

**EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION
DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO
FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO
ARAGUA**



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA



**EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO
FRANCISCO LINARES ALCANTARA EN EL ESTADO ARAGUA**

Autora:
Jiménez, Eliana

La Morita, Febrero 2016



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA**



**EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO
FRANCISCO LINARES ALCANTARA EN EL ESTADO ARAGUA**

**Autora:
Jiménez, Eliana**

**Trabajo de Grado presentado ante la Universidad de Carabobo para Optar al Título
de Especialista en Gerencia Tributaria**

La Morita, Febrero 2016

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ÁREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA TRIBUTARIA

VEREDICTO

Nosotros, Miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado Titulado:

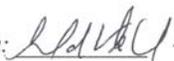
"EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA EN EL ESTADO ARAGUA."

*Presentado por el (la) ciudadano (a) **Eliana M. Jiménez C.I. 17.366.628** para optar al Título de **Especialista en Gerencia Tributaria**, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como **Aprobado**.*

Presidente: Venus Guevara

C.I.: 4566/88 Firma: 

Miembro: Carol Omaña

C.I.: 3.841.118 Firma: 

Miembro: Raúl Sanoja

C.I.: 2244037 Firma: 

Maracay, 16 de Mayo de 2.016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO
FRANCISCO LINARES ALCANTARA EN EL ESTADO ARAGUA**

TUTOR: ABG. LUISA RODRIGUEZ DE SANOJA

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Área de Estudios de Postgrado
Especialización en Gerencia Tributaria

Por: Abg. Luisa Rodríguez de Sanoja
C.I.: 2.789.709

La Morita, Febrero 2016

DEDICATORIA

A **DIOS**, por darme fe, fortaleza, esperanza para que fuera posible alcanzar este triunfo.

A mi madre por ser mi pilar y estar conmigo en todo momento dando su cariño, apoyo y fuerza para continuar día a día el cumplimiento de cada una de mis metas.

A mis familiares por brindarme su amor, cariño, paciencia, estímulo y apoyo incondicional. Por creer y confiar en mi, apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida.

A los compañeros que de una u otra forma me apoyaron y permitieron durante estos años, convivir dentro y fuera del salón de clase, gracias por su paciencia.

Eliana.

RECONOCIMIENTO

A la Universidad de Carabobo, por ser la institución que abrió sus puertas y dispuso sus espacios para la continuación de mi formación académica.

A mis Tutoras: Abg. Luisa Rodríguez de Sanoja y Prof. Annelin Díaz por sus sabios consejos, su desinteresada colaboración y por poner a mi disposición su máximo conocimiento, además por su comprensión y paciencia.

A los funcionarios de la Dirección de Hacienda de Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua y a los encargados de los establecimientos que se tienen o ejercen el propaganda y publicidad comercial de dicha localidad, por permitirme irrumpir en sus labores diaria y formar parte de los sujetos muestrales de esta investigación.

A los expertos que fueron consultados para la validación de los dos instrumentos diseñados por la investigadora. Gracias por ser tan diligentes.

Al personal docente y demás personas que colaboraron en el desarrollo de este trabajo a fin de que el mismo fuera culminado con todo éxito.

ÍNDICE

	pp.
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	18
Planteamiento del Problema.....	18
Objetivos de la Investigación.....	25
Objetivo General.....	25
Objetivos Específicos.....	25
Justificación de la Investigación.....	26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	28
Antecedentes de la Investigación.....	28
Bases Teóricas.....	31
Competencia del Municipio en Materia de Recaudación de Impuestos.....	32
Impuestos que Integran el Poder Público Municipal.....	34
Impuesto Sobre Actividades Industriales, Económicas, de Servicios o de Índole Similar.....	36
Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos.....	37
Impuesto Sobre Vehículos.....	40
Espectáculos Públicos.....	43
Publicidad y Propaganda Comercial.....	44
Deberes Formales Tributarios Aplicables a la Publicidad Comercial Dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara.....	44
Procedimientos y Formalidades para el Registro Municipal de la Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara.....	47
Procedimientos para la Aplicación de Penas a las Personas Naturales o Jurídicas Infractores.....	48
Procedimientos y Controles Financieros para la Recaudación de Impuestos Exigibles en Materia de Publicidad y Propaganda Comercial.....	49
Control.....	51
Modalidades del Control.....	52
Control Administrativo y Fiscal.....	53
Bases Legales.....	54
Leyes que Otorgan Poder al Estado para la Exacción de los Impuestos en Sujetos Pasivos de la Obligación Tributaria.....	55
La Competencia del Poder Público Nacional en la Recaudación de	

Impuestos según lo Establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.....	56
Código Orgánico Tributario.....	56
Ley Orgánica del Poder Público Municipal.....	57
Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.....	57
Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua.....	58
Sistema de Variables.....	58
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	60
Tipo de Investigación.....	60
Población.....	62
Muestra.....	63
Técnica e Instrumento de Recolección de Datos.....	63
Validación de los Instrumentos.....	64
Confiabilidad de los Cuestionarios.....	66
Técnica de Análisis de los Datos.....	67
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.....	69
Resultados Referidos a la Política Tributaria usada para la Recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial dentro del Municipio.....	69
Resultados Referidos al Grado de Cumplimiento de los Contribuyentes del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial dentro del Municipio.....	76
Resultados Referidos a los Mecanismos de Control Fiscal utilizados por la Administración Tributaria para la Recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial dentro del Municipio.....	87
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
Conclusiones.....	93
Recomendaciones.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98
ANEXOS	
A Instrumento Aplicado a los Encargados de los Establecimientos.....	101
B Instrumento Aplicado a los Funcionarios de Hacienda.....	105
C Cartas de Validación.....	109

LISTA DE CUADROS

	pp.
1 Operacionalización de Variables.....	59
Análisis e Interpretación Cuestionario A	
2 Indicador Ordenanzas.....	70
3 Indicador Plan Operativo Anual.....	72
4 Indicador Forma de Pago.....	73
5 Indicador Lugar de Pago.....	74
6 Indicador Lapso de Pago.....	75
Análisis e Interpretación Cuestionario B	
7 Indicador Inscripción/Renovación.....	77
8 Indicador Permisos.....	79
9 Indicador Solvencias.....	80
10 Indicador Base Imponible.....	81
11 Indicador Ordenanza.....	82
12 Indicador Alícuotas.....	84
13 Indicador Fiscalizaciones.....	86
Análisis e Interpretación Cuestionario A	
14 Indicador Modalidades de Control.....	87
15 Indicador Control Administrativo.....	89
16 Indicador Ordenanza Municipal.....	90
17 Indicador Fiscalizaciones.....	91



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADDO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA

POST
GRADO **FACES**
ESTUDIOS SUPERIORES PARA GRADUANDOS
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Carabobo

EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA

Autor: Lcda Eliana Jiménez

Tutor: Abg. Luisa Rodríguez de Sanoja.

Año: 2016.

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar la aplicación del control fiscal sobre la recaudación tributaria de los establecimientos que tienen o ejercen la exhibición, publicación, impresión o difusión de propaganda y publicidad comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua. Para ello, se describió la política tributaria usada para su recaudación, se estableció el grado de cumplimiento de los deberes formales aplicables a los contribuyentes, y se determinaron los mecanismos de control fiscal llevados a cabo por la Alcaldía para la recaudación del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial. Se enmarcó como un trabajo de campo, de tipo descriptivo apoyado, a su vez, en una investigación documental. Se tomó una muestra a la cual se le aplicaron instrumentos de recolección de datos, a saber: Un cuestionario a 42 contribuyentes; Un cuestionario a 6 funcionarios de la Dirección de Hacienda. Los resultados permitieron concluir que no se dispone de un registro actualizado por tipo de contribuyentes, por ende, no se cuenta con información actualizada para proceder a los controles fiscales, aunado a la falta de personal que permita realizar fiscalizaciones, afectando los montos de recaudación. Por tanto, se recomendó analizar el incremento de funcionarios capacitados, para mejorar la fiscalización de los establecimientos, con el fin de velar por el fiel cumplimiento de los deberes formales establecidos en la Ordenanza; mejorar la función de cobranza; mejorar la atención a los contribuyentes, mediante la orientación e información oportuna sobre los procesos internos que norma la administración tributaria, con miras a afianzar y fortalecer la cultura tributaria en los contribuyentes; la implementación de una nueva plataforma tecnológica para agilizar los procesos de recaudación en el Municipio.

Palabras claves: Impuesto, Recaudación, Control, Ordenanza, Municipio Francisco Linares Alcántara.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADDO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA

POST
GRADO **FACES**
ESTUDIOS SUPERIORES PARA GRADUANDOS
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Carabobo

EL CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA

Autor: Lcda Eliana Jiménez
Tutor: Abg. Luisa Rodríguez de Sanoja.
Año: 2016.

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze the application of the tax control over tax collection operations that have or exercise the exhibition, publication, printing or dissemination of propaganda and commercial advertising on the Municipality Francisco Linares Alcántara Aragua state. To do this, tax policy used for collection described, the degree of compliance with formal duties applicable to taxpayers was established, and mechanisms of fiscal control carried out by the municipality for the collection of tax propaganda determined and advertising. It was framed as fieldwork, descriptive supported, in turn, in a documentary research. A sample to which were applied data collections instruments, namely taken: A questionnaire to 42 taxpayers; a questionnaire to 6 officials of the Directorate of Finance. The results concluded that there is not an updated each taxpayer, therefore registration is not available to date to proceed with fiscal controls, coupled with the lack of personnel that allows for inspections, affecting the amounts of revenue information. Therefore, it is recommended to analyze the increase in trained staff to improve supervision of establishments, in order to ensure proper compliance with the formal duties set out in the Ordinance; improve the function of collection; improve service to taxpayers, through the guidance and timely information on the internal processes that rule the tax administration, in order to consolidate and strengthen the tax culture in taxpayers; the implementation of a new technology platform to streamline collection processes in the municipality.

Keywords: Tax, Collection, Control, Order, Municipality Francisco Linares Alcántara

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, los impuestos han sido los mecanismos ideados para financiar el gasto público en las entidades estatales y municipales, con éstos se obtienen ingresos provenientes de la población y como tributo a la posesión de determinados bienes o realización de actividades lucrativas.

En Venezuela, los temas de ingresos municipales están relacionados con la imposición directa orientada principalmente a los tributos de mayor importancia y tradición como por ejemplo el Impuesto Sobre la Renta (ISLR), o de imposición indirecta como lo es el Impuesto al valor Agregado (IVA). Sin embargo, a nivel nacional, a partir de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal se reformaron algunos impuestos y se le abrió paso a otros, como principal fuentes de ingresos municipales.

Así pues, existen tributos que han sido menos sometidos a estudios y análisis, aunque revisten importancia en la generación de ingresos municipales, siendo uno de éstos, los relacionados con la exhibición, publicación, impresión o difusión de propaganda y publicidad comercial, de lo cual también se generan impuestos.

Los impuestos referidos a la solicitud de otorgamiento de autorización para la publicidad y propaganda que sea editada, transmitida, instalada, exhibida o distribuida, en zonas urbanas, así los impuestos para la solicitar la renovación del registro y autorización, constituyen tributos indirectos de importancia, ya que como se sabe, a nivel nacional existe un gran número de establecimientos avocados a dicha actividad económica, de lo que se genera el cumplimiento de deberes formales según lo dispuesto en las leyes tributarias, los cuales de no ser cumplidos por los administrados, conllevan a la imposición de sanciones por parte de la Administración Tributaria Municipal.

De manera que el incumplimiento de las obligaciones por parte de los establecimientos comerciales donde sea editada, transmitida, instalada, exhibida o distribuida la publicidad y propaganda comercial, es un problema que se hace evidente en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, por ello el propósito de ésta investigación es realizar recomendaciones en cuanto al control fiscal ejercido por los funcionarios de la Dirección de Hacienda para incrementar la recaudación de los impuestos relacionados con la instalación o ejercicio de los establecimientos que se dedican o exhiben publicidad y propaganda comercial en dicha entidad municipal.

Así, con la presente investigación se quiere aportar información confiable que pueda ser utilizada para la toma de decisiones, y a su vez sirva como antecedente para futuras investigaciones, en vista, de que es un tema novedoso en materia tributaria.

Es así como la investigación desarrollada quedo estructurada en cinco (05) capítulos, los cuales se describen a continuación:

El Capítulo I, “El Problema”, en el cual se exponen los síntomas, causas, consecuencias y pronóstico de la situación problemática abordada, además de las interrogantes a la cual la investigadora quiso dar respuestas, mediante la definición de los objetivos de la investigación. También este capítulo contiene las razones que justificaron el emprendimiento del estudio y su alcance.

Capítulo II, “Marco Teórico”, en el cual se presentan los antecedentes de la investigación dados por trabajos previos realizados por otros autores y que guardan relación con el tema abordado. Asimismo contiene las bases teóricas producto de la consulta a fuentes bibliográficas. También se hace una pequeña síntesis sobre las bases legales que sustentan jurídicamente el tema en estudio. Y se culmina este capítulo con el sistema de variable.

Capítulo III, “Marco Metodológico”, conformado éste por el tipo de estudio, el cual dadas las características de las variables en estudio se ha definido como una investigación de campo a nivel descriptivo con apoyo documental. También se especifica en este apartado, lo referido a población y muestra abordada, las técnicas e instrumentos de recolección de información previamente diseñados y que posteriormente fueron empleados, así como las técnicas para el análisis de los datos que obtenidos durante el proceso de muestreo.

Capítulo IV, “Análisis e Interpretación de los Resultados”, en el cual se analizan los resultados obtenidos del proceso de aplicación de los diferentes instrumentos a los sujetos muestrales, facilitando su comprensión mediante la exposición de cuadros estadísticos en el caso de la información analizada cuantitativamente, y para el análisis de la información cualitativa, la comparación de los resultados contra lo dispuesto en la Ordenanza objeto de estudio.

Capítulo V, en el que se presentan las Conclusiones en función de cada uno de los objetivos junto con las Recomendaciones consideradas pertinentes al propósito de la investigación realizada.

Se culmina con un listado de las referencias bibliográficas que fueron utilizadas para el desarrollo de las bases teóricas y legales de la investigación, y se finaliza con la exposición de los diversos anexos que sustentan el trabajo investigativo.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

El escenario mundial en el que está inmersa Venezuela, está caracterizado por una dinámica tecnológica y de mejoramiento continuo, como respuesta a los estándares de modernización que dominan a los mercados; lo que sugiere el fomento de una sólida capacidad inversora soportada en un sustentable desarrollo de la creatividad, a través de la diversificación de la oferta y la demanda, lo que se traduce en una intensa motorización del aparato productivo y de prestación de servicios en cada uno de los países y de la interrelación entre ellos. En síntesis, se puede decir que Venezuela enfrenta a la globalización, la cual según la Enciclopedia Libre (2008): “Es un proceso fundamentalmente económico que consiste en la creciente integración de las distintas economías nacionales en un único mercado capitalista mundial”.

Visto de esta forma, la realidad destaca la necesidad de contar con una economía fuerte y diversificada, capaz de invertir en la necesaria integración a las demandas del mercado mundial. No obstante, debe destacarse que Venezuela históricamente se ha caracterizado por ser un país mono productor, siendo el petróleo el principal producto generador de la renta nacional; situación que a pesar de proporcionar cuantiosos ingresos, presenta sus limitaciones para permitir la necesaria inserción dentro de la corriente globalizadora, lo que trae consigo una dependencia de las importaciones, afectando el valor de la moneda y, por ende, a los indicadores macroeconómicos como la inflación, el desempleo y la pobreza; tal y como lo refiere Cartay (1996, p. 37):

La economía venezolana dada su condición de país monoprodutor, dependiente del comercio exterior, es muy vulnerable a las fluctuaciones de los precios de tales productos en el mercado internacional. En ese escenario, en que se registran periódicas crisis, por la recurrencia de los ciclos económicos, las consecuencias de tales crisis se reflejan sobre el desarrollo de la economía venezolana, agregándose a los enormes desajustes internos provocados por la constante inestabilidad política y las desacertadas políticas económicas.

