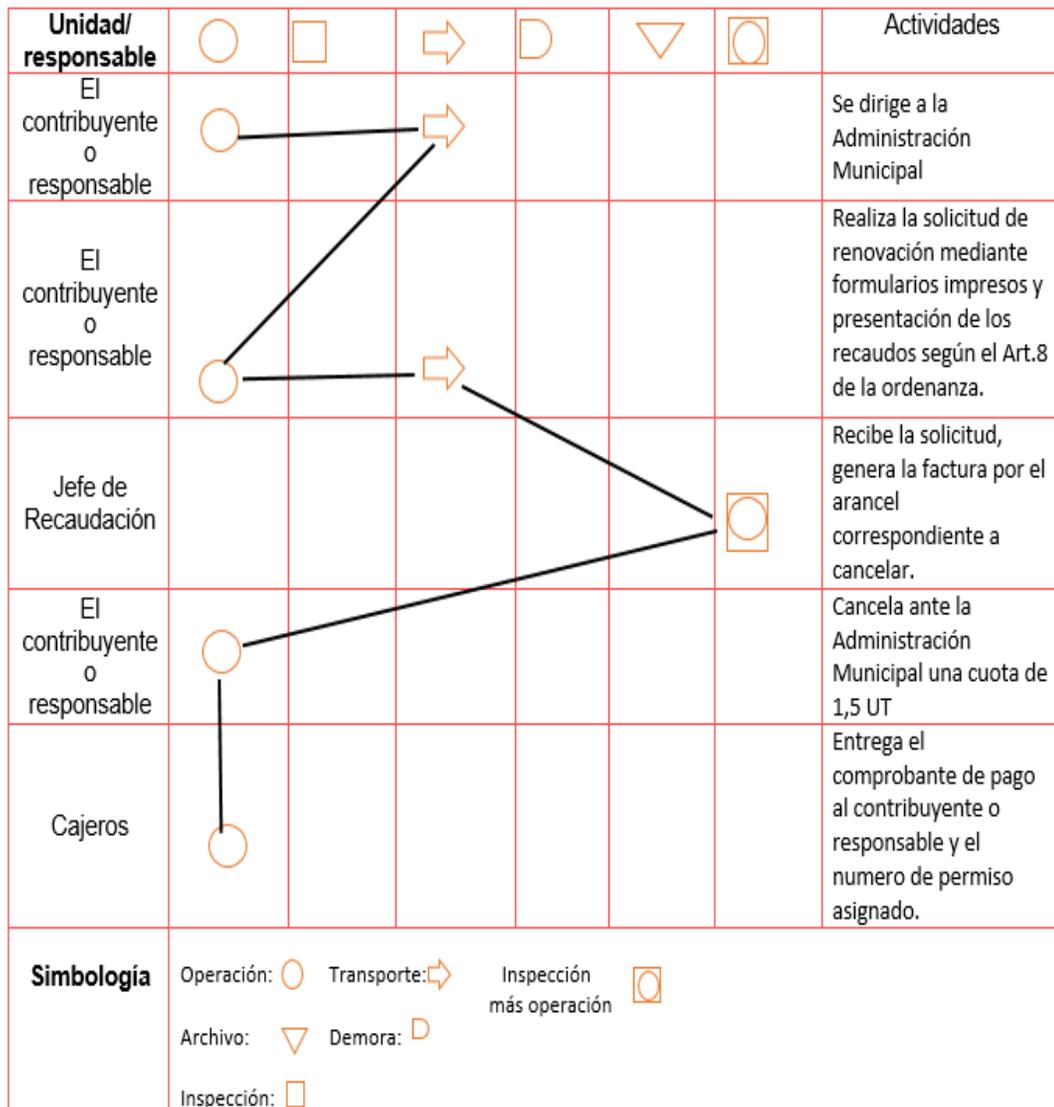
	requisitos y entrega la constancia de no poseer publicidad comercial.
Cajeros	<p>7. Recibe la constancia, los requisitos correspondientes y procede a verificar.</p> <p>8. Procede a entregar el libro de registros para que sea firmado y expide comprobante de inscripción.</p> <p>9. Informa que la inscripción debe ser renovada anualmente dentro de los primeros 31 días del mes de Enero y tendrá vigencias hasta el 31 de Diciembre del mismo año</p>
Contribuyente o Responsable	10. Firma el libro de registros, recibe el comprobante de inscripción y se retira

Fuente: Génesis Rojas (2016)

FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO

Flujograma N°3

Procedimiento de Renovación como Contribuyentes de la Publicidad Comercial

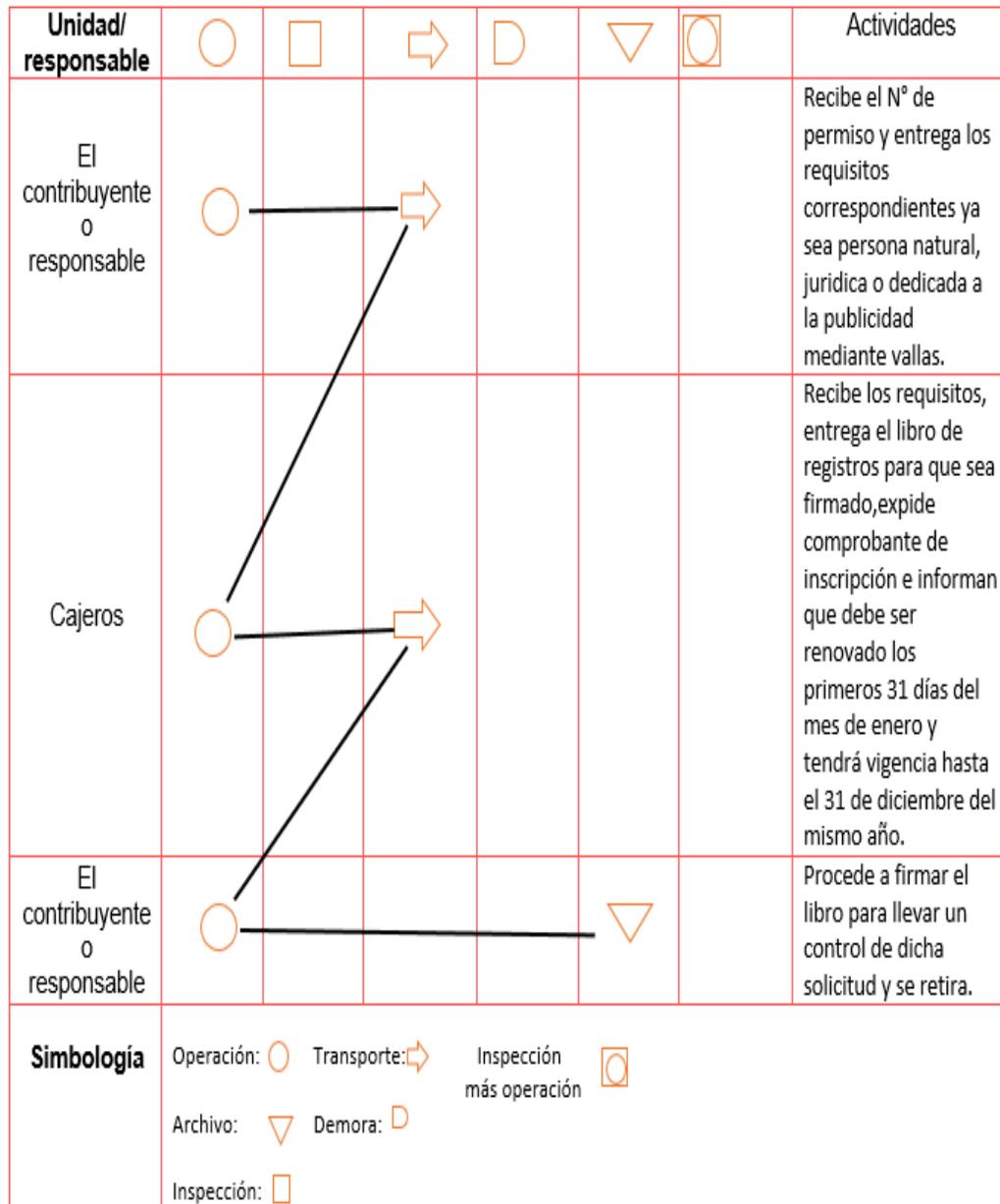


Continúa...

**FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO**

Continuación Flujograma N°3

**Procedimiento de Renovación como Contribuyentes de la Publicidad
Comercial**



Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.8 Descripción del procedimiento para la Declaración anual como Contribuyentes de la Publicidad Comercial

En el siguiente proceso se muestra detalladamente el procedimiento de declaración para los contribuyentes que posean publicidad comercial en la Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°6).

Cuadro N°6

Procedimiento de Declaración Anual

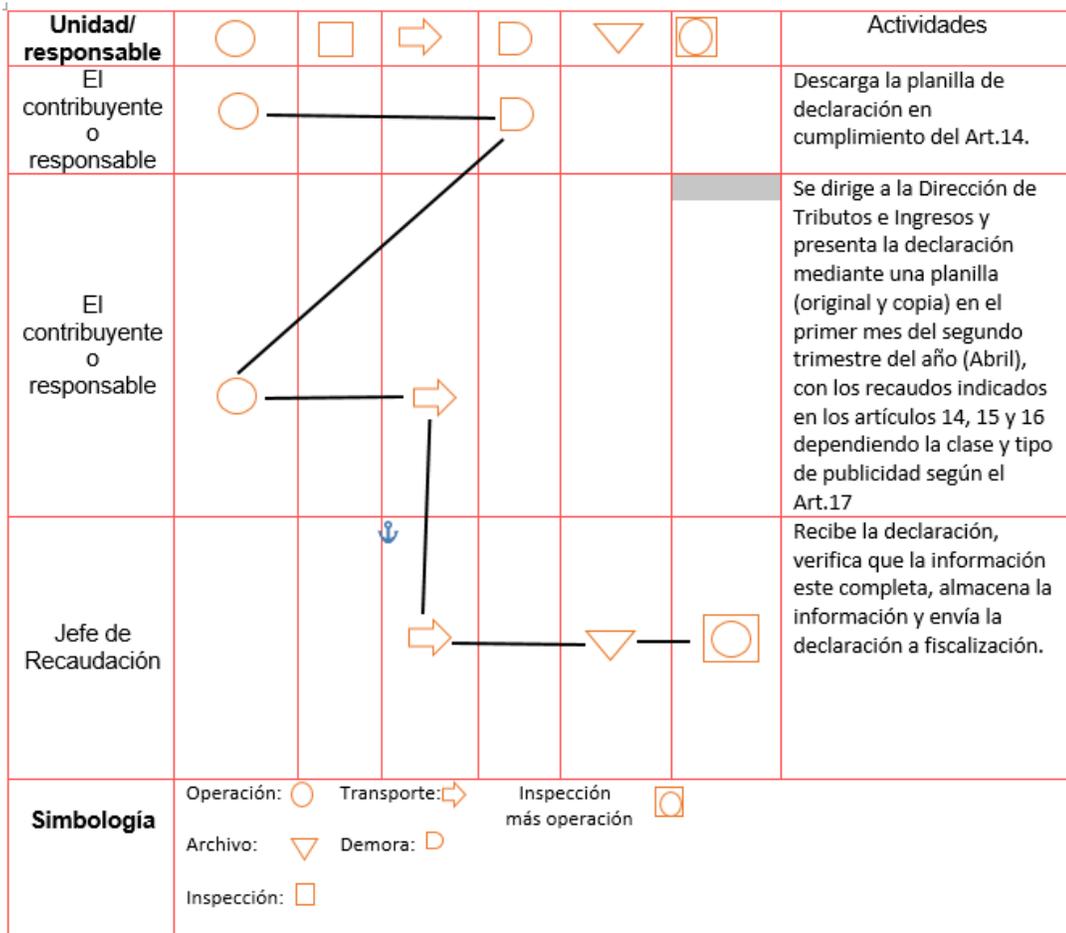
RESPONSABLE	ACTIVIDADES
Contribuyente o Responsable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresa a la página web www.alcaldiademarcano.com.ve/tributos y descarga la planilla correspondiente al formato de Declaración de Impuesto sobre Publicidad Comercial, junto con la información de los recaudos necesarios. 2. De no ser posible la descarga debe dirigirse a la Dirección de Administración de Tributos e ingresos solicitar la planilla y los recaudos generando así retraso en el proceso. 3. Presenta la declaración mediante una planilla original y una copia en el mes de abril anexo los recaudos solicitados según el tipo de publicidad que posea
Jefe de Recaudación	<ol style="list-style-type: none"> 4. Recibe la Solicitud, verifica que la información este completa de no

**FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO**

estarlo se le informa al contribuyente y se solicitud el resto de los documentos luego se almacena y envía la declaración a la jefatura de fiscalización.

