

**UNIVERSIDAD, MAYOR REAL Y PONTIFICIA DE SAN FRANCISCO
XAVIER DE CHUQUISACA**

VICERRECTORADO

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO E
INVESTIGACION**



**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA PATENTE MUNICIPAL, SOBRE
PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE SUCRE**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN

Postulante: Lic. Fabiola Estrada Almaraz

Sucre, mayo de 2024

CESIÓN DE DERECHOS

Al presentar este trabajo como requisito previo para la obtención del Certificado de Maestría en Tributación e Ilícitos Tributarios de la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, autorizo al Centro de Estudios de Posgrado e Investigación o a la Biblioteca de la Universidad, para que se haga de este trabajo un documento disponible para su lectura, según normas de la Universidad.

También cedo a la Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca, los derechos de publicación de este trabajo o parte de él, manteniendo mis derechos de autor hasta un periodo de 30 meses posterior a su aprobación.

Autor: Fabiola Estrada Almaraz

Sucre, marzo de 2024

Dedicatoria:

A Dios por todas las bendiciones recibidas en este tiempo, a mis padres, esposo e hija por ser la fuerza para seguir creciendo profesionalmente.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres por el gran apoyo brindado en todos los momentos de mi vida, son el pilar fundamental para mi desarrollo como persona de bien.

A la Universidad Mayor Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca por la formación brindada para mi crecimiento profesional.

A mis docentes de la maestría por proporcionarme sus conocimientos a lo largo del programa los cuales contribuyeron a mi formación dentro del mismo.

INDICE GENERAL

	Página N°.
CESIÓN DE DERECHOS	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
INDICE GENERAL	iv
INDICE DE TABLA.....	vii
INDICE DE GRÁFICOS.....	viii
INDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN	x
INDICE DE ANEXOS	xi
1.CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	2
1.1.1. Situación Problémica.....	2
1.1.2. Formulación del Problema.....	3
1.2. Justificación.....	4
1.3. Objetivo General.....	5
1.3.1. Objetivo Especifico.....	5
2. CAPITULO II: MARCO TEORICO	6
2.1. MARCO CONCEPTUAL.....	6
2.1.1. Antecedentes de la Investigación o Estado de Arte.....	6
2.1.2. Constitución Política del Estado de Bolivia.....	9
2.1.3. Ley de Municipalidades.....	10
2.1.4. Atribuciones del Concejo Municipal.....	12
2.1.5. Atribuciones del Alcalde o Alcaldesa.....	12
2.1.6. Procedimiento para Establecer una Patente.....	13
2.1.7. Patente Municipal.....	14

2.1.8. Sujeto Activo.....	14
2.1.9. Sujeto Pasivo.....	14
2.1.10. Base Imponible.....	14
2.1.11. Alícuota.	14
2.2. MARCO CONTEXTUAL.....	15
2.2.1. Política Económica.....	15
2.2.2. Política Fiscal.....	15
2.2.3. Política Tributaria.....	15
2.2.4.Las Administraciones Tributarias.....	17
2.2.5. Ley N° 2492 Código Tributario Boliviano.....	18
2.2.6. Facultades del Sujeto Activo y Administración Tributaria.....	19
2.2.7. Ilícitos Tributarios.....	20
2.2.8. Competencia y Principios Sancionadores de la Ley N°2341 Procedimiento Administrativo	21
2.2.9. Marco Legal, Analisis de la Normativa Nacional.....	232
3. CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	24
3.1. Tipo de Investigación.....	24
3.2. Métodos de Investigación.....	25
3.2.1. Método Documental.....	25
3.2.2. Método Estadístico.....	25
3.2.3. Método de Bibliográfica.....	25
3.3. Técnicas de Investigación.....	26
3.4.Instrumentos.....	26
3.4.1. Guía de Entrevista.....	27
3.5. Población y Muestra.....	27
3.5.1. Población.....	27
3.5.2. Muestra.....	27

4. CAPITULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
4.1. Normativa Municipal Actual de Sucre.....	29
4.1.1. Analisis Situacional de la Normativa Actual.....	29
4.2. Estructura de la Propuesta.....	30
4.3. Análisis e Interpretación de los resultados del Diagnóstico.....	31
4.3.1. Resultados de la Entrevista.....	31
4.3.2. Resultado de la Encuesta.....	32
4.3.3. Análisis general de la Encuesta.....	41
4.4. PROPUESTA.....	42
5. CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
5.1. CONCLUSIONES.....	55
5.2. RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA.....	56
BIBLIOGRAFIA	58
ANEXOS	60

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de las Muestras.....	28
Tabla 2: Género	32
Tabla 3: Edad	33
Tabla 4: Conocimiento Sobre la Existencia de una Patente Municipal Para el Cobro a Establecimientos Comerciales.....	34
Tabla 5: Cobros por el Funcionamiento a los Establecimientos Comerciales.....	35
Tabla 6: Permisos que se incluyen en los Cobros	36
Tabla 7: Punto de vista de la Población Sobre los Cobros	37
Tabla 8: Importancia Sobre la Comunicación del Alcance de la Patente Municipal.....	38
Tabla 9: Importancia de la Comunicación en Redes Sociales y Medios de Difusión Sobre los Plazos a Cancelar.....	39
Tabla 10: Oponión Sobre la Necesidad de Establecer una Patente Municipal que Regule la Publicidad Exterior de los Establecimientos Comerciales en la Ciudad de Sucre	40

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género.....	32
Gráfico 2: Edad	33
Gráfico 3: Conocimiento Sobre la Existencia de una Patente Municipal Para el Cobro a Establecimientos Comerciales.....	34
Gráfico 4: Cobros por el Funcionamiento a los Establecimientos Comerciales	35
Gráfico 5: Permisos que se incluyen en los Cobros	36
Gráfico 6: Punto de vista de la Población Sobre los Cobros.....	37
Gráfico 7: Importancia Sobre la Comunicación del Alcance de la Patente Municipal	38
Gráfico 8: Importancia de la Comunicación en Redes Sociales y Medios de Difusión Sobre los Plazos a Cancelar.....	39
Gráfico 9: Oponión Sobre la Necesidad de Establecer una Patente Municipal que Regule la Publicidad Exterior de los Establecimientos Comerciales en la Ciudad de Sucre	40

INDICE DE ANEXOS

Anexo N°1: Entrevista a especialista del GAMS.....	60
Anexo N°2: Encuesta	62
Anexo N°3: Ley Municipal Autonómica N°248/2022	63
Anexo N°4: Reglamento de Anuncios y Letreros para el Centro Historico de Sucre	65

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado para identificar y proponer una patente municipal, sobre la publicidad de los establecimientos comerciales en la ciudad de Sucre, el cual permitirá mejorar la recaudación tributaria y un reordenamiento municipal.

El objetivo principal fue la de proponer dicha patente tributaria. Mediante el método de investigación descriptivo se pudo detallar la realidad de las patentes sobre la publicidad de los negocios en la ciudad de Sucre, de igual manera el trabajo de investigación abarco un enfoque cualitativo debido a que se realizó un análisis documental, un análisis de la normativa establecida vigente y recopilación de información mediante entrevistas y encuestas para la identificación y proposición de patentes que faciliten la recaudación tributaria y el control de la publicidad externa en la ciudad de Sucre.

Los resultados permitieron en lo consiguiente plasmar el desarrollo de una propuesta para la creación de una patente municipal, sobre publicidad en establecimientos comerciales de la ciudad de Sucre.

ABSTRACT

This work was carried out to identify and propose a municipal patent on the advertising of commercial establishments in the city of Sucre, which will improve tax collection and municipal reorganization.

The main objective is to propose said tax patent. Through the descriptive research method, it was possible to detail the reality of the patents on business advertising in the city of Sucre, in the same way the research work covers a qualitative approach because a documentary analysis was carried out, an analysis of the current established regulations and collection of information through interviews and surveys for the identification and proposal of patents that facilitate tax collection and control of external advertising in the city of Sucre.

The results allowed the development of a proposal for the creation of a municipal patent on advertising in commercial establishments in the city of Sucre.

CAPITULO I

INTRODUCCION

CAPITULO I INTRODUCCION

Actualmente, las empresas comerciales, intentan dar a conocer su marca o hacerse publicidad de varias maneras en el punto de venta. Con el afán de lograr los mejores espacios para la colocación de este tipo de material, las empresas privadas o cualquier tipo de empresa que quiera dar a conocer su producto o servicio colocan material exterior publicitario para lograr reconocimiento y lograr vender. De la misma manera todo negocio comercial a puerta abierta que quiera darse a conocer colocará un rótulo de diferentes formas en la entrada del establecimiento, colocado este, arriba o abajo, colgado o a la pared.

Por tanto, colocar publicidad en el exterior debería ser regulada con el fin de poder conservar el orden u ornato o simplemente para lograr una armonía con los demás estructuras o edificios existentes. Estas prohibiciones y legislaciones que rigen podrían ser considerados por su importancia y su riqueza histórica o simplemente porque se trata de organizar en el área de crecimiento.

Se observa que algunos negocios no cumplen con una regulación. Por tal razón esta investigación se basó en el estudio de letreros, carteles, banderines, banderolas y todo el material colocado en los establecimientos comerciales que están dentro del denominado Patrimonio Histórico, Área de Transición y Expansión o de crecimiento de la ciudad de Sucre.

Las patentes son el permiso necesario para emprender cualquier actividad comercial que necesita un local fijo. Lo otorgan los Gobiernos Municipales respecto del lugar donde se instalará un negocio, permite ordenar y controlar la apertura de establecimientos comerciales.

1.1. Planteamiento Del Problema

1.1.1. Situación Problémica

La ciudad de Sucre está declarada ciudad Patrimonial por la UNESCO. La publicidad en esta ciudad aparece de todos los tamaños y colores y están ubicados en paredes, terrazas, postes, ventanas, autos, basureros, veredas y hasta en árboles. No existe una normativa municipal que reglamente las patentes para la apertura y funcionamiento de letreros publicitarios en Sucre, por ello se exhiben de una manera caótica. La publicidad informal se convirtió en ese agresor silencioso al que la ciudad se acostumbró a ver, pero que afecta la calidad de vida de la gente.

Es posible que ya estemos tan acostumbrados al hecho de tener un cartel, pasacalle, valla, banner, pantalla gigante, etc., en cualquier dirección que miremos, a tal punto que la misma publicidad va perdiendo eficiencia y se sumerge en esa mancha borrosa de luces y colores en la que se han convertido las calles y avenidas de Sucre.

Imágenes saturadas, luces sin sentido y en algunos casos enceguecedoras y letreros de diferentes tamaños forman parte de la contaminación visual que sobre estimula a la gente y puede incluso llegar a perturbarla y generar problemas de estrés y nervios.

Si el propósito es poder regularizarlos, siempre que cumplan con los requisitos establecidos, la reglamentación implica el control, orden y la respectiva sanción por parte de la Alcaldía Municipal, para que entre en vigencia. Entonces, se reforzará el control. Cuando una persona obtiene el permiso de funcionamiento de un negocio tiene el derecho de colocar un letrero que no sobrepase un porcentaje de la fachada.