Así, se puede observar que a medida que toma fuerza el proceso de industrialización a través de los avances tecnológicos en los países de mayor poder financiero, en Venezuela se han venido debilitando las bases económicas, frente a una deterioro progresivo del sector empresarial, como consecuencia de la desinversión provocada por las crisis generalizadas y ante una renta petrolera cada vez menos suficiente. Todo esto configuró un escenario que perfilaba una creciente ola de riesgos económicos y financieros en el país para la entrada del nuevo milenio y que persisten hoy por hoy en Venezuela; que de no resolverse alejará cada vez más a la nación de enfilarse en la era competitiva a la que es llamada por el paradigma imperante y, más aún, de ofrecer una solución de desarrollo equilibrado para sus habitantes.

Dentro de este orden de ideas, se extrae de la cronología que las alternativas que se han presentado como armas de lucha contra la crisis nacional se tienen; la motivación del sector empresarial y la diversificación de los ingresos públicos a través de la consolidación del sistema tributario. Haciendo una retrospectiva el sistema tributario venezolano se ha venido robusteciendo; en este sentido, asumiendo las ideas de Candal (2005) durante 1993 el gobierno de turno creó Aduanas de Venezuela Servicio Autónomo (Avsa) con la intención de regular lo concerniente a los procesos aduaneros, mientras que en 1994 crearon el Servicio Nacional de Administración Tributaria (SENAT) para recaudar los tributos internos, siendo que en

1994 se unificaron ambas entidades naciendo lo que hoy se conoce como Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) cuya finalidad es administrar, recaudar y controlar lo concerniente al cumplimiento de las obligaciones tributarias de parte de los contribuyente, tanto de los impuestos aduaneros como internos.

Vale decir que el SENIAT viene a configurar parte importante de la obligación tributaria, pues, es el ente acreedor del tributo que tiene la potestad legal para exigir que los sujetos pasivos cumplan con sus obligaciones, pudiendo ejercer control sobre estos, de acuerdo con los señalamientos del marco legal que regula al sistema tributario en Venezuela.

La Carta Magna Venezolana señala que el sistema tributario debe regirse bajo principios de legalidad e igualdad, otorgando además la potestad para ejercer el control fiscal necesario a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones; es así que la Administración Tributaria debe tener presente una serie de Principios Tributarios como el de justicia, no confiscatoriedad y el de acceso a la justicia; todos estos principios en resumen hacen referencia al hecho de que la Administración Tributaria deberá respetar en todo momento el derecho de los contribuyentes; que ni la tributación ni la imposición de sanciones deberá afectar de manera alguna la capacidad contributiva y económica de los mismos y finalmente que los contribuyentes tienen el derecho de acceder ante cualquier órgano a fin de hacer valer sus derechos y garantías.

Adicional a los ingresos nacionales provenientes de impuestos que se obtienen principalmente por el SENIAT, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela le dio facultad a los Municipios para crear y administrar sus propios recursos de manera que los ciudadanos contribuyan a coadyuvar el gasto público, según se establece en su capítulo IV artículo 168 el cual expresa:

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: la elección de sus autoridades, la gestión de las materias de su competencia y la creación, recaudación e inversión de sus ingresos.

Es por ello que el establecimiento de adecuados sistemas de control en los procesos de recaudación de impuestos municipales resulta importante, ya que los mismos son una fuente significativa de los ingresos municipales.

Así, la administración pública municipal necesita conocer objetivamente en qué medida se están cumpliendo los objetivos y cómo se están utilizando los recursos en todas las unidades de la organización.

Dentro de la administración pública, las evaluaciones de los procesos administrativos cumplen un papel importante en su función de control de las actividades desarrolladas en este tipo de organizaciones y en particular, en relación con los entes municipales como depositarios de la confianza de los ciudadanos y en virtud de su deber de administrar los recursos que en última instancia están destinados al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

La evaluación de los procesos de recaudación de impuestos municipales en materia de publicidad y propaganda resulta fundamental para conocer cómo se desarrolla dicha gestión de modo que se puedan tomar ajustes que permitan su perfeccionamiento futuro.

El impuesto referido a la obtención de los permisos para la publicidad y propaganda que sea editada, transmitida, instalada, exhibida o distribuida en zonas urbanas, así como los impuestos para solicitar la renovación del registro y autorización, constituyen tributos indirectos de importancia, ya que como se sabe, a

nivel nacional existe un gran número de establecimientos y personas que están avocados a dicha actividad económica, de lo que se genera el cumplimiento de deberes formales según lo dispuesto en las leyes tributarias, los cuales de no ser cumplidos por los administrados, conllevan a la imposición de sanciones por parte de la Administración Tributaria.

Así, la publicidad y propaganda comercial establecida en Venezuela se ha ido expandiendo tanto que por el desarrollo urbano y comercial que presenta en la actualidad el Municipio Francisco Linares Alcántara, pese a ser el más pequeño de la entidad, con una extensión aproximada de 23 km². Sus calles y zonas comerciales fueron desarrollándose con el pasar de los años. De allí que este municipio ha ido creciendo en cultura, deportes, política, sobre todo en sus costumbres y sentido de pertenencia por parte de quienes allí hacen vida.

Quiere decir ello que en atención a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y de la misma Ordenanza Municipal los establecimientos que posean este tipo de publicidad comercial están sujetos a cumplir deberes formales y regulaciones de tipo administrativo que conllevan a la imposición de impuestos por parte de la Administración Tributaria Municipal, asimismo estas últimas son exigibles por trámites y demás controles que le son requeridos a los establecimientos si se ven envueltos en circunstancias en las cuales el contribuyente no ha cumplido sus obligaciones por lo que debe pagar altos impuestos como sanción a su incumplimiento tributario.

De manera que el incumplimiento de las obligaciones por parte de los establecimientos comerciales es un problema que se hace evidente en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, pues tal como lo afirmó Darwin Herrera, actual encargado de Hacienda, en entrevista hecha por Zambrano

(2014) ...luego de una profunda revisión al sistema de gestión anterior, se observaron un sin número de debilidades en materia de fiscalización y recaudación municipal. También detalló que en el municipio Linares Alcántara, existe en la actualidad una declaración fiscal del 70%, en este sentido subrayó que no se cuenta con una data real en la actualización de los contribuyentes totales.

Esto trae consigo que los recursos que forman parte del ingreso ordinario que la alcaldía invertirá en mejoras para el municipio, no se están obteniendo a tiempo, por lo que si persiste el problema del incumplimiento, aún cuando se han llevado a cabo actividades para la recepción de contribuciones en tal sentido, no se podrá brindar un buen servicio a la colectividad debido a la falta de recursos.

Así, indicadores de esta situación, la constituye la información emanada de la Dirección de Hacienda Municipal, en la que se informó que de los establecimientos en el Municipio, algunos no tenían licencia de actividades económicas (patente de industria y comercio) de los cuales en un lapso considerable, solo un mínimo de los comerciantes citados se pusieron al día, otros tantos comercios no pagaban tributos, porque los propietarios no tienen cultura impositiva y en otros casos algunos ni siquiera tenían patentes. Aunado a ello, se les advierte a los contribuyentes que de no ponerse al día con dichas obligaciones tributarias serán objeto de sanciones o multas.

Entre las posibles causas de esta situación pueden mencionarse: el desconocimiento por parte de los contribuyentes de los deberes formales a los cuales están sujetos; carencia de una base esencial que soporte dicho cumplimiento dada la correcta aplicación por parte de los administrados de las normas legales y reglamentarias que rigen la publicidad comercial; manejo de información desactualizada de los contribuyentes; carencia de la automatización del registro de tal información a fin de identificar los negocios que llenan los requisitos y que estén al

día o no, con sus obligaciones tributarias, así como de aquellos que funcionen sin permiso o que hayan incurrido en morosidad.

Dicha situación irregular genera consecuencias negativas entre las cuales pueden destacarse las siguientes: merma del ingreso municipal por concepto de recaudación de los referidos impuestos, incumplimiento de las metas de recaudación planificadas anualmente por la DIRECCION DE HACIENDA, disminución de los ingresos destinados a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos en dicho Municipio.

De continuarse ese panorama, se puede pronosticar a priori, la ineficiencia de la Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, ente competente para la recaudación de tales impuestos y, por ende, de la imposición de controles o sanciones que se requerirían para que los establecimientos y personas acaten lo dispuesto en la legislación venezolana a fin de cumplir con la administración tributaria y con el rol del Municipio y del Estado de cuidar a la población.

Formulación de la Investigación

¿Cuál es la política tributaria usada para la recaudación del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara?

¿Cuál es el grado de conocimiento y cumplimiento de la Ordenanza de propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara?

¿En que consiste el control fiscal utilizado por la Administración Tributaria para la recaudación del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar el proceso del control fiscal para la recaudación del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua.

Objetivos Específicos

Describir la política tributaria usada para la recaudación del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara.

Establecer el grado de cumplimiento por parte de los contribuyentes de la Ordenanza de propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara.

Determinar los mecanismos de control fiscal utilizado por la Administración Tributaria para la recaudación del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio.

Justificación de la Investigación

La recaudación de impuestos en Venezuela se establece acorde con una ley, siendo entonces una obligación de las personas en cumplimiento del principio de generalidad. Así, la descentralización a nivel nacional, le fue distribuyendo competencia a las diferentes entidades que conforman el Estado venezolano: Nación, estados, municipios, por lo que se fueron estableciendo un conjunto de tributos, mediante diferentes impuestos, tasas y contribuciones.

En ese sentido, la recaudación de ingresos por parte del fisco nacional ha tomado auge durante estos últimos años, debido a la aplicación de técnicas de imposición indirecta. De allí, la importancia del estudio de los tributos de esta naturaleza entre los que se encuentra los impuestos exigibles por trámites relacionados con la publicidad y propaganda comercial, aunado a que las compañías para lograr adquirir mayores ventas necesitan darse a conocer utilizando estos medios.

En virtud de ello, las Alcaldías deben ser entes capaces de crear, recaudar, y administrar ingresos propios requeridos para el funcionamiento de la entidad local, implicando la disposición de condiciones organizativas y legales a fin de cumplir con lo estipulado en relación con la recaudación de estos impuestos a nivel municipal.

Asimismo, dada la realidad actual de los municipios, es evidente que el funcionamiento de los mismos es afectado por la falta de aplicación de mecanismos de presión fiscal que garanticen una mayor recaudación, aunado a los procesos burocráticos administrativos que suelen parecer poco funcionales, trayendo retrasos y un control poco efectivo sobre la captación de los recursos necesarios, o en el peor de los casos, la evasión fiscal por parte de los contribuyentes, lo que se traduce en una recaudación baja de los montos provenientes de los tributos municipales y en general,

en insuficientes recursos para el financiamiento de los programas y obras de las Alcaldías en función de sus planes operativos anuales.

Por tanto, mientras se evalúe la situación actual del control fiscal ejecutado por parte de la hacienda municipal de los procesos de recaudación de impuestos municipales en materia de publicidad y propaganda comercial, a través del análisis de los factores internos y externos que intervienen en su funcionamiento, así poder determinar las posibles fallas que existan y recomendar nuevas estrategias que pudieran permitir una recaudación mas eficaz y un mayor control sobre el universo de contribuyentes que atiende este impuesto.

En este sentido es posible que el estudio realizado constituya un valioso aporte para la Dirección de Hacienda del Municipio Francisco Linares Alcántara, en virtud de presentarles el resultado del mismo con el objeto de que sean consideradas las conclusiones y recomendaciones que serán planteadas de manera de poder contribuir al logro de una recaudación mas efectiva para este impuesto.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

A continuación se mencionan una serie de investigaciones que van a permitir tener información sobre los antecedentes históricos del objeto en estudio, ubicar el problema de investigación dentro de una gama de conceptos, conocimientos y la normativa legal vigente en materia del impuesto municipal de publicidad y propaganda comercial.

Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes que a continuación se presentan están constituidos por investigaciones que de manera directa o indirecta están relacionados con el objeto del tema de estudio, ya sean por énfasis en los documentos bibliográficos, documentos legales o en el cumplimiento de la obligación tributaria, seguidamente se hace mención a algunos antecedentes:

Aldana (2012) para optar al título de Especialista en Derecho Mercantil Mención Tributos Empresariales presento ante la Universidad de los Andes Núcleo Universitario Rafael Rangel un trabajo titulado: “Control fiscal a la recaudación tributaria municipal de expendio de bebidas alcohólicas, Municipio Pampanito, Estado Trujillo”. El estudio se enmarcó en un diseño de campo tipo descriptivo. La técnica de recolección de datos fue la encuesta mediante unos cuestionarios, aplicada a una población conformada por dos subconjuntos, uno integrado por los siete (07) funcionarios del departamento de Rentas Municipales y el otro por los representantes de los cincuenta y dos (52) expendios de bebidas alcohólicas registrados por el municipio. En tal estudio se concluyó que los representantes de expendios de licores

difieren de los postulados teóricos sobre la recaudación tributaria a los expendios de bebidas alcohólicas; Mientras los funcionarios de Rentas Municipales se ajustan en su mayoría a los criterios y conceptos teóricos, evidenciándose el desconocimiento de la ley y el ineficaz cumplimiento de la función de control por parte del ente.

La consulta de este trabajo entonces resultó vital dada la importancia que tiene conocer las carencias de la Administración Tributaria para el control y fiscalización de establecimientos que exhiben la publicidad comercial y de empresas dedicadas a la misma, a fin de que los procesos de recaudación de esta renta en particular, sean más efectivos.

Hoyos (2012), para optar al título de Especialista en Gerencia Tributaria presento ante la Universidad de Carabobo un trabajo titulado: “Estrategias Para el Incremento de la Recaudación en los Impuestos de Propaganda Comercial y Espectáculos Públicos del Municipio Bolívar del Estado Aragua”, El estudio se desarrolló bajo la modalidad de proyecto factible, basado en una investigación de campo de tipo descriptivo con apoyo documental, la población y muestra estuvo representada por 4 funcionarios adscritos a la Dirección de Hacienda Municipal, para la recolección de datos se utilizo el instrumento de guion de entrevista, conformado por 29 ítems de preguntas cerradas. Se logró concluir que en dicho ente, era evidente la actualización de las estrategias para incrementar los ingresos en el municipio por lo que se diseño un proyecto a desarrollar por los funcionarios dentro de la Dirección de Hacienda que permitiera mejorar la formulación de objetivos y la fijación de metas que aumenten los ingresos y mejore la calidad de vida de los ciudadanos dentro de la jurisdicción.

La consulta de este trabajo fue muy útil por cuanto sirve de base para el desarrollo de la investigación por tratarse del estudio del mismo impuesto aunque en otro Municipio, en este estudio se observa como dentro de la Dirección de Hacienda Municipal comienzan las debilidades para el cumplimiento de las metas en materia de recaudación por lo sirve para el desarrollo del primer objetivo, donde se analizan las políticas tributarias.