Fuente: Génesis Rojas (2016)

**Flujograma N°4
Procedimiento para la Declaración anual de Publicidad**



Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.9 Descripción del procedimiento para Fiscalización de Publicidad Comercial.

En el siguiente proceso se muestra detalladamente el procedimiento de Fiscalización de Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°7).

Cuadro N°7

Procedimiento para Fiscalización de Publicidad Comercial.

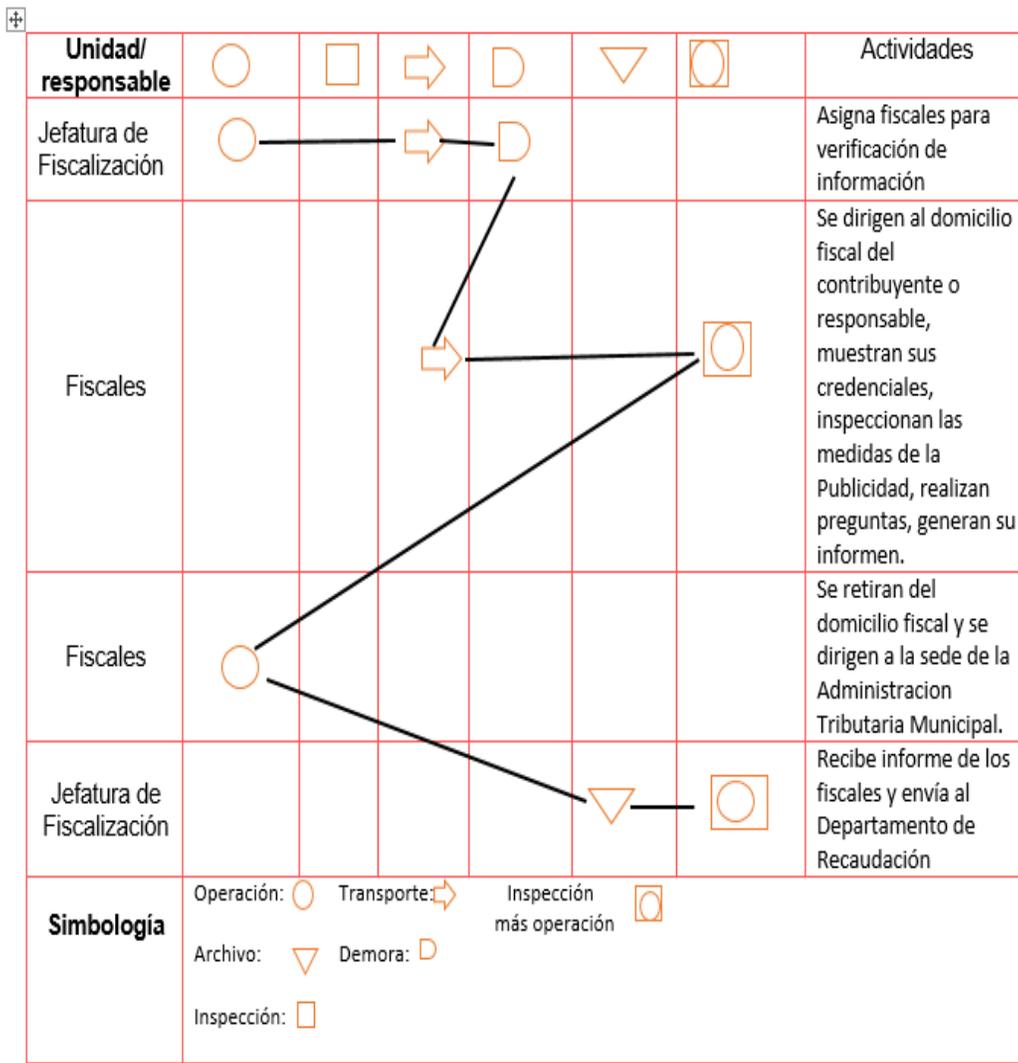
RESPONSABLE	ACTIVIDADES
Jefatura de Fiscalización	1.Revisa si cuenta con fiscales disponibles de no contar se espera la disponibilidad de los fiscales. 2.Asigna fiscales para verificación de información.
Fiscales	3. Se dirigen al establecimiento comercial o base fija, domicilio fiscal de contribuyente o responsable 4. Se identifica con su credencial. 5. Inspeccionan las medidas de la Publicidad, realizan preguntas, generan su informen. 6. Se retiran del domicilio fiscal y se dirigen a la sede de la Administracion Tributaria Municipal
Jefatura de Fiscalización	7.Recibe informe de los fiscales y envía al Departamento de Recaudación

Fuente: Génesis Rojas (2016)

FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO

Flujograma N°5

Procedimiento de Fiscalización de Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano



Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.10 Descripción del procedimiento Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad Comercial

En el siguiente proceso se muestra detalladamente el procedimiento de Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°8).