Las faltas más frecuentes tienen que ver con instalar rótulos y letreros demasiado grandes y en exceso. Para ello, el dueño o gerente necesita pedir un permiso a la administración municipal; de lo contrario, viene la sanción. Precisamente uno de los aspectos claves de la reglamentación tiene que ver con las multas, que están desproporcionadas.

Aunque no parezca, la contaminación no es solo humo y basura, es todo lo que estorba en la vida cotidiana. Otro buen ejemplo es la contaminación acústica que también se da en Sucre.

Algo que se ha vuelto bastante popular es la instalación de pantallas publicitarias gigantes en sitios estratégicos de la ciudad, cautivando de manera peligrosa la atención de conductores e interfiriendo con las señales de tránsito, situación que puede ocasionar accidentes vehiculares con graves consecuencias.

Se permite la publicidad creativa y fuera de lo común; pero no tienen autorización los letreros que se coloquen sobre las veredas, la publicidad en postes, incluso las de fácil retiro, publicidad pintada directamente en las paredes, letreros encima de muros o terrazas, letreros en bandera y la entrega de volantes en el espacio público como sucede actualmente. Tampoco se puede permitir movilidades cuyo remolque sea exclusivamente dedicado a publicidad. Si alguien coloca ese tipo de anuncios, lo primero que hace el gobierno municipal es un acercamiento disuasivo y explicativo para que retire el letrero. Si un local que incumple recibe un llamado de atención tiene un tiempo para regularizarse. Si a pesar del pedido, reincide, se iniciará un proceso administrativo. Sin embargo, este proceso aún no está vigente.

Algunos locales han colocado luces de neón. En la ciudad tampoco se puede permitir publicidad que genere miedo, alarma confusión o desorden; la que induzca a la violencia, discriminación, racismo ni la publicidad engañosa o que publicite bebidas alcohólicas o tabaco. Basta caminar por las avenidas para constatar el desorden.

Es por esto que en esta tesis resuelve la necesidad de contar con un reglamento sobre la colocación de publicidad exterior con letreros, lonas publicitarias, afiches, rótulos luminosos y material de comunicación en los negocios comerciales existentes en Sucre.

1.1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera la creación de una patente municipal sobre publicidad para establecimientos comerciales de la ciudad de Sucre, permitiría una mejor recaudación tributaria?

1.2. Justificación

En esta etapa de post pandemia por el COVID 19, los establecimientos comerciales y el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre (GAMS), necesitan contar con un instrumento que regule a dichos comercios, la investigación considera que contar con patentes municipales permitirá tal regulación y generara recursos para el GAMS.

El desarrollo de esta investigación tiene como objeto proponer la creación de una patente municipal sobre publicidad exterior en la ciudad de Sucre, es de gran importancia ya que se pudo observar negocios que se establecieron en la ciudad los cuales dan a conocer sus servicios y/o productos utilizando la vía pública, la presente investigación tendrá estrategias de razonamiento lógico deductivo ya que usa principios generales para llegar a una conclusión específica.

La investigación, responde a la necesidad de realizar un enfoque cualitativo de las causas y efectos del uso desordenado de la publicidad externa de los comercios en la ciudad de Sucre, y la aplicación de patentes municipales que ordenen este uso.

Gracias a los conocimientos adquiridos y su relación con la práctica, para cumplir este cometido se pretende elaborar un Diagnóstico de Situación y diseño de patentes municipales que norme la publicidad externa de los comercios para la ciudad de Sucre.

Asimismo, el trabajo se encuentra orientado a establecer una normativa por la que se regirá la disposición de las instalaciones publicitarias visibles desde el espacio público considerándose como tales no solo las que exhiban mensajes comerciales sino también las identificativas, informativas, señalizadores o cualesquiera otras portadoras de comunicaciones percibidas por los ciudadanos.

El Gobierno Municipal por su actividad requiere contar con patentes municipales para ordenar el uso de la publicidad externa en la ciudad de Sucre de manera práctica e inmediata.

1.3. Objetivo General

Diseñar una propuesta para la creación de una patente municipal sobre la publicidad de los establecimientos comerciales de la ciudad de Sucre, que permita mejorar la recaudación tributaria y el reordenamiento municipal en dicho municipio.

1.3.1. Objetivos Específicos

- ❖ Definir desde la perspectiva teórica los impuestos de dominio municipal, referidos a las patentes municipales para publicidad en la ciudad de Sucre.
- ❖ Diagnosticar las patentes municipales y su aplicación en la publicidad externa de los comercios en Sucre.
- ❖ Evaluar la percepción de los propietarios de negocios establecidos en la ciudad de Sucre en cuanto a la creación de la patente sobre publicidad exterior.
- ❖ Proponer la creación de una patente municipal sobre publicidad exterior a través del establecimiento de bases teóricas y técnicas.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. MARCO CONCEPTUAL

2.1.1. Antecedentes de la Investigación o Estado de Arte

a. Periodo pre-colonial: Anterior a 1520

Durante este periodo en criterio de algunos estudiosos con relación al desarrollo del municipalismo en Bolivia, que dicho sea de paso fue el nivel de gobierno cuya Autonomía fue la primera en evolucionar y tener previsión positiva en la reforma constitucional de 1967, ya existía un importante desarrollo de los municipios andinos, cuya organización respondía al término de ayllus y ulajkas, cuyo grado de desarrollo era comparable al que se había dado en el municipalismo europeo (Omonte, V. 1995, pp. 32).

Se constituyeron en el núcleo básico de la organización social de carácter horizontal durante el período precolonial donde la solidaridad, la reciprocidad y el comunitarismo fueron características esenciales de esta organización político-social (Omonte, V. 1995, pp. 33).

Contrasta este criterio con el carácter absolutista que otros atribuyen al régimen de organización política incaica, que liderados por el Inca fueron un pueblo conquistador, distinguido por el respeto de las autoridades y costumbres, su lengua quechua y culto al sol, el desplazamiento de personas llamadas mitimaes a distintas partes del imperio recién conquistadas para asegurar el orden, constituyendo a mujeres y jóvenes en rehenes de los pueblos sometidos (Nasini, I. 2002, pp. 22).

Al respecto es conveniente indicar que el gobierno local en esta época era de tipo colegiado, conformándose una especie de Concejo Andino, integrado por mallkus, amautas y jillakatas, quienes eran las autoridades encargadas de velar por el desarrollo integral de la comunidad y desarrollaron una forma autonómica peculiar de gobierno o estructura propia. Conformaron pisos ecológicos, idearon sistemas contributivos para la ejecución de

proyectos comunales, forjaron una red de caminos y comunicaciones tales como los chasquis, por señalar algunas de sus virtudes (Nasini, I. 2002, pp. 23).

Sin embargo, cabe resaltar que esta forma rudimentaria de organización previa a la colonización española perduró inclusive en el periodo republicano, al punto que al presente tiene reconocimiento expreso en la Norma Suprema en su artículo 2 en los siguientes términos:

Dada la existencia precolonial de las naciones y pueblos indígenas originario campesinos y su dominio ancestral sobre sus territorios, se garantiza su libre determinación en el marco de la unidad del Estado, que consiste en su derecho a la autonomía, al autogobierno, a su cultura, al reconocimiento de sus instituciones y a la consolidación de sus entidades territoriales, conforme a esta Constitución y la ley. (Ortuste, C. 2016, pp. 103).

De acuerdo a la constitución política de Bolivia existen unidades establecidas las cuales se encuentran permitidas y con plena función para actualizar o implementar y decretar las patentes en cada ciudad.

b. Periodo colonial: De 1520 a 1825

Con la introducción del período colonial se importaron los valores y la organización política vigentes en aquel momento en la península ibérica, lo que tiene una incidencia sobre los criterios y formas de organización municipal existente hasta ese momento conocido como Tawantinsuyo. Esta incidencia del dominio político español en las instituciones locales bolivianas tiene unas características en muchos casos no muy acordes con la tradición andina:

Se fundaba en una base institucional de carácter verticalista, con mando único y jerarquizado, es decir, centralizado. Para cobrar el tributo y reproducir el dominio político-militar, los españoles instituyeron una organización administrativa territorial que descendía desde el virrey, el corregidor, el curaca hasta los jillakatas de los ayllus sometidos. (Omonte, V. 1995, pp. 33).

Los enclaves controlados por los españoles, adoptaron pronto una organización autónoma de gestión local. Pues cuando se fundaba una ciudad, el primer cabildo era designado por el fundador. La fundación sólo se hacía con la autorización expresa del rey a través de las

capitulaciones y el primer acto fundacional consistía en instituir el rollo o árbol de la justicia en la plaza mayor o pública, como símbolo de la conquista real y simultáneamente, el primer cabildo como expresión del poder civil. (Arce, J. 1995, pp. 33).

En el primer cabildo se elegían a los regidores, con una función análoga a la de concejales, y de entre ellos, a los alcaldes de primer y segundo voto. Estos tenían facultades jurisdiccionales de primera instancia en lo civil y criminal, su mandato era anual y elegidos por los demás regidores, pero supeditada su designación a la confirmación de parte del Virrey. Únicamente los vecinos podían ser alcaldes o regidores. Pero también existían otras autoridades tales como: el alférez real, con derecho a voz y voto en los cabildos para precautelar los intereses de la corona y los alguaciles mayores con funciones e índole policial. (Omonte, V. 1995, pp. 34).

Los Cabildos recibían el nombre de Cabildo, Justicia y Regimiento, denotando así las potestades que éstos ejercían además de otras propias al régimen local tales como ornato público, prestación de servicios, sanidad, entre otros. Empero, cabe aclarar que los cabildos constituidos por el sistema centralista español, estaban compuestos por miembros de los estratos sociales coloniales elevados (jefes de familia españoles adinerados), quienes posteriormente se rebelaron y dieron lugar a la guerra de la independencia. Asimismo, es importante señalar que uno de los atributos más notorios de estos cabildos era el de convocar a cabildos abiertos cuando así lo exigían las circunstancias e imponer contribuciones, reclutar tropas, etc. (Arce, J. 1995, pp. 34).

Durante este periodo, se establece el sistema de intendencias en las Provincias Unidas que integraban el Virreinato de la Plata, que comprendía las ciudades de: Santa Cruz de la Sierra, La Paz, La Plata, actualmente Sucre y Potosí. El modelo de intendencias que implantó la corona española era una réplica del modelo francés, que en el fondo tuvo por objeto restar poder económico y político a la Real Audiencia de Charcas y en los hechos confirió a los gobernadores-intendentes poderes de justicia, policía y hacienda. Algunos historiadores atribuyen a esta figura el origen de las Autonomías y germen de cultivo de los actuales gobernadores (Urenda, J. 2007, pp. 88-95).

Al igual que el periodo colonial actualmente cada ciudad en este caso Sucre cuenta con independencia para implementar políticas municipales a través de patentes, las cuales

permitan mejorar los ingresos económicos para mejorar el progreso y crecimiento de esta ciudad, mediante obras y servicios públicos para beneficio de la sociedad.

c. Periodo republicano: De 1825 hasta la actualidad

Tras la fundación de la República no se consiguió superar los patrones verticales centralistas de la organización territorial colonial adoptándose el régimen presidencialista y unitario.