Morales (2011), para optar al título de Especialista Tributario en Rentas Internas presento ante la Universidad de los Andes un trabajo titulado: “Sistema de Control y Fiscalización Tributaria en Materia de Impuesto Sobre las Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicio e Índole Similar (Caso Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Colon del Estado Zulia)”. Dicho trabajo se enmarcó como una investigación de campo de tipo evaluativo, la técnica de recolección de datos fue la observación de documentos y cuestionarios, con un universo de 4 funcionarios adscritos a la División de Rentas de esta Alcaldía, los cuales constituyeron el Universo de estudio y por lo que fue una muestra censal. Los datos estadísticos se interpretaron a través de tablas de frecuencias absolutas y relativas. Se expuso en la referida investigación que la Dirección de Rentas de la Alcaldía del Municipio Colon presenta deficiencias dentro del proceso de fiscalización de impuestos, representado en la inexistencia de manuales de funciones y procedimientos referentes a las actividades inherentes al proceso de fiscalización, no presentan divisiones o unidades encargadas en las funciones de fiscalización, entre otras de gran importancia. Además que no ofrecen orientaciones a los contribuyentes y no presentan un sistema automatizado acorde. Para solventar tal situación se brinda una propuesta de implementar un sistema de fiscalización, para que se mejore este proceso.

Dicho estudio resultó útil consultarlo, puesto que permitió comprender mejor los factores que inciden sobre el incumplimiento por parte de los funcionarios de la administración Municipal, la carencia de mecanismos y sistemas actualizados dentro de la Dirección Municipal, lo cual conlleva a buscar soluciones que puedan contribuir a la celeridad de los procesos tanto internos como externos para la recaudación de los ingresos dentro del municipio objeto a estudio.

Bases Teóricas

Para Ortiz (2006), las bases teóricas o fundamentos teóricos, es “donde se condensará todo lo pertinente a la literatura que se tiene sobre el tema investigado. Debe ser una búsqueda detallada y concreta donde el tema y la temática del objeto a investigar tengan un soporte teórico, que se pueda debatir, ampliar, conceptualizar y concluir” (p. 8).

Por tanto, a continuación se precisan conceptos referidos a la recaudación de impuestos relacionadas con la edición, instalación, transmisión, exhibición o distribución de la publicidad y propaganda comercial, para lo cual es preciso esbozar lo concerniente a: los deberes formales aplicables a la autorización de para la publicidad y propaganda comercial, los procedimientos para la aplicación de penas a los contribuyentes infractores y, los procedimientos y controles financieros para la recaudación de impuestos administrativos exigibles a la publicidad y propaganda comercial.

Competencia del Municipio en Materia de Recaudación de Impuestos

El Poder Público se divide en Poder Público Nacional, Poder Público Estatal y Poder Público Municipal. El Poder Público Nacional se divide en Poder Legislativo, Poder Ejecutivo, Poder Judicial, Poder Ciudadano y Poder Electoral. Esta investigación, se relaciona con el rol del Poder Municipal, su estructura, potestad, atribuciones, y otros aspectos importantes en cuanto a este tema se refieren.

El Poder Público Municipal está conformado por: la función ejecutiva, desarrollada por el Alcalde o Alcaldesa a quien corresponde el gobierno y la administración; la función deliberante que corresponde al Concejo Municipal, integrado por concejales y concejalas. La función de control fiscal corresponderá a la Contraloría Municipal, en los términos establecidos en la ley y su Ordenanza. Y la función de planificación, que será ejercida en corresponsabilidad con el Consejo Local de Planificación Pública.

Es necesario fortalecer el rol desempeñado por el municipio como base fundamental dentro de la organización social, política y económica del país, manteniendo su función de enlace entre la gestión de gobierno y administración y la comunidad, acercando la toma de decisiones a los administrados. La descentralización, facilita la construcción de un Estado más eficiente y democrático, y legitima en gran medida el ejercicio del poder.

El Municipio, a juicio de Blanco (2012) implica la:

Agrupación de familias o vecinos, demarcaciones territoriales, autoridades locales y vecinos, centros poblados que satisfacen necesidades comunes o entidades político-territoriales, con elementos diversos que se agregan a partir del reconocimiento parcial o total de su autonomía de carácter político, administrativo y financiero, atendiendo a los diferentes regímenes municipales enunciados en Constituciones y Leyes, (p. 18).

Así pues, el Poder Público Municipal está conformado por los Municipios quienes constituyen la unidad política primaria de la organización nacional, gozan de personalidad jurídica y autonomía dentro de los límites de la Constitución de República Bolivariana de Venezuela y de la ley. La autonomía municipal comprende la elección de sus autoridades, la gestión de las materias de su competencia y la creación, recaudación e inversión de sus ingresos.

Su basamento constitucional se encuentra establecido en el artículo 168 hasta el 185 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. La base legal del Poder Público Municipal se encuentra consagrada en el Código Orgánico del Poder Público Municipal.

A nivel general, en la estructura del Municipio, se encuentra el (la) Alcalde (sa), quien preside el organismo, en ese mismo nivel, y de manera autónoma se observa a la Cámara Municipal con su secretaría y a la Contraloría Municipal. Luego vendrían la Dirección de Hacienda, Contraloría Interna y la Sindicatura Municipal. A continuación se encuentran los Institutos Autónomos; y el Registro Civil. Más adelante, las Direcciones de servicios a la ciudadanía y otras Oficinas que prestan servicios de información y de convivencia a la comunidad. Estas oficinas se crean en cada Municipio de acuerdo a las necesidades de la población dentro de su jurisdicción.

El Poder Público Municipal está conformado por cuatro (4) funciones específicas a saber:

1. La función ejecutiva: Es desarrollada por el Alcalde, y es a quien corresponde el gobierno y la administración, es la primera autoridad civil y política en el Municipio, jefe del ejecutivo municipal, primera autoridad de la policía municipal y representante legal del ente municipal. Tiene carácter de funcionario público.

2. La función deliberante: Corresponde al Concejo Municipal, integrado por concejales, quienes se encargan de ejercer la función legislativa municipal.
3. La función de control fiscal: Esta función le corresponde a la Contraloría Municipal, en los términos establecidos en la ley y su Ordenanza, su principal función consiste en la vigilancia y fiscalización de los ingresos, gastos y bienes municipales, y será dirigida por el Contralor Municipal, designado por el Concejo mediante concurso público
4. La función de planificación: Está ejercida en corresponsabilidad con el Consejo Local de Planificación Pública.

La organización del municipio es muy amplia, comprende toda una estructura que se podría iniciar jerárquicamente con el Concejo Municipal, la organización interna de la municipalidad, y otras organizaciones complementarias que faciliten la participación ciudadana en la gestión de gobierno y en la promoción del desarrollo local.

Es de la competencia del Municipio mantener un equilibrio entre el gobierno local y administración de sus intereses y la gestión de las materias que le asigne la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y las leyes nacionales que regulen sobre los Municipios, en lo que se refiere 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, la promoción de la participación, y el mejoramiento, en general, de las condiciones de vida de la comunidad, en las áreas que le competan al bienestar de la comunidad.

Impuestos que Integran el Poder Público Municipal

El concepto de impuesto, de acuerdo con Jiménez (1998), puede definirse como “una prestación económica que se requiere a los particulares y a las empresas por vía de autoridad, a título definitivo y sin contrapartida, con el objeto de cubrir los gastos

públicos” (p. 31). Este planteamiento significa que tanto los particulares como las empresas deberán cancelar los impuestos que sean fijados por los órganos correspondientes.

Al respecto plantea Carrasqueño (2012), que un impuesto municipal es “una contribución, carga o tributo con que se grava en un municipio la realización de determinadas actividades o la propiedad de ciertos bienes a los fines de obtener los recursos financieros necesarios para hacer frente a los gastos públicos.” (p. 56).

Ahora bien, para garantizar niveles elevados de recaudación en cuanto a los impuestos municipales, deberá atenderse a un adecuado control y fiscalización en esta actividad, la cual está a cargo del poder público municipal, más específicamente, la administración financiera de la Hacienda Pública Municipal.

La administración financiera de la Hacienda Pública Municipal está conformada por los sistemas de bienes, planificación, presupuesto, tesorería, contabilidad y tributario de acuerdo a la LOPPM (Art. 125). En la parte tributaria municipal se encuentran los impuestos municipales, los cuales están distinguidos de la siguiente manera: impuesto sobre actividades económicas de industria, comercio, servicio o de índole similar. (Patente de Industria y Comercio); inmuebles urbanos (derecho de frente); vehículos (patente de vehículos); espectáculos públicos; juegos y apuestas lícitas; propaganda y publicidad comercial.

Impuesto Sobre Actividades Industriales, Económicas, de Servicios o de Índole Similar.

La actividad industrial y de comercialización de bienes se considerará gravable en un Municipio, siempre que se ejerza mediante un establecimiento permanente, o base fija, ubicado en el territorio de ese Municipio. El hecho generador es el ejercicio habitual, en jurisdicción de un Municipio, de cualquier actividad lucrativa de carácter independiente. La base imponible está constituida por los ingresos brutos que esa actividad genera.

El Impuesto a las Actividades Económicas (anteriormente denominado impuesto a la patente de industria y comercio), es de la competencia municipal, por distribución originaria de las competencias tributarias, grava las actividades industriales, comerciales, de servicios o de índole similar que habitualmente lleva a cabo el contribuyente en un determinado municipio; operando sobre los ingresos brutos obtenidos. La carga tributaria dependerá del tipo de actividad que realiza el contribuyente y según el tipo impositivo consagrado en la ordenanza municipal respectiva

La determinación del impuesto varía de acuerdo a la ordenanza municipal vigente en cada una de las jurisdicciones desde donde se realiza la actividad económica, ya que cada municipio tiene sus propias alícuotas establecidas en base al clasificador de actividades económicas.

Para la aplicación de este impuesto resulta muy importante la aplicación del Principio de Territorialidad y su vinculación con la noción de Establecimiento Permanente. El primero porque constituye un límite espacial, garante de la distribución competencial tipificada en la constitución en la aplicación del impuesto, siendo que son gravables únicamente aquellas actividades ocurridas de fuente

territorial coincidente con la jurisdicción del Municipio que pretende el ingreso tributario. Para ello, cobra especial trascendencia la noción de establecimiento permanente, su definición y alcances, como elemento de eficacia y eficiencia en la debida aplicación del impuesto y como piedra angular en la armonización tributaria entre las diferentes potestades municipales que concurren en la realidad económica de cada contribuyente.

Es importante señalar que las normas de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal regulan la materia tributaria, incluyéndose novedosas regulaciones en materia del Impuesto sobre Actividades Económicas las cuales deberán ser tomadas en consideración ya que dichas disposiciones deberán ser de aplicación preferente sobre las Ordenanzas respectivas.

Impuestos sobre Inmuebles Urbanos

Es el mas antiguo de los impuestos directos, pues históricamente la tierra se ha considerado como fuente primaria de riqueza, razón por la cual es de mayor valoración entre los diversos objetos de imposición; entre otras razones por ofrecer un basamento estable y seguro para la imposición y cobro del tributo.

En Venezuela este tributo tiene su primer antecedente la Constitución Nacional del año 1947, específicamente lo establecido en el Artículo 112°, en tanto y en cuanto, se indica de la competencia del Poder Municipal en el numeral 5° “Organizar y administrar sus rentas, que están constituidas por los ingresos provenientes de los siguientes ramos:” concretamente en el literal (b) “Impuestos y contribuciones sobre inmuebles urbanos...”

Bajo esta óptica retrospectiva es a partir de mayo de 1875, cuando se norma legalmente a nivel municipal, cuando se promulga en la Ordenanza del Distrito

Federal, hoy Distrito Capital. Es así como actualmente, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1.999) plantea con base al principio tributario de generalidad, la obligación de todos los ciudadanos de coadyuvar en la satisfacción de la necesidad de los municipios en cuanto a procurarse recursos.

Es propicio considerar que, doctrinariamente, los inmuebles se definen como bienes que no pueden transportarse de una parte a otra sin que pueda romperse o deteriorarse; concepto que excluye a los bienes inmuebles por destinación o por su objeto. Complementariamente, en la República Bolivariana de Venezuela, en el artículo 176 de la Ley Orgánica del Poder Publico Municipal (2.009), se considera como inmuebles urbanos: los terrenos dotados de servicios públicos y vías de comunicación; edificios para el resguardo de bienes y/o personas, exceptuando los terrenos con vocación agrícola; los diques, tanques, cargaderos y muelles.

La Ley Orgánica del Poder Publico Municipal (2.010) establece que no se consideran como inmuebles para el gravamen de este impuesto, las maquinarias y demás bienes semejantes que se encuentran dentro de las edificaciones, aun y cuando estén de alguna manera adherida a estas. Por otra parte en los Municipios se consideran Inmuebles Urbanos todos aquellos terrenos, edificaciones y en general cualquier construcción ubicada dentro de la jurisdicción municipal, la cual se encuentre fija de forma permanente al suelo y por ende no se pueda mover de un lugar a otro, además, que este dotada de la servicios públicos mínimos prestados por el Municipio.

Seguidamente indica que el hecho imponible o generador de este tributo consiste en la situación de ser propietario o titular de un derecho real que permite el disfrute de la renta. Entendido que dicho inmueble sea urbano y ubicado en la jurisdicción de un determinado municipio, es decir, el hecho imponible esta constituido por la propiedad de los bienes de naturaleza urbana ubicada en el ámbito municipal, por lo

que la capacidad de disponer del inmueble es la manifestación generadora de la obligación tributaria.

El hecho generador del tributo nace entre el sujeto pasivo obligado al pago por poseer la titularidad como propietario de un inmueble urbano, o haciendo las veces de el, y la Administración Tributaria Municipal, esto revela capacidad de pago y por lo tanto, las personas propietarias de los inmuebles deben contribuir con los gastos públicos municipales. Sobre este aspecto la jurisprudencia venezolana ha sentado criterio al respecto, considerando que este impuesto directo recae sobre la titularidad de la propiedad del inmueble gravado.

Se considera que la base imponible o de calculo es la valuación fiscal del bien del cual surge como consecuencia de la operación de catastro. Esta valuación suele ajustarse mediante los coeficientes de actualización que se fijen en forma periódica. La base de calculo del Impuesto Sobre Inmueble Urbano, esta limitada al valor real del inmueble y no sobre el valor contable que le hayan asignado el propietario del bien, ya sea por voluntad propia para el aumento de capital de una empresa o acatando pautas tributarias nacionales.

Vale acotar que en Venezuela la base imponible de la tributación sobre Inmueble Urbano esta constituida por la suma de los valores del inmueble y el suelo como parte del bien o cosa gravada, es decir, no se pechan por separado el terreno y la construcción, aplicando la alícuota impositiva que dará el monto a pagar.

Para determinar el valor del bien es necesario que intervengan funcionarios de la Oficina de Catastro, quienes se encargan de realizar la valuación fiscal y esta suele ajustarse mediante los coeficientes de actualización que se fijan en forma periódica.

Conforme a la Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2010), el sujeto activo de este impuesto es el Municipio o quien lo represente en cualquiera de sus formas, por estar investido de la potestad tributaria para crear y percibir este tributo. Y los sujetos pasivos son las personas naturales o jurídicas propietarias de inmueble en su condición de titulares de ese derecho, siendo estos los contribuyentes obligados al pago del impuesto y al cumplimiento de las disposiciones establecidas en la respectiva Ordenanzas.

Impuesto Sobre Vehículos.

Es un impuesto que grava a toda persona natural o jurídica que sea propietaria de vehículos, destinados al uso o transporte de personas o cosas, que estén domiciliadas o domiciliados dentro de la jurisdicción de un Municipio. Tiene carácter constitucional (Artículo 179, numeral 2). Y en la normativa se especifica que el hecho imponible se desprende de la propiedad de vehículos destinados al uso o transporte habitual de personas o cosas en un determinado Municipio, sean estos propulsados por tracción humana, animal o motora. Por tanto, el hecho imponible, generador del impuesto, lo constituye la propiedad de un vehículo gravado.

