



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
MATURÍN- MONAGAS- VENEZUELA**

**ESTUDIO DE LA IMPORTANCIA DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA
Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL
MUNICIPIO MATURÍN. PERÍODO 2005-2010**

Asesores:

**Prof. (a) María Campos
Prof. (a) Yolanda Buriel
Prof. (o) Luis Morales**

Autores:

**Br. Anais Reyes C.I: 17.934.251
Br. Milagros Salazar C.I: 17.241.997**

**Trabajo de Grado Modalidad Cursos Especiales de Grado Presentado como
requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Contaduría Pública.**

Maturín, Marzo de 2012

ACTA DE APROBACION



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
MATURÍN- MONAGAS- VENEZUELA.

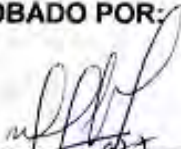
ACTA DE APROBACIÓN

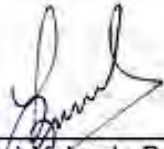
ESTUDIO DE LA IMPORTANCIA DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA
Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL
MUNICIPIO MATURÍN. PERÍODO 2005-2010


REALIZADO POR:

Br. Anais Reyes C.I: 17.934.251
Br. Milagros Salazar C.I: 17.241.997

APROBADO POR:


Prof. (a) María Campos
Asesor Académico


Prof. (a) Yolanda Buriel
Jurado Principal


Prof. (o) Luis Morales
Jurado Principal

Maturín, Marzo de 2012

RESOLUCIÓN

Según lo establecido, en el Artículo 41 del Reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad de Oriente:

"Los Trabajos de Grado son de exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del consejo de núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al consejo universitario".



DEDICATORIA

A **Dios** todopoderoso porque ha sido mi guía en todo momento y sé que sin ti jamás hubiese alcanzado esta meta.

A mis padres **Tivisay Salazar** y **Miguel Reyes**, por ser mis mejores ejemplos de constancia y fortaleza, pero sobre todo por el amor y apoyo que me han brindado a lo largo de mi vida, este triunfo se los debo a ustedes. Los Amo.

A mi hermana **Evelin**, por todo el apoyo incondicional que he recibido de ella en mi formación personal y profesional, gracias por ser parte de este logro, Te Quiero.

A mis queridos hermanos **Miguel, Alexander** y **Victor**, por aportar su granito de arena para que yo cumpliera con esta gran meta.

A mis sobrinos **Reiber, Clareth, Valeria** e **Ignacio**, espero mis niños que esto le sirva de ejemplo. Los quiero.

A mis abuelas, tías, tíos, primas y primos, por sus palabras de aliento y sabios consejos, que me acompañaron a lo largo de este camino.

A **Milagros Salazar** mi compañera de trabajo, por estar conmigo a lo largo de esta carrera, y por ser parte de este maravilloso triunfo, ¡gracias amiga, que Dios te bendiga siempre!

A mis amigas **Karina, Gladys y Militsy**, por todos esos bellos momentos que compartieron conmigo, los cuales me sirvieron de gran experiencia, las quiero mucho.

A todas aquellas personas que de una u otra forma compartieron conmigo sus conocimientos y experiencias, fueron de gran ayuda para mi, mil gracias por su apoyo.

A todos gracias!!!

Anais Reyes



DEDICATORIA

A **Dios Todopoderoso**, porque me ha iluminado y guiado a lo largo de la vida ayudándome a vencer todos los obstáculos y culminar con éxito mi carrera universitaria, Gracias

A mis padres, **María Del Carmen Centeno** por su dedicación, amor y esfuerzo, sin tu apoyo no hubiera alcanzado este logro y **Agustín Del Jesús Salazar López**, que a pesar de no estar presente físicamente siempre lo llevo en el corazón, sus consejos han impulsado cada uno de mis pasos.

A mis abuelos, **Joaquina y Jorge**, ya no se encuentran conmigo pero han sido parte fundamental en mi vida, siendo un ejemplo de perseverancia y constancia, **los quiero y los tengo siempre presente.**

A mis hijos, **khriz y khriztian**, por lo importante que son en mi vida, ellos me han impulsado a seguir adelante, **los Amo.**

A **Zuleima Zabala** (mi tía Bella) por todos sus consejos y haber confiado en mi ayudándome a ingresar a esta casa de estudios.

A mis tías, primas y demás familiares que de una u otra forma han estado a mi lado brindándome su apoyo incondicional durante toda la carrera.

A mi compañera de trabajo **Anais Reyes**, por acompañarme a lo largo de la carrera especialmente en este último paso para alcanzar esta meta, su tolerancia y ganas de salir adelante fueron de gran apoyo y a su hermana

Evelin por ser nuestra asesora profesional y compartir con nosotras parte de su valioso tiempo llevándonos de la mano cuando mas la necesitábamos, **Dios las Bendiga.**

Mis amigas **Karina** y **Gladys** porque siempre estuvieron ahí en las buenas y malas junto a Anais velando que nunca decayera, dándome esa palabra de aliento en los momentos difíciles.

Todos aquellos amigos o conocidos que de alguna manera forman parte de este logro.

Sinceramente muchas
GRACIAS

Milagros Salazar

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso por haber iluminado el camino que nos condujo al logro de esta meta.

A nuestros padres quienes representan los modelos a seguir, porque con ellos y sus palabras de aliento lograron que nosotras pudiéramos culminar esta carrera.

A nuestros hermanos por estar siempre ahí para apoyarnos en el día a día.

A nuestros amigos y amigas que junto a nosotras vivieron las mejores experiencias.

A nuestros asesores, Lcda. María Campos, Lcda. Yolanda Buriel y el Lcdo. Luís Morales, los cuales nos apoyaron al darnos los consejos necesarios para cumplir con nuestra meta.

A la Universidad de Oriente por abrirnos sus puertas hacia el conocimiento y la excelencia y a todos los profesores por el apoyo que nos brindaron a lo largo de nuestra carrera.

A todos gracias

ÍNDICE GENERAL

ACTA DE APROBACION	ii
RESOLUCIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xii
RESUMEN	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES	3
1.1 PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Delimitación	5
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	7
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO	11
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.2 BASES TEÓRICAS	12
2.3 BASES LEGALES	21
CAPÍTULO III	26
MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	26
3.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	27
CAPÍTULO IV	28
DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	28
4.1 IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO UTILIZADO PARA DETERMINAR EL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO MATURÍN	28
4.2 DETALLE DE LOS NIVELES DE LAS DIFERENTES FUENTES DE INGRESO DEL MUNICIPIO MATURÍN, PERÍODO 2005-2010	31
4.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO MATURÍN	34

4.4 ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN E IMPORTANCIA QUE TIENE EL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL MUNICIPIO MATURÍN37

CAPÍTULO V40

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....40

CONCLUSIONES40

RECOMENDACIONES48

BIBLIOGRAFÍA49

HOJAS METADATOS51



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial	36
Período 2005-2010	36
Gráfico N° 2: Participación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial Durante el Período 2005-2010.....	39



ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Medios Utilizados para Determinar el Impuesto.....	29
Cuadro N° 2: Fuentes de Ingreso del Municipio Maturín.....	33
Cuadro N° 3: Comportamiento del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial Durante el Período 2005-2010.....	35
Cuadro N° 4: Participación e Importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en Función del Ingreso Total del Municipio	38





**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
MATURÍN- MONAGAS- VENEZUELA.**

**ESTUDIO DE LA IMPORTANCIA DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA
Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL
MUNICIPIO MATURÍN. PERÍODO 2005-2010**

**Asesor:
Prof. (a) María Campos**

**Autores:
Br. Anais Reyes C.I: 17.934.251
Br. Milagros Salazar C.I: 17.241.997**

RESUMEN

Los ingresos obtenidos mediante la recaudación tributaria representan una de las principales fuentes de financiamiento que permiten atender la gran demanda de las necesidades de la población, tanto a nivel estatal como municipal, los Municipios mediante el ejercicio de su autonomía recaudan e invierten sus ingresos, en el Municipio Maturín existen diversas fuentes de financiamiento entre la más destacada se encuentra la proveniente por el ingreso tributario que permite cubrir gran parte el gasto público. El presente trabajo tuvo como objetivo estudiar la importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín. Esta investigación se caracteriza por ser de tipo documental con un nivel descriptivo. Entre las técnicas de recolección se utilizó, la revisión bibliográfica para obtener información relevante sobre el tema. En este estudio se concluyó que: durante los períodos 2005-2010 los niveles de recaudación en el Municipio Maturín con relación al Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial se incrementaron de manera significativa durante cada año, lo que resulto muy favorable para el Municipio, debido a que el ingreso obtenido es necesario para la optimización de los servicios públicos, satisfacción de las necesidades básicas y por ende al logro de una mejor calidad de vida.