Pues el Estado gestado el 6 de agosto de 1825 mediante Ley N° 04 del 13 de agosto del mismo año definió la columna vertebral del poder en base a los conceptos de soberanía y unitarismo, estructurado en tres Órganos del Poder Público de corte centralista, bajo un criterio errado de unidad nacional que quiso perdurarse, contrariando la alternativa federalista que fue motivo de debate en la Asamblea Constituyente de 1871. (Nuñez, E. 2008, pp. 8).

Concretamente desde el año 1831, Bolivia se sanciona la segunda Constitución Política del Estado, la república adoptó en su Constitución el sistema unitario de gobierno o presidencialista, como sistema o forma de Estado.

Primeramente, con la Ley del Régimen Interior del 28 de septiembre de 1831 y luego, con la Ley de Organización Política y Administrativa del 03 de diciembre de 1888, se instituyen las prefecturas en Bolivia bajo dependencia del nivel central, replicando el modelo francés centralizado que fue implantado en España bajo un mando jerarquizado que iba desde el Prefecto, Subprefecto, Corregidores y alcalde en las localidades. (Urenda, J. 2007, pp. 80).

2.1.2. Constitución Política del Estado de Bolivia

Según la constitución política del estado son competencias exclusivas de los gobiernos municipales autónomos, en su jurisdicción: “la creación y administración de impuestos de carácter municipal, cuyos hechos impositivos no análogos a los impuestos nacionales o departamentales”, “Creación y administración de tasas, patentes a la actividad económica y contribuciones especiales de carácter municipal”. (constitución política del estado plurinacional de Bolivia, pp 78 Art. 302).

Los impuestos que pertenecen al dominio tributario nacional serán aprobados por la Asamblea Legislativa Plurinacional. Los impuestos que pertenecen al dominio exclusivo de las autonomías departamental o municipal, serán aprobados, modificados o eliminados por sus Concejos o Asambleas, a propuesta de sus órganos ejecutivos. El dominio tributario de los Departamentos Descentralizados, y regiones estará conformado por impuestos departamentales tasas y contribuciones especiales, respectivamente. (CPE de Bolivia, Art 323 párrafo II)

2.1.3 Ley de Municipalidades

La Ley de Municipalidades tiene el objeto de regular el funcionamiento y la administración de los municipios, aplicada en:

- ✚ La organización y las atribuciones de la Municipalidad y del Gobierno Municipal
- ✚ Normas nacionales sobre Patrimonio de la Nación, Propiedad y Dominio Público - Control social al Gobierno Municipal.

Una ley municipal es la disposición legal que emana del Concejo Municipal; es de carácter general, su aplicación y cumplimiento es obligatorio desde el momento de su publicación en la Gaceta Municipal y en los medios electrónicos reconocidos para el efecto. (Heinz, W. 2012, pp. 80).

La Ley Municipal para su aprobación requiere el pronunciamiento uniforme de la mayoría absoluta de votos de los concejales y las concejalas presentes. Toda Ley Municipal se encuentra vigente mientras no sea derogada, abrogada o declarada inconstitucional por Sentencia del Tribunal Constitucional Plurinacional.

Mediante Ley Municipal, se podrán sancionar Códigos Municipales con el objeto de integrar y sistematizar la Legislación Municipal de una misma materia.

La Municipalidad y su Gobierno Municipal tienen como finalidad de representar a la ciudadanía, contribuir a la satisfacción de las necesidades colectivas del municipio y tiene las siguientes finalidades:

- Promover y dinamizar el desarrollo humano sostenible, equitativo y participativo del Municipio.

- Crear condiciones para asegurar el bienestar social y material de los habitantes del Municipio, mediante la autorización, regulación, administración, ejecución directa de obras, servicios públicos y explotaciones municipales
- Preservar y conservar, el medio ambiente y los ecosistemas del Municipio.
- Preservar el patrimonio paisajístico, y resguardar el Patrimonio de la Nación existente en el Municipio
- Mantener, fomentar, defender y difundir los valores culturales, históricos, morales y cívicos de la población y de las etnias del Municipio;
- Favorecer la integración social de sus habitantes, bajo los principios de equidad e igualdad de oportunidades, respetando su diversidad; y
- Promover la participación ciudadana defendiendo en el ámbito de su competencia, el ejercicio y práctica de los derechos fundamentales de las personas estantes y habitantes del Municipio.

En palabras de Keyes (1998) citado por Apaza señala el bienestar social es sencillamente la valoración que hacemos de las circunstancias y funcionamiento de las sociedades (Apaza, F. 2015).

Entonces, el bienestar social se entendería como aquellas cosas positivas que deben favorecer en la calidad de vida de las personas y por sobre todo que le otorguen tranquilidad y satisfacción humana; y cuando se habla de habitantes del Municipio implica a todos en general sin exclusión o preferencia de algún sector.

Para ello, el Municipio cuenta con Ordenanzas y Resoluciones Municipales, las primeras se constituyen en normas generales emanadas por el Concejo Municipal y las segundas son de gestión administrativa, pero ambas son de cumplimiento obligatorio a partir de su publicación. Esto significa que el cumplimiento obligatorio es aplicable a todas las personas que habitan el territorio del Municipio.

Cada ordenanza municipal está vigente hasta su derogación o abrogación por otra ordenanza la cual debe darse a conocer por el Concejo del Municipio; entonces, hasta que no exista una ordenanza de derogación o abrogación, una ordenanza municipal por más que haya sido emitida hace diez años continúa en vigencia.

Respecto a los bienes de dominio público en los que se cuenta a las calles, aceras, cordones, avenidas, pasos a nivel, caminos, túneles y otros, se indica que son de uso irrestricto por parte de la comunidad, es decir, accesible, sin obstáculos para sus habitantes. Entonces, si las ordenanzas municipales van a precautelar la libre circulación esto implica que se debería prevenir y disponer de los medios necesarios para evitar cualquier riesgo o accidente de los peatones y preservar los derechos de los propietarios.

Es más, entre las obligaciones de los habitantes se señala claramente que se deben cumplir con las disposiciones municipales y responder por los daños y perjuicios causados a la colectividad por el uso irresponsable e ilegal de su propiedad privada, individual o colectiva o por otras causas establecidas por Ley. Aunque en este artículo no se señala la sanción se establece la responsabilidad de quien causare daño a la colectividad.

2.1.4. Atribuciones del Concejo Municipal

Según la Ley 482 en su artículo 16 establece que el Concejo Municipal tiene las siguientes atribuciones: “Aprobar, modificar o suprimir mediante Ley Municipal, las Tasas y Patentes a la actividad económica y contribuciones especiales de carácter municipal”. “A propuesta del Órgano Ejecutivo Municipal, aprobar, modificar o suprimir mediante Ley Municipal los impuestos de dominio exclusivo del Gobierno Autónomo Municipal, de conformidad con el Artículo 323 de la Constitución Política del Estado, la Disposición Adicional Primera y Segunda de la Ley N°031 Marco de Autonomías y Descentralización, la Ley N°154 de Clasificación y Definición de Impuestos y de Regulación para la Creación y/o Modificación de Impuestos de Dominio de los Gobiernos Autónomos, y el Código Tributario Boliviano”.

2.1.5. Atribuciones del Alcalde o Alcaldesa

El alcalde o la alcaldesa Municipal tiene las siguientes Atribuciones: “Proponer la creación, modificación o supresión de tasas y patentes a la actividad económica y contribuciones especiales de carácter municipal, para su aprobación mediante Ley Municipal”. “Proponer al Concejo Municipal la creación, modificación o eliminación de impuestos que pertenezcan al dominio exclusivo del Gobierno Autónomo Municipal”. (Ley 482 Art. 26 párrafo 15,16).

2.1.6. Procedimiento para establecer una Patente

Para establecer una patente se debe seguir los siguientes procedimientos:

a. Marco Normativo

La base más importante para la construcción de normas de carácter municipal se encuentra establecida en el artículo 323 de la CPE en cuanto en los principios de política fiscal, procedimientos, condiciones y limitantes. También se debe basar en lo que se sujeta la Ley Marco de Autonomías (Ley N°031) en su disposición adicional primera; las Entidades Territoriales Autónomas (ETAS) para la creación, modificación o supresión de tributos en el ámbito de sus competencias, lo realiza mediante leyes emitidas por su órgano legislativo; la disposición según indica que para la creación de tributos las Entidades Territoriales Autónomas en el ámbito de sus competencias, se emitirá un informe técnico por la instancia competente sobre el cumplimiento del párrafo I y IV del artículo 323 de la CPE.

b. Procedimiento

Cuando se habla de procedimientos para establecer una patente la Ley 154 hace un énfasis los proyectos de ley deben ser tramitados por la autoridad fiscal (Ministerio de Economía), en el caso de la emisión del informe técnico para tasas y patentes se puede realizar directamente a través del Viceministerio de Política Tributaria, si se ve desde al ámbito municipal se debe realizar dos tipos de nota cuando se trata de gestionar el proyecto de ley de impuestos se debe realizar una nota dirigida al Ministro de Economía, firmada por Alcalde Municipal, remitiendo el proyecto de ley más justificación técnica y económica en el caso de los impuestos. Para la aprobación de una ley de Patente o Tasa se debe realizar una nota firmada por el alcalde Municipal esta va dirigida al Viceministerio de Política Tributaria. Posterior se debe verificar el cumplimiento de principios y condiciones, y estructura tributaria en lo consiguiente se emitirá un dictamen favorable o desfavorable, sobre el hecho generador establecido en el Código Tributario Boliviano, Límites establecidos en el Párrafo IV del Art. 323 CPE. En cuanto al tratamiento del Proyecto de Ley se debe remitir el proyecto de ley en el caso de tasas más el dictamen técnico favorable al Gobierno Autónomo Municipal a través del su órgano legislativo y mediante ley aprobar el proyecto, una vez aprobado en el concejo municipal este esté es enviado al Órgano Ejecutivo para promulgarse la Ley y establecer la reglamentación correspondiente.

2.1.7. Patente Municipal

Las patentes municipales establecidas conforme a lo previsto por la Constitución Política del Estado, cuyo hecho generador es el uso o aprovechamiento de bienes de dominio público, así como la obtención de autorizaciones para la realización de actividades económicas. (CTB Art. 9).

2.1.8. Sujeto Activo

El sujeto Activo de la relación Jurídico Tributaria es el Estado, cuyas facultades de recaudación, control, verificación, valoración, inspección previa, fiscalización, liquidación, determinación, ejecución y otras establecidas en el Código Tributario son ejercidas por la Administración Tributaria nacional, departamental y municipal, dispuestas por Ley. Estas facultades constituyen actividades inherentes al Estado. (CTB Art. 21).

2.1.9. Sujeto Pasivo

El sujeto pasivo es el contribuyente quien debe cumplir las obligaciones tributarias establecidas conforme dispone el Código Tributario y las leyes. (CTB Art. 22).

2.1.10. Base Imponible

Es la unidad de medida, valor o magnitud, obtenidos de acuerdo a normas legales respectivas, sobre la cual se aplica la alícuota para determinar el tributo a pagar. (CTB Art. 42).