Cuadro N°8

Procedimiento Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad Comercial

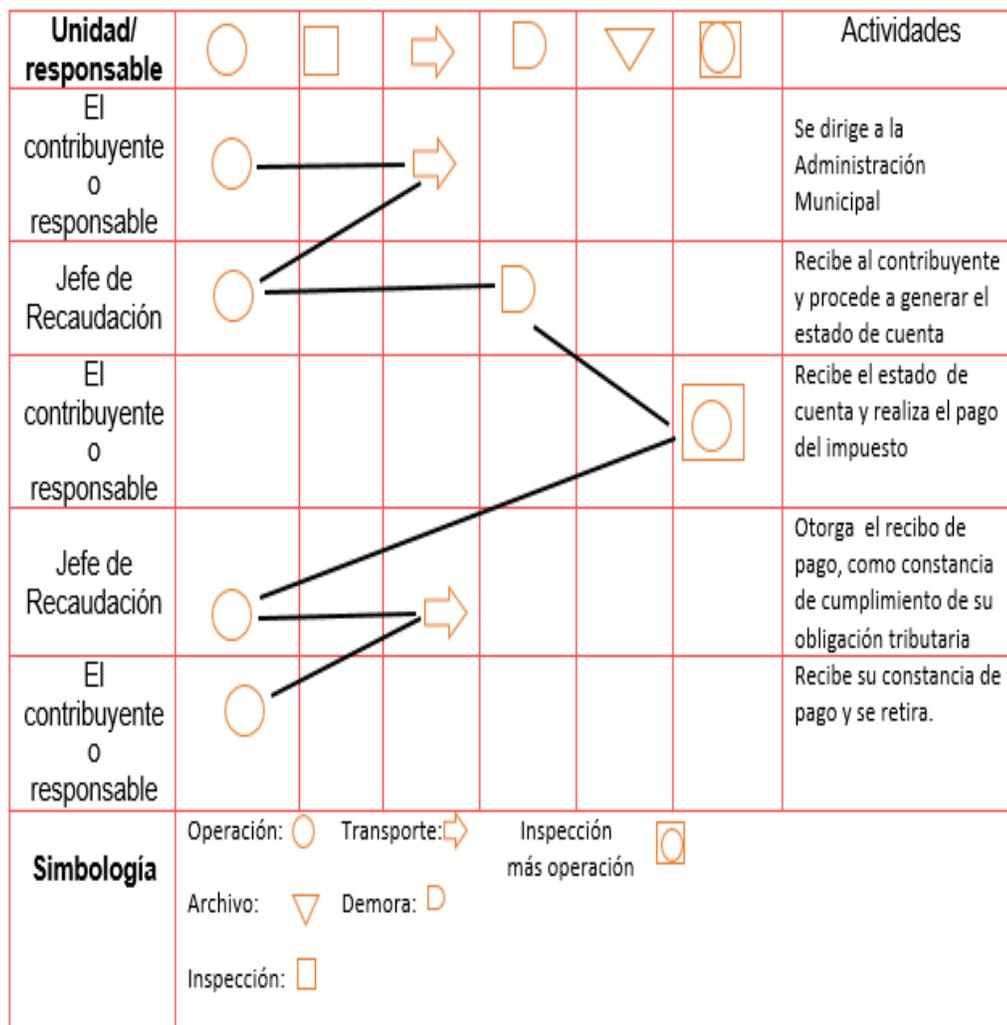
RESPONSABLE	ACTIVIDADES
Contribuyente o Responsable	1. El contribuyente se dirige a la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos
Jefe de Recaudación	2. Recibe al Contribuyente y procede a generar el estado de cuenta si los datos ya están cargados en el sistema, de no ser así se estima un monto aproximado de pago.
Contribuyente o Responsable	3. Recibe el estado de Cuenta y realiza el pago del Impuesto
Jefe de Recaudación	4. Procede a recibir el pago, registra en sistema y otorga el recibo de pago como constancia de cumplimiento de la obligación tributaria.
Contribuyente o Responsable	5. Recibe su constancia de pago y procede a retirarse.

Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

Flujograma N°6

**Procedimiento de Liquidación y Pago de impuesto de Publicidad
Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e
Ingresos.**



Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

4.11 Descripción del procedimiento para Fiscalización y Control Publicidad Comercial.

En el siguiente proceso se muestra detalladamente el procedimiento para Fiscalización y Control Publicidad Comercial aplicado por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano. (Cuadro N°9).

**Cuadro N°9
Procedimiento para Fiscalización y Control Publicidad Comercial.**

RESPONSABLE	ACTIVIDADES
Contribuyente o Responsable	1.No comparece ante la Administración Municipal durante el mes de marzo y no realiza el pago
Director	2 .Deja constancia de no haber hecho presencia el contribuyente o responsable, colocando la respectiva nota en el informe original que detalla quienes no han declarado y archiva en los expedientes correspondientes las notificaciones realizadas a los contribuyentes o responsables que no comparecieron. 3. Genera una multa de cinco unidades Tributarias(5 U.T) envía una notificación al contribuyente
	4. No comparece ante la Administración

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

Contribuyente o Responsable	Municipal durante el mes de Abril y no realiza el pago.
Jefe de Recaudación	6. Comienza a generar intereses de mora sobre el monto del impuesto adeudado hasta la extinción de la misma, según lo previsto en el Código Orgánico Tributario.

Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE III: PROCEDIMIENTO DE RECAUDACION DEL IMPUESTO DE
PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA ALCALDIA DEL
MUNICIPIO MARCANO*

**Flujograma N°7
Procedimiento de Fiscalización y Control**

Unidad/ responsable	○	□	⇒	D	▽	⊞	Actividades
El contribuyente o responsable				D			No comparece ante la Administración Municipal durante el mes de marzo y no realiza el pago
Director						⊞	Genera una multa de cinco unidades Tributarias(5 U.T) envía una notificación al contribuyente
El contribuyente o responsable				D			No comparece ante la Administración Municipal durante el mes de Abril y no realiza el pago
Jefe de Recaudación						⊞	Comienza a generar intereses de mora sobre el monto del impuesto adeudado hasta la extinción de la misma, según lo previsto en el Código Orgánico Tributario.
Simbología	Operación: ○ Transporte: ⇒ Inspección más operación: ⊞ Archivo: ▽ Demora: D Inspección: □						

Fuente: Génesis Rojas (2016)

*FASE V: COMPARACION DEL
PROCESO DE RECAUDACIÓN DE
IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD
COMERCIAL APLICADO POR LA
DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN
DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA
ALCALDÍA DEL MUNICIPIO
MARCANO CON LAS BASES LEGALES
ESTABLECIDAS*

FASE V: COMPARACIÓN DEL PROCESO DE RECAUDACION DE IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO CON LAS BASES LEGALES ESTABLECIDAS

5.1 Análisis comparativo del Proceso de recaudación de impuesto sobre publicidad comercial aplicado por la administración de Tributos Ingresos con las Bases legales establecidas.