Palabras Claves: Impuesto, Propaganda y Publicidad, Nivel de Recaudación.

INTRODUCCIÓN

Venezuela es un país que siempre ha considerado como fuente principal los ingresos derivados del petróleo para su desarrollo, sin embargo con el transcurrir de los años se ha tomado en cuenta la importancia que representan los impuestos en el crecimiento económico del país.

Los impuestos son fundamentales para la nación, en vista, que son prestaciones en dinero que el Estado exige en virtud de una Ley, con el propósito de cubrir los gastos que realiza el Gobierno a través de las inversiones públicas destinadas a lograr una mejor calidad de vida de la ciudadanía.

Por tal motivo, es necesario que el proceso de recaudación de los impuestos se realice de manera controlada y transparente, evitando las constantes evasiones, buscando un equilibrio fiscal, mediante la disminución de la carga tributaria, incentivando a la inversión y ayudando a la vez al desarrollo económico del Municipio.

Los Municipios precisan diseñar y ejecutar políticas tributarias, concretando una serie de impuestos, para obtener ingresos públicos ordinarios que les permita poner en práctica los planes de desarrollo.

Sin embargo, se puede indicar que para el Municipio Maturín del Estado Monagas son diversas las fuentes de ingresos, entre las cuales se encuentra el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial, cuya recaudación tiene impacto en la ejecución de las actividades competentes del Municipio, orientadas a satisfacer las necesidades colectivas.

En tal sentido, esta investigación tiene como objeto estudiar la importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín.

En concordancia a, lo anteriormente expuesto la presente investigación se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: El Problema y sus Generalidades. Aquí se presenta el Planteamiento del Problema, los Objetivos tanto General como Específicos, la Justificación, Delimitación y Definición de Términos.

Capítulo II: Marco Teórico. Se refiere a los Antecedentes del Problema, los Fundamentos Teóricos tomados en cuenta para la investigación y las Bases Legales.

Capítulo III: Marco Metodológico. Comprende el Tipo de Investigación, Nivel de Investigación, Técnicas de Recolección de la Información.

Capítulo IV: Desarrollo de la Investigación. Se muestra el desarrollo y análisis con respecto a los objetivos planteados.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones. Se muestran las conclusiones obtenidas luego de haber realizado los respectivos análisis de los objetivos trazados, así como recomendaciones pertinentes, Bibliografía, linkografía.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES

1.1 PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente los tributos proporcionan parte de los ingresos que permite sostener el gasto público; en Venezuela la obtención de los ingresos mediante los tributos ha cobrado una gran importancia a raíz del constante crecimiento poblacional, aunado a las demandas de sus necesidades, tal situación a propiciado la implementación de medidas orientadas al aumento de los niveles de recaudación con repercusión en beneficios para la sociedad.

Cabe destacar que los Estados y Municipios establecen normas para cumplir con ciertas funciones dentro de los límites de cada jurisdicción; según las necesidades, características que posean, la explotación de los recursos con que cuenta y el desarrollo de sus actividades.

En este sentido, el Municipio Maturín en su carácter autónomo crea, recauda e invierte los ingresos para operar satisfactoriamente a través de la administración de sus bienes.

Sin embargo, existen dentro del Municipio Maturín numerosas fuentes de ingresos entre las cuales se mencionan: Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos, Vehículos, Espectáculos Públicos, Juegos y Apuestas Lícitas, destacándose el Impuesto Sobre Actividades Económicas de Industria,

Comercio, Servicios o de Índole Similar y el de Propaganda y Publicidad Comercial, debido al grado de industrialización que posee el Municipio.

Por otra parte, la Ordenanza regula la actividad de propaganda y publicidad en la jurisdicción del Municipio, tanto en los aspectos formales como en su contenido, de tal manera que no representa peligro para las buenas costumbres, la salud y educación de los ciudadanos, así como también la seguridad física de transeúntes y conductores. Por lo tanto resulta importante determinar los niveles de recaudación que obtiene el Municipio por este concepto.

En virtud de ello la presente investigación tiene como propósito estudiar la importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín, en vista de que los ingresos obtenidos por este concepto son de gran interés para la sociedad en general debido a que están destinados a lo optimización de los servicios públicos.

Por lo antes expuesto se puede indicar que la presente investigación pretende dar respuestas a las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo se determina el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en el Municipio Maturín para los períodos objeto de estudio?
- ¿Cuáles son las fuentes de ingresos del Municipio Maturín?
- ¿Qué niveles de recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial obtuvo el Municipio Maturín?
- ¿Cuál es la importancia que tiene el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el Municipio Maturín?

1.1.1 Delimitación

La presente investigación tiene como finalidad estudiar la importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín durante el período 2005-2010.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo General

Estudiar la importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar el medio utilizado para determinar el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en el Municipio Maturín.
- Detallar los niveles de las diferentes fuentes de ingreso del Municipio Maturín para el período de estudio.
- Identificar los niveles de recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en el Municipio Maturín.
- Analizar la participación e importancia que tiene el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín.

1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito de este estudio es aproximarnos a la realidad en cuanto al manejo de los ingresos derivados por la recaudación del Impuesto Sobre

Propaganda y Publicidad Comercial por parte del Municipio Maturín con el fin de reunir la información que nos permita identificar y describir la situación de los factores involucrados.

En tal sentido la presente investigación se justifica en varios aspectos:

Económico

Los ingresos obtenidos por la recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial, mediante el pago del tributo antes mencionado que realizan las personas naturales o jurídicas en calidad de contribuyentes o responsables le permite al Municipio satisfacer algunas necesidades y cumplir en cierta parte con las competencias correspondientes.

Social

El Municipio tiene el trabajo de promover el desarrollo local, lo cual se evidencia en la prestación o dotación adecuada de los servicios públicos, la generación de fuentes de empleo a través de la contratación de personal calificado para el mantenimiento de las vías públicas, abastecimiento de agua, servicio de aseo urbano, construcción, ampliación, mejoramiento de estructuras destinadas a la educación, cultura, deporte, recreación que garanticen una mejor calidad de vida a sus habitantes.

Institucional

Cabe destacar que este trabajo servirá como punto de apoyo para todos aquellos que deseen indagar con respecto al tema abordado o como marco de referencia para investigaciones similares, en las universidades públicas y privadas.

1.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Contribuyentes: Los sujetos pasivos respecto de los cuales se verifica el hecho imponible de la obligación tributaria. (Garay J, 2001, p. 9).

Impuestos: Es una clase o tipo de tributo, cuya obligación tiene como hecho imponible una situación independiente de toda actividad estatal relativa al contribuyente. (Legislec Editores, C.A. 2001, p. 13).

Ingresos: Dinero o equivalente monetario que es ganado o recibido como contrapartida por la venta de bienes y servicios. (Diccionario de Administración y Finanzas, 2000, p.274)

Municipio: Es una persona jurídica, en virtud de que tiene un patrimonio propio, posee autonomía para gobernarse y administrar su hacienda pública, se integra por una población que habita en un territorio determinado, es la célula básica que conforma el tejido político, administrativo y territorial de las entidades federales. (<http://www.monografía.com>).

Ordenanza: Son los actos que sancionan el concejo o el cabildo distrital para establecer normas de aplicación general sobre los asuntos específicos de interés local constituyen el basamento jurídico de toda actividad municipal y a través de ella, el Municipio ejerce la autonomía que en ciertas materias le otorga la constitución nacional. (Larousse, 2004, p.743).

Publicidad Comercial: Se entiende por publicidad comercial, todo anuncio o mensaje divulgado por cualquier medio publicitario, destinado a

dar a conocer, promover o informar sobre productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de forma directa o indirecta, a consumidores, compradores o usuarios de los mismos. (Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial, Art. 2, p.2).

Recaudación: Actividades llevada a cabo por el gobierno para proporcionar liquidez a los fondos públicos. (Diccionario de Administración y Finanzas, 2000 p.428).

Responsables: Son los sujetos pasivos que sin tener el carácter de contribuyentes deben, por disposición legal, cumplir las obligaciones atribuidas a estos. (Código Orgánico Tributario, Art. 25).