2.1.11. Alícuota

Es el valor fijo o porcentual establecido por Ley, que debe aplicarse a la base imponible para determinar el tributo a pagar. (CTB Art. 46).

2.2. MARCO CONTEXTUAL

2.2.1. Política Económica

El Estado boliviano dentro de sus políticas, tiene definida su Política Económica cuyo fin es establecer estrategias y acciones para conducir e influir sobre la economía del estado. Esta estrategia está constituida por el conjunto de medidas, leyes, regulaciones, subsidios e impuestos que alteran los incentivos económicos para obtener unos fines o resultados económicos específicos.

2.2.2 Política Fiscal

Como parte de la Política Económica, la Política Fiscal configura el presupuesto del Estado y sus componentes son el gasto público y los impuestos como variables de control para asegurar y mantener la estabilidad económica, amortiguando las oscilaciones de los ciclos económicos y contribuyendo a mantener una economía creciente, de pleno empleo y sin inflación alta.

2.2.3. Política Tributaria

A partir del marco legal contenido en la Constitución y en las leyes N° 154 y N°031, la creación de tributos por parte de los niveles autonómicos debe realizarse con base en los siguientes aspectos, considerando que el dominio tributario de los "departamentos descentralizados" y de las regiones estará conformado por impuestos departamentales, por tasas y por contribuciones especiales, es decir, otorgando potestad tributaria sobre todo tipo de tributo:

- La política fiscal se basa en los principios de capacidad económica, igualdad, progresividad, proporcionalidad, transparencia, universalidad, control, sencillez administrativa y capacidad recaudatoria (artículo 323 de la CPE), debiendo observarse los mismos para la creación y/o modificación de impuestos por los gobiernos autónomos departamentales y municipales (artículo 10 de la Ley de clasificación).
- No se pueden crear impuestos cuyos hechos imposables sean análogos a los correspondientes a los impuestos nacionales u otros impuestos departamentales o

municipales existentes, independientemente del dominio tributario al que pertenezcan (artículo 323 de la CPE).

- No se pueden crear impuestos que graven bienes, actividades, rentas o patrimonios localizados fuera de la jurisdicción territorial, salvo las rentas generadas por sus ciudadanos o empresas en el exterior del país, haciéndose extensiva dicha prohibición a las tasas, patentes y contribuciones especiales (artículo 323 de la CPE).

- No se pueden crear impuestos -ni, de manera extensiva, tasas, patentes y contribuciones especiales- que obstaculicen la libre circulación y el establecimiento de personas, bienes, actividades o servicios dentro de su jurisdicción territorial.

- En la creación y establecimiento de impuestos sobre la propiedad, su transferencia o la sucesión a cualquier título, los gobiernos autónomos deben prever que los bienes inmuebles y muebles sujetos a registro del Estado, de las misiones diplomáticas y consulares acreditadas en el país, así como de los organismos internacionales, no estén alcanzados por estos gravámenes (artículo 16 de la "Ley N°154").

- No se pueden crear impuestos que generen privilegios para sus residentes, discriminando a los que no lo son, haciéndose también extensiva dicha prohibición a las tasas, patentes y contribuciones especiales (artículos 323 de la CPE y 15 de la "Ley N°154").

La anterior Constitución Política del Estado señalaba en su Título Segundo -Garantías de la Persona- que todos los ciudadanos estamos en la obligación de aportar en función a nuestra capacidad contributiva, es decir, en función a la actividad que desarrollamos y en función a los ingresos que percibimos. Significando esto que, entre otras actividades económicas, todos los profesionales independientes se encuentran sujetos a obligaciones impositivas en el desarrollo de su actividad.

La actual Constitución Política del Estado señala como deberes de las bolivianas y los bolivianos el tributar en proporción a su capacidad económica, siendo atribución de la Asamblea Legislativa Plurinacional crear o modificar impuestos de competencia del nivel central del Estado, y las atribuciones de la Cámara de Diputados iniciar la aprobación o modificación de leyes en materia tributaria.

Como competencias privativas del nivel central del Estado se encuentra la creación de impuestos nacionales, tasas y contribuciones especiales de dominio tributario del nivel central del Estado; ejerciéndose las competencias de forma compartida entre el nivel central

Estatal y las entidades territoriales autónomas en la regulación para la creación y/o modificación de impuestos de dominio exclusivo de los gobiernos autónomos. (Ley 154 Art. 4).

Dentro los nuevos elementos en materia impositiva se definen competencias exclusivas de los Gobiernos Departamentales Autónomos en su jurisdicción, como son la creación y administración de impuestos de carácter departamental, cuyos hechos imponible no sean análogos a los impuestos nacionales o municipales (aprobados, modificados o eliminados por sus Concejos o Asambleas, Y para los Gobiernos Municipales la creación y administración de impuestos de carácter municipal, cuyos hechos imponible no sean análogos a los impuestos nacionales o departamentales. Por otro lado, las autonomías indígenas originario campesinas tienen dentro sus competencias la administración de impuestos de su competencia en el ámbito de su jurisdicción, siendo la Asamblea Legislativa Plurinacional mediante ley N°154, la que clasificará y definirá los impuestos que pertenecen al dominio tributario nacional, departamental y municipal.

Los impuestos de dominio de los gobiernos autónomos, su hecho generador, base imponible o de cálculo, alícuota, sujeto pasivo, exenciones y deducciones o rebajas, serán establecidos por ley de la Asamblea Departamental o del Concejo Municipal, de acuerdo a la Ley N°154 y el Código Tributario Boliviano. Los gobiernos Autónomos departamentales y municipales, no podrán crear impuestos cuyos hechos generadores sean análogos a los de los tributos que corresponden al nivel central del Estado u otro dominio tributario. No podrán crear impuestos sobre actividades, hechos que se realicen o sitúen, según corresponda, fuera de su jurisdicción territorial. No Podrán crear impuestos que obstaculicen la libre circulación o el establecimiento de personas, bienes, servicios o actividades. No se podrán establecer impuestos que generen, dentro de su jurisdicción territorial, privilegios para sus residentes o tratamientos discriminatorios a personas que no lo son. (Ley 154 Art. 11 al 15).

2.2.4. Las Administraciones Tributarias

En el actual modelo impositivo, tienen su génesis en los Códigos Tributarios implantados a partir de la reforma impositiva, Leyes: 1340 de 28 de Mayo de 1992 y 2492 de 02 de Agosto de 2003, no crean, no determinan nuevos impuestos, ni varían alícuotas (definidos

básicamente por la Ley 843); sino más bien definen: el contexto, el marco, los mecanismos, los instrumentos, los medios, las formas, los plazos y los procedimientos, dentro los cuales se desempeñaran las relaciones jurídico - personales de los sujetos pasivos y los sujetos activos, procurando para el Estado el cobro de la carga impositiva asignada a determinadas actividades económicas.

En función a la estructura legal vigente, el país cuenta con tres Administraciones Tributarias: la Aduana Nacional, encargada de la recaudación a nivel nacional de los aranceles aduaneros de importaciones definitivas (Ley 1990 de 28 de julio de 1999); el Servicio de Impuestos Nacionales, encargada de la recaudación de los impuestos de dominio nacional (Ley 2166 de 22 de diciembre de 2000) y los Gobiernos Municipales, recaudadora de impuestos, patentes y contribuciones especiales de ámbito municipal, municipios definidos por la Ley de Participación Popular (Leyes 2028 de 28 de Octubre de 1999 y 1551 de 20 de Abril de 1994).

2.2.5. Ley N° 2492 Código Tributario Boliviano

- **Fuentes del Derecho Tributario.** - Con la siguiente prelación normativa:
 - a. Constitución Política del Estado
 - b. Convenios y Tratados Internacionales aprobados por el Poder Legislativo
 - c. el presente Código Tributario
 - d. Las Leyes
 - e. Los Decretos Supremos
 - f. Resoluciones Supremas
 - g. Las demás disposiciones de carácter general dictados por los órganos administrativos facultados al efecto con las limitaciones y requisitos de formulación establecidos en este Código.

También constituyen fuente del Derecho Tributario las Ordenanzas Municipales tasas y patentes aprobados por el Honorable Senado Nacional, en el ámbito de su jurisdicción y competencia.
- **Ámbito de Aplicación.** - Las disposiciones de este Código establecen los principios, instituciones, procedimientos y las normas fundamentales que regulan el régimen jurídico del sistema tributario boliviano y son aplicables a todos los tributos de carácter nacional, departamental, municipal y universitario.

- **Principio de Legalidad o Reserva de Ley.** - El principio de legalidad, indica que solo la ley puede tipificar los ilícitos tributarios y establecer las respectivas sanciones.
- **Los Tributos.** - las obligaciones en dinero que el Estado, en ejercicio de su poder del imperio, impone con el objeto de obtener recursos para el cumplimiento de sus fines. Clasificados en: a) **Impuesto**, tributo cuya obligación tiene como hecho generador una situación prevista por ley relativa al contribuyente, b) **Tasa**, cuyo hecho imponible consiste en la prestación de servicios o la realización de actividades sujetas a normas de Derecho Público individualizado en el sujeto pasivo, c) **Contribuciones Especiales y patentes municipales**
- **Patentes Municipales.** - Son establecidas conforme a lo previsto por la Constitución Política de Estado, cuyo hecho generador es el uso o aprovechamiento de bienes de dominio público, así como la obtención de autorizaciones para la realización de actividades económicas. (Ley 2492 Código Tributario, 2003)
- **Sujetos de la Relación Jurídica Tributaria.** - Los sujetos son: **a) sujeto activo**, es el Estado cuyas facultades de recaudación, control, verificación, valoración inspección previa, fiscalización, liquidación, determinación, ejecución y otras establecidas en este Código son ejercidas por la Administración Tributaria nacional, departamental y municipal dispuestas por ley. Facultades inherentes al Estado, **b) sujeto pasivo**, es el contribuyente o sustituto del mismo, quien debe cumplir las obligaciones tributarias establecidas conforme dispone este Código y las Leyes. (Código Tributario N° 2492, 2003).

Los tributos según el código tributario boliviano se clasifican en: impuestos, tasas, patentes y contribuciones especiales las patentes tiene como finalidad gravar licencias de funcionamiento y publicidad de dominio público.

2.2.6. Facultades del Sujeto activo y Administración Tributaria

El Art. 21 de la Ley N° 2492 Código Tributario Boliviano, y el artículo 3 del Reglamento al Código Tributario Boliviano, aprobado mediante Decreto Supremo N° 27310, establecen que “el sujeto activo de la relación jurídica tributario es el Estado, cuyas facultades de recaudación, control, verificación, inspección previa, fiscalización, liquidación, determinación, ejecución y otras establecidas en el código son ejercidas por la Administración Tributaria, nacional, departamental y municipal”, “en el ámbito municipal serán ejercitadas por la Dirección de Recaudaciones o el órgano facultado para cumplir

estas funciones mediante Resolución Técnica Administrativa emitida por la máxima autoridad ejecutiva municipal.”

El Art. 64 de la misma norma legal, dispone que “la Administración Tributaria podrá dictar normas administrativas de carácter general a los efectos de la aplicación de las normas tributarias, las que no podrán modificar, ampliar o suprimir el alcance del tributo ni de sus elementos. (Código Tributario N° 2492, 2003).