Normativamente la base imponible de este impuesto, se establece de acuerdo con la clasificación de los vehículos que hace la Ordenanza y se fija un monto anual en unidades tributarias. Va a depender del tipo de vehículo y de su uso. De igual forma, se estatuye que los Sujetos Pasivos del mismo son el o los propietarios de los vehículos de uso particular, transporte habitual de personas o cosas; el comprador. Aun cuando la titularidad del dominio continúe en poder del vendedor; el arrendatario en caso de arrendamiento financiero y promitente en casos de opción de compra, que estén domiciliados o domiciliados en la jurisdicción de un Municipio.

Por otra parte, según la Ley Orgánica de Régimen Municipal (2010) la alícuota o tarifa aplicable consiste en una cantidad fija anual en Unidades Tributarias que va a depender de la clase y subclase en la que este incluido el vehículo. Sea vehículo de tracción de sangre, vehículo de tracción animal, vehículo de motor u otro aparato apto para circular. Y en esta Ley se agrega que la determinación del monto del impuesto sobre vehículos, se determina anualmente y se liquida el primer trimestre de cada año.

En cuanto a la Exención, se establece que los vehículos propiedad de la Nación, están exentos del pago del Impuesto Sobre Vehículos y que la Exoneración, solamente procede mediante Resolución especial dictada por el Alcalde y previa autorización de las dos terceras partes (2/3) de los miembros integrantes del Consejo Municipal, podrán ser exonerados del pago del impuesto sobre Patente de Vehículos, aquellos que pertenezcan a instituciones de Asistencia Social o de Beneficencia Publica.

De manera complementaria, la Ley Orgánica del Poder Publico Municipal (2010) establece que la sanción aplicable por deudas impositivas consiste en una multa mas intereses de mora, cuyo monto va a depender de la infracción, sin perjuicio de las sanciones legales a que hubiere lugar por falsificación o adulteración de constancias, recibos de pagos y cualquier otro documento conforme a lo previsto en la ordenanza respectivamente.

Espectáculos Públicos

El impuesto sobre espectáculos públicos, es el que grava la adquisición de cualquier boleto que origine el derecho a presenciar un espectáculo abierto al público, debiendo ser pagado por el adquirente del respectivo billete o boleto de entrada en el momento de adquisición, a través del correspondiente agente de recaudación.

Es un Impuesto Local, debido a que es aplicable a la jurisdicción del Municipio, establecido en una ley local, es decir a través de una Ordenanza. Es un Ingreso Ordinario; Según la clasificación jurídica de los impuestos, son aquellos que se perciben en cada ejercicio fiscal para cubrir los gastos, normales del estado, en este caso representada por el Municipio. La Ley Orgánica del Poder Publico Municipal en su Artículo 140, le da al impuesto sobre espectáculos públicos el carácter de ingreso Ordinario de Municipio.

El hecho imponible de este impuesto es la realización de un espectáculo público en la jurisdicción municipal correspondiente, que se configura con la asistencia del público al espectáculo o presentación. Cabe aclarar que el impuesto no recae sobre el empresario sino que debe ser sufragado por los asistentes al evento. Los empresarios están por su parte obligados al pago de la patente de industria y comercio sobre los ingresos brutos que deriven de la actividad que realizan.

El sujeto activo siempre va a ser el Estado, representado en este caso por la Administración Municipal. El sujeto son los asistentes al evento, los espectadores, quienes al adquirir los billetes, boletos o entradas, deben pagar en el precio del evento, el monto correspondiente al impuesto. Los empresarios fungen así como verdaderos agentes de retención del fisco municipal.

La base de cálculo o medición del tributo se establece en una suma fija según el espectáculo que se trate. Esta fijada sobre el valor del billete o boleto de entrada. Generalmente se aplica sobre la totalidad de las entradas o boletos vendidos, que viene a ser un 10 % de ese total de boletos vendidos.

Mientras que la alícuota, cuota impositiva o tarifa aplicable puede variar de acuerdo con la naturaleza del espectáculo (deportivo, de farándula, cinematográfico, etc.) y esta será establecida por cada municipio en su respectiva ordenanza en concordancia de lo estipulado en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.

En cuanto a las exenciones, las Ordenanzas reguladoras del tributo suelen exceptuar del pago del impuesto, cuando el billete o boleto de entrada no exceda de cierta cantidad, que se debe determinar en unidades tributarias, a juicio del legislador local.

El Consejo Municipal, podrá exonerar del Impuesto en las siguientes situaciones: Cuando los beneficios obtenidos por la venta de los billetes o boletos de entrada se destinen exclusivamente a instituciones culturales de beneficencia, asistencia social, educacionales u otros fines distintos a los lucrativos. Cuando La empresa o empresarios ofrezcan al Municipio condiciones especiales en beneficio de los niños, estudiantes u otros sectores de la sociedad. También cuando se exhiban largometrajes de producción nacional o el programa conste únicamente de cortometrajes de producción nacional.

Multa o suspensión del espectáculo, dependiendo de lo que establezca la ordenanza municipal. La sanción será impuesta por el Director de la Oficina de Espectáculos Públicos.

Publicidad y Propaganda Comercial

A los efectos previstos en el Artículo 2 de la Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, la Publicidad y Propaganda Comercial es todo aviso, anuncio o imagen dirigida a llamar la atención del público hacia un producto, persona o actividad con fines comerciales.

Deberes Formales Tributarios Aplicables a la Publicidad Comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara

Existen diferentes posiciones acerca de la naturaleza de los deberes formales de carácter tributario. Villegas (2008) afirma que partiendo de un análisis sobre el y naturaleza y contenido de la relación jurídica tributaria, donde se refiere a distintas posiciones doctrinarias existentes, menciona que para Gianinni y otros autores, de las normas reguladoras de las obligaciones tributarias surgen entre el Estado y los contribuyentes derechos y deberes recíprocos que forman el contenido de una relación especial: la relación jurídica tributaria. Para estos autores tal relación es esencialmente compleja pues dentro de ellas, están contenidos tanto la obligación del pago del tributo o deuda tributaria como los derechos y obligaciones tributarias de carácter formal.

La diferencia principal consiste en que mientras la deuda u obligación tributaria solo nace del presupuesto de hecho, los restantes derechos u obligaciones pueden originarse en actos administrativos.

Villegas (2008) en realidad, rechaza la posición anterior por considerar que mezclar todo esto en una única relación jurídica es ignorar la característica esencial del estudio científico, por lo cual afirma que relación jurídica tributaria es una relación obligacional que incluye el aspecto solo sustancial, o sea, la obligación o deuda tributaria, la cual ha llamado, relación jurídica tributaria principal, al lado de la cual existen otras relaciones distintas como serían las formales.

Por su parte, tanto la doctrina nacional como la Administración Tributaria Venezolana han acogido la primera posición expuesta por Villegas (como lo ha demostrado esta última en diversas oportunidades en las que ha correspondido evacuar respuestas a consultas y dirimir controversias en el ámbito de recursos jerárquicos; por ejemplo, en un caso de recurso jerárquico interpuesto por un contribuyente donde éste expone que ante el olvido voluntario de presentar una declaración fiscal le sea considerado como atenuante penal el hecho de haberla presentado en forma extemporánea, la Gerencia Jurídica Tributaria del SENIAT, mediante decisión identificada con la referencia HGJT-A-500 de fecha 26 de Diciembre de 1997, responde al recurrente en los siguientes términos:

Ante tal petitorio, cabe aclarar que la relación jurídica tributaria, como vínculo obligacional complejo, comprende además de la obligación material o sustancial de satisfacer la exacción o prestación patrimonial por disposición normativa formal, el cumplimiento de obligaciones accesorias o secundarias establecidas en la Ley, Reglamentos o Resoluciones de la Administración, con el fin, tanto de facilitar la determinación y percepción de los tributos establecidos en las normas sustantivas, como la actividad de fiscalización y control de los contribuyentes asignada a la Administración tributaria con ese mismo propósito, presentándose éstas en diferentes maneras, de acuerdo al tipo de tributo de que se trate, pero en síntesis pueden resumirse en obligaciones de hacer o de no hacer, que la doctrina tributaria ha denominado deberes formales...

Ahora bien, sea cual fuere la posición doctrinaria que se adopte, la existencia de deberes formales es un hecho objetivo por cuanto éstos nacen de las normas sustantivas del derecho, y en este caso particular, de las normas contenidas en las diferentes leyes tributarias venezolanas. En este sentido, tanto, el Código Orgánico Tributario como las distintas leyes especiales de contenido tributario imponen a los sujetos pasivos tributarios, tanto contribuyentes como responsables y terceros, la obligación de cumplir determinados actos formales a través de los que se logra una

participación activa de estos sujetos en las tareas propias de determinación, fiscalización e investigación que le compete realizar a la Administración Tributaria, coadyuvando así el particular en una forma determinante a las funciones propias de la Administración.

Para lograr eso, es preciso que el poder público municipal, a través de la intervención de las Alcaldías, Concejos Municipales y Administración Tributaria, establezcan y delinee las formalidades a las cuales están obligados los sujetos contribuyentes, en el caso objeto de estudio de la presente investigación, dichas formalidades están delineadas en la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, en la cual se regula el ejercicio de dicha actividad, correspondiéndole a la Administración tributaria municipal, determinar la modalidad y formularios con que deben ser pagados los impuestos correspondientes a la solicitudes y formalidades que realizaren los peticionarios.

Entre los deberes formales aplicables a las personas naturales o jurídicas que pretenden hacer uso de la Publicidad y Propaganda Comercial, que deben solicitar los interesados ante la administración Tributaria Municipal, se encuentran:

- Solicitar el permiso para la exhibición de dicha publicidad.
- Tramitar la renovación del respectivo permiso.
- En caso de haberse realizado o de que se quieran realizar modificaciones a la publicidad, hacer la solicitud para poder mostrar dichas transformaciones.
- En caso de traslado o remoción de la publicidad, desde otro lugar del mismo

municipio, hacer la respectiva solicitud de un nuevo permiso.

- Llevar documentación soporte, la cual debe encontrarse en la sede del establecimiento, así como las constancias de registro y autorización.

Cada uno de estos deberes debe ser cumplido en atención a lo dispuesto en las leyes venezolanas vigentes, y en el caso específico que ocupa esta investigación, también debe atenderse a lo dispuesto en la Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua.

Procedimientos y Formalidades para el Registro Municipal de la Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara

La Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, establece en su Capítulo II, Artículo 13 que no podrá hacerse pública la Propaganda y Publicidad Comercial dentro del Municipio sin que antes se haya obtenido el permiso respectivo en la Dirección de Hacienda, a fin de formar el registro respectivo y para cuyo establecimiento se usarán planillas, modelos y otros medios que la Administración Tributaria Municipal considere conveniente a tales fines.

Esta solicitud de inscripción en el Registro Municipal, debe ser presentada por el interesado, de forma escrita ante la Administración Tributaria Municipal, acompañada con las informaciones, documentos y requisitos referidos en el Anexo A.

Con la solicitud y demás recaudos, la Dirección de Hacienda Municipal procede a la conformación del expediente, en caso que el interesado no satisfaga los requisitos exigidos, se le otorga un plazo de 15 días hábiles para que consigne los recaudos

faltantes. Una vez que los ha consignado y se admita la solicitud de inscripción, la Dirección de Hacienda procede a la revisión de los datos expresados en ella, lo cual cinco (05) días hábiles posteriores remite a la Dirección de Infraestructura para su consideración la cual debe dar respuesta ocho (08) días hábiles siguientes de haber recibida la documentación.

Procedimientos para la Aplicación de Penas a las Personas Naturales o Jurídicas Infractores

La Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, establece en el Parágrafo Único del artículo del 3 que la Dirección de Hacienda a través de los funcionarios designados estará a cargo de la vigilancia, control, aplicación, así como la fiscalización del cumplimiento de la ordenanza. Dichos Fiscales laborarán en la Oficina encargada, siendo sus atribuciones y deberes delineados según el Organigrama y Funcionamiento de dicha oficina.

Es así como la fiscalización de tal publicidad y propaganda comercial se torna importante debido a que es el medio a través del cual, la Dirección de Hacienda podrá conocer las condiciones de las mismas, a fin de proceder a la aplicación de penas a aquellos infractores.

La sustanciación de los juicios y la aplicación de las penas por los Fiscales, deben hacerse de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza. No obstante, hay que destacar que la imposición de las penas, corresponde a las Autoridades Administrativas, previo levantamiento de un Acta donde se haga constar la infracción, mediante Resolución motivada de la Dirección de Hacienda. Dentro de las penas, se encuentra la imposición de multas, la remoción del medio publicitario a costa del infractor.

Procedimientos y Controles Financieros para la Recaudación de Impuestos Exigibles en Materia de Publicidad y Propaganda Comercial

De acuerdo con León (2000), la recaudación es “la acción desplegada por la administración para hacer ingresar a la Hacienda Municipal el producto del impuesto”, (p. 40). De esta forma, la recaudación implica el despliegue de procedimientos por parte de la Administración Tributaria Municipal.

Entre los aspectos que guían esta investigación en cuanto a los procedimientos que lleva a cabo la Administración Tributaria Municipal para la recaudación de los impuestos exigibles en el otorgamiento de permisos para la edición, instalación, transmisión, exhibición y divulgación de propaganda y publicidad comercial, se encuentran aquellos referidos al cobro del impuesto, los recursos con que cuentan para dicho proceso de cobro, y la fijación de las metas de recaudación.

En cuanto a las actividades que debe realizar la Dirección de Hacienda para el cobro de los impuestos objeto de estudio se tiene que dicha entidad tiene entre sus deberes, llevar y mantener actualizado, un Registro Municipal para Establecimientos, Empresas o Personas que tienen cualquier forma de publicidad, el cual estará clasificado por tipo de contribuyente.

También la Dirección de Hacienda tiene el deber de informar a los contribuyentes sobre el pago de los impuestos en caso de solicitar la licencia por primera vez, o de su renovación.

Otro aspecto importante que debe atender la Dirección de Hacienda es canalizar todas las gestiones inherentes para el cumplimiento de los plazos y prorrogas, a fin de que el contribuyente pueda efectuar el pago de los impuestos en materia de publicidad comercial.

El cobro de dichos impuestos exigibles a los contribuyentes en materia de publicidad comercial, solo podrá hacerse efectivo mediante la realización de jornadas de cobro, la cuales implican el despliegue una logística.

No obstante, la Administración Tributaria Municipal antes de emprender las jornadas de cobro, debe realizar censos municipales a fin de identificar los establecimientos que están al día en el pago de los impuestos exigibles en materia de publicidad comercial o, en su defecto, los que están en situación de morosidad.

En cuanto a los recursos con que debe contar la Administración Tributaria Municipal para dicho proceso de cobro, entre otros, uno de los más importantes, es precisamente el recurso humano o personal dispuesto para la efectiva recaudación del impuesto exigible en materia de publicidad comercial.

Con respecto a la recaudación, la Administración Tributaria Municipal, debe atender constantemente a si está alcanzando la meta prevista y además si lo recaudado corresponde con lo presupuestado previamente.

Así, tal y como plantea Sierra (1997), es importante “realizar previsiones en el pago probable de los impuestos por los ciudadanos y empresas contribuyentes” (p. 9). Por tanto, le corresponde a la Dirección de Hacienda Municipal realizar estimaciones y proyecciones para cada año fiscal acerca de cuáles serán los ingresos previstos por concepto de impuestos, en el caso que ocupa esta investigación, los mismos se refieren a los aplicables para el otorgamiento de permisos para la edición, instalación, transmisión, exhibición y divulgación de propaganda y publicidad comercial, transformaciones, traspasos y traslados de los mismos.