La recaudación del impuesto de Publicidad y propaganda comercial es un procedimiento llevado a cabo para hacer efectivo el pago de sumas de dinero de liquidaciones tributarias a favor de un ente público debidamente autorizado por ley; por ello, este impuesto forma parte de los tributos que para ser cobrados deben estar establecido por ley. De esta manera todo municipio tiene la obligación de seguir una determinada normativa legal para la eficiente ejecución de sus funciones, debido a que administran un patrimonio que le pertenece por derecho a la comunidad y, por lo tanto, deben responsabilizarse por el mismo ante la Administración Municipal.

Es importante conocer los procedimientos de recaudación del Impuesto de Publicidad y Propaganda Comercial, pero también es necesario verificar si estos cumplen con las exigencias legales para su realización. Por ello, en el siguiente cuadro se realiza la comparación de los procedimientos de recaudación de Impuesto sobre publicidad y propaganda comercial aplicados por la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos conforme a la normativa establecida en la respectiva ordenanza.

FASE V: COMPARACIÓN DEL PROCESO DE RECAUDACION DE IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO CON LAS BASES LEGALES ESTABLECIDAS

Cuadro N°10

Cuadro comparativo de procedimientos del impuesto de Publicidad comercial

Procedimiento según lo establecido en la ordenanza del impuesto	Procedimiento de la Dirección de Administración de Tributos e Ingresos
<p>Artículo 7: Toda persona natural o jurídica que pretenda ejercer una actividad comercial u operar en nombre propio o en nombre de terceros, como empresa y/o empresario de publicidad y realizar actividades publicitarias en medios exteriores, interiores y/o cines, de manera permanente o eventual, en jurisdicción del Municipio Marcano, deberá obligatoriamente estar inscrito en el Registro de Publicidad que al efecto llevará la Administración Tributaria Municipal. Dicha inscripción causará una tasa administrativa de 1.50 Unidades Tributarias, debiendo ser renovada anualmente dentro de los primeros treinta y un (31) días del mes de Enero, toda vez que su vigencia expira el 31 de Diciembre de cada año, no importando la fecha en que se</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La dirección se encarga de realizar la inscripción anual desde el 1º de enero hasta el 15 de febrero. • Se solicita la información a los contribuyentes para el registro de contribuyentes de publicidad dentro del primer trimestre del año. • El Registro de Contribuyente recién se implementa a partir del año actual por ello existen varias deficiencias en cuanto al tiempo de su implementación y adaptación de los recursos para la optimización del servicio a los contribuyente.

FASE V: COMPARACIÓN DEL PROCESO DE RECAUDACION DE IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO CON LAS BASES LEGALES ESTABLECIDAS

efectuó el registro anterior.

Parágrafo Primero: Se crea el REGISTRO DE CONTRIBUYENTE DE PUBLICIDAD a objeto de la plena identificación de cada una de las empresas y/o empresarios de publicidad a los fines de que las actividades publicitarias a que alude esta Ordenanza, se ajusten plenamente a las previsiones legales y extremos contenidos de su normativa

Artículo 56: el Impuesto sobre Publicidad y Propaganda Comercial, se liquidará, Pagará y enterará anualmente si es fija y si es eventual se liquidara, Pagará y enterará de como indique la ordenanza. El lapso para el cumplimiento de la obligación tributaria será para el tipo fija, Dentro del Tercer mes del primer trimestre (marzo) y en las publicidades eventuales será al momento de presentar su Declaración. En caso de que el contribuyente no se entere y pague el impuesto de un que está obligado dentro de los términos establecidos en el presente artículo, surge la obligación de pagar con un recargo del 0,5 U.T. Transcurrido el

- La Dirección de administración de tributos e ingresos municipal, calcula anualmente el impuesto en el mes de enero
- Se envían fiscales a verificación de información y se liquida en el mes de abril
- Si la publicidad se inicia después de la fecha de liquidación los encargados de la Dirección de administración de Tributos e ingresos calcularan el monto proporcionalmente y en el caso de la publicidad eventual se liquidará y pagará enteramente en el momento que se cause.

FASE V: COMPARACIÓN DEL PROCESO DE RECAUDACION DE IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO CON LAS BASES LEGALES ESTABLECIDAS

mes Abril sin que el contribuyente Haya satisfecho su Obligación tributaria, comenzaran una Generar: intereses de mora sobre el Monto del impuesto adeudado Hasta la extinción de la Misma, según lo Previsto en el Código Orgánico Tributario.

Parágrafo Primero: Los Contribuyentes Registrados, están en la obligación de efectuar la presentación de la planilla de declaración, Como se estipula en el Artículo 17 de la Presente Ordenanza ante la Dirección de Administración Tributaria, así mismo, notificará a la oficina, cada vez que ocurran, los Cambios de publicidad que se operen en el transcurso del Año.

Toda publicidad destinada a permanecer a la vista del público, pagará según el tipo de publicidad y los metros cuadrados que posea.	En base a los metros cuadrados que tenga la publicidad la dirección de administración de tributos e ingresos se encarga de calcular el impuesto.
---	--

Se evidencia de acuerdo a la comparación realizada, que los procedimientos de recaudación del impuesto de publicidad y propaganda comercial realizado por la Dirección de Administración de tributos e ingresos perteneciente a la Alcaldía del municipio Marcano posee en algunos

FASE V: COMPARACIÓN DEL PROCESO DE RECAUDACION DE IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO CON LAS BASES LEGALES ESTABLECIDAS

procedimientos de viaciones que retrasan el cobro del impuesto y el cálculo de manera exacta.