2.2.7. Ilícitos Tributarios

El Art. 148 del Código Tributario Boliviano Ley N° 2492, establece que los ilícitos tributarios las acciones u omisiones que violen normas tributarias materiales o formales, tipificadas y sancionadas en el Código Tributario y demás disposiciones normativas tributarias; Clasificadas en contravenciones y delitos.

El Código Tributario Boliviano Ley N° 2492 en el Art. 66 numeral 6 establece entre las facultades específicas de la Administración Tributaria la de sanción de contravenciones, que no constituyan delitos. Son contravenciones tributarias: la omisión de inscripción en los registros tributarios; no emisión de factura, nota fiscal o documento equivalente; omisión de pago; contrabando cuando se refiera al último párrafo de artículos 181 del Código Tributario; incumplimiento de otros deberes formales; las establecidas en leyes especiales.

La citada norma legal contempla en su Art. 160 numeral 5 que son contravenciones tributarias entre otras, el incumplimiento de otros deberes formales. Así mismo, en su Art. 162 indica los límites mínimos y máximos de Multas por sanción a incumplimiento a deberes formales, señalando que la sanción para cada una de las conductas contraventoras ira desde cincuenta Unidades de Fomento de la Vivienda (50 UFVs) a cinco mil Unidades de Fomento de la Vivienda (5.000 UFVs).

Que, el Decreto Supremo N° 27310 que aprueba el Reglamento del Código Tributario Boliviano, establece en su Art. 40 párrafo I que conforme lo establecido por el Parágrafo I del Art. 162 de la Ley N° 2492, las Administraciones Tributarias dictarán las resoluciones administrativas que contemplen el detalle de sanciones para cada una las conductas

contraventoras tipificadas como incumplimiento a los deberes formales. (Código Tributario N°2492, 2003).

2.2.8. Competencia y Principios Sancionadores de la Ley N°2341 Procedimiento Administrativo

La Ley del Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002, Ley N°2341, en su Art. 5, Competencia de los Sujetos Públicos, señala que los órganos administrativos tendrán competencia para conocer y resolver un asunto administrativo cuando éste emane, derive o resulte expresamente de la Constitución Política del Estado, las leyes y las disposiciones reglamentarias.

La citada norma legal contempla en su Art. 71 los principios sancionadores, sanciones administrativas que las autoridades competentes deban imponer a las personas, estarán inspiradas en los principios de legalidad, tipicidad, presunción de inocencia, proporcionalidad, procedimiento punitivo e irretroactividad.

- **Principio de Legalidad.** - Sanciones administrativas solamente podrán ser impuestas cuando éstas hayan sido previstas por norma expresa, conforme al procedimiento establecido en la presente Ley y disposiciones reglamentarias aplicables.
- **Principio de Tipicidad.** - Son infracciones administrativas las acciones u omisiones expresamente definidas en las leyes y disposiciones reglamentarias. Sólo podrán imponerse aquellas sanciones administrativas expresamente establecidas en las leyes y disposiciones reglamentarias. Las sanciones administrativas, sean o no de naturaleza pecuniaria, no podrán implicar en ningún caso ni directa ni indirectamente la privación de libertad.
- **Principio de Presunción de Inocencia.** - En concordancia con la prescripción constitucional, se presume la inocencia de las personas mientras no se demuestre lo contrario en idóneo procedimiento administrativo.
- **Principio de Proporcionalidad.** - El establecimiento de sanciones pecuniarias deberá prever que la comisión de las infracciones tipificadas no resulte más beneficiosa para el infractor que el cumplimiento de las normas infringidas.

- **Principio de Procedimiento Punitivo.** - No se podrá imponer sanción administrativa alguna a las personas, sin la previa aplicación de procedimiento punitivo establecido en la presente Ley o en las disposiciones sectoriales aplicables.
- **Principio de Irretroactividad.** - Sólo serán aplicables las disposiciones sancionadoras que estuvieran vigentes en el momento de producirse los hechos que constituyan la infracción administrativa.

2.2.9. Marco Legal, Análisis de la normativa Nacional

La Constitución Política del Estado Plurinacional, promulgada el 7 de febrero de 2009, enmarca en sus diferentes artículos de forma general los derechos de primera y segunda generación, también incorpora los derechos ciudadanos respecto al uso y el ordenamiento del transporte y más específicamente al tema de la *educación vial*, pero en ninguno de ellos puntualiza los derechos de los peatones.

En este sentido, los peatones son personas individuales a quienes el Estado protege y en el caso de las mujeres embarazadas el concebido es sujeto de derecho, aunque no es persona también goza de la protección del Estado porque existen leyes a su favor.

Así lo refrenda, este mismo artículo, en el párrafo III. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar toda acción u omisión que tenga por objeto degradar la condición humana y causar muerte dolor y sufrimiento físico.

Esto significa que el Estado recurrirá al conjunto de normas jurídicas vigentes en el país para prevenir, eliminar y sancionar toda acción u omisión y debe hacerse énfasis en este último ya que la omisión se entiende como el incumplimiento de un deber que provoca sufrimiento, dolor y otros, como es el caso de las personas que ocupan las aceras y cuyos resultados serían causar daños a los peatones (Apaza, F. 2015, pp. 39).

Es más, en la Constitución Política también se indica que los bolivianos y las bolivianas como personas individuales tienen libertad de circulación como lo explica el Art. 21. Las bolivianas y los bolivianos tienen los siguientes derechos: 7. A la libertad de residencia, permanencia y circulación en todo el territorio boliviano, que incluye la salida e ingreso del país.

En una revisión más precisa en su Artículo 302, Parágrafo I, numeral 18, dispone que sea competencia exclusiva de los Gobiernos Autónomos Municipales el Transporte Urbano, registro de propiedad automotor, ordenamiento y educación vial, administración y control del tránsito urbano.

- La Ley Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Ibáñez” (Ley N° 031), en su artículo 96, parágrafo VII, otorga como competencia exclusiva de los Gobiernos Autónomos Municipales, entre otras, la labor de planificar y desarrollar el transporte urbano, incluyendo el ordenamiento de tránsito urbano, desarrollar, promover y difundir la educación vial con participación ciudadana y regular las tarifas de transporte en su área de jurisdicción, en el marco de las normas, políticas y parámetros fijados por el nivel central del Estado; determinado que la competencia exclusiva municipal en transporte urbano, ordenamiento y educación vial, administración y control de tránsito urbano se la ejercerá en lo que corresponda en coordinación de la Policía Bolivia.

- La Ley de Gobiernos Autónomos Municipales de 9 de enero de 2014, Ley N° 482, en su artículo 26, Atribuciones de la alcaldesa o el alcalde Municipal, en el numeral 26, especifica como atribución del Órgano Ejecutivo; el Diseño, definición ejecución de políticas, planes, programas y proyectos de políticas públicas municipales, que promuevan la equidad social y de género en la participación, igualdad de oportunidades e inclusión.

CAPITULO III

MARCO

METODOLÓGICO

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de Investigación

El objetivo de la investigación descriptiva es únicamente establecer una especificación lo más completa posible de un fenómeno, situación o elemento concreto, sin buscar causas ni consecuencias de éste. Mide las características y observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlos. (Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M.P. 2010, pp. 13)

El tipo de investigación que se utilizó en el presente trabajo fue la investigación descriptiva, tal como el nombre lo indica contribuyo a describir la realidad de las patentes sobre publicidad en los negocios en la ciudad de Sucre.

Esta investigación descriptiva permitió acumular y procesar datos para que el investigador defina su análisis.

De igual manera el trabajo de investigación abarca un enfoque cualitativo debido a que realizará un análisis documental, un análisis de la normativa establecida vigente y una recopilación de información para la creación de una patente sobre publicidad que faciliten la apertura de los locales y el control de la publicidad externa en la ciudad de Sucre.

El enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de la investigación, sin embargo, en lugar de que la claridad sobre la pregunta de investigación que preceda a la recolección y análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos) los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas, Idea a Defender antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después, para refinarlas y responderlas.

3.2. Métodos de Investigación

3.2.1. Método Documental

Detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio. (Hernández Sanpieri, R. Fernández, C. & Baptista, P. 2000, pp. 50)

El trabajo de investigación abarco el método documental ya que al realizar los antecedentes se obtuvo información existente en documentos ya plasmados que se encuentran dentro del internet, revistas científicas, libros y/o textos entre otros.

3.2.2. Método Estadístico

El método estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones. El Método Estadístico en las Ciencias sociales se convierte en una herramienta poderosa de precisión científica en la medida en la que se combine con los métodos cualitativos y se emplee de acuerdo a las necesidades y al sano criterio. Adolph Quetelet fue de los primeros en aplicar métodos estadísticos al estudio de un conjunto de datos. (Bojacá, J. 2005, pp. 87-99)

Se aplicó el método de la medición puesto que se efectuó la encuesta, de la cual se tabularon los resultados que se lograron obtener, para su posterior análisis e interpretación.

3.2.3. Método Bibliográfico

La revisión bibliográfica se ha definido como "la operación documental de recuperar un conjunto de documentos o referencias bibliográficas que se publican en el mundo sobre un tema, un autor, una publicación o un trabajo específico. Es una actividad de carácter retrospectivo que nos aporta información acotada a un periodo determinado de tiempo. (Gálvez Toro, A. 2001, pp 34).

Este método coadyuvo a la directa recopilación de información posibilitando el análisis y la revisión documental, permitiendo generar fundamentos, conceptos y teorías que sustenten el trabajo de investigación.

3.3. Técnicas de Investigación

Encuesta

La encuesta es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. según (Tamayo y Tamayo 2008, pp. 24)

Se utilizó la técnica de la encuesta, porque permitió obtener información primaria sobre la percepción que tienen los establecimientos comerciales sobre las patentes municipales en la ciudad de Sucre.

Entrevista

El guion de la entrevista debe contener los datos generales de codificación del entrevistado, datos sociológicos y datos convencionales al tema de investigación. (Hurtado J. 2008, pp. 46).

Así mismo, se realizó una entrevista al especialista o responsable sobre las patentes municipales en el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

3.4. Instrumentos

El cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio. (Tamayo y Tamayo. 2008, pp. 124).

El cuestionario o guía de encuesta, es la herramienta de consulta que abarca una serie de preguntas aplicada a los encuestados.

3.4.1. Guía de Entrevista

Para aplicación de la entrevista esta se desarrolló mediante criterios técnicos, datos generales, datos sociológicos, datos convencionales al tema de investigación.

3.5. Población y Muestra

3.5.1. Población

La población meta es el conjunto de elementos u objetivos que poseen la información que busca el investigador y acerca de cuál deben hacerse las inferencias. La población meta debe definirse en términos de los elementos, las unidades de muestra, la extensión y el tiempo. En total se diseñaron 2 muestras que se describen a continuación:

I. Propietarios de Establecimientos Comerciales

En el caso de la presente investigación, se quiere contar con información de los establecimientos comerciales de la ciudad de Sucre que utilizan algún tipo de publicidad externa, abarcando en total 3.750 establecimientos según el Registro de Comercio de la gestión 2019.