Control

El control es un concepto jurídico-político-constitucional, en el cual se engloba lo relativo a la limitación específica al poder, por lo que representa uno de los postulados fundamentales del Estado de Derecho. En su origen etimológico, la palabra control proviene de las voces *contre-rol*, que conlleva al término tutela, por lo que se infiere que el control del Poder Público equivale a una suerte del auto-tutelaje por parte del Estado.

En este sentido, según Acosta (2007), el control podría entenderse como una actividad de revisión, examen, inspección o, en un sentido más amplio que abarque la facultad de impedir o intervenir las decisiones por parte del órgano que ejerce el control e incluso la posibilidad de aplicar sanciones; dicho de esta manera, la actividad a controlar y la oportunidad en que el control se ejerce, abarcarlas actividades realizadas (control posterior) donde el sujeto y el objeto de control son ajenos, ya que el órgano que controla no participa en el acto controlado, en atención a los principios de imparcialidad y objetividad en la función de controlar.

El control surge para tutelar la Hacienda Pública y ha ido evolucionando al compás de la evolución del Estado; siendo una función regulada constitucionalmente, con la finalidad de garantizar el cumplimiento y trascendencia de las limitaciones impuestas a la actuación los órganos del Poder Público. El control como función posee una especificidad que se traduce en los siguientes aspectos: 1) El control es diverso, se realiza a través de técnicas jurídicas y políticas distintas; 2) Da lugar a una terminología propia o específica, cuando se habla de autorización, aprobación, evaluación, supervisión, inspección, examen, etc.; 3) Los mecanismos de control suelen ir conectados o concatenados entre distintas instancias y a distintos niveles para producir sinergias en todo el entramado sistémico del aparato público; 4) Da lugar a una relación jurídico-política entre el ente que controla y el controlado; 5) Tradicionalmente, el objeto central del control es el Poder Ejecutivo. Sin embargo, veremos como en el sistema de controles en la Constitución de la República de Venezuela 1999, se prescriben mecanismos de control entre los distintos poderes.

Modalidades del Control

La diversidad de controles aplicables a los órganos del Estado da lugar a la posibilidad de configurar un esquema de las modalidades de control, en función de la naturaleza y carácter del órgano que lo ejerce; de tal manera, se puede señalar en primer lugar un control institucional, ejercido por los órganos oficiales del Estado, con reconocimiento constitucional y en segundo lugar, el control no institucional, que se atribuye a diversos tipos de organizaciones fuera del ámbito oficial.

Dentro del control institucional se incluyen las siguientes modalidades: a) Control Político; b) Control Jurídico o Jurisdiccional; c) Control Administrativo y Fiscal; d)

Control Social. Mientras que el Control no Institucional incluye el ejercido por los medios de comunicación y opinión pública, junto al de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) junto a otros grupos de representación de intereses.

Control Administrativo y Fiscal

Comprendido dentro del control institucional, es el control que la Administración Pública ejerce sobre ella misma, presentándose en diversas modalidades como el Control Jerárquico, en virtud del cual los órganos de rango superior pueden revisar, modificar o anular los actos de los órganos inferiores y establecer las responsabilidades a que hubiere lugar. También se ejerce control administrativo con la Auto Tutela, potestad que tiene la administración pública de revisar, de oficio, sus propios actos.

El control Fiscal se ejerce cuando recae sobre los ingresos, los gastos y los bienes del Estado, cuyo órgano por excelencia es la Contraloría General de la República, parte del Poder Ciudadano esta concebido dentro de un enfoque sistémico constituido por la Triada del Consejo Moral Republicano; Defensoría del Pueblo, Fiscalía General de la República y Contraloría General de la República, los cuales, aunque poseen áreas de competencia específicas y autonomía funcional, conforman un sistema de control interconectado sobre la ética pública y la legalidad en el uso del patrimonio público y en actividad administrativa (Art. 274 CRBV 1999).

De la misma manera, destacada dentro de ese particular, la función de control de la Contraloría General de la República, por ser esta su función natural, en cuanto a

esencia, le corresponde ejercer el control de gestión y evaluar el cumplimiento y resultado de las decisiones y políticas públicas de los órganos, entidades y personas jurídicas del sector público sujetos a su control.

Es de resaltar que en lo referente a la competencia de los estados en materia de control, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) confiere a los Consejos Legislativos la competencia de sancionar la Ley de Presupuesto respectiva y a la Contraloría del Estado, la potestad de ejercer el control, la vigilancia y la fiscalización de los ingresos, gastos y bienes estatales, “sin menoscabo del alcance de las funciones de la Contraloría General de la República”, conforme al Art. 163.

Bases Legales

Según Márquez (2003), las bases legales son “todos aquellos fundamentos legislativos que apoyan la investigación de forma integral”, (p. 15). En este estudio, las bases legales vienen dadas por aquellas fundamentaciones legislativas pertenecientes al ordenamiento jurídico venezolano en el que se sustenta el sistema socioeconómico venezolano y la función del Estado en la economía. Tales leyes guardan relación con los controles internos en el proceso de recaudación del impuesto de patente de licores a nivel municipal.

Leyes que Otorgan Poder al Estado para la Exacción de los Impuestos en los Sujetos Pasivos de la Obligación Tributaria

Toda investigación en materia tributaria es inherente al estudio de la legislación sobre esta materia pues en ella se manifiesta el poder del Estado para imponer la exacción de los impuestos a los ciudadanos sobre los que se configure el hecho imponible previsto en la ley que en consecuencia se hayan convertido en sujetos pasivos de la obligación tributaria.

Por ello, es preciso comenzar por hacer referencia al marco legal y normativo que desde el punto de vista tributario rige en Venezuela, el ejercicio de la industria y el comercio de alcohol y especies alcohólicas.

De manera muy sucinta pero precisa, este marco legal venezolano vigente está conformado por las siguientes leyes y códigos:

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2000), Código Orgánico Tributario (2014), Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2010), así como ordenanzas municipales relacionadas con el tema abordado.

La Competencia del Poder Público Nacional en la Recaudación de Impuestos según lo Establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en lo sucesivo CRBV, publicada en la Gaceta oficial Nro. 36.680 Del 30 de Diciembre de 1999, en relación al Poder Publico Municipal se hace mención a la autonomía municipal cuando en su artículo N° 168 que “los municipios constituyen la unidad política primaria de la organización nacional, gozan de personalidad jurídica y autonomía dentro de los límites de la constitución y la ley...” además cabe mencionar que en el mismo artículo en su numeral 3 se le otorga la facultad de crear, recaudar e invertir sus ingresos.

Así mismo el artículo N° 169 señala que la organización de los Municipios y de las demás entidades locales va a estar ceñida por esta constitución. La organización municipal va hacer democrática y responderá a la naturaleza propia del gobierno local.

Entre los ingresos municipales contemplados en la CRBV se establecen: “los impuestos sobre actividades económicas de industrias, comercio, servicios o de índole similar, los impuestos sobre bienes urbanos, vehículos..., propaganda y publicidad comercial...”.

Código Orgánico Tributario

El Código Orgánico Tributario, en lo sucesivo COT, publicado en Gaceta Oficial Nro. 6.152 del 18 de Noviembre 2014, establece en relación a los tributos estatales y municipales que las normas de este código se aplicaran de manera supletoria, salvo en los relativo a los procedimientos contencioso a los que pueda lugar la aplicación de

estos tributos. Para ello hace referencia al poder tributario que tienen los municipios con respecto a la creación, modificación, supresión o recaudación de tributos que la Constitución y las Leyes le atribuyan, incluyendo el establecimiento de exenciones y exoneraciones, beneficios y demás incentivos fiscales, los cuales solo podrán quedar regulados a través de esta ley.

Es importante resaltar que este Código establece que la analogía es admisible para colmar los vacíos legales, pero en virtud de ella no se pueden crear tributos, exenciones y exoneraciones ni otros beneficios así como tampoco puede tipificar ilícitos ni establecer sanciones.

Ley Orgánica del Poder Público Municipal

Este texto refiere la normativa aplicada a la organización y administración de los bienes, rentas y deudas que conforman el Activo y Pasivo de la Nación, así como también; señala las atribuciones, deberes y funciones de los órganos y personal a quienes compete, los procedimientos a seguir, el control fiscal y todo lo relacionado con la administración de la Hacienda Pública Nacional.

Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos

Establece a las administraciones municipales ajustar su actividad a la presente ley siempre que sea aplicable.

Sirve de referencia entre las relaciones del estado y de las personas mediante la regulación de la actividad funcional de la Administración Pública basándose en los principios de celeridad, eficacia e imparcialidad.

Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio Francisco Linares Alcántara

El Concejo Municipal del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, en uso de sus atribuciones legales y en atención a las competencias conferidas en el Artículo 54 Numeral 1 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, sancionó la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial, con fecha del 02 de Febrero de 2010, Nro. 4.311 Extraordinario.

A tales efectos, dicha Ordenanza, en su Artículo 1° establece que la misma tiene por objeto regular la publicidad y propaganda comercial que sea editada, instalada, transmitida, exhibida o distribuida en jurisdicción de dicho Municipio.

Sistema de Variables

Las variables según lo expuesto por Andueza (1999), “son elementos básicos de la investigación que se derivan de los objetivos específicos del estudio que impliquen la investigación de campo. Se trata de una cualidad o características que pueda expresarse en varias categorías o que pueda tomar diferentes valores”, (p. 31).

Por ello, seguidamente se presentará el Cuadro 1, la operacionalización de las variables objeto de estudio, sus diferentes dimensiones, los indicadores y los instrumentos que serán empleados a tales efectos.

Objetivo General: Analizar el proceso del control fiscal para la recaudación del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua.

Cuadro 1. Operacionalización de las Variables

Objetivos Específicos	Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica de Recolección de Datos	
				Cuestionario "A" Aplicado a los Funcionarios de Dirección Hacienda Municipal FLA	Cuestionario "B" aplicado a los Encargados de Establecimientos Municipio FLA
Describir la política tributaria usada para la recaudación del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara	Políticas Tributarias de Recaudación	Política Gerencial	Ordenanzas Plan Operativo Anual Forma de pago Lugar Lapso	1,2,3 4,5 6,7 8,9 10,11	
Establecer el grado de cumplimiento por parte de los contribuyentes de la Ordenanza de propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio Francisco Linares Alcántara	Grado de cumplimiento de los contribuyentes.	Procedimientos Legales	Inscripción / Renovación Permisos Solvencia Base Imponible Ordenanzas Alícuotas Fiscalizaciones		1,2,3 4,5 6 7,8 9,10,11 12,13,14 15,16
Determinar los mecanismos de control fiscal utilizado por la Administración Tributaria para la recaudación del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio	Mecanismos de control fiscal	Procedimientos Administrativos	Modalidades de control Control administrativo Ordenanza Municipal Fiscalizaciones	12,13,14 15,16 17,18 19,20,21	

Fuente: La investigadora (2015).

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico de una investigación es el apartado en el que se expone la manera como se va a realizar el estudio y los pasos para realizar su método. Según Tamayo y Tamayo (2007):

Es de gran importancia en la investigación, pues el planteamiento de una metodología adecuada garantiza que las relaciones que se establecen y los resultados o nuevos conocimientos obtenidos tengan el máximo grado de exactitud y confiabilidad. Ese procedimiento ordenado que se sigue para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales está encaminado el interés de la investigación es lo que constituye la metodología. Científicamente la metodología es un procedimiento (p. 175).

De manera que seguidamente se describe la metodología que se utilizó para el desarrollo del estudio.

Tipo de Investigación

El estudio se enmarcó como un trabajo de campo, de tipo descriptivo apoyado, a su vez, en una investigación documental. Al respecto, se expone en el Manual de Trabajos de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2006), que:

La investigación de campo reconoce sistemáticamente, la información sobre los hechos situacionales y las características de una población o área de interés; se basa en la descripción de las situaciones en las mediciones de las actitudes y opiniones propias de individuos, organizaciones, eventos y procedimientos (p. 2).

De manera que en la presente investigación, el trabajo de campo vino dado por la recopilación de información a partir de fuentes primarias, vale decir, los sujetos muestrales, dados por un lado, por las personas involucradas en la recaudación de los impuestos administrativas relacionadas con la permisología de la Publicidad y Propaganda Comercial, quienes laboran en la Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua; y por otro lado, por los encargados de los establecimientos comerciales que tienen publicidad comercial.

También hay que destacar que la investigación descriptiva, según lo expuesto por Tamaño y Tamayo (2007) este tipo de investigación:

Comprende la descripción, registros, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su características fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta (p. 54).

Así la presente investigación descriptiva, se basó fundamentalmente en describir la situación actual de la recaudación de los impuestos relacionados con la edición, instalación, transmisión, exhibición y divulgación de propaganda y publicidad comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, y los controles internos que se aplican en dicho proceso de recaudación del mismo por parte de la Dirección de Hacienda de la referida Alcaldía.

Finalmente, la investigación documental se enfocó a la indagación de la situación en estudio, y a la exposición de una serie de circunstancias y efectos derivados de la misma, que tal como lo afirma la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006), se realizó “con apoyo, principalmente en trabajos previos, información y datos divulgados por

medios impresos, audiovisuales o electrónicos” (p. 6). Por tanto, para la conformación del marco teórico de la investigación se utilizaron referencias bibliográficas y electrónicas referidas a la recaudación de impuestos relacionados con la edición, instalación, transmisión, exhibición y divulgación de propaganda y publicidad comercial, en particular en lo concerniente a: los deberes formales aplicables a los establecimientos que tienen publicidad y propaganda comercial así como a las empresas que ejerzan la misma, los procedimientos para el registro y autorización del ejercicio de propaganda y publicidad comercial, los procedimientos para la aplicación de penas a los establecimientos que tienen publicidad y propaganda comercial así como a las empresas infractores y, los procedimientos y controles financieros para la recaudación de impuestos exigibles a los establecimientos que tienen publicidad y propaganda comercial así como a las empresas que ejerzan la misma.

Población

Para Tamayo y Tamayo (2007), la población es la:

Totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación (p. 176).

Para efectos de esta investigación la población estuvo constituida por un lado por 84 establecimientos con Publicidad y Propaganda Comercial, registrados en la Administración Tributaria del Municipio Francisco Alcántara del Estado Aragua para el año 2015, y por otro lado, por 06 personas que laboran en la Dirección de Hacienda de la Alcaldía del

Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, quienes están involucradas en el proceso de recaudación del impuesto de Publicidad y Propaganda Comercial, tal y como se detalla seguidamente: Un (01) Director de Hacienda, Dos (02) Liquidadores; Dos (02) Fiscales; Uno (01) de Atención al Cliente.

Muestra

La muestra, según es definida por Sabino (1998) como “una parte que llamamos universo y que sirve para representarlo” (p. 118). De esta forma, la muestra se conceptualiza como el subgrupo o subconjunto de las personas anteriormente descritas.

Así, se tiene que la muestra de la presente investigación estuvo conformada por un lado, por una muestra probabilística al azar, representada aproximadamente por el 50% de los establecimientos con Publicidad Comercial en el referido municipio, es decir, 42 negocios, y por otro, por una muestra censal, dada por los seis (06) funcionarios de la Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, anteriormente descritos.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En lo que respecta a la técnica de recolección de datos, Arias (2006) indica que son “las distintas formas o maneras de obtener la información” (p. 53). En este sentido, la técnica utilizada para la recolección de la información en este estudio fue la encuesta.

Así, de acuerdo con lo planteado por Pineda y Canales (1994), la encuesta “consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionados por ellos mismos sobre opiniones, conocimientos actitudes y sugerencias” (p. 29). En este sentido, se aplicó esta técnica al tomarse en cuenta la opinión de dichos sujetos muestrales.