Situado Constitucional: Es el ingreso que le corresponde a los Municipios en cada Ejercicio Fiscal, de conformidad con lo dispuesto en el Numeral 4 del Artículo 167 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en proporción a la población y la extensión territorial de cada Municipio. (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999, p.59).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se mencionan algunas investigaciones que aún cuando no están directamente relacionadas con el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial sirvieron de gran apoyo a la presente investigación:

Evariste y Vizcaíno (2008), en la Universidad de Oriente desarrollaron un trabajo de tipo documental y campo, cuyo título es: **"Análisis del Proceso de Recaudación de los Impuestos Municipales y su Realización con los Beneficios Socios Laborales en la Alcaldía de Maturín año 2007"**, en el cual concluyeron:

"En cuanto a los procesos de fiscalización y recaudación no se encontraron graves fallas que tengan incidencia en los recursos que se obtienen".

Guzmán (2006), en la Universidad de Oriente desarrollo un trabajo de tipo documental y campo titulado: **"Estudio Legal y Financiero sobre el Incumplimiento de los Deberes Formales de Tributación en la empresa Efrén Guzmán Servicios Múltiples, C.A"**. Donde concluye:

"Las operaciones realizadas por la empresa en estudio, exige el cumplimiento de los deberes formales, los cuales deben realizarse para evitar sanciones y contribuir con el bienestar social. Cualquier incumplimiento de la preparación, declaración y pago de los deberes tributarios es motivo de penalización o sanción, no solamente para los contribuyentes sino también para los representantes de las empresas".

2.2 BASES TEÓRICAS

Impuesto

Legislec Editores (2001) expresa lo siguiente: “Prestación pecuniaria, obtenida de los particulares autoritariamente, a título definitivo, sin contrapartida para la cobertura de las cargas públicas o para otros fines del Estado”. (p.47).

Tributo en dinero, exigido en correspondencia a una renta que concreta en forma individual por parte de la administración pública, como consecuencia de la posesión de un patrimonio, la circulación de bienes o la adquisición de utilidad o ingresos.

Características de los Impuestos

Las características de los impuestos son las siguientes:

1. Es la cantidad que constituye una obligación.
2. Deben ser establecidos por la Ley.
3. Debe ser proporcional y equitativo.
4. Está a cargo de personas físicas y morales
5. Se encuentran en la situación jurídica prevista por la Ley.
6. Debe destinarse a cubrir los gastos públicos.

(<http://www.impuestos.us.com>).

Recaudación de los Impuestos

El sistema de recaudación de impuestos consiste en la recepción de pagos que deben realizar los contribuyentes a la Alcaldía por las diferentes obligaciones tributarias. (<http://www.provincial.com>).

Clasificación de los Impuestos

Según "Acedo Payares" (1.999), existen innumerables clasificaciones de los impuestos, sin embargo éstas son las más importantes:

- **Impuestos Directos:** Es cuando el tributo o la obligación, recae directamente sobre el sujeto que incurre en el hecho gravable o imponible y no hay manera de poder trasladarlo a otras personas o sujetos.
- **Impuestos Indirectos:** Es cuando el tributo recae sobre la actividad y no sobre el sujeto en sí, permitiendo el traslado del impuesto hacia otros sujetos.
- **Impuestos Ordinarios:** Desde el punto de vista económico es cuando se origina y produce en forma periódica la renta, y desde el punto de vista financiero, cuando su producto fluye en forma periódica y constante a las áreas fiscales estos gravan la renta de la economía.
- **Impuestos Extraordinarios:** Desde el punto de vista financiero es cuando no se produce su aporte periódico y regular; y desde el punto de vista económico es cuando proviene del capital. Afecta el capital privado.

- **Impuestos Especiales:** Tiene una finalidad específica, ejemplo: impuesto sobre las gasolinas, destinado a la construcción de nuevas vías de comunicación o al mantenimiento de las mismas.
- **Impuestos Nacionales, Estadales, y Municipales:** Esta clasificación se le asigna a la competencia que se le atribuye a cada poder dentro de un régimen federal.
- **Impuestos Municipales:** Son establecidos por el Municipio sin que exista obligación de contraprestación inmediata por su parte que pueda individualizarse en el contribuyente: los Impuestos Municipales tienen su basamento legal en los Artículos 179 y 180 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y en el Artículo 111 de la Ley Orgánica del Régimen Municipal en el cual establece que los Municipios pueden crear impuestos, recaudarlos e invertirlos en bienes y servicios para la comunidad. (p.23)

Entre estos tenemos: Impuesto Sobre Vehículos, Inmuebles Urbanos, Espectáculos Públicos, Juegos y Apuestas Lícitas, Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar y Propaganda y Publicidad comercial.

Tipos de Impuestos Municipales

Según las ordenanzas correspondientes:

- **Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos:** El Impuesto Sobre Inmuebles Urbanos recae sobre toda persona que tengan derechos de propiedad, u otros derechos reales, sobre bienes inmuebles ubicados en la

jurisdicción municipal de que se trate o los beneficiarios de concesiones administrativas sobre los mismos bienes.

- **Impuesto Sobre Vehículos:** El Impuesto Sobre Vehículos grava la propiedad de vehículos de tracción mecánica, cualesquiera sea su clase o categoría y sean propiedad de una persona natural residente o una persona jurídica domiciliada en el Municipio respectivo.
- **Impuesto Sobre Espectáculos Públicos:** Este impuesto gravará la adquisición de cualquier boleto, billete o instrumento similar que origine el derecho a apreciar un espectáculo en sitios públicos o en salas abiertas al público.
- **Impuesto Sobre Juegos y Apuestas Lícitas:** EL Impuesto Sobre Juegos y Apuestas Lícitas, es el tributo que debe pagar el Agente de Percepción (Contribuyente) al Fisco Municipal por la explotación de los juegos legalmente permitidos dentro de ésta jurisdicción, tales como: Loterías y Rifas en toda su expresión, Video Loterías, Casinos, Mesas de Juegos, Salas de Bingo y Máquinas Traganíqueles, Carreras de Caballos, Apuestas instantáneas efectuadas sobre éstas (vende y paga), Sport Books (Local cerrado para apuesta deportiva permitida por la Ley), Máquinas, Aparatos o Artefactos de Juegos accionadas o medios telemáticos, Peleas de Gallos, Partidas de Fútbol, Béisbol, y cualquier otro tipo de juego de envite o azar permitido en el Municipio respectivo.
- **Impuesto Sobre Actividades Económica de Industria, Comercio, Servicios o de índole Similar:** Todas las personas que lleven a cabo una actividad industrial, comercial o de naturaleza similar están obligados a obtener una licencia municipal y pagar el impuesto de patente en la jurisdicción municipal donde ejerzan sus actividades. Las

tarifas para la patente se fijan de diversas formas dependiendo de la naturaleza del negocio. El Impuesto Sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar se ha caracterizado no por ser una de las primeras fuentes sino la principal de recursos financieros para el funcionamiento del Municipio.

- **Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial:** Se entiende por publicidad comercial todo anuncio o mensaje divulgado por cualquier medio publicitario, destinado a dar a conocer, promover o informar sobre productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de forma directa o indirecta, a consumidores, compradores o usuarios de los mismos.

Hecho imponible de Propaganda y Publicidad Comercial:

Está constituido por aquella actividad dirigida a la difusión de mensajes destinados a informar al público sobre la existencia de productos o servicios divulgados por un medio emitido con fines comerciales.

(<http://www.monografias.com>)

Base imponible de Propaganda y Publicidad Comercial:

Los parámetros para establecer la base imponible varían según el tipo de propaganda o publicidad comercial, las medidas, la cantidad de ejemplares o tiempo, multiplicándolos por el valor expresado en Unidades Tributarias (U.T). (<http://www.monografias.com>)

Sujeto activo de Propaganda y Publicidad Comercial:

Según el Artículo 3, párrafo único de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial es sujeto activo:

La Administración Tributaria Municipal, quien deberá exigir a los agentes de percepción el cumplimiento de las obligaciones tributarias. (p.2).

Sujeto pasivo de Propaganda y Publicidad Comercial:

De acuerdo al Artículo 54 de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial es sujeto pasivo:

Las personas naturales o jurídicas que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional, que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia de los medios o los elementos publicitarios a través de los cuales se difundan mensajes de publicidad. (p.29).

Exenciones y Exoneraciones del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial:

De acuerdo al Artículo 85 de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial están exentos del pago de este impuesto:

1. Los anuncios fijos de personas naturales indicativos de su profesión, oficio, siempre que solo indiquen el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección, que estén colocados en el inmueble en la cual la ejercen y no excedan de un metro cuadrado (1 m²).

2. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a este fin.
3. Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también los distintivos de concesionario.
4. Las inscripciones de autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, lapidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie utilizada no exceda de doscientos centímetros cuadrados (200 cm^2).
5. Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que ocupen una superficie no mayor de cincuenta centímetros cuadrados (50 cm^2).
6. Los letreros que solo indiquen la firma, razón social, denominación comercial o los ramos de una oficina, empresa o negocio cuando hayan sido esculpidos, pintados, o colocados en planos sobre la fachada del edificio que se encuentren situados en el negocio, oficina o empresa siempre que su superficie no exceda de un metro cuadrado (1 m^2), debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en la presente ordenanza.
7. La publicidad sobre prevención de accidentes o de consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud.
8. Las destinadas a las campañas de la salud y prevención de la enfermedad.
9. Todas aquellas campañas y mensajes publicitarios referentes a la protección del ambiente, que estén dentro de los límites del metraje normativo, el cual es de un metro cuadrado (1 m^2). (p.40).

Según el artículo 86 de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial El Concejo Municipal podrá autorizar al Alcalde para exonerar en los siguientes casos:

1. La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia Venezuela o dentro del país.
2. La publicidad relativa a conciertos instrumentales o vocales, y de las exhibiciones de artes u oficios.
3. La publicidad de espectáculos cuando se consideren de carácter educativo o cultural.
4. La publicidad contenida en artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares. (p.42).

Requisitos para solicitar la inscripción en la Dirección de Administración Tributaria Municipal

Según el artículo 8 de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial:

Toda empresa o empresario de publicidad que pretenda operar como tal, de manera permanente, en la jurisdicción del Municipio Maturín, deberá solicitar su inscripción en la Dirección de Administración Tributaria Municipal, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- Carta explicativa dirigida a la Dirección de Administración Tributaria Municipal.
- Copia de la cédula de identidad del presidente o vicepresidente de la empresa.

- Copia y original del acta constitutiva de la empresa (el original será devuelto al solicitante).
- Copia y original del RIF actualizado.
- Licencia de Actividades Económicas correspondiente y del recibo del último trimestre cancelado por este concepto.
- Solvencias municipales de la empresa. (p.4).

Requisitos para solicitar el permiso correspondiente:

De acuerdo al artículo 13 de la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial:

El permiso correspondiente deberá solicitarse ante la Dirección de Administración Tributaria Municipal, la cual tendrá un plazo de diez (10) días hábiles, para responder, a excepción cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación, el Departamento de Desarrollo Urbano se reservará un lapso de quince (15) días hábiles para dar cualquier objeción u aprobación al respecto.

En la solicitud de permiso el interesado deberá consignar lo siguiente:

- Carta exposición de motivos, dirigida a la Dirección de Administración Tributaria Municipal.
- Identificación y domicilio del solicitante con su debida indicación de los datos de inscripción de la empresa de publicidad, si fuere el caso.

- Características y formas de la publicidad y de los medios publicitarios a utilizar.
- Indicar el tiempo en el cual será exhibida, instalada, distribuida o transmitida, el número de ejemplares el sitio y/o el espacio a ocupar.
- Cualquier otro dato que las Autoridades Competentes Municipales, conforme a la normativa que rige la materia, determinen pertinente. Igualmente, se deberá acompañar los siguientes recaudos:
 - Una muestra de textos, afiches, estampas, cartel o cualquier otro medio sobre el cual se va a realizar la publicidad comercial, indicando a pie de página de esta muestra, el RIF y Razón Social de la imprenta que va a realizar las respectivas impresiones de la publicación.
 - En caso de publicidad fijada en carteles, vallas y similares, fotografías actuales del sitio donde se instalara, plano de situación a escala y diseño; y en caso de anuncios con estructura propia, planos y cálculos firmados por un Ingeniero colegiado.
 - Será imprescindible obtener, previamente, el visto bueno de la Dirección de Desarrollo Urbano, en los casos expresamente señalados en esta Ordenanza, salvo aquellos medios publicitarios que por su característica y naturaleza no requieran de cálculos estructurales. (p.6).

2.3 BASES LEGALES

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Artículo 133: Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley.

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

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

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

Artículo 179: Los Municipios tendrán los siguientes ingresos:

1. Los procedentes de su patrimonio, incluso el producto de sus ejidos y bienes.
2. Las tasas por el uso de sus bienes o servicios; las tasas administrativas por licencias o autorizaciones; los Impuestos Sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios , o de Índole Similar, con las limitaciones establecidas en esta Constitución; los Impuestos Sobre Inmuebles Urbanos, Vehículos, Espectáculos Públicos, Juegos y Apuestas Lícitas, Propaganda y Publicidad Comercial; y la contribución especial sobre plusvalías de las

propiedades generadas por cambios de uso o de intensidad de aprovechamiento con que se vean favorecidas por los planes de ordenación urbanística.

3. El impuesto territorial rural o sobre predios rurales, la participación en la contribución por mejoras y otros ramos tributarios nacionales o estatales, conforme a las leyes de creación de dichos tributos.
4. Los derivados del situado constitucional y otras transferencias o subvenciones nacionales o estatales.
5. El producto de las multas y sanciones en el ámbito de sus competencias y las demás que le sean atribuidas.
6. Los demás que determine la ley.

Artículo 316: El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica del o la contribuyente, atendiendo al principio de progresividad, así como la protección de la económica nacional y la elevación del nivel de vida de la población, para ello se sustentará en un sistema eficiente para la recaudación de los tributos.

Código Orgánico Tributario

Este marco jurídico determina las disposiciones que se le aplican a los tributos nacionales, estatales, municipales y las relaciones derivadas de ellas en cuanto le sean aplicadas.

Ley Orgánica de Régimen Municipal

Artículo 1: Establece que esta Ley Orgánica tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización,

gobierno, administración, funcionamiento y control de los Municipios y demás entidades locales determinadas en esta ley.

Ley Orgánica de Hacienda Pública

Artículo 22: Este artículo se refiere a la procedencia de los ingresos que necesita el país para hacer frente a todas las necesidades de la colectividad.

Establece que los ingresos de los estados son los siguientes:

1. Los procedentes de su patrimonio y de la administración de sus bienes.
2. Las tasas por el uso de sus bienes y servicios.
3. Las multas, sanciones e intereses que se impongan a su favor por disposición de la ley.
4. El producto de lo recaudado por concepto de venta de especies que sean asignados por esta ley.
5. Los impuestos, tasas y contribuciones especiales que sean asignadas por esta ley y por otras leyes nacionales.
6. El producto de los contratos celebrados por el ejecutivo estatal.
7. Los dividendos y demás participaciones que le correspondan por su suscripción o participación en el capital de empresa de cualquier género.
8. Los recursos que le corresponden por concepto de situado constitucional.
9. Los recursos provenientes de asignaciones económicas especiales.

10. Los recursos provenientes de cualquier otra transferencia o subvención, así como le sean asignados como participación en los tributos nacionales de conformidad con la ley nacional.
11. Las donaciones, las herencias y legados hechos a su favor.
12. El producto de cualquier recurso o extraordinario que legalmente le corresponda.

Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial

Según el Artículo 1: La presente Ordenanza tiene por objeto regular la publicidad comercial que sea editada, instalada, transmitida, exhibida o distribuida en el Municipio Maturín. (p.1)



CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se realizó una investigación documental, basada en la recopilación de material bibliográfico, con el fin de obtener información relevante sobre la temática planteada.

Se entiende por investigación documental, el estudio de problemas con el propósito de cumplir y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo principalmente en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos o electrónicos. La originalidad de un estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones y, en general, en el pensamiento del autor. (UPEL, 2005, P.15)

3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de la investigación es de carácter descriptivo, debido a que la información obtenida puntualiza la importancia de la recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial para la economía del Municipio Maturín.