II. Especialista o Responsable sobre las Patentes Municipales en el GAMS

Se realizó la entrevista al especialista o responsable sobre las patentes municipales encargado por parte del GAMS. Por dicho motivo se realizó una encuesta. (Ver Anexo 1)

3.5.2. Muestra

Dónde:

N = Tamaño de la población.

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza.

E = Error o nivel de precisión.

P = Probabilidad de éxito.

Q = probabilidad de fracaso.

N = 3.750.-

n = ? Tamaño de la muestra.

Z = 95% o 1,96.

E = 5%

P =50%

Q =50%

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Obteniendo un total de 343 encuestas para realizar a los propietarios de comercios.

Tabla N°1: Características de las Muestras

ACTOR	FUENTE	UNIVERSO	MUESTRA	FORMA DE SELECCIÓN	COBERTURA GEOGRÁFICA
Propietarios de los establecimientos comerciales	Registro de Comercio de la gestión 2019	3.750.-	343.-	Muestral	Ciudad de Sucre
Responsable sobre las patentes municipales en el GAMS.	GAMS.	1.-	1.-	Censal	Ciudad de Sucre

Fuente: Elaboración propia, mediante información obtenida de la oficina de Registro de Comercio y el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.

CAPITULO IV
DESARROLLO DE
LA
INVESTIGACIÓN

CAPITULO IV

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Normativa Municipal Actual de Sucre

En el nivel municipal se tiene algunas leyes y ordenanzas municipales que se relacionan de forma general al tema estudiado. A continuación, se menciona aspectos más importantes sobre el reglamento a la ley municipal autonómica 248/2022 “Ley de creación y administración de patentes municipales del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre” en su título III capítulo I “Patente a la Publicidad y Propaganda” (ANEXO 3).

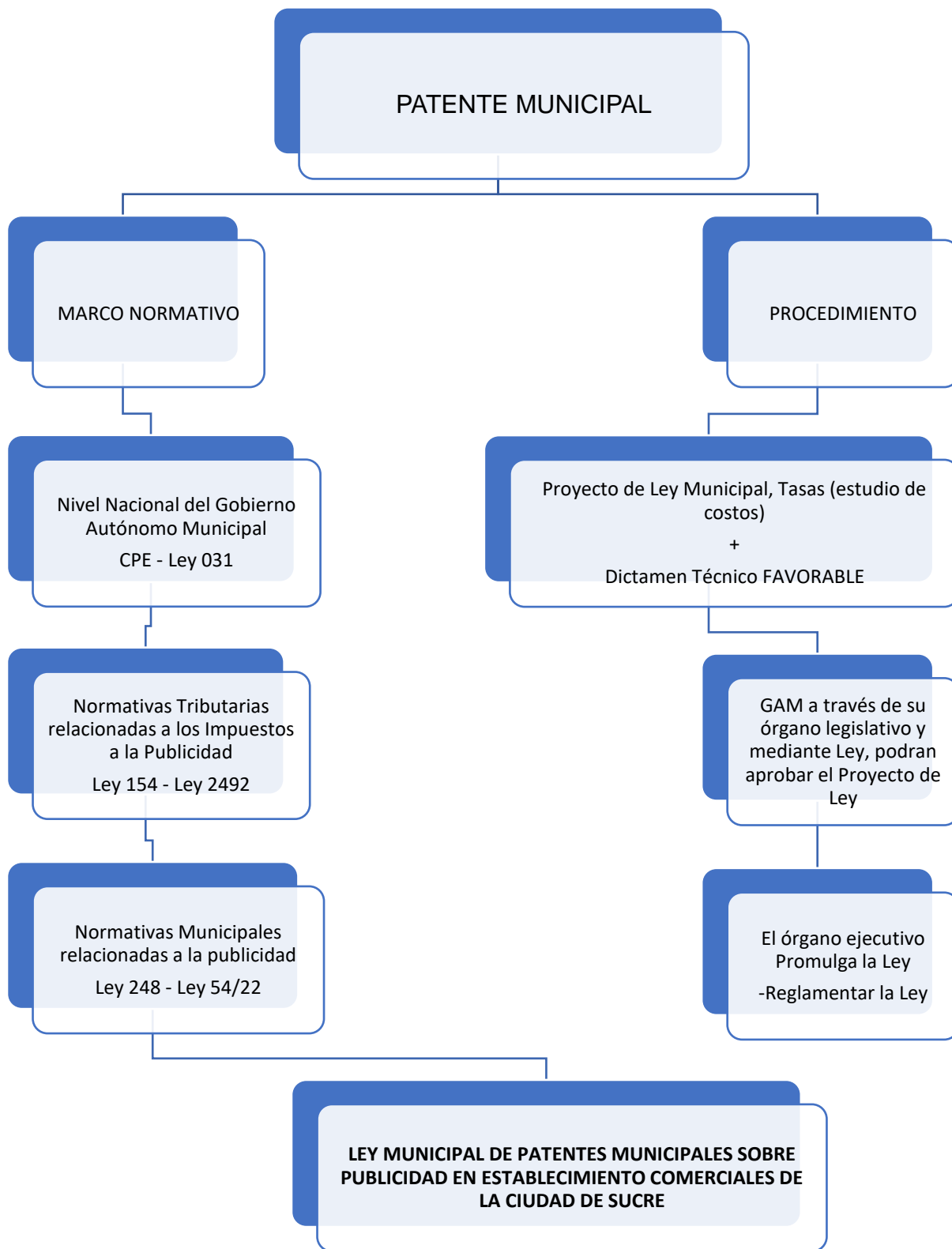
Cabe mencionar de la existencia de un Decreto Municipal N°54/22 en la que se especifica el “reglamento de anuncios y letreros para el centro histórico del Sucre” (ANEXO4).

4.1.1. Análisis Situacional de la Normativa Actual

La publicidad permite a los negocios y empresas dar a conocer su producto y/o servicio, que esta pueda llegar a gran cantidad de personas o público generando mejores ingresos, si bien se cuenta con una normativa vigente esta se encuentra enfocada únicamente en el centro histórico de la ciudad de sucre, dejando de lado el área de transición y expansión de crecimiento de la ciudad además se puede observar que no existe un riguroso control al colocado de publicidad en el centro de la ciudad denominada patrimonio histórico generando infracciones por parte de los propietarios del negocio que incumplen la normativa, si bien existe comercios que cumplen con lo establecido otros colocan la publicidad sin medida alguna ocupando espacios públicos donde transeúntes se ven perjudicados generando desorden y disconformidad para población en general y no captándose ingresos que podrían contribuir a la ciudad de Sucre.

Asimismo, cabe mencionar las patentes municipales vigentes como ser patente anual a la licencia de funcionamiento, patente temporal (mercados), patente a los espectáculos y recreaciones públicas, patente a la publicidad y propaganda, patente a la extracción de áridos y agregados y el reglamento de anuncios y letreros, se pudo notar que no existe una normativa municipal que regule la publicidad exterior de los comercios.

4.2. Estructura de la Propuesta



4.3. Análisis e Interpretación de los resultados del Diagnóstico

El resultado de entrevistar al especialista del GAMS respecto a Patentes Municipales, es el siguiente:

4.3.1. Resultados de la Entrevista

Actualmente existe la Ley N°482 “Ley de Gobiernos Municipales” cuya Ley abrogo a la Ley N°2028 Ley de Municipalidades, la Ley vigente tiene el fin de recaudar y administrar los ingresos municipales de carácter tributario y no tributario; la cual permite generar ingresos para el Municipio otorgando concesiones de uso ya sea para servicios, obras y explotaciones en el área de su jurisdicción y competencia, exceptuando aquéllas que se encuentran bajo competencia expresa de las Superintendencias Sectoriales de acuerdo con normas nacionales.

El Gobierno Autónomo Municipal de Sucre tiene dominio tributario en su jurisdicción para el cumplimiento de sus competencias, fines y objetivos siendo que el Concejo Municipal, a propuesta del Ejecutivo Municipal, de cualquier concejal o por iniciativa legislativa ciudadana, podrá crear, modificar o suprimir impuestos, tasas, patentes o contribuciones especiales municipales para establecimientos comerciales, de acuerdo a la normativa vigente.

El gobierno Municipal, presenta problemas que frenan el incremento de los Recursos propios debido a la implementación de malas políticas de continuidad metodológica, la inexistencia de planes de desarrollo local, la falta de instrumentos que puedan incrementar sus recursos propios y la deficiente aplicación de instrumentos ya existentes que desembocan la evasión impositiva. Esta evasión tributaria conlleva como efecto una baja recaudación tributaria de tasas y patentes lo cual afecta de manera directa a la inversión pública.

Cabe resaltar que los ingresos que el municipio percibe por Coparticipación tributaria para poder cubrir las demandas sociales, de acuerdo a la densidad poblacional es insuficiente, por dicho motivo se deben implementar nuevos mecanismos que permitan mejorar el desarrollo urbano, es en este sentido, que se debe mejorar e incrementar los Recursos

Propios, constituyéndose el Gobierno Municipal en el mediano y largo plazo como un Municipio Productivo, auto gestionable y auto sostenible. La exhibición y difusión de la publicidad en el ámbito promocional, permanente o eventual en anuncios luminosos, no luminosos, murales y otros de características similares, en lugares o espacios expresamente autorizados, accesos a la ciudad, paseos y en lugares privados, genera la obligación de pagar una patente anual o eventual. Por otra parte, se ha visto la falta de un reordenamiento de la publicidad en espacios públicos el control en cuanto letreros, lonas, afiches, rótulos luminosos y material de comunicación en los negocios comerciales existentes en Sucre.

4.3.2. Resultado de la Encuesta

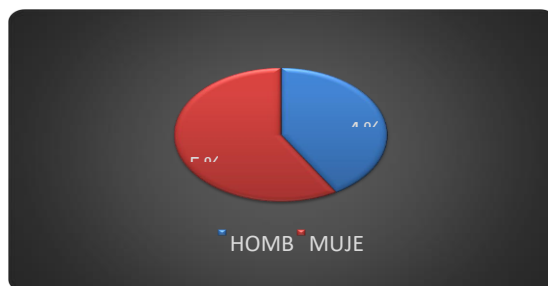
Pregunta 1: Género

Tabla 2: Género

GÉNERO		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	142	41.40%
MUJER	201	58.60%
TOTAL	343	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1: Género



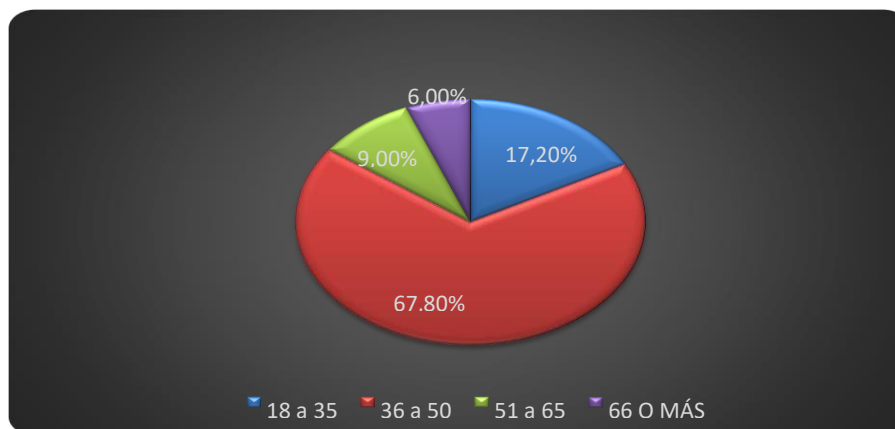
Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. El 59% de los encuestados del total de encuestados son mujeres mientras que el 41% restantes son varones. En esta primera pregunta se ha conocido que la mayor parte del porcentaje de los propietarios de los negocios encuestados son mujeres.