Ahora bien, Arias se refiere a los instrumentos como “los medios materiales que se emplean para escoger la información” (p. 53) y dichos instrumentos dependen del tipo de técnica previamente escogida. En este caso, la técnica de la encuesta se hará efectiva por medio de la aplicación de instrumentos de recolección de datos, es decir, un cuestionario, el cual según Ballestrini (1997), es:

Un medio de comunicación escrito y básico, entre el encuestador y el encuestado, facilita traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de ítems, previamente preparados de forma cuidadosa, susceptible de analizarse en relación al problema estudiado (p. 138).

De esta manera, se diseñaron dos cuestionarios, uno de los cuales fue aplicado a los contribuyentes, contentivo de 16 ítems con opción de respuesta a Escala Tipo Likert (Ver Anexo A), y el otro que fue aplicado a los funcionarios de Hacienda Municipal, el cual contiene un total de 21 ítems con opción de respuesta a Escala Tipo Likert (Ver Anexo B).

Validación de los Instrumentos

Todo instrumento de recolección de datos debe ser sometido a un proceso de validación y confiabilidad con el fin de establecer la confiabilidad de los resultados obtenidos, así como el margen de error de los mismos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), la

validez “se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 277).

De esta forma, la validez es una condición que deben poseer los instrumentos para medir las variables en cuanto a su relación consistente con otras mediciones de acuerdo a una teoría, la generalización de sus resultados a una población y el dominio específico del contenido de las variables que se miden.

Por lo tanto, la validez que miden los ítems de los instrumentos de recolección de datos diseñados estuvo dirigida a los siguientes criterios: pertinencia, redacción y adecuación a los objetivos de la investigación. En este sentido, para la determinación de la validez de los instrumentos antes descritos, los mismos fueron sometidos a una evaluación mediante juicio de expertos.

Para Montero (2003), la validación por juicio de expertos, es “una técnica evaluativa mediante la cual un especialista en una determinada área emite una opinión con respecto a instrumentos de recolección de datos, tomando en cuenta aspectos resaltantes de lo que se desea investigar” (p. 87). Para ello, una vez formulado el conjunto de ítems que conformaran cada instrumento, los mismos fueron sometidos a una revisión continua para asegurarse de su consistencia y eliminar los posibles errores y omisiones. Por lo que se consultaron expertos seleccionados a tal fin, todos ellos con comprobada experiencia académica y profesional

Dichos expertos validaron ambos instrumentos procediendo a corroborarlo mediante un Acta de Validación.

Confiabilidad de los Cuestionarios

Una vez que cada cuestionario diseñado fue debidamente aprobado por los expertos, se procedió a la determinación de su confiabilidad, la cual según Arias, (2006) define la confiabilidad como “la precisión con la que un instrumento mide lo que se plantea medir, en el sentido de que midan realmente el indicador que se pretende medir” (p. 43).

De este modo, para medir el grado de confiabilidad de cada cuestionario, fueron sometidos a pruebas pilotos que, según Sabino (1998), “consiste en aplicar el cuestionario a un conjunto reducido de personas para calcular su duración, conocer sus dificultades y corregir sus defectos, antes de aplicarlo a la totalidad de la muestra” (p.166). Para ello, una vez validado el primer instrumento, el mismo será administrado previamente a veinte (42) encargados de establecimientos con Publicidad y Propaganda Comercial del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, y el segundo instrumento será aplicado previamente a seis (06) sujetos que laboran en la Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara, a fin de obtener los datos que permitieran medir estadísticamente la confiabilidad de segundo cuestionario.

Mediante los resultados obtenidos de cada prueba piloto y a través de la aplicación del coeficiente estadístico Alfa de Crombach se pudo conocer que ambos instrumentos fueron confiables, por lo que luego fueron aplicados a los sujetos muestrales de esta investigación.

Técnicas de Análisis de los Datos

El análisis de los datos obtenidos del proceso de recolección de información, se hará mediante el empleo de técnicas de análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

En tal sentido, el cualitativo se realizara por medio del análisis de contenido de las bases teóricas relacionadas con el tema objeto de estudio. Sabino (1998), refiriéndose al análisis de datos cualitativos, plantea que:

Se refiere al que procedemos hacer con información de tipo verbal. El análisis se efectúa cotejando los datos que se refieren a un mismo aspecto y tratando de evaluar la fiabilidad de cada información. Si los datos al ser comparados no arrojan ninguna discrepancia será y si cubren todos los aspectos previamente requeridos habrá que tratar de expresar lo que ellos nos dicen redactando una pequeña nota donde se sinteticen los hallazgos (p. 176).

Por su parte, el análisis de los datos e información en forma cuantitativa se realizara a través de la estadística descriptiva, cuyo empleo permitirá el análisis de cada uno de los ítems de los instrumentos diseñados, en donde se destacaran las distribuciones de frecuencias relativas y absolutas de cada respuesta encontrada.

Al respecto, Sabino, refiriéndose al análisis de los datos cuantitativos plantea lo siguiente:

Este tipo de operación se efectúa naturalmente, con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta, luego del procedimiento sufrido, se nos presentará como un conjunto de cuadros, y medidas a las cuales habrá que pasar en limpio, calculando sus porcentajes y otorgándoles forma definitiva (p. 172).

Así, la información definitiva será presentada en cuadros estadísticos, luego tales resultados serán comparados con las diversas observaciones realizadas por la investigadora, a fin de constatar las respuestas suministradas por los sujetos muestrales a consultar, lo cual posibilitara la generación de conclusiones y recomendaciones pertinentes a la problemática estudiada.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

En la presentación de los resultados según lo expuesto en el Manual de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006), “se describen, analizan e interpretan de forma ordenada los datos obtenidos en el estudio con el apoyo de cuadros, gráficos, histogramas, barras, etc., y se discuten con base en la fundamentación teórica del trabajo, en concordancia con los objetivos de la investigación”, (p. 18).

Al respecto, expone Ramírez (2004) que en esta etapa es necesario “presentar ordenadamente los cuadros y gráficos e irlos explicando y comentando de la manera que queden claros los resultados obtenidos en la investigación”, (p. 68), así como sus relaciones encontradas con las variables.

Por ello, en este capítulo se presenta el análisis de los resultados finales obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos a los sujetos muestrales consultados, para lo cual en el caso de los cuestionarios se destacan los porcentajes más relevantes de respuestas obtenidas en cada uno de los ítems que los conformaron.

Resultados Referidos a la política tributaria usada para la recaudación del Impuesto Sobre Publicidad y Propaganda Comercial dentro del Municipio

A partir del cuestionario “A”, aplicado a los funcionarios de la Dirección de Hacienda Municipal de la Alcaldía de Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua, se pudo conocer lo siguiente:

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 2 Indicador Ordenanza

Indicador: Ordenanza		
Items 1. La Ordenanza sobre Publicidad Comercial establece que se debe informar a los Interesados los requisitos a consignar para la inscripción de su establecimiento en el Registro Municipal		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	6	100%
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 2. Se crea un numero de expediente por cada inscripcion de establecimientos o personas que ejerzan publicidad en el Municipio		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	3	50%
CASI SIEMPRE	1	16,67%
A VECES	2	33,33%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 3. Hay facilidad de acceso a la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el interesado		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE	2	33,33%
A VECES	2	33,33%
CASI NUNCA	2	33,34%
NUNCA		
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: Se puede observar que de acuerdo a la respuesta de los encuestados, la Ordenanza sobre Publicidad comercial establece que se debe notificar al interesado sobre los requisitos para la inscripción del establecimiento en el Registro Municipal obteniéndose un porcentaje unánime de 100%, una vez inscritos los establecimientos un 50% de los funcionarios respondieron que se crea un numero de expediente para los mismos, y al consultarles sobre

la facilidad de acceso a la ordenanza municipal hubieron criterios diversos en respuestas todos de un 33%.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 3 Indicador Plan Operativo Anual

Indicador: Plan Operativo Anual		
Items 4. Existe una meta de recaudación por Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial en el Plan Operativo Anual		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	3	50%
CASI SIEMPRE	3	50%
A VECES		
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 5. Las metas de recaudación establecidas en el Plan Operativo Anual son logradas eficazmente		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA	3	50%
NUNCA	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: Al consultarles si en el Plan Operativo Anual de la Hacienda Municipal se establece una meta de recaudación por Propaganda y Publicidad Comercial, un 50% de la población respondió que siempre se establece mientras que el otro 50% respondió que por años hay excepciones, además al preguntarles si se logra recaudar eficazmente la meta propuesta, respondieron que casi nunca o mas bien nunca se logra obtener el monto planificado, la población en cuanto a esta respuesta también reflejo un 50% para cada respuesta.

De este resultado se infiere que el Plan Operativo Anual de la Hacienda Municipal de Francisco Linares Alcántara en cuanto a la recaudación del impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial no se logra.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 4 Indicador Forma de Pago

Indicador: Forma de Pago		
Items 6. La Dirección de Hacienda Municipal cuenta con Puntos de Venta Electronicos para facilitar el pago por parte del contribuyente		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA		
NUNCA	6	100%
TOTAL	6	100%
Items 7. El personal esta capacitado para trabajar de manera coordinada y rapida a la hora de realizar los cobros por impuestos		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE	4	66,67%
A VECES	2	33,33%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: En el indicador de la forma de pago, cuando se les pregunto si para facilitar el pago del contribuyente la dirección de Hacienda Municipal cuenta con puntos de venta el 100% de los encuestados estuvieron de acuerdo en que nunca se ha colocado el mismo, a su vez se consulto si el personal esta capacitado para trabajar de manera coordinada y rápida se reflejo que el 50% de la población respondió que casi siempre lo esta, mientras que el otro 50% respondió que solo a veces se cuenta con un personal adiestrado.

Del anterior resultado se puede inferir que existe debilidad a la hora de realizar los cobros ya que no se le agiliza el proceso al contribuyente, generando colas innecesarias por falta de tecnología y recurso humano.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 5 Indicador Lugar de Pago

Indicador: Lugar de Pago		
Items 8. La Administración Tributaria Municipal cuenta con Folletos para dar a conocer al usuario sobre los bancos y planillas para realizar los pagos		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES	2	33,33%
CASI NUNCA	2	33,33%
NUNCA	2	33,34%
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: Del indicador lugar de pago, al preguntar si en la Administración Tributaria Municipal se cuenta con folletos para orientar al contribuyente sobre los bancos y planillas para realizar el pago de impuestos las respuestas fueron diversas, todas reflejan un 33,34% de los que respondieron que a veces, casi nunca y nunca se cuenta con los mismos.

Esto refleja que la Administración Tributaria Municipal posee pocos o ningún folleto que permita orientar al contribuyente sobre la entidad financiera a la que debe acudir para cumplir el pago de sus tributos.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 6 Indicador Lapso de Pago

Indicador: Lapso de Pago		
Items 9. Los usuarios son informados sobre el lapso para cancelar los impuestos		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	4	66,67%
CASI SIEMPRE	2	33,33%
A VECES		
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 10. Elaboración de jornadas para impulsar a cumplimiento de pagos por impuestos durante el mes correspondiente		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	2	33,33%
CASI SIEMPRE	2	33,33%
A VECES	2	33,34%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 11. Generan incentivos por pronto pago al usuario que cancela con puntualidad		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA	2	33,33%
NUNCA	4	66,67%
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: Se puede observar que de acuerdo a la respuesta de los funcionarios de la Dirección de Hacienda Municipal un 66,67% dijo que se les informa oportunamente a los contribuyentes el lapso en que deben cancelar sus tributos, siendo la mayoría de los casos el primer mes de cada ejercicio fiscal (por lo general casi todas las empresas comienzan su ejercicio fiscal en Enero); en cuanto a la pregunta que si dentro de la Administración

Tributaria Municipal se realizan jornadas de cobros de impuestos durante el lapso establecido en la ordenanza para la cancelación de los tributos por parte de los contribuyentes se reflejan 3 respuestas cada una con un 33,34% las cuales son siempre, casi siempre y a veces, esto significa que en la mayoría de los años si realizan jornadas durante el mes de Enero de cada año para impulsar al pago de los impuestos municipales. Por ultimo al consultarles si se dan incentivos o reducciones de impuestos a los contribuyentes que cancelen al día, se obtuvo en 66,67% de la población encuestada que nunca se generan.

Resultados Referidos al Grado de Cumplimiento de los Contribuyentes del Impuesto Sobre Publicidad y Propaganda Comercial dentro del Municipio

A partir del cuestionario “B”, aplicado a los Encargados de los Establecimientos que poseen en su establecimiento o ejercen el ejercicio de Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua, se pudo conocer lo siguiente:

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 7 Indicador Inscripción/Renovación

Indicador: Inscripción/Renovación		
Items 1. El proceso de inscripción en el Registro Municipal para establecimientos que poseen o ejerzan la Propaganda y Publicidad Comercial es rapido		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo		
Parcialmente De Acuerdo	10	23,81%
Desacuerdo	21	50,00%
Totalmente Desacuerdo	11	26,19%
TOTAL	42	100%
Items 2. La Administración Tributaria Municipal, para la exhibición o ejercicio de la Propaganda y Publicidad Comercial otorga autorizaciones		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	30	71,43%
De Acuerdo	12	28,57%
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo		
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%
Items 3. Los establecimientos deben solicitar la renovación de la licencia de Propaganda y Publicidad Comercial anualmente		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	30	71,43%
De Acuerdo	12	28,57%
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo		
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: Se observa que el 50% de los encuestados esta en desacuerdo en cuanto a que si el proceso de inscripción es rápido, mientras que un 26,19% se encuentra totalmente desacuerdo y el 23,81% esta parcialmente de acuerdo. Mientras que al consultarle si la Administración Tributaria Municipal otorga autorizaciones para la exhibición o ejercicio de

la propaganda y publicidad comercial un 71,43% estuvo totalmente de acuerdo mientras que el 28,57% esta de acuerdo con esta pregunta, en el mismo orden de ideas al preguntarles si los establecimientos deben renovar su licencia anualmente un 71,43% estuvo totalmente de acuerdo mientras que el 28,57% esta de acuerdo.

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 8 Indicador Permisos

Indicador: Permisos		
Items 4. Para realizar transformaciones o modificaciones a su establecimiento, se solicita previamente ante la Administración Tributaria Municipal un permiso para poder efectuarlo		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	2	4,76%
De Acuerdo	12	28,57%
Parcialmente De Acuerdo	13	30,95%
Desacuerdo	15	35,71%
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%
Items 5. Para trasladar el establecimiento desde otro lugar del mismo Municipio, se debe solicitar un permiso previo ante la Administración Tributaria Municipal para efectuar dicho traslado		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	2	4,76%
De Acuerdo	12	28,57%
Parcialmente De Acuerdo	13	30,95%
Desacuerdo	15	35,71%
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: De los resultados obtenidos del indicador de permisos se observa que existe diversidad de criterios, al consultarle a la población sobre si se deben solicitar permisos a la hora de realizar transformaciones o modificaciones al establecimiento las respuestas variaron desde totalmente de acuerdo que respondió un 4,76% de la población hasta un 35,71% que se dijo estar en desacuerdo; al mismo tiempo al consultarle sobre si se debe realizar una solicitud de permiso para trasladar el establecimiento a otro lugar del mismo municipio, la respuesta tuvo un comportamiento igual al del ítem 4, hubo variaciones desde totalmente de acuerdo reflejado por un 4,76% de la población hasta un 35,71% de la población que manifestó estar en desacuerdo.