Fidias G. Arias, (2004) La investigación descriptiva:

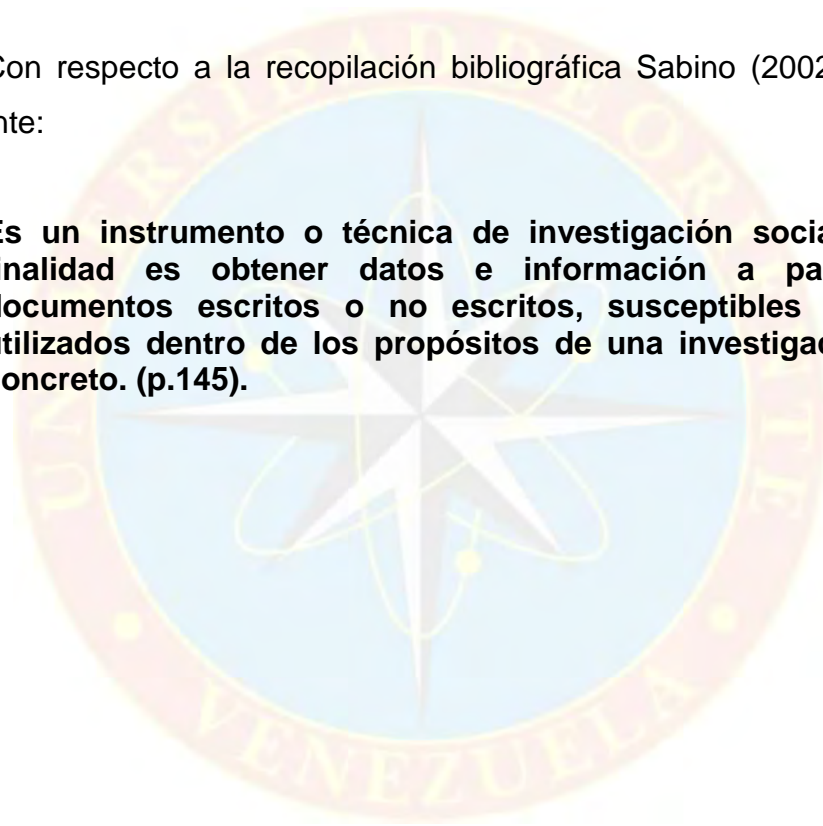
Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos que se refiere. (p.22)

3.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas utilizadas en una investigación son de gran importancia para el cumplimiento de los objetivos establecidos. En este trabajo se empleó la recopilación bibliográfica proveniente de distintas fuentes tales como: libros, tesis y páginas Web.

Con respecto a la recopilación bibliográfica Sabino (2002) expresa lo siguiente:

Es un instrumento o técnica de investigación social cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos o no escritos, susceptibles de ser utilizados dentro de los propósitos de una investigación en concreto. (p.145).



CAPÍTULO IV

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO UTILIZADO PARA DETERMINAR EL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO MATURÍN

La publicidad comercial es todo anuncio, aviso o imagen, que transmitido o exhibido por cualquier medio publicitario permite conocer algún producto, espectáculo, empresa o similares, con el fin de atraer a compradores, consumidores y usuarios.

El Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial se calcula anualmente y se liquida por año civil tomando como base a la Unidad Tributaria (U.T), según el medio utilizado se determina de la siguiente manera:

Cuadro Nº 1: Medios Utilizados para Determinar el Impuesto

Detalle/ Publicidad	Descripción	Medidas , Cantidad y Tiempo de la Publicidad	Unidad Tributaria
Publicidad en Folletos y Hojas Impresas	Cuando se trate de folletos y publicaciones de circulación eventual como: almanaques, volantes, mapas, guías, agendas o similares que contengan publicidad y sean ofrecidos al público de forma gratuita o a través de la venta.	Por cada mil ejemplares o fracción	1
		Si la medida es menor de 800 cm2	
		Si la medida es mayor de 800 cm2	1,5
Publicidad en Bono, Billetes y Cupones	La publicidad colocada en boletos de espectáculos públicos, ticket de estacionamiento, bono, cupones, etiquetas, calcomanía, cajas de fósforo, papel adhesivo u otros similares.	Por cada mil ejemplares o fracción	0.5
Publicidad en Balanzas, Máquinas Registradoras y Expendedoras	La persona responsable de las balanzas, máquinas expendedoras de bebidas, o controladoras de estacionamiento y cualquier aparato automático.	Por cada máquina	4
Publicidad en Marquesinas, Toldos y Sombrillas	Las personas responsables de cada marquesina, stands, toldo o sombrilla que se encuentren ubicados en sitios abiertos al público y se utilicen con fines que regula la Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial.	Por metro cuadrado o fracción	1
		Con fines promocionales eventuales p/c 5 días	2
		Con fines permanentes p/c 5 días	1
Publicidad en Carteles y Otros Anuncios	Las publicaciones que se realicen por medio de cartel, aviso impreso o formado por materiales que representan letras, objetos, símbolos destinados a permanecer a la vista del público.	Por metro cuadrado o fracción por año	1
		Medidas entre 0,25mts2 hasta 4mts2	4
		Medidas inferior a 0,25mts2	1
Publicidad en Anuncios Luminosos Diversos	Cuando se trate de publicidad en carteles u otro tipo de anuncio donde el texto este formado por bombillos o tubos luminosos o en casos similares.	Más el impuesto asignado	25%
Las Pizarras Eléctricas o Electrónicas	En caso de pizarras eléctricas o electrónicas diferentes a las vallas, que sean accionadas por control automático, manual, o programadas bajo cualquier otro mecanismo destinadas a publicidad.	Por año	2
Publicidad a través de Aparatos Proyectoros y Similares	Cuando la publicidad comercial sea efectuada por medio de proyecciones de anuncios fijos o cambiables, así como la utilización de monitores y similares.	Anualmente p/u de proyectores o similares	2
En las Pantallas de Cine	Por la proyección de publicidad comercial en las pantallas de cine.	Sobre el monto correspondiente a la facturación	7%
Publicidad en Vehículo y Otros Medios Ambulantes	Por la publicidad colocada, pintada o exhibida a través de cualquier medio de transporte público o de carga.	Por metro cuadrado, fracción o motivo publicitario	1
		En el interior del vehículo de transporte, por metro	0,5
		En el exterior del vehículo de carga, por metro	1

Publicidad en las Aceras	Todos los medios publicitarios que presten servicios a la comunidad, instalados en las aceras.	Por metro cuadrado o fracción	2
Publicidad en Plazas, Parques y Paseos Peatonales	Cuando se trate de publicidad en plazas, plazoletas y parques infantiles.	Medidas de 0,25mts2 hasta 4mts2	4
		Medidas inferior a 0,25mts2	1
Publicidad Por Medio de Vallas	La publicidad exhibida a través de vallas, con estructura propia sobre el suelo o en edificaciones.	Por metro cuadrado o fracción	1
Publicidad en Kioscos	La publicidad que se coloque en kioscos ubicados en espacios públicos.	Por metro cuadrado o fracción	2
Publicidad Mediante Altavoces Internos	Cuando en los establecimientos se difundan mensajes publicitarios dentro de los locales, mediante altavoces.	Por día de exhibición	1
Publicidad Mediante Globos Dirigibles y Similares	Cuando la publicidad comercial se efectuó a través de aviones, globos inflables, helicópteros y similares.	Por día y por metro cuadrado	2
Globos o inflables fijos	En el caso de globos o inflables fijos.	Por metro cuadrado o fracción y p/c 5 días	4
Publicidad en otros medios			
Pendones, pancartas, banderolas y similares	La publicidad ocasional que se realice a través de pendones, pancartas, banderines, banderolas, banderas y similares.	Por metro cuadrado y 5 días de exhibición	1
Prendas de vestir, artículos y objetos diversos	Si se trata de publicidad en prendas de vestir, artículos u objetos diversos tales como: delantales, franelas, camisas, bragas, sombreros, bolsos, carteras, pelotas, lapiceros y similares.	Por cada cien unidades o fracción	0,5
Afiches, habladores, resaltadores y similares	La publicidad que se realice a través de afiches, habladores, resaltadores, para promocionar productos, servicios y empresas.	Por cada mil ejemplares o fracción	1

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Centro de Atención al Contribuyente de la Alcaldía del Municipio Maturín (2011).

Como se puede visualizar en el cuadro N° 1, son diversos los medios empleados para la determinación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial, entre los cuales se encuentran el uso de folletos, hojas impresas, carteles, vallas, kioscos, pancartas, entre otros, además del medio empleado se toma en consideración la medida, cantidad y tiempo de la publicidad, así como también la Unidad Tributaria.

En el caso de publicidad en plazas, parques, paseos peatonales, para la determinación del impuesto se considera la medida, de 0.25 mts² hasta 4 mts², lo correspondiente a pagar son 4 Unidades Tributarias, si las medidas son inferiores a 0.25 mts² deberá cancelar 1 Unidad Tributaria.

En términos de tiempo se muestra en días y años, cuando se trata de publicidad mediante altavoces internos deberá pagar por día en exhibición 1 Unidad Tributaria; en cuanto a la cantidad, para la publicidad que se realice a través de afiches, habladores, resaltadores, pagarán por cada mil ejemplares o fracción 1 Unidad Tributaria.

Cabe destacar que es de gran importancia el establecimiento de parámetros, debido a que sirven de guía tanto al organismo recaudador como a las personas naturales, jurídicas, para determinar y cancelar el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial.