De este modo es necesario señalar la importancia de cumplir de manera exacta los procedimientos de recaudo de este impuesto, debido a que esto contribuirá al acatamiento de los objetivos, con el fin de generar mayores ingresos que beneficien al Municipio Marcano.

De igual modo, se destaca la importancia que representa dentro de una institución la realización de una efectiva relación de ingresos, permitiendo cumplir de forma efectiva los diferentes pasos que deben cumplirse para su realización. En el caso de la alcaldía del municipio Marcano, las actividades inherentes a la recaudación de tributos deben realizarse cumpliendo con el debido proceso y normativa establecida, por este motivo, se considera necesario la existencia de un manual de procedimientos que contribuya a indicar la manera legal la forma correcta de realizar el recaudo, debido a que esta posibilitara un incremento en la obtención de futuros ingresos, a la vez que fortalece las debilidades o incongruencias existentes.

No obstante la creación de la nueva ordenanza de Publicidad y propaganda comercial permite cumplir con lo establecido en ella casi en su totalidad puesto que según la información suministrada por la Dirección De Administración de Tributos e Ingresos, un ochenta por ciento (80%) de los contribuyentes cancela la obligación tributaria en el periodo fijado, por cuanto existe personal calificado que se encarga de constatar las medidas correspondientes a la publicidad comercial la cual se calcula multiplicando los metros cuadrados que posee el contribuyente en publicidad por dos unidades tributarias (2 U.T).

FASE V: COMPARACIÓN DEL PROCESO DE RECAUDACION DE IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO CON LAS BASES LEGALES ESTABLECIDAS

Sin embargo se presentan incongruencias debido a que no siempre se cuentan con los fiscales necesarios para realizar la inspección de la información proporcionada por el contribuyente al momento de la inscripción y se toma como base en metros cuadrados los que el contribuyente poseía el año anterior.

*CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES*

Conclusiones

Durante el tiempo periodo se pasantías en la Dirección de administración de tributos e ingresos, se observaron diversas situaciones que relejaron aspectos resaltantes que dieron origen a las siguientes conclusiones:

- La Alcaldía del municipio Marcano, recauda seis tipos de impuestos municipales entre los cuales se encuentra el de Publicidad y Propaganda Comercial cuya importan es igual de significativa que los demás ya que forma parte de los ingresos municipales, siendo regulados mediante ordenanzas.
- La evasión de impuesto es un obstáculo de la administración tributaria, puesto que, la mayoría de las declaraciones del tamaño de la propaganda nunca es colocado en su totalidad para evitar que el monto de cancelación de la obligación tributaria sea mayor.
- Se llevan a cabo muchos procesos de forma manual y no automatizada, los cuales pueden determinar posibles errores en la determinación del monto a cobrar, en cuanto a la recaudación de este tributo.
- La institución no dispone de un manual de normas y procedimientos que guie la forma del recaudo de impuestos, lo cual dificulta la recaudación y control de los pagos realizados puestos a la disposición del fisco municipal, prevaleciendo la experiencia profesional del personal que labora en la Dirección de Administración de Tributos e ingresos.
- Se implementaron planes de modernización de proceso y registro de recaudación que incluyen la digitalización de los recibos de pago y registro

de contribuyentes, además se cuenta con 3 cajas habilitadas para realizar el pago por parte del contribuyente.

- Los ingresos obtenidos por medio de la recaudación son invertidos en beneficios al municipio, puesto que son empleados en satisfacción de las necesidades comunitarias.

Recomendaciones

Según la experiencia obtenida y las situaciones observadas durante el periodo de pasantías se puede recomendar lo siguiente:

- Formular el diseño de un manual de procedimientos para la recaudación de los impuestos municipales recaudados en la Dirección de Administración de Tributo e ingresos de la Alcaldía del Municipio Marcano.
- Automatizar todos los procesos que en la actualidad se llevan manualmente mediante actualizaciones del sistema para así disminuir el margen de error.
- Implementar un plan de capacitación de fiscales con la finalidad de evitar la carencia de personal al momento de realizar la verificación de la información suministrada por los contribuyentes.
- Tomar en consideración el estudio realizado, con la finalidad de corregir fallas detectadas y así mejorar los procedimientos para el registro y control de los impuestos municipales.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

Arias, Fidas (1999) **Proyecto de investigación**. 3era. Edición.

Arias, F (2004). **El proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica**. (4ta Ed)Caracas: Editorial Episteme

Melinkoff, R (1990). **La estructura de la organización**. Editorial Panapo de Venezuela, c.a CARACAS-VENEZUELA.

Moya, R (2001).**Elementos de Finanzas publicas y Derecho tributario**. Ph Editorial; Caracas-Venezuela

Ramirez, J (1993) **Derecho General y Mercantil**.3ra Edicion. Editores Vadell Hermanos Valencia-Venezuela

Sabino, C (1992). **El proceso de Investigación**. (1ra ed.) Caracas: Editorial Panapo

Tamayo y Tamayo, M (2000) El proceso de la investigación científica. México. Limusa

Villegas, H (1992). **Curso de finanzas. Derecho Financiero y Tributario**. (7ma Ed) Argentina. Editorial Depalma

Leyes

República Bolivariana de Venezuela (2001) **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. Gaceta oficial N° 36.860. Ediciones Eduven. Caracas- Venezuela.

República Bolivariana de Venezuela (2001) **Código Orgánico Tributarios**. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 37.305. Caracas-Venezuela

República Bolivariana de Venezuela (2005) **Ley Orgánica de Poder Público Municipal**. Gaceta Oficial N° 38.204 del 8 de junio de 2005

República Bolivariana de Venezuela (1981) **Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos**. Gaceta Oficial N° 2.818 de fecha 01 de julio.