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 9 Indicador Solvencias

Indicador: Solvencia		
Items 6. El otorgamiento de la solvencia de Propaganda y Publicidad Comercial se realiza previa cancelación del impuesto estipulado		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	42	100,00%
De Acuerdo		
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo		
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: Al preguntarles a los contribuyentes del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial si la solvencia es otorgada previa cancelación del impuesto establecido el 100% de la población dijo estar totalmente de acuerdo con la pregunta. Lo que refleja que el contribuyente esta consiente que debe estar al día con el pago del impuesto para poder exigir el comprobante de solvencia ante la Administración Tributaria Municipal.

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 10 Indicador Base Imponible

Indicador: Base Imponible		
Items 7. El Tamaño de la Propaganda y Publicidad Comercial de su establecimiento tiene las medidas mínimas para considerar el pago del impuesto		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	20	47,62%
De Acuerdo	16	38,10%
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo		
Totalmente Desacuerdo	6	14,28%
TOTAL	42	100%
Items 8. Cuando la Propaganda y Publicidad Comercial sea instalada, editada o difundida en un periodo menor a un año, se debe cancelar el monto que correspondiera a un año.		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo		
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo	21	50,00%
Totalmente Desacuerdo	21	50,00%
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: Al consultar sobre el indicador de la base imponible, el 47,62% de los contribuyentes manifestaron estar totalmente de acuerdo que el tamaño de la propaganda y publicidad comercial de su establecimiento cumple con las medidas para cancelar el pago de impuestos mientras que el 38,10% esta de acuerdo y un 14,28% de la población esta totalmente desacuerdo. Así mismo, al preguntar si cuando la propaganda y publicidad comercial sea instalada, editada o difundida en un periodo menor a un año se debe cancelar el monto de impuesto correspondiente a un año un 50% de los encuestados dijeron estar en desacuerdo y el otro 50% esta totalmente en desacuerdo.

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 11 Indicador Ordenanza

Indicador: Ordenanza		
Items 9. La Administración Tributaria Municipal facilita la Obtención de la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo	11	26,19%
Parcialmente De Acuerdo	18	42,86%
Desacuerdo	12	28,57%
Totalmente Desacuerdo	1	2,38%
TOTAL	42	100%
Items 10. El metodo de recaudación por impuesto de Propaganda y Publicidad Comercial utilizado por la Dirección de Hacienda Municipal cumple con lo establecido en la Ordenanza		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo	19	45,24%
Parcialmente De Acuerdo	9	21,43%
Desacuerdo	3	7,14%
Totalmente Desacuerdo	11	26,19%
TOTAL	42	100%
Items 11. La cantidad a cancelar por el impuesto se ajusta a su establecimiento		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo	19	45,24%
Parcialmente De Acuerdo	9	21,43%
Desacuerdo	3	7,14%
Totalmente Desacuerdo	11	26,19%
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: En cuanto a que la Administración Tributaria Municipal da facilidad al interesado, para obtención de la ordenanza sobre propaganda y publicidad comercial, se arrojaron diversos resultados, un 42,86% de la población dijo estar parcialmente de acuerdo, un 28,57% expreso su desacuerdo otro 26,19% de los encuestados esta de acuerdo en que si brinda facilidad y un 2,38% se encuentra totalmente desacuerdo. A su vez, cuando

se le pregunto si la Dirección de Hacienda Municipal cumple con lo que dice la ordenanza en cuanto al método de recaudación, un 45,24% esta de acuerdo, un 26,19% esta totalmente desacuerdo un 21,43% se encuentra parcialmente de acuerdo y un 7,14% esta en desacuerdo. Estos mismos porcentajes se obtuvieron al preguntar al contribuyente si la cantidad que deben cancelar se ajusta a su establecimiento.

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 12 Indicador Alícuotas

Indicador: Alícuotas		
Items 12. La Administración Tributaria Municipal brinda la facilidad logística para cancelar el impuesto.		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	5	11,90%
De Acuerdo	25	59,52%
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo	7	16,67%
Totalmente Desacuerdo	5	11,90%
TOTAL	42	100%
Items 13. La alícuota varía según el tipo de Propaganda y Publicidad Comercial, y también según el sitio donde se encuentre ubicado		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo	11	26,19%
De Acuerdo	20	47,62%
Parcialmente De Acuerdo	11	26,19%
Desacuerdo		
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%
Items 14. La alícuota debe cancelarse en un periodo determinado del año fiscal.		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo	21	50,00%
Parcialmente De Acuerdo	11	26,19%
Desacuerdo	10	23,81%
Totalmente Desacuerdo		
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: En lo referente al indicador Alícuotas, un 59,52% estuvo de acuerdo que la Administración Tributaria Municipal brinda la facilidad logística para cancelar el impuesto, un 16,67% se encuentra en desacuerdo, un 11,90% se encuentra Totalmente de acuerdo y el otro 11,90% esta totalmente desacuerdo. Al consultarle sobre su conocimiento de que las

cuotas de impuesto varían según el tipo de publicidad comercial y de acuerdo a su ubicación, las respuestas variaron un 47,62% señalaron estar de acuerdo, un 26,19% manifestó estar totalmente de acuerdo y el otro 26,19% dijo estar parcialmente de acuerdo. Para culminar el análisis de este indicador se consultó si el impuesto debe cancelarse en un periodo determinado del año, las respuestas obtenidas fueron 50% esta de acuerdo, un 26,19% se encuentra parcialmente de acuerdo y el otro 23,81% señalaron estar en desacuerdo.

Análisis e Interpretación del Cuestionario B

Cuadro N° 13 Indicador Fiscalizaciones

Indicador: Fiscalizaciones		
Items 15. El establecimiento ha sido fiscalizado por los funcionarios de la Administración Tributaria Municipal		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo	8	19,05%
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo	21	50,00%
Totalmente Desacuerdo	13	30,92%
TOTAL	42	100%
Items 16. El Establecimiento ha sido multado por los funcionarios de la Administración Tributaria Municipal por alguna infracción.		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente De Acuerdo		
De Acuerdo	3	7,14%
Parcialmente De Acuerdo		
Desacuerdo	21	50,00%
Totalmente Desacuerdo	18	42,86%
TOTAL	42	100%

Fuente: Encargados de Establecimientos en el Municipio FLA. (2015)

Análisis: Del resultado del indicador de fiscalizaciones se obtuvo que un 50% de la población objeto a estudio manifestó estar en desacuerdo en cuanto que su establecimiento ha sido fiscalizado por funcionarios de la Administración Tributaria Municipal, un 30,92% esta totalmente desacuerdo y un 19,05% se encuentra de acuerdo. En cuanto a la pregunta que si ha sido multado por infracción municipal un 50% dijo estar en desacuerdo, un 42,86% se encuentra totalmente desacuerdo y un 7,14% manifestó estar de acuerdo.

Resultados Referidos a los Mecanismos de Control Fiscal utilizados por la Administración Tributaria para la recaudación del Impuesto Sobre Publicidad y Propaganda Comercial dentro del Municipio

A partir del cuestionario “A”, aplicado a los funcionarios de la Dirección de Hacienda Municipal de la Alcaldía de Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua, se pudo conocer lo siguiente:

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 14 Indicador Modalidades de Control

Indicador: Modalidades de Control		
Items 12. Revisión constante de que los ingresos correspondan a la inscripción o actualización de los impuestos municipales		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	1	16,67%
CASI SIEMPRE	1	16,67%
A VECES	4	66,66%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 13. Supervisión al personal para que cumpla con sus labores		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	2	33,33%
CASI SIEMPRE	1	16,67%
A VECES	3	50,00%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 14. Evaluación del cumplimiento y resultados por parte del Organo Contralor Municipal		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES	2	33,33%
CASI NUNCA	3	50,00%
NUNCA	1	16,67%
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: En cuanto al estudio del indicador modalidades de control por parte de los funcionarios de Dirección de Hacienda Municipal, se consultó si se realiza una revisión constante de que los ingresos corresponden a la inscripción o actualización de los impuestos municipales, para lo cual un 66,66% de la población respondió que a veces la realizan, un 16,67% manifestó que siempre lo realizan y otro 16,67 dijo que casi siempre realizan la revisión. Al preguntarle sobre la supervisión al personal para el cumplimiento de sus labores, un 50% de los encuestados manifestó que a veces lo supervisan, un 33,33% señaló que siempre realizan la supervisión y un 16,67% contestó que casi siempre lo hacen. Para culminar el análisis de este indicador se preguntó si el Órgano Contralor Municipal realiza la evaluación del cumplimiento y de los resultados anuales, para lo que un 50% de la población encuestada señaló que casi nunca hacen la evaluación, otro 33,33% contestó que a veces la realizan y el 16,67% señaló que nunca hacen esta evaluación.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 15 Indicador Control Administrativo

Indicador: Control Administrativo		
Items 15. Actualización del personal en el area tributaria para un mejor servicio		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES	6	100,00%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 16. Existe un Sistema Administrativo-Contable Actualizado para facilitar el control financiero de la Alcaldia		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA	3	50,00%
NUNCA	3	50,00%
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: En el análisis del indicador de control administrativo, se pregunto si se realizan actualizaciones al personal en el área tributaria para prestar un mejor servicio al contribuyente el 100% de la población manifestó que a veces lo realizan; y al consultarle a los funcionarios si existe un Sistema Administrativo-Contable Actualizado que permite facilitar el control financiero en la Dirección de Hacienda Municipal un 50% respondió que casi nunca existe y el otro 50% manifestó que nunca a existido ese sistema administrativo-contable.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 16 Indicador Ordenanza Municipal

Indicador: Ordenanza Municipal		
Items 17. Verificación del Cumplimiento de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial por parte del Contribuyente		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	1	16,67%
CASI SIEMPRE	4	66,66%
A VECES	1	16,67%
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%
Items 18. Fijación de cuotas según lo establecido en la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE	6	100,00%
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA		
NUNCA		
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: Se puede observar que al consultar sobre si realizan verificación del cumplimiento de la ordenanza sobre propaganda y publicidad comercial por parte del contribuyente un 66,66% de la población manifestó que casi siempre se realiza la misma, un 16,67% reveló que siempre y otro 16,67% señaló que a veces. En cuanto a la pregunta que si las cuotas son fijadas de acuerdo a lo establecido en la ordenanza un 100% dijo que siempre se fijan las cuotas según lo que dicta la ley.

Análisis e Interpretación del Cuestionario A

Cuadro N° 17 Indicador Fiscalizaciones

Indicador: Fiscalizaciones		
Items 19. En los archivos de la Dirección de Hacienda existe una data actualizada de los contribuyentes del impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES	1	16,67%
CASI NUNCA	3	50,00%
NUNCA	2	33,33%
TOTAL	6	100%
Items 20. Ejecución de Operativos de Fiscalización a los establecimientos comerciales del Municipio, para verificar el cumplimiento de Deberes Formales		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE		
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA	3	50,00%
NUNCA	3	50,00%
TOTAL	6	100%
Items 21. La Administración Tributaria Municipal entrega a los contribuyentes una etiqueta o instintivo que se coloca a la publicidad, para identificar que esta al día con el pago del impuesto		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SIEMPRE)
CASI SIEMPRE		
A VECES		
CASI NUNCA		
NUNCA	6	100,00%
TOTAL	6	100%

Fuente: Empleados de la Dirección de Hacienda Municipal FLA. (2015)

Análisis: Para culminar el análisis de los mecanismos de control se realizó la evaluación del indicador fiscalizaciones, por lo cual se consulto si existe una data actualizada de los contribuyentes del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial en la Dirección de Hacienda Municipal un 50% de la población respondió que casi nunca esa data esta actualizada, un 33,33% señalo que nunca esta actualizada y un 16,67% dijo que a veces. Al consultarle si se ejecutan operativos de fiscalización a los establecimientos un 50% señalo

que casi nunca se realizan y otro 50% reveló que nunca lo hacen; y por ultimo al preguntarle si la administración tributaria municipal hace entrega de etiquetas o instintivos para identificar que el establecimiento esta al día con el pago de los tributos un 100% de la población encuestada manifestó que nunca hacen entrega de algo que señale que se encuentran solventes, excepto la licencia respectiva.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos, según los objetivos previamente planteados en la investigación, se puede concluir lo siguiente:

La evaluación de políticas tributarias usadas para la recaudación del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial por parte de la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua arrojo debilidades en cuanto a los siguientes indicadores: De acuerdo a lo establecido en la ordenanza municipal existe fallas en el cumplimiento de la misma por parte de los funcionarios, ya que no siempre realizan el registro correspondiente de cada contribuyente a la hora de inscribirse y no facilitan el acceso a los interesados de la ordenanza por no contar con el físico de ella, por lo que deben dirigirse a la cámara municipal para poder hacer la solicitud de la misma. Las metas establecidas en el plan operativo anual no son cumplidas, ya que no se logra obtener el monto de recaudación establecido para el ejercicio fiscal debido que parte de los contribuyentes no tienen cultura tributaria, adicional a esto el sistema de cobro no se encuentra actualizado con los avances tecnológicos, por ejemplo puntos de ventas electrónicos, que agilicen el pago, el contribuyente debe dirigirse hasta la alcaldía, esperar a ser atendido para que le faciliten las planillas y los números de cuentas bancarias para realizar la liquidación de sus tributos y posterior a ello regresar a llevar el físico de los Boucher, esto genera largas colas ya que la Dirección de Hacienda realiza jornadas para el pago de los tributos durante un solo mes en el año.

Asimismo se pudo constatar que no se está orientando al contribuyente en cuanto los pasos a seguir para las liquidaciones correspondientes, siendo esto una dificultad al no cumplirse lo reglamentado en la Ordenanza en cuestión, por ende, la Alcaldía debe tomar medidas para informar a los contribuyentes acerca de cómo realizar la liquidación de los impuestos, a fin de aumentar los montos de recaudación.

Se evidencia que existe grado de desconocimiento por parte del contribuyente en lo que se refiere a las obligaciones para con este impuesto, producto a la falta de mecanismos de información o divulgación a través de medios publicitarios, las sanciones aplicadas por incumplimiento de este impuesto son pocas, contribuyendo así a la inexistencia de una cultura tributaria por parte de los contribuyentes. Los representantes legales de los establecimientos realizan modificaciones o transformaciones, así como traslados o cambios de dirección fiscal dentro del municipio de sus locales o de su publicidad muchas veces sin poseer la autorización por parte de la Alcaldía para tal fin.

A partir del análisis de los procedimientos y controles fiscales llevados a cabo por la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del estado Aragua, para la recaudación de los impuestos exigibles por el otorgamiento de autorización para publicidad y propaganda que sea editada, transmitida, instalada, exhibida o distribuida dentro del municipio, se pudo evidenciar que no se dispone de un registro clasificado por tipo de contribuyentes, por ende, no se cuenta con información fidedigna y actualizada para proceder a los respectivos controles fiscales, por lo que se desconoce el número exacto de los establecimientos existentes en la jurisdicción, así como de los autorizados, retirados, cancelados y traspasados, afectando esto el proceso de recaudación y sus montos reales.

También se diagnosticó que al no realizarse censos ni entregar ningún instructivo, no se pueden identificar cuáles son los establecimientos que están al día en el pago de impuestos y cuáles están en condición de morosidad, además no se facilita el hecho de que esta información sirva a su vez como un medio para actualizar la data de los contribuyentes jurídicos y naturales de Francisco Linares Alcántara.

En cuanto a los recursos se pudo conocer que no se cuenta con personal que esté disponible para el proceso de recaudación de acuerdo a los requerimientos de éste, así es evidente la necesidad que tiene la Administración Tributaria Municipal, de contar con un recurso humano suficientemente capacitado y calificado para garantizar la eficiencia del proceso de recaudación de los impuestos municipales.