4.2 DETALLE DE LOS NIVELES DE LAS DIFERENTES FUENTES DE INGRESO DEL MUNICIPIO MATURÍN, PERÍODO 2005-2010

El Municipio Maturín para su funcionamiento requiere necesariamente de ingresos, los cuales provienen de diferentes fuentes como lo son: la venta de terrenos municipales, las deudas morosas, sanciones, multas, Impuesto Sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de índole Similar, Inmuebles Urbanos, vehículos, Propaganda y Publicidad Comercial, entre otros; actuando el Municipio como una empresa de interés público, en que los recursos forman parte de las finanzas utilizadas para satisfacer las necesidades locales.

No solo los impuestos se incluyen en esta clasificación, como se puede observar a continuación el Cuadro N° 2 muestra las diferentes fuentes de financiamiento del Municipio y sus respectivos importes durante los años 2005-2010 recaudados por la Administración Tributaria:



Cuadro Nº 2: Fuentes de Ingreso del Municipio Maturín

Ingresos	Año 2005 (Bs)	Año 2006 (Bs)	Año 2007 (Bs)	Año 2008 (Bs)	Año 2009 (Bs)	Año 2010 (Bs)	Total Absoluto (Bs)	Tota Relativo (%)
Inmuebles Urbanos	232.873,31	281.956,71	293.184,90	289.269,27	284.041,16	254.592,60	1.635.917,95	0,12
Patente de Industria	66.619.247,65	76.265.940,90	117.645.013,94	165.453.417,97	177.440.457,15	186.709.047,40	790.133.125,01	58,74
Patente de Vehículos	119.989,20	136.715,59	154.554,42	194.977,52	244.800,63	233.408,42	1.084.445,78	0,08
Propaganda Comercial	377.713,06	487.594,96	986.849,26	1.037.980,85	1.446.023,79	3.762.815,21	8.098.977,13	0,60
Espectáculos Público	379.010,01	468.824,18	412.111,32	780.174,85	850.128,60	592.823,57	3.483.072,53	0,26
Apuestas Lícitas	105.583,33	99.575,63	42.501,98	79.273,97	154.810,75	177.378,00	659.123,66	0,05
Deuda Morosa	922.389,17	1.875.683,21	2.154.642,15	4.848.735,39	3.885.332,00	1.861.722,92	15.548.504,84	1,16
Explotación de mesas	274.187,16	310.805,42	363.481,74	723.184,92	785.939,53	613.932,80	3.071.531,57	0,23
Copia Documentos	1.839,83	83,15	38,40	964,84	297,00	132,85	3.356,07	0,0002
Permisos Municipales	288.711,02	864.387,21	1.105.533,10	1.412.807,78	342.244,24	1.091.385,75	5.105.069,10	0,38
Certificac.y Solvenc	1.607,65	2.353,95	31.830,04	43.660,99	66.630,60	82.077,51	228.160,74	0,02
Mensuras y Deslindes	47,25	59,62	45,23	426,00	546,00	278,00	1.402,10	0,0001
Aseo Domiciliario	582.566,13	992.866,74	1.199.354,81	1.315.595,84	3.523.378,92	6.494.783,92	14.108.546,36	1,05
Matadero	3.283,10	5.499,99	13.048,85	7.582,12	268.711,71	258.311,86	556.437,63	0,04
Mercados	103.727,89	83.983,21	79.813,27	80.392,28	151.890,60	159.963,22	659.770,47	0,05
Cementerios	21.404,08	30.330,37	33.463,94	44.567,24	41.369,70	55.642,02	226.777,35	0,02
Terminal de Pasajero	399.666,80	422.311,40	371.199,10	295.041,58	218.232,00	1.287,50	1.707.738,38	0,13
Deud.Moros.Aseo Domi	817.315,43	1.025.333,83	903.887,09	878.733,58	918.182,46	2.011.174,66	6.554.627,05	0,49
Otros Tipos de Tasas	873.421,26	1.666.931,11	1.441.479,56	1.403.220,50	1.491.883,78	2.036.174,25	8.913.110,46	0,66
Intereses por Demora	568.982,51	1.436.229,79	1.603.608,04	3.276.926,95	2.512.939,82	1.473.414,18	10.872.101,29	0,81
Reparos Fiscales	3.241.685,62	826.526,99	1.432.235,61	3.169.034,48	3.330.754,45	9.536.165,59	21.536.402,74	1,60
Ingresos Varios	333.623,63	1.360.153,32	961.801,39	1.238.264,44	1.086.630,88	925.526,83	5.906.000,49	0,44
Sanciones Fiscales	233.616,92	320.822,42	212.977,11	302.961,74	409.184,50	274.003,51	1.753.566,20	0,13
Multas y Recargos	140.228,66	48.356.570,84	56.289.176,58	71.791.472,86	72.120.221,75	77.793.451,46	326.491.122,15	24,27
Situado Municipal	28.867.339,30	18.902.077,07	14.671.134,93	10.757.400,94	20.830.075,23	21.466.938,98	115.494.966,45	8,59
Vta. Tierra/Terreno	136.561,46	304.446,83	151.869,58	189.953,40	252.026,12	327.080,16	1.361.937,55	0,10
Totales	105.646.621,43	156.528.064,44	202.554.836,34	269.616.022,30	292.656.733,37	318.193.513,17	1.345.195.791,05	100,00

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Centro de Atención al Contribuyente de la Alcaldía del Municipio Maturín (2011).

Como se puede notar en el Cuadro N° 2 los ingresos obtenidos desde el año 2005 hasta el año 2010 fueron en total 1.345.195.791,05 Bsf. de los cuales 790.133.125,01 Bsf. representan el 58.74% que corresponden a las Actividades Económicas, evidenciándose un porcentaje muy considerable con respecto al total obtenido, destacándose esto por el desenvolvimiento de las actividades productivas de las empresas o negocios en el Municipio.

Así mismo, se puede apreciar que otros recaudos como los provenientes de las multas y recargos representan el segundo lugar con respecto a las fuentes de ingresos del Municipio Maturín alcanzando el 24,28%, producto del incumplimiento de los pagos o cancelaciones efectuadas fuera del tiempo estipulado, realizadas por los contribuyentes o responsables.

En cuanto al ingreso obtenido por la Propaganda Comercial durante el período 2005-2010 se fue incrementando, haciéndose notorio en cada año un mayor uso de los medios publicitarios para atraer a consumidores y usuarios, cuyo total al final del período antes descrito es de 8.098.977,13 Bsf. representando el 0.60% constituyendo un factor importante para el desarrollo sustentable del Municipio, proporcionando fortaleza a sus finanzas, generando un incremento en las inversiones públicas que repercuten en el bienestar social de la colectividad.

4.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN EL MUNICIPIO MATURÍN

La recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial está representada por el dinero que percibe el Municipio a través del pago que realizan los contribuyentes o responsables del mencionado tributo,

constituyendo de esta forma una de las fuentes de ingresos que permiten cumplir en gran parte con las múltiples tareas establecidas en el ordenamiento jurídico.

En virtud de que los ingresos por concepto de impuestos son fuentes de financiamiento para los Municipios y repercuten en la calidad de los servicios prestados y la capacidad que tienen para ejecutar los planes previamente diseñados; se debe tener en cuenta los niveles de recaudación alcanzados.

A continuación se representan los niveles de recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el Municipio Maturín en el período comprendido desde el año 2005 hasta el año 2010 con sus respectivas variaciones.

Cuadro N° 3: Comportamiento del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial Durante el Período 2005-2010

Años	Nivel de ingreso del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial	Variación Absoluta (Bs)	Variación Relativa (%)
2005	377.713,06		
2006	487.594,96	109.881,90	29,09
2007	986.849,26	499.254,30	102,39
2008	1.037.980,85	51.131,59	5,18
2009	1.446.023,79	408.042,94	39,31
2010	3.762.815,21	2.316.791,42	160,22

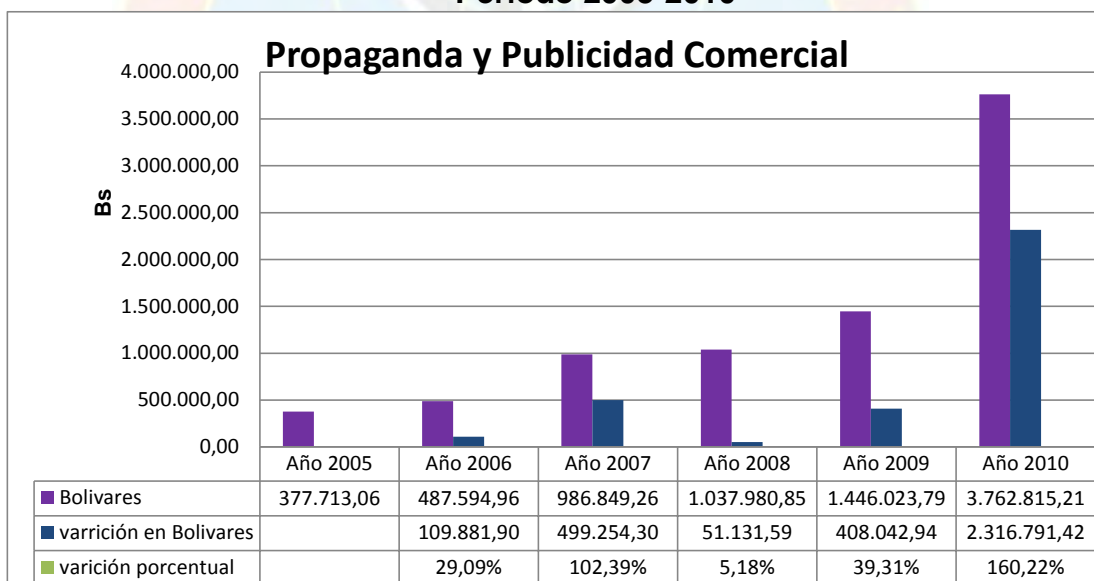
Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Centro de Atención al Contribuyente de la Alcaldía del Municipio Maturín.