República Bolivariana de Venezuela (2014). **Ley de tránsito Terrestre**. Gaceta Oficial Nro. 40.349 de fecha 05 de febrero

República Bolivariana de Venezuela (1998). **Reglamento de tránsito Terrestre**. Gaceta Oficial Nro. 5.240 de fecha 26 de junio

República bolivariana de venezuela (2012). **Ley penal del ambiente**. Gaceta oficial n° 39.913 del 02 de mayo

República Bolivariana de Venezuela (2015) **Ordenanzas Municipal del Impuesto Publicidad y Propaganda Comercial**. Gaceta Municipal Extraordinaria N° 72-2014 del 16 de diciembre de 2014;

Referencias electrónicas

ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO (2014) *Generalidades del municipio* (página web en línea). Disponible. www.marcano-nueva-esparta.gob.ve/(consultado el 10-11-14)

León, S (2000). *Descentralización Municipal*. Disponible <http://geocities.com/mialcaldia.html> Consulta 2015, agosto 07

Sierra, H (1997). *Impuestos Municipales*. Disponible <http://www.abogado.com.ar/impuestosmun.html> Consulta: 2015, octubre 23

ANEXOS

Anexos

Anexo N°1

Solicitud de registro o renovación como contribuyente formal de la Publicidad comercial.

	República Bolivariana de Venezuela Estado Nueva Esparta Alcaldía del Municipio Maricao G-20000353-7																																								
DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA SOLICITUD DE REGISTRO COMO CONTRIBUYENTE FORMAL PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL		Fecha: _____																																							
		NUEVO: <input type="radio"/>																																							
		RENOVACIÓN: <input type="radio"/>																																							
Datos del Contribuyente:																																									
Nombre/Razón Social: _____																																									
Dirección: _____																																									
RIF: _____ Licencia ACT ECO: _____ Permiso Propaganda: _____																																									
Empresa Publicitaria: <input type="radio"/> Correo Electrónico: _____																																									
Telef Fijo: _____ Celular: _____ otro: _____																																									
Datos del Representante Legal:																																									
Nombre: _____																																									
Dirección: _____																																									
RIF/CI: _____ Telef Fijo: _____ Celular: _____																																									
Correo Electrónico: _____																																									
Clasificación de la Propaganda:																																									
<table border="1"><thead><tr><th>Tipo de Propaganda</th><th>Lic</th><th>Idi</th><th>Patr</th><th>Mtrs/Cant x mil</th><th>Cantidad Avisos</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></tbody></table>						Tipo de Propaganda	Lic	Idi	Patr	Mtrs/Cant x mil	Cantidad Avisos																														
Tipo de Propaganda	Lic	Idi	Patr	Mtrs/Cant x mil	Cantidad Avisos																																				
_____			_____																																						
<i>Aprobación Funcionario</i>			<i>Contribuyente</i>																																						

Fuente: Jefe de Recaudación

Anexo N°2

**Recibo de pago por concepto de renovacion de impuesto de Publicidad
Comercial**

	REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA ESTADO NUEVA ESPARTA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA E INGRESOS RECIBO DE PAGO RIF. G-20000353-7	N° RAMM- 119856 Número d2016-119856 RENOVACION PERMISO PROPAGANDA COMER														
CONTRIBUYENTE : INGRID COROMOTO MONTERO RIF/CED/V-08832336-6 DIRECCION : AV. INTERCOMUNAL TERMINAL DE PASAJEROS LOC C-13, JUANGRIEGO N° DE CUENTA : BE-6-00171																
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 35%;">Concepto(S)</td> <td style="width: 35%;">Liquidado(s)</td> <td style="width: 30%; text-align: right;">Bolivares</td> </tr> </table>			Concepto(S)	Liquidado(s)	Bolivares											
Concepto(S)	Liquidado(s)	Bolivares														
PAGO DE LA RENOVACION COMO CONTRIBUYENTE FORMAL DE PROPAGANDA COMERCIA Art. 07 Ord Vig Prop.Comercial. Correspondiente al año: 2016 Forma de Pago: Efectivo 300,00																
NC-013.595.6816 INGRID COROMOTO MONTERO012016122016*****Caja No 7 Son: trescientos con cero cts 07 ENE 2016 HORA: 08:36:56																
Detalles de Cancelación Actual																
<table border="0" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Periodos</td> <td style="width: 15%;">Desde</td> <td style="width: 15%;">Hasta</td> <td style="width: 15%;">Fecha Liquidación</td> <td style="width: 15%;">Codigo Usuario</td> <td style="width: 15%;">Codigo Cajero</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">Total a Pagar</td> </tr> <tr> <td></td> <td>01-2016</td> <td>12-2016</td> <td>07/01/2016</td> <td>VIAUR</td> <td>02</td> <td style="text-align: right;">*****300,00</td> </tr> </table>			Periodos	Desde	Hasta	Fecha Liquidación	Codigo Usuario	Codigo Cajero	Total a Pagar		01-2016	12-2016	07/01/2016	VIAUR	02	*****300,00
Periodos	Desde	Hasta	Fecha Liquidación	Codigo Usuario	Codigo Cajero	Total a Pagar										
	01-2016	12-2016	07/01/2016	VIAUR	02	*****300,00										
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 2px;"> Hacer cheque a nombre de la Alcaldía del Municipio Marcano. Aceptado como recibo de pago después de ser sellado y validado. </td> <td style="width: 50%; border: 1px solid black; padding: 2px;"> La cancelación de este recibo no presupone el pago de los anteriores, por lo tanto no acredita solvencia, en caso de necesitarla, acuda a la Dirección de Administración Tributa </td> </tr> </table>			Hacer cheque a nombre de la Alcaldía del Municipio Marcano. Aceptado como recibo de pago después de ser sellado y validado.	La cancelación de este recibo no presupone el pago de los anteriores, por lo tanto no acredita solvencia, en caso de necesitarla, acuda a la Dirección de Administración Tributa												
Hacer cheque a nombre de la Alcaldía del Municipio Marcano. Aceptado como recibo de pago después de ser sellado y validado.	La cancelación de este recibo no presupone el pago de los anteriores, por lo tanto no acredita solvencia, en caso de necesitarla, acuda a la Dirección de Administración Tributa															

Fuente:Contribuyente Formal

Anexo N°3

Recibo de pago de impuesto sobre Publicidad Comercial



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 ESTADO NUEVA ESPARTA
 ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO
 DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA E INGRESOS
RECIBO DE PAGO
 RIF. G-20000353-7