Todo lo antes expuesto, repercute de forma negativa en la recaudación, y esto se evidencia en la no correspondencia entre lo presupuestado y lo recaudado, esto implica que se encuentran fallas en el proceso de recaudación que pueden ser originadas a partir de la concepción del plan operativo anual, así como lo relativo al establecimiento de metas y la correspondencia de la información relativa a los contribuyentes con las metas de recaudación de impuestos, por lo que es importante que la Alcaldía objeto de estudio, maneje un plan operativo anual en el que se estructuren los objetivos y productos a obtener, así como las metas por cada impuesto, reflejándose las metas y su correspondencia con lo estimado de acuerdo a los contribuyentes registrados.

Aunado al hecho que la Administración Tributaria debe mantener informados a los contribuyentes especiales sobre sus derechos y obligaciones en materia de registro, declaración pago de impuestos y control a que están sujetos. Esto aunque no está relacionado directamente con el cumplimiento de los deberes formales por parte de los

contribuyentes, tiene particular importancia porque permite inferir que los tributos originados por esta actividad, cada día son más preponderantes en la gestión de la Administración Tributaria, lo que sin lugar a dudas repercute directamente en la gestión fiscalizadora en materia de deberes formales de los sujetos ubicados dentro de éstas actividades económicas.

A esto se le suma, el hecho de disponer de poco personal para fiscalizar los establecimientos, lo cual limita la aplicación de controles en tales establecimientos, a fin de que se mejore la recaudación, puesto día a día, esta renta es cada vez más importante.

Es por ello que se torna importante que la referida Alcaldía mejore su proceso de recaudación (de los impuestos referidos a la propaganda y publicidad comercial) con la finalidad de obtener capacidad económica para generar sus propios ingresos. Pues el logro de todo objetivo o meta, está en la planificación, organización e implementación que sean necesarias para lograr lo deseado y perfeccionar las actividades que están implícitas.

Recomendaciones

En función de las conclusiones antes expuestas, la autora de la presente investigación se permitió recomendar lo siguiente:

1. Dar a conocer los resultados de la presente investigación, para que la Dirección de Hacienda Municipal objeto de estudio, implemente soluciones integrales referentes al proceso de recaudación de impuestos.
2. Es necesario que la Administración Tributaria Municipal estudie la posibilidad de incrementar el número de fiscales que posean suficiente calidad y especialización técnica, para llevar a cabo la labor de fiscalización de los establecimientos que se dedican a la edición, transmisión, instalación, exhibición o distribución de la propaganda y publicidad comercial dentro del Municipio, ya que actualmente dispone de insuficientes recursos humanos para desarrollar esta labor.
3. Realizar jornadas de estudios para los funcionarios, así como implementar auditorías de gestión con el fin de perfeccionar los resultados en este sentido.
4. Realizar campañas de concientización a los contribuyentes y facilitarle el acceso a la Ordenanza Municipal para mejorar el conocimiento de los deberes formales establecidos en la misma.
5. Implantar una nueva plataforma tecnológica y actualizar las bases de datos de tal manera que se lleve un control que permita manejar información real y oportuna sobre los entes que realizan actividades económicas dentro de la jurisdicción, para efectos de la fiscalización y la recaudación.
6. Iniciar un proceso de capacitación tecnológica que permita aumentar el nivel de automatización de los procesos.
7. Promover e incentivar a los investigadores, a la realización de estudios y análisis de todos los factores que repercuten en la recaudación de los impuestos municipales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, H. (2007). **El poder publico municipal**. Vadell Hermanos Editores C.A. Venezuela.
- Aldana, R. (2012). **Control fiscal a la recaudación tributaria municipal de expendio de bebidas alcohólicas, Municipio Pampanito, Estado Trujillo**. Trabajo Especial de Grado presentado ante la ULA Núcleo Universitario Rafael Rangel. Trujillo. Venezuela.
- Arias, F. (2006). **Investigación Pedagógica**. México: Editorial Mc-Graw Hill.
- Candal, M. (2005). **Régimen Impositivo Aplicable a Sociedades en Venezuela**. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- Cartay, R. **Las Crisis Económicas y sus Repercusiones en la Economía Venezolana**. [Artículo en línea]. Disponible: http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista_11/Pdf/Rev11Cartay2.pdf. [Consulta: 2015, Mayo 18].
- Carrasqueño, O. (2012). **Vocabulario Municipal Básico**. FUNDACOMUN. Caracas.
- Código Orgánico Tributario (2014). Gaceta Oficial de **de la República Bolivariana de Venezuela**. Ordinaria 6.152. 2014, Noviembre 18.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). 2000). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.453**. (Marzo 24, 2000).
- Enciclopedia Libre (2008). **Globalización**. [Artículo en línea]. Disponible: http://es.wikipedia.org/wiki/Concepto_de_globalizacion. [Consulta: 2015, Septiembre 10].
- Gerencia Jurídica Tributaria del SENIAT. (1997). Referencia HGJT-A-500. (Diciembre, 26, 1997).
- Hernández, C.; Fernández, R. y Baptista, P. (2006). **Metodología de la Investigación**. México: Editorial Mc-Graw Hill.

- Hernández, L. (2011). **La Planificación Tributaria en la Gerencia de Recaudación de la Alcaldía del Municipio Iribarren del Estado Lara**. Trabajo Especial de Grado presentado ante la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Lara. Venezuela.
- Hoyos, Y. (2012). **Estrategias para el Incremento de la Recaudación en los Impuestos de Propaganda Comercial y Espectáculos Públicos del Municipio Bolívar del Estado Aragua**. Trabajo Especial de Grado presentado ante la Universidad de Carabobo. Aragua. Venezuela.
- Jiménez, I. (2013). **Los Impuestos en el Derecho Aragonés**. [Documento en línea. Disponible: <http://www.unizar.es/derecho/derechoaragones/coordfinan.htm>. [Consulta: 2015, Junio 10]
- León, S. (2000). **Descentralización Municipal**. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.geocities.com/mialcaldia.html> [Consulta: 2015, junio 17]
- Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2010). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 4.311. Extraordinario**. (Febrero, 02, 2010).
- Ley Orgánica Financiera del Sector Público (2010). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.029. Extraordinario**. (Septiembre, 05, 2000).
- Márquez, O. (2003). **Manual de Investigación Jurídica**. Colombia: Editorial El Búho.
- Montero, M. (2003). **Permanencia y Cambio de Paradigma**. Planuic. Años 11 y 12. N° 18-19.
- Morales, M. (2011). **Sistema de Control y Fiscalización Tributaria en Materia de Impuesto Sobre las Actividades Económicas de Industria Comercio, Servicios e Índole Similar (Caso Dirección de Hacienda de la Alcaldía del Municipio Colon del Estado Zulia)**. Trabajo Especial de Grado presentado ante la ULA. Mérida. Venezuela.

Ortiz, P. (2006). **Metodología de la Investigación**. Caracas: Editorial La Trilla.

Pineda, L., y Canales, M. (1994). **Metodología en Ciencias de la Salud**. México: Editorial Limusa.

Sabino, C. (1998). **Cómo Hacer una Tesis. Guía para la Elaboración y Redacción de Trabajos Científicos**. Caracas: Editorial Panapo.

Sierra, H. (1997). **Impuestos Municipales**. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.abogado.com.ar/impuestosmun.html> [Consulta: 2015: junio 15]

Tamayo y Tamayo, M. (2007). **El Proceso de Investigación Científica**. Caracas: Editores Limusa.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2006). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas - Venezuela.

Villegas, H. (2008). Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario. 7ma Edición. Buenos Aires: Ediciones De Palma.

ANEXO A

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS ENCARGADOS DE LOS
ESTABLECIMIENTOS**



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA



Encuesta Dirigida a: Los Encargados de los Establecimientos que poseen o ejercen el ejercicio de Publicidad y Propaganda Comercial en el Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua.

Estimado Encuestado:

El cuestionario que se le presenta tiene por finalidad recopilar información para el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL DENTRO DEL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA”**, el cual será presentado en la Universidad de Carabobo.

Al responder el presente cuestionario Usted estará compartiendo información referente al cumplimiento de los deberes formales aplicables a los establecimientos que poseen o ejercen el ejercicio de Publicidad y Propaganda Comercial.

Por ello, lea las siguientes instrucciones para posteriormente proceder al llenado del instrumento:

Marque con equis (x) en el recuadro correspondiente, la opción de respuesta que Usted considere sea más cercana a la realidad de lo que se le pregunta.

Se le agradece responder todas las preguntas.

No escriba su nombre

Muchas gracias.....

Lea Cuidadosamente cada uno de los Ítems presentados a continuación y marque con una “X” su opción.

T.D.A= Totalmente De Acuerdo

D.A= De Acuerdo

P.D.A= Parcialmente De Acuerdo

D= Desacuerdo

T.D= Totalmente Desacuerdo

Nº	Ítems	T.D. A	D. A	P.D. A	D	T.D
1	El proceso de inscripción en el Registro Municipal para establecimientos que poseen o ejerzan la publicidad y propaganda comercial es rápido					
2	La Administración Tributaria Municipal, para la exhibición o ejercicio de la publicidad y propaganda comercial otorga autorizaciones.					
3	Los establecimientos deben solicitar la renovación de la licencia de publicidad y propaganda comercial anualmente.					
4	Para realizar transformaciones o modificaciones a su establecimiento, se solicita previamente ante la Administración Tributaria Municipal un permiso para poder efectuarlo					
5	Para trasladar el establecimiento desde otro lugar del mismo municipio, se debe solicitar un permiso previo ante la Administración Tributaria Municipal para efectuar el traslado.					
6	El otorgamiento de la solvencia de publicidad y propaganda comercial se realiza previa cancelación del impuesto estipulado.					
7	El tamaño de la publicidad y propaganda comercial de su establecimiento tiene las medidas mínimas para considerar el pago del impuesto.					

8	Cuando la publicidad y propaganda comercial sea instalada o editada en un periodo menor a un año se debe cancelar el monto que correspondiera a un año.					
9	La Administración Tributaria Municipal facilita la obtención de la Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial.					
10	El método de recaudación por impuesto de propaganda y publicidad comercial utilizado por la Alcaldía cumple con lo establecido en la Ordenanza					
11	La cantidad a cancelar por el impuesto se ajusta a su establecimiento.					
12	La Administración Tributaria Municipal brinda la facilidad logística para cancelar el impuesto.					
13	La alícuota varía según el tipo de publicidad y propaganda comercial y también el sitio donde se encuentre ubicado					
14	La alícuota debe cancelarse en un periodo determinado del año fiscal.					
15	El establecimiento ha sido fiscalizado por los funcionarios de la Administración Tributaria Municipal					
16	El establecimiento ha sido multado por los funcionarios de la Administración Tributaria Municipal por alguna infracción.					

ANEXO B

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS FUNCIONARIOS DE LA DIRECCIÓN DE
HACIENDA DE LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES
ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA**



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA



Encuesta Dirigida a: Funcionarios de la Dirección de Hacienda Municipal de la Alcaldía de Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua.

Estimado Encuestado:

El cuestionario que se le presenta tiene por finalidad recopilar información para el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL DENTRO DEL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA”**, el cual será presentado en la Universidad de Carabobo.

Al responder el presente cuestionario Usted estará compartiendo información referente a los procedimientos llevados a cabo por la Alcaldía del Municipio Francisco Linares Alcántara del Estado Aragua, para el registro y autorización y control del ejercicio de establecimientos que poseen o ejercen el ejercicio de Publicidad y Propaganda Comercial.

Por ello, lea las siguientes instrucciones para posteriormente proceder al llenado del instrumento:

Marque con equis (x) en el recuadro correspondiente, la opción de respuesta que Usted considere sea más cercana a la realidad de lo que se le pregunta.

Se le agradece responder todas las preguntas.

No escriba su nombre

Muchas gracias.....

Lea Cuidadosamente cada uno de los Ítems presentados a continuación y marque con una “X” su opción.

S= Siempre

C.S= Casi Siempre

A.V= A Veces

C.N= Casi Nunca

N= Nunca

Nº	Ítems	S	C.S	A.V	C.N	N
1	La Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial establece que se debe informar a los interesados los requisitos a consignar para la inscripción de su establecimiento en el Registro Municipal.					
2	Se crea un numero de expediente por cada inscripción de establecimientos o personas que ejerzan publicidad en el Municipio					
3	Hay facilidad de acceso a la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el interesado.					
4	Existe una meta de recaudación por Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial en el Plan Operativo Anual					
5	Las metas de recaudación establecidas en el Plan Operativo Anual son logradas eficazmente.					
6	La Dirección de Hacienda cuenta con puntos de Venta electrónicos para facilitar el pago por parte del contribuyente.					
7	El personal esta capacitado para trabajar de manera coordinada y rápida para realizar los cobros por impuestos.					
8	La Administración Tributaria Municipal cuenta con folletos para dar a conocer al usuario sobre los bancos y planillas para realizar los pagos.					
9	Los usuarios son informados sobre el lapso para cancelar los impuestos					

10	Elaboración de jornadas para impulsar al cumplimiento de pagos por impuestos durante el mes correspondiente.					
11	Generan incentivos por pronto pago al usuario que cancela con puntualidad.					
12	Revisión constante de que los ingresos correspondan a la inscripción o actualización de los impuestos municipales					
13	Supervisión al personal para que cumpla con sus labores					
14	Evaluación del cumplimiento y resultados por parte del Órgano Contralor Municipal					
15	Actualización del personal en el área tributaria para un mejor servicio					
16	Existe un Sistema Administrativo-Contable Actualizado para facilitar el control financiero de la Alcaldía					
17	Verificación del Cumplimiento de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial por parte del Contribuyente					
18	Fijación de cuotas según lo establecido en la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial					
19	En los archivos de la Dirección de Hacienda existe una data actualizada de los contribuyentes del impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial					
20	Ejecución de Operativos de Fiscalización de los contribuyentes del impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial					
21	La Administración Tributaria Municipal entrega a los contribuyentes una etiqueta o instintivo que se coloca a la publicidad, para identificar que esta al día con el pago del impuesto.					

ANEXO C
CARTAS DE VALIDACIÓN



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADDO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA



Carta de Validación

Yo, Raul Sanja, titular de la Cédula de Identidad N° 2244030, de profesión Abogado, mediante la presente hago constar que he revisado y aprobado desde el punto de vista Contenido, el instrumento de recolección de información que será aplicado a la muestra seleccionada en la investigación del trabajo titulado: **“CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DENTRO DEL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA”**. Diseñado por **Eliana Jiménez**, titular de la Cédula de Identidad N° 17.366.628. Dicho instrumento va a ser utilizado en la elaboración del Trabajo Especial de Grado para Optar al Grado Académico de Especialista en Gerencia Tributaria.

Constancia que se expide en La Morita a los 17 días del mes de 11 de 2015

Atentamente;

Raul Sanja

Firma



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
AREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA TRIBUTARIA
CAMPUS LA MORITA



Carta de Validación

Yo, Consuelo Carrera, titular de la Cédula de Identidad N° 4613 674, de profesión Doc. de Metodología mediante la presente hago constar que he revisado y aprobado desde el punto de vista Metodológico, el instrumento de recolección de información que será aplicado a la muestra seleccionada en la investigación del trabajo titulado: **“CONTROL FISCAL PARA LA RECAUDACION DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DENTRO DEL MUNICIPIO FRANCISCO LINARES ALCANTARA DEL ESTADO ARAGUA”**. Diseñado por **Eliana Jiménez**, titular de la Cédula de Identidad N° 17.366.628. Dicho instrumento va a ser utilizado en la elaboración del Trabajo Especial de Grado para Optar al Grado Académico de Especialista en Gerencia Tributaria.

Constancia que se expide en La Morita a los 14 días del mes de Noviembre de 2015

Atentamente;