El ingreso obtenido por concepto del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el año 2006 con respecto al año 2005 se incrementó en 109.881,90 Bsf lo que representa una variación de 29,09%, para el año 2007 se obtuvo 986.849,26 Bsf una cifra que alcanza más del

doble recaudado en el período anterior, observándose un aumento por concepto de dicho impuesto en 499.254,30 representado por 102,39%, lo que resulta muy favorable para las finanzas del Municipio y el desarrollo de sus actividades.

A continuación se presenta en el siguiente gráfico los niveles de crecimiento que obtuvo el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial durante el período de estudio con el fin de visualizar mejor estas variaciones.

**Gráfico N° 1: Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial
Período 2005-2010**



Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Centro de Atención al Contribuyente de la Alcaldía del Municipio Maturín.

La recaudación para el año 2008 y 2009 fue en ascenso cuyas cifras son de 1.037.980,85 Bsf y 1.446.023,79 Bsf, sin embargo la variación porcentual para el año 2008 es de 5,18% , resultando menor a la variación del período anterior, producto de que el incremento en los ingresos para el

mencionado año con respecto al anterior fue de 51.131,59 Bsf, en el año 2009 se observa un aumento de 408.042,94 Bsf representada por el 39,31%, evidenciándose un mayor empleo de los medios para hacer publicidad, lo cual influye en los niveles de recaudación logrados.

En el período 2010 se puede apreciar un notable incremento del ingreso por el pago del respectivo impuesto, obteniéndose la mayor variación alcanzada de un año a otro en relación a los períodos descritos, cuyo monto es de 2.316.791,42 Bsf representada por el 160,22%, siendo muy beneficioso debido a que constituyen una parte de los recursos que son destinados a cubrir el gasto público.

4.4 ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN E IMPORTANCIA QUE TIENE EL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL MUNICIPIO MATURÍN

El Municipio Maturín cuenta con diversos tipos de ingresos para su funcionamiento, y una de sus principales fuentes de financiamiento es la recaudación de los impuestos, destacándose entre estos las Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicio o de Índole Similar, anteriormente conocida como Patente de Industria.

Sin embargo, los demás impuestos municipales también han ocupado un lugar significativo en el desarrollo económico del Municipio. Por esta razón para estudiar la participación e importancia que tiene específicamente el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial dentro de los niveles recaudados por el Municipio se elaboró un cuadro demostrativo con todo lo percibido por año y el porcentaje que representa cada una de las fuentes de

financiamiento presentes, todo esto con el fin de obtener los datos necesarios para el respectivo análisis.

A continuación se presenta el cuadro N° 4 donde se muestra la participación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el Municipio Maturín durante el período 2005-2010.

Cuadro N° 4: Participación e Importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en Función del Ingreso Total del Municipio

Años	Ingresos Totales	Ingreso por Propaganda y Publicidad Comercial en valores Absolutos (Bs)	Participación del Impuesto sobre Propaganda y publicidad Comercial en valores relativos (%)
2005	105.646.621,43	377.713,06	0,36
2006	156.528.064,44	487.594,96	0,31
2007	202.554.836,34	986.849,26	0,49
2008	269.616.022,30	1.037.980,85	0,38
2009	292.656.733,37	1.446.023,79	0,49
2010	318.193.513,17	3.762.815,21	1,18
Totales	1.345.195.791,05	8.098.977,13	0,60

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Centro de Atención al Contribuyente de la Alcaldía del Municipio Maturín.

Como se puede evidenciar en el cuadro N° 4 el ingreso obtenido durante el período 2005-2010 por concepto de Propaganda y Publicidad Comercial fue de 8.098.977,13 Bsf, con respecto al total de lo recaudado lo que representa el 0,60%; para el año 2005 y 2006 se obtuvieron 377.713,06 Bsf y 487.594,96 Bsf representando el 0,36% y 0,31% de los recursos líquidos del Municipio.

En el año 2007 se alcanzó una cifra mayor de la recaudada en años anteriores representada por 986.849,26 Bsf con el 0,49%, en virtud de esto, el comportamiento del impuesto nos indica claramente que el grado de industrialización del Municipio va en crecimiento conjuntamente con el uso de

medios para realizar la propaganda y publicidad comercial por las empresas y dar a conocer sus productos o servicios, lo que beneficia significativamente al Municipio debido al aumento de los ingresos obtenidos por el tributo que grava dicha actividad.

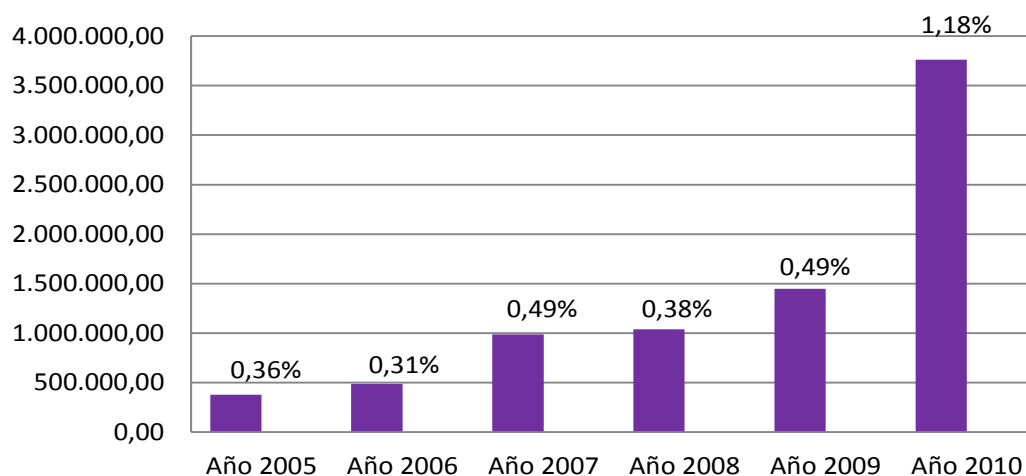
Para el año 2008 se logro una recaudación del mencionado impuesto de 1.037.980,85 Bsf con el 0,38%; en el año 2009 se obtuvo 1.446.023,79 Bsf lo que representa el 0,49% en relacion a los ingresos pecibidos durante ese año, recursos que repercuten positivamente en las inversiones públicas y mejoras en la calidad de los servicios públicos.

A continuación se presenta graficamente la participación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial para el Municipio Maturín durante el período 2005-2010.

Gráfico Nº 2: Participación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial Durante el Período 2005-2010

□

Propaganda y Publicidad Comercial



Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Centro de Atención al Contribuyente de la Alcaldía del Municipio Maturín.

A lo largo del 2010 se puede apreciar en el Gráfico N° 2 que el valor del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial alcanzó la cantidad de 3.762.815,21 Bsf, representando un 1,18% del total recaudado en este año. Por tal motivo, se puede inferir en cuanto al comportamiento de este impuesto, que su recaudación tiene tendencia a incrementarse pudiendo considerarse como una de las fuentes en vía de ser una de las principales para el financiamiento del Municipio.

Lo anteriormente expuesto, muestra que el Gobierno municipal debe orientarse continuamente al empleo de estrategias favorables a fin de obtener el aumento en los niveles de ingresos necesarios para el desarrollo de la entidad.