N° RAMM- 128799

Número de Recibo: 2016-128799
 Ramo: PROPAGANDA COMERCIAL

CONTRIBUYENTE : INGRID COROMOTO MONTERO
 DIRECCION : AV. INTERCOMUNAL TERMINAL DE PASAJEROS LOC C-13, JUANGRIEGO
 N° DE CUENTA : BE-8-00171
 RIF/CED/V- 8832336-8

Concepto(S)	Liquidado(s)	Bolivares
Nro de DECLARACION: DPR-16001790 Período Declarado: [01/12/2016 al 31/12/2016]		
PERIODO	TIPO U.TRIE	CANT. CARAS DIAS
F 01/01/2016-31/12/2016	3,00	1 1 ,68
(ART. 839 DEL CC EN ANUNCIOS, CARTELES EN FREN		681,00
Efectivo -> 531,00		TOTAL BS ✓
Nro De Control: 033.865.9716 HORA: 08:27:56		

Detalles de Cancelación Actual

Periodos: Desde	Hasta	Fecha Liquidación	Codigo Usuario	Codigo Cajero	Total a Pagar
01-2016	12-2016	16/03/2016	XISIL	03	531,00

Hacer cheque a nombre de la Alcaldía del Municipio Marcano.
 Aceptado como recibo de pago después de ser sellado y validado.

La cancelación de este recibo no presupone el pago de los anteriores, por lo tanto no acredita solvencia, en caso de necesitarla, acuda a la Dirección de Administración Tributaria

Fuente: Departamento de Recaudación

Anexo N°4
Estado de Cuenta del Contribuyente de Impuesto de Publicidad
Comercial

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
 ESTADO NUEVA ESPARTA
 ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO
 S.I.G.R.E.

FECHA : 09/03/2016
 PAGINA: 001
 HORA:15.08:17

PROPAGANDA COMERCIAL
 ESTADO DE CUENTA DETALLADO POR CONTRIBUYENTE
 =====

PERMISO :JG-6-01530
 Nombre :AYAT IMPORT, C.A
 Dirección: CALLE LA MARINA, JUAN GRIEGO

Lic.Act.Eco:JG-2-01530
 RIF: J- 30178129-5

Planilla DEC. :DPR-16001670	Fec_Declarado: 09/03/2016	Monto Planilla: 4.248,00
Tipo INICIO FIN	PROPAGANDA	IMPUESTO
F 01/01/2016--31/12/2016	PUB EN ANUNCIOS,CARTELES EN FRENTE	3.717,00
F 01/01/2016--31/12/2016	PUB EN ANUNCIOS,CARTELES EN FRENTE	531,00
	...Sub-Total	4.248,00

TOTAL Planillas Declaradas:	4.248,00
TOTAL Recargos :	,00
TOTAL Intereses Moratorios:	,00
TOTAL General a Pagar :	4.248,00

Son Bolivares: cuatro mil doscientos cuarenta y ocho con cero cts

ESTADO DE CUENTA VALIDO PARA EL MES EN CURSO, EVITE RECARGOS E INTERESES.
 FAVOR REALIZAR DEPOSITOS O EMITIR CHEQUE NO ENDOSABLE A NOMBRE DE: ALCALDIA DEL MUNICIPIO MARCANO

EN LAS CUENTAS CORRIENTES DE LOS BANCOS:
 BOD/CORP BANCA: 0116-0511-7300-0975-3087, 0116-0511-7100-0878-7890
 BICENTENARIO : 0175-0435-5700-2140-2853, 0175-0265-4010-0006-2633
 GOBIERNO DE MARCANO...NORTE SEGURO

Fuente:Departamento de Recaudacion

METADATOS

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL APLICADO POR LA DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE TRIBUTOS E INGRESOS EN LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO MARCANO ESTADO NUEVA ESPARTA
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
Rojas Montero, Génesis Carolina	CVLAC: 20.386.768 E MAIL:genesisrojas11@gmail.com
	CVLAC: E MAIL:
	CVLAC: E MAIL:
	CVLAC: E MAIL:

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

Tributo, Impuestos, Ingresos, Recaudación, Publicidad, Comercial

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CODIGO CVLAC / E_MAIL				
Rodríguez, Ramón	ROL	CA	AS	TU X	JU
	CVLAC:	9.304.020			
	E_MAIL				
	E_MAIL				
Ruiz, Yurimar	ROL	CA	AS X	TU	JU
	CVLAC:	14.818.839			
	E_MAIL				
	E_MAIL				
Silva, Abigahil	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	9.309.134			
	E_MAIL				
	E_MAIL				
Giménez, Daisis	ROL	CA	AS	TU	JU X
	CVLAC:	11.907.330			
	E_MAIL				
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2016	05	05
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
Trabajo_de_grado_modalidad_pasantias_Genesis_Rojas	.docx
Trabajo_de_grado_modalidad_pasantias_Genesis_Rojas	.pdf

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:

Licenciatura en Administración

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciada

ÁREA DE ESTUDIO:

Administración

INSTITUCION:

Universidad de Oriente- Nueva Esparta



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martinez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI - 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLANOS CURVELO
Secretario

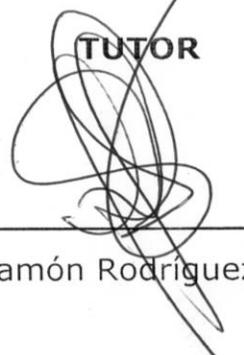


C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/maruja

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:**DERECHOS**

Artículo 41 del reglamento de trabajo de pregrado (Vigente a partir del II semestre 2009, Según comunicado CU-034-2009). "Los Trabajos de Grado son Propiedad exclusiva de la Universidad y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien lo participará en Consejo Universitario"

AUTOR**AUTOR****AUTOR**
Génesis C. Rojas M.**TUTOR****JURADO****JURADO**
Ramón Rodríguez
Abigail Silva
Daisis Giménez**POR LA COMISION DE TESIS**