Pregunta 2: Edad**Tabla 3: Edad**

EDAD		
(AÑOS)	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 a 35	59	17.20%
36 a 50	263	67.80%
51 a 65	31	9.00%
66 o MÁS	21	6.00%
TOTAL	374	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2: Edad

Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. En la segunda pregunta, se ha considerado la edad entre todos los encuestados. Las respuestas logradas indican que el rango de edad con mayor porcentaje de participación entre los propietarios de negocios se encuentra entre los 36 a 50 años de edad, siendo este un porcentaje considerable frente a los demás rangos ya que la población económicamente activa de este rubro está centrada en este margen de edad; en segundo lugar, está el rango de 18 a 35 años de edad seguido del rango de personas entre 51 y 65 años.

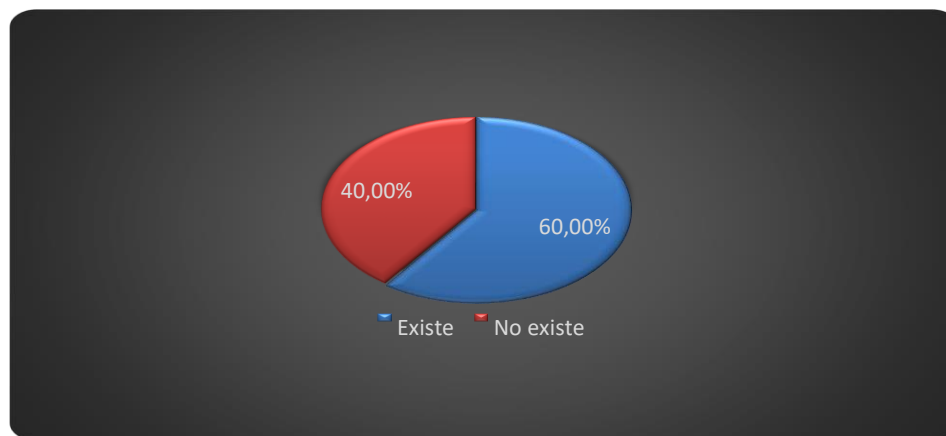
Pregunta 3: ¿Usted tiene conocimiento sobre la existencia de alguna patente municipal para el cobro a establecimientos comerciales?

Tabla 4: Conocimiento Sobre la Existencia de una Patente Municipal Para el Cobro a Establecimientos Comerciales

Conocimiento sobre la existencia de una patente municipal para el cobro a Establecimientos Comerciales		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Existe	206	60.00%
No existe	137	40.00%
TOTAL	343	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3: Conocimiento Sobre la Existencia de una Patente Municipal Para el Cobro a Establecimientos Comerciales



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. Solamente el 40% de los propietarios desconoce sobre la existencia de cobros por el funcionamiento de los establecimientos comerciales, lo que nos lleva a considerar la evasión fiscal en cuanto a sus contribuciones con el Municipio determinando la existencia de comerciantes informales los cuales generan un movimiento económico importante y de una u otra forma no tributan al Gobierno Municipal.

Pregunta 4: ¿Se realizan cobros por el funcionamiento de los establecimientos comerciales?

Tabla 5: Cobros por el funcionamiento a los establecimientos comerciales

Cobros por el funcionamiento a los establecimientos comerciales			
	CANTIDAD	PORCENTAJE	
SI	254	74.00%	
No	89	26.00%	
TOTAL	343	100.00%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4: Cobros por el funcionamiento a los establecimientos comerciales



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. Del total de encuestados se percibe que una gran mayoría 74% conocen la obligatoriedad de pagar sus impuestos y apenas 26% de los propietarios desconocen la obligatoriedad del pago del impuesto, pero si saben que se paga el impuesto.

Al catalogarse como comerciantes informales, estos no son sujetos del pago de impuesto, esto debido principalmente porque no cuentan con un domicilio legal declarado muchas veces se encuentran ambulando o en casetas quienes cualquier momento además de cambiar de lugar de venta de los productos pueden cerrar y vender la misma.

Pregunta 5: ¿Qué incluyen los cobros por el funcionamiento de los establecimientos comerciales?

Tabla 6: Inclusión del cobro para el funcionamiento de establecimientos comerciales

Permisos que se incluyen en los cobros			
	CANTIDAD	PORCENTAJE	
Apertura y Funcionamiento	120	35.00%	
Tipo de establecimiento	110	32.00%	
Ubicación	113	33.00%	
TOTAL	343	100.00%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5: Inclusión del cobro para el funcionamiento de establecimientos comerciales



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. Del total de propietarios encuestados el 35% manifiesta que en la inclusión del cobro se encuentra primordialmente la apertura y funcionamiento del negocio al constituirse con una licencia de funcionamiento de aquellos negocios comerciales legalmente establecidos, mientras que implícitamente está considerado el rubro y tipo de establecimientos con un 32% y la ubicación con el 33%.

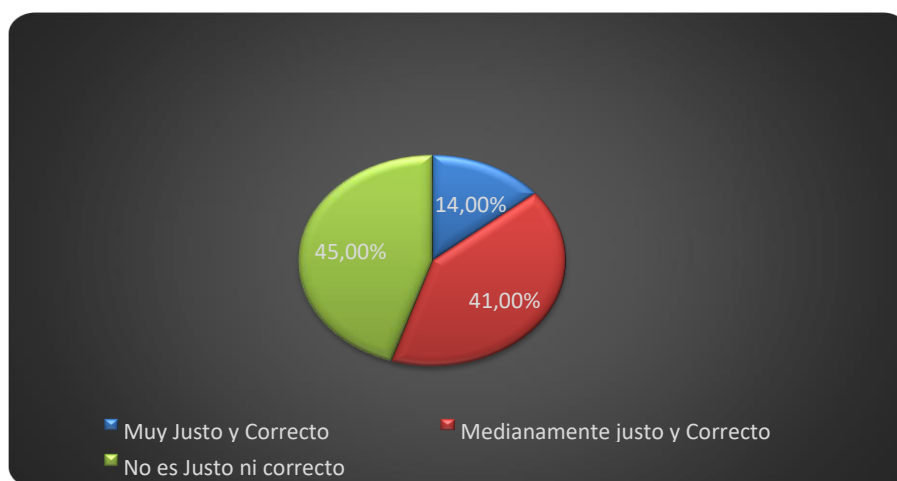
Pregunta 6: ¿Usted considera que los cobros que realizan le parecen justos y correctos?

Tabla 7: Punto de vista de la población sobre los cobros

Punto de vista de la población sobre los cobros		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Justo y Correcto	48	14.00%
Medianamente justo y Correcto	141	41.00%
No es Justo ni correcto	154	45.00%
TOTAL	343	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6: Punto de vista de la población sobre los cobros



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. Considerando la percepción de la población encuestada observamos que un porcentaje correspondiente al 41% creen que los cobros realizados son medianamente justos y correctos, pero también se observa que el 45% considera que no son justos además de incorrectos en función del desempeño comercial que generan, notando de este modo la inevitable falencia en los cobros realizados por el Municipio de Sucre.

Pregunta 7: ¿Considera importante que se informe a la población sobre el alcance de la patente municipal?

Tabla 8: Importancia sobre la comunicación del alcance de la patente municipal

Importancia sobre la comunicación del alcance de la patente municipal			
	CANTIDAD	PORCENTAJE	
Se debe informar	312	91.00%	
No se debe informar	31	9.00%	
TOTAL	343	100.00%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7: Importancia sobre la comunicación del alcance de la patente municipal



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. El 91% de las respuestas indican que se debe considerar informar sobre el alcance de la patente municipal, lo que hace que se haya encontrado conciencia de que es necesario el pago de recursos a través de los cuales se pueda generar ingresos para solventar gastos de la misma municipalidad.

Solamente el 9% de las respuestas indican que esta acción no se considera como necesaria.

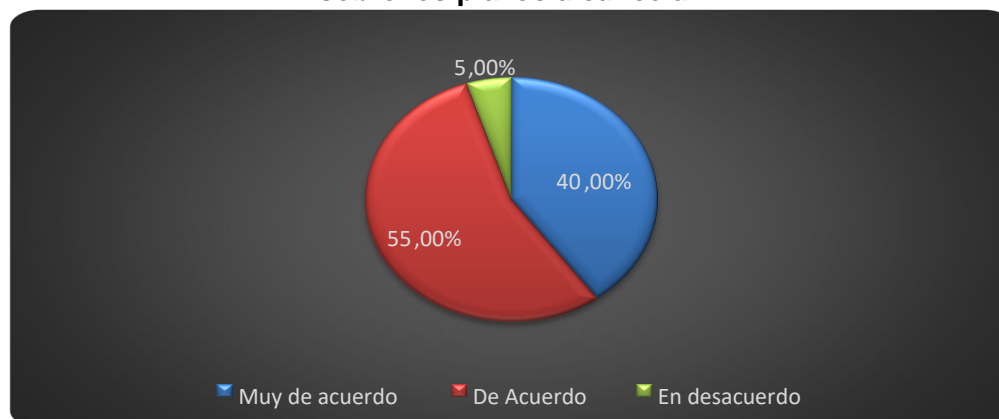
Pregunta 8: ¿Estaría de acuerdo en que la información sobre los plazos para cancelar las patentes sea transmitida por los distintos medios como Facebook, Twitter, Radio, Televisión?

Tabla 9: Importancia de la comunicación en redes sociales y medios de difusión sobre los plazos a cancelar

Importancia de la comunicación en redes sociales y medios de difusión sobre los plazos a cancelar			
	CANTIDAD	PORCENTAJE	
Muy de acuerdo	137	40.00%	
De Acuerdo	189	55.00%	
En desacuerdo	17	5.00%	
TOTAL	343	100.00%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8: Importancia de la comunicación en redes sociales y medios de difusión sobre los plazos a cancelar



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. Las respuestas están orientadas principalmente a que la comunicación por redes y medios sociales es primordial y están de acuerdo con su realización ya que en el contexto en el que nos estamos desarrollando debido a la pandemia por COVID 19 se ha tornado indispensable el uso de estas herramientas para la socialización de diversos aspectos dentro de nuestra sociedad, y consideran sería beneficioso la comunicación de plazos para la respectiva cancelación de patentes por parte de sus negocios para efectivizar el pago además de evitar multas a mediano plazo por incumplimientos.