Es por ello importante el empleo de mecanismos que contribuya a la obtención de un mayor ingreso por concepto de Impuesto Sobre Publicidad y Propaganda Comercial, el cual puede ser destinado a optimizar los servicios públicos de: educación, salud, deporte, recreación, transporte, agua, aseo, vialidad, electricidad, en general a mejorar la calidad de vida de sus habitantes mediante la satisfacción de sus necesidades fundamentales.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La recaudación tributaria permite a los Municipios contar con los recursos necesarios para cumplir con las metas trazadas, en función del bienestar de sus habitantes; gran parte de los recursos provienen de

diversos impuestos, entre ellos se encuentra el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial, del cual se estudio su importancia en los niveles de recaudación en el Municipio Maturín, obteniendo las siguientes conclusiones:

- El Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial se calcula anualmente, su liquidación es efectuada tomando como base la unidad tributaria, y el medio a través del cual se transmita el aviso, anuncio o imagen con el fin de atraer a los usuarios, compradores o consumidores.
- El Municipio Maturín para cumplir con las tareas establecidas en el ordenamiento jurídico, este cuenta con numerosas fuentes de ingresos como son: los Impuestos Sobre Inmuebles Urbanos, Vehículo, Espectáculos Públicos , Juegos y Apuestas Lícitas, destacándose el de Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicio o de Índole Similar, Propaganda y Publicidad Comercial por ser los que generan mayor recaudación tributaria.
- En el período comprendido desde el año 2005 hasta el año 2010 el Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial se ha incrementado en cada uno de estos años, favoreciendo notablemente las finanzas del Municipio en el año 2007 y 2010 cuya variación está representada por el 102,39%; 160,22% respectivamente.
- El ingreso percibido por la recaudación tributaria del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial repercute en los planes de desarrollo del Municipio, a través de la optimización de los servicios

públicos, satisfacción de las demandas poblacionales y la obtención de una mejor calidad de vida.



RECOMENDACIONES

- La Administración Tributaria Municipal debe contar con un buen equipo de fiscales que realicen recorridos por las diversas zonas de la municipalidad con el fin de inspeccionar avisos, anuncios o imágenes publicitarias y corroborar el cumplimiento de este impuesto.
- Iniciar una campaña de divulgación a través de los distintos medios de comunicación referente a la recaudación del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial, haciendo hincapié en las sanciones que se incurren por el incumplimiento de lo establecido en la Ordenanza.
- Implementar incentivos fiscales tales como las rebajas por pronto pago, para estimular la inversión dentro del Municipio, y el cumplimiento responsable de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.
- Crear nuevas oficinas de atención al contribuyente para facilitar el pago oportuno del impuesto y de esta manera aumentar los niveles de recaudación.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, Fidas. **El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica.** Editorial Episteme. Caracas-Venezuela. 2004

Código Orgánico Tributario.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Diccionario de administración y finanzas, 2000.

Evariste y Vizcaíno. **Análisis del Proceso de Recaudación de los Impuestos Municipales y su Realización con los Beneficios Socios Laborales en la Alcaldía de Maturín año 2007.** Trabajo de grado 2008. Universidad De Oriente.

Guzmán Sorrel. **Estudio Legal y Financiero sobre el Incumplimiento de los Deberes Formales de Tributación en la empresa Efrén Guzmán Servicios Múltiples, C.A.** Trabajo de grado 2006. Universidad De Oriente.

LEGISLEC Editores, C.A. 2001

Ley Orgánica de Hacienda Pública.

Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. 2005. UPEL.

Ordenanza Sobre Propaganda y Publicidad Comercial.

Sabino, Carlos, **El Proceso de Investigación.** Panapo. Caracas, Venezuela. 2002.

LINKOGRAFÍAS

<http://www.provincial.com>. (Consultado el 23-02-12).

<http://www.impuestos.us.com>. (Consultado el 17-02-12).

<http://www.monografía.com>. (Consultado el 06-03-12).



HOJAS METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 1/6

Título	ESTUDIO DE LA IMPORTANCIA DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS NIVELES DE RECAUDACIÓN DEL MUNICIPIO MATURÍN. PERÍODO 2005-2010
Subtítulo	

El Título es requerido. El subtítulo o título alternativo es opcional.

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Reyes S. Anais Del V.	CVLAC	C.I. 17.934.251
	e-mail	adrs-1@hotmail.com
	e-mail	
Salazar C. Milagros Del C.	CVLAC	C.I. 17.241.997
	e-mail	milagros.salazar29@gmail.com
	e-mail	

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres de un autor. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor esta registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el numero de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores.

Palabras o frases claves:

Impuesto
Propaganda y Publicidad
Nivel de Recaudación

El representante de la subcomisión de tesis solicitará a los miembros del jurado la lista de las palabras claves. Deben indicarse por lo menos cuatro (4) palabras clave.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Sub-área
Ciencias sociales y administrativas	Contaduría

Debe indicarse por lo menos una línea o área de investigación y por cada área por lo menos un subárea. El representante de la subcomisión solicitará esta información a los miembros del jurado.

RESUMEN

Los ingresos obtenidos mediante la recaudación tributaria representan una de las principales fuentes de financiamiento que permiten atender la gran demanda de las necesidades de la población, tanto a nivel estatal como municipal, los Municipios mediante el ejercicio de su autonomía recaudan e invierten sus ingresos, en el Municipio Maturín existen diversas fuentes de financiamiento entre la más destacada se encuentra la proveniente por el ingreso tributario que permite cubrir gran parte el gasto público. El presente trabajo tuvo como objetivo estudiar la importancia del Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial en los niveles de recaudación del Municipio Maturín. Esta investigación se caracteriza por ser de tipo documental con un nivel descriptivo. Entre las técnicas de recolección se utilizó, la revisión bibliográfica para obtener información relevante sobre el tema. En este estudio se concluyó que: durante los períodos 2005-2010 los niveles de recaudación en el Municipio Maturín con relación al Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial se incrementaron de manera significativa durante cada año, lo que resulto muy favorable para el Municipio, debido a que el ingreso obtenido es necesario para la optimización de los servicios públicos, satisfacción de las necesidades básicas y por ende al logro de una mejor calidad de vida.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail				
Prof. (a). María Campos	ROL	CA <input type="checkbox"/>	AS <input checked="" type="checkbox"/>	TU <input type="checkbox"/>	JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC				
	e-mail				
	e-mail				
Prof. (a). Yolanda Buriel	ROL	CA <input type="checkbox"/>	AS <input type="checkbox"/>	TU <input type="checkbox"/>	JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC				
	e-mail				
	e-mail	yjburriel@gmail.com			
Prof. (o). Luis Morales	ROL	CA <input type="checkbox"/>	AS <input type="checkbox"/>	TU <input type="checkbox"/>	JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC				
	e-mail	Ldmorales1979@hotmail.com			
	e-mail				

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres del tutor y los otros dos (2) jurados. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor esta registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el numero de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores. La codificación del Rol es: CA = Coautor, AS = Asesor, TU = Tutor, JU = Jurado.

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2012	04	16

Fecha en formato ISO (AAAA-MM-DD). Ej: 2005-03-18. El dato fecha es requerido.

Lenguaje: spa Requerido. Lenguaje del texto discutido y aprobado, codificado usando ISO 639-2. El código para español o castellano es spa. El código para ingles en. Si el lenguaje se especifica, se asume que es el inglés (en).

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo
Reyes, Salazar.DOCX

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

Alcance:

Espacial: _____ (opcional)

Temporal: _____ (opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado en Contaduría Pública

Dato requerido. Ejemplo: Licenciado en Matemáticas, Magister Scientiarium en Biología Pesquera, Profesor Asociado, Administrativo III, etc

Nivel Asociado con el trabajo: Licenciatura

Dato requerido. Ejs: Licenciatura, Magister, Doctorado, Post-doctorado, etc.

Área de Estudio:

Ciencias Sociales y Administrativas

Usualmente es el nombre del programa o departamento.

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente Núcleo Monagas

Si como producto de convenciones, otras instituciones además de la Universidad de Oriente, avalan el título o grado obtenido, el nombre de estas instituciones debe incluirse aquí.

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU N° 0975

Cumaná, 04 AGO 2009

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

Estimado Profesor Martínez:


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


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

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,


JUAN A. BOLANOS CURBELO
Secretario






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

JABC/YGC/marija

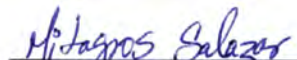
Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 6/6
Derechos:

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 6/6
Derechos:


Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicado CU-034-2009): "Los Trabajos de Grado son de exclusiva propiedad de la Universidad, y solo podrán ser utilizados para otros fines, con el consentimiento del Consejo de Núcleo Respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario, para su autorización."



Br. Reyes Anaís
AUTOR



Br. Salazar Milagros
AUTOR



Prof. (a) María Campos
Asesor Académico