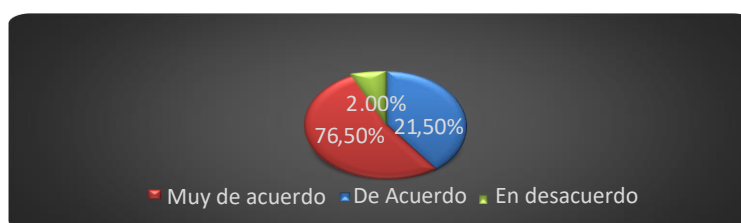
Pregunta 9: ¿Considera necesario establecer una patente municipal que regule la publicidad exterior de los establecimientos comerciales en la ciudad de Sucre?

Tabla 10: Opinión sobre la necesidad de establecer una Patente Municipal que Regule la Publicidad Exterior de los Establecimientos Comerciales en la Ciudad de Sucre

Opinión sobre la necesidad de establecer una patente municipal que regule la publicidad exterior de los establecimientos comerciales en la ciudad de Sucre			
	CANTIDAD	PORCENTAJE	
Muy de acuerdo	262	76.50%	
De Acuerdo	74	21.50%	
En desacuerdo	7	2.00%	
TOTAL	343	100.00%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9: Opinión sobre la necesidad de establecer una Patente Municipal que Regule la Publicidad Exterior de los Establecimientos Comerciales en la Ciudad de Sucre



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e Interpretación. El 98% de las respuestas indican que están de acuerdo con la creación de una patente municipal sobre publicidad externa ya que bastantes comercios si bien siguen con el cumplimiento de espacios públicos otras tienen instaladas sin conmensura alguna además que se debe considerar la situación actual de la reactivación económica del municipio de esta manera se beneficiaran los contribuyentes y también el Gobierno Autónomo Municipal para que de esta manera los aportes generados se

traduzcan en obras, proyectos además tomando en cuenta que un buen reordenamiento de la publicidad externa ayudara de manera equitativa a la ciudad de Sucre tanto a la ciudadanía como a los comercios.

4.3.3. Análisis general de la Encuesta

La mayor participación entre los propietarios de negocios y población económicamente activa de este rubro está centrada en el rango de edad de 36 a 50 años y de sexo femenino.

Asimismo, el 40% de los propietarios desconoce sobre la existencia de cobros por el funcionamiento de los establecimientos comerciales, considerando la existencia de comerciantes informales los cuales generan un movimiento económico importante y por ende evasión fiscal al no tributar al Gobierno Municipal.

Los propietarios de los negocios comerciales mencionan que el cobro que se les realiza se encuentra primordialmente al momento de la apertura y funcionamiento del negocio al constituirse con una licencia de funcionamiento de aquellos negocios comerciales legalmente establecidos.

Cerca de la mitad de los encuestados mencionan que los cobros realizados no son justos además de incorrectos en función del desempeño comercial que generan, de igual manera indican primordial el informar mediante los medios de comunicación tradicionales y las nuevas redes sociales, sobre el alcance de la patente municipal, lo que hace que se haya encontrado conciencia de que es necesario el pago de recursos a través de los cuales se pueda generar ingresos para solventar gastos del municipio.

Más del 90% de los comerciantes consideran importante un descuento como estímulo al pago de patentes en los plazos establecidos que sea de beneficio para los contribuyentes y también el Gobierno Autónomo Municipal para que de esta manera se incrementen los aportes y se traduzcan en obras y proyectos.

4.4. PROPUESTA

Las patentes municipales son permisos cuyo hecho generador es el uso de bienes de dominio público, así como la obtención de una autorización o permiso necesarios para iniciar el funcionamiento de cualquier actividad comercial que necesita un negocio, y son otorgadas por la municipalidad del lugar donde se instalará el mismo.

La propuesta del trabajo se enfoca en mejorar la recaudación tributaria de la ciudad de Sucre para lo cual se desea implementar una patente municipal específica para regular la publicidad en establecimientos comerciales de la ciudad de Sucre, dicha propuesta tiene el sustento de la información obtenida en la encuesta y la entrevista que se aplicó en el capítulo anterior. Consiguiendo además un reordenamiento de publicidad en espacios públicos contribuyendo a la buena imagen de nuestra ciudad.

Es por tanto en lo ya mencionado en líneas precedentes proponer la siguiente ordenanza municipal.

LEY MUNICIPAL DE PATENTES MUNICIPALES SOBRE PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE SUCRE

VISTOS:

Que, conforme a las normativas vigentes como la Constitución Política del Estado, Código Tributario, Ley N°154 y Ley N°031, corresponde a las Administraciones Tributarias Municipales establecer y definir los deberes formales a que se encuentran obligados los contribuyentes y las sanciones a que están sujetos en caso de su incumplimiento, realizando una distinción en función a la gravedad de la infracción y su efecto en los intereses tributarios del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre en los procedimientos desarrollados.

CONSIDERANDO:

La Constitución Política del Estado, en su Artículo 272 reconoce la autonomía de los Gobiernos Autónomos Municipales que conlleva el ejercicio de las facultades legislativas, reglamentarias, fiscalizadoras y ejecutivas, por los órganos del Gobierno Autónomo, en el ámbito de su jurisdicción, competencia y atribuciones.

La Ley N° 31 Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Bóñez” de 19 de julio de 2010 en el Artículo 9, párrafo I, numerales 3) y 4) establece que la autonomía se ejerce a través de la facultad legislativa, determinando así las políticas y estrategias de su gobierno autónomo; y la planificación programación y ejecución de su gestión política, administrativa, técnica, económica, financiera, cultural y social; concordante con el Artículo 34 del mismo cuerpo normativo, que prevé que el gobierno autónomo municipal está constituido por el Concejo Municipal y un Órgano Ejecutivo, correspondiéndole al primero la facultad legislativa en el ámbito de las competencias municipales.

Por lo que, corresponde la aprobación de la presente Ley Municipal Autónoma en aplicación de la competencia exclusiva prevista el Artículo 302, numeral 18) de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, concordado con el Artículo 21 (Reserva de Ley) del Ordenamiento Jurídico y Administrativo Municipal, Leyes Municipales Autónomas Nos. 007, 013, 014, 222 y 269, que dispone que serán reguladas exclusivamente por Ley Municipal, la aplicación y ejecución de las competencias exclusivas de la autonomía municipal de conformidad a la Constitución Política del Estado.

TÍTULO I

CAPÍTULO ÚNICO ASPECTOS GENERALES

ARTÍCULO 1. (OBJETO). - La presente Ley Municipal Autónoma tiene por objeto regular la publicidad en establecimientos comerciales de la ciudad de Sucre, considerándose como tales no solo las que exhiban mensajes comerciales sino también las identificativas, informativas, señalizadores u otras portadoras de comunicaciones perceptibles por los ciudadanos.

ARTÍCULO 2. (ÁMBITO DE APLICACIÓN). - Las disposiciones de la presente Ley Municipal Autónoma tienen aplicación en toda la jurisdicción del Municipio de Sucre.

ARTÍCULO 3. (MARCO NORMATIVO). - La presente Ley Municipal Autónoma se registrá bajo el siguiente marco normativo:

- a) Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia de 7 de febrero de 2009.
- b) Ley 2492, Código Tributario Boliviano.
- c) Ley N° 031 de 19 de marzo de 2010, Marco de Autonomías y

Descentralización “Andrés Ibáñez”.

- d) Decreto Supremo 27310, Reglamentación de la Ley 2492 - Código Tributario Boliviano.

ARTÍCULO 4. (PRINCIPIOS). –

- a) **Principio de Autoridad.** - El Gobierno Municipal de Sucre, tiene competencia para regular, controlar, fiscalizar y sancionar las actividades propagandísticas y publicitarias en sus aspectos tributarios, técnicos y administrativos.
- b) **Principio de Equidad.** - Porque es deber de Sucre, promover el derecho a la igualdad de oportunidades para difundir y exhibir anuncios publicitarios conforme las normas establecidas en la presente Ley.
- c) **Principio de Salvaguarda Ambiental.** - Puesto que, en la otorgación de autorizaciones de difusión y exhibición de publicidad se debe preservar, conservar y resguardar el medio ambiente, el patrimonio paisajístico, la imagen urbana, así como el patrimonio de la nación existente en el Municipio Sucre.
- d) **Principio de Constitucionalidad.** - Las demás leyes se deben subordinar a la Constitución, es la denominada jerarquía de las leyes.
- e) **Principio de Legalidad.** - Las sanciones administrativas solamente podrán ser impuestas cuando éstas hayan sido previstas por norma expresa, conforme al procedimiento establecido en la presente Ley y disposiciones reglamentarias aplicables.
- f) **Principio de Tipicidad.** - Son infracciones administrativas las acciones u omisiones expresamente definidas en las leyes y disposiciones reglamentarias. Sólo podrán imponerse aquellas sanciones administrativas expresamente establecidas en las leyes y disposiciones reglamentarias. Las sanciones administrativas, sean o no de naturaleza pecuniaria, no podrán implicar en ningún caso ni directa ni indirectamente la privación de libertad.
- g) **Principio de Presunción de Inocencia.** - En concordancia con la prescripción constitucional, se presume la inocencia de las personas mientras no se demuestre lo contrario en idóneo procedimiento administrativo.
- h) **Principio de Proporcionalidad.** - El establecimiento de sanciones pecuniarias deberá prever que la comisión de las infracciones tipificadas no resulte más beneficiosa para el infractor que el cumplimiento de las normas infringidas.
- i) **Principio de Procedimiento Punitivo.** - No se podrá imponer sanción administrativa alguna a las personas, sin la previa aplicación de procedimiento punitivo establecido en la presente Ley o en las disposiciones sectoriales aplicables.

- j) **Principio de Irretroactividad.** - Sólo serán aplicables las disposiciones sancionadoras que estuvieran vigentes en el momento de producirse los hechos que constituyan la infracción administrativa.
- k) **Principio de Transparencia.** - Consiste en cubrir las obligaciones pecuniarias de manera transparente evitando acciones u omisiones que deriven en infracciones a la norma.
- l) **Principio de Universalidad.** - Las normas deben dictarse para todos.
- m) **Principio de Capacidad Recaudatoria.** - Las multas pecuniarias van en proporción de los ingresos y cuantía de bienes.

CAPITULO II DE LA POLÍTICA MUNICIPAL ARTICULO 5. (POLÍTICA MUNICIPAL)

Se establece como política municipal en el ámbito de la publicidad en establecimientos comerciales los siguientes enunciados:

- La reducción de la contaminación visual producida por el exceso de elementos de publicidad en establecimientos comerciales.
- La racionalización de la utilización de las áreas privadas y espacios municipales con elementos de publicidad.
- Evitar la contaminación visual, lumínica y sonora generada por la publicidad fuera de normas, mediante el establecimiento de sistemas efectivos de supervisión y control.
- La preservación de las diversas tipologías arquitectónicas de valor histórico y turístico de la ciudad de Sucre.
- La promoción de la estética, el paisaje e imagen urbana y la protección del ambiente, en las áreas urbanas, peri urbana y rural del Municipio, con especial énfasis en el centro histórico, evitando la contaminación visual del entorno urbano.

ARTICULO 6. (FINALIDAD)

La presente Ley Municipal tiene la finalidad de:

Garantizar la eficiencia, eficacia y transparencia en la administración de la publicidad en establecimientos comerciales.

Preservar los bienes públicos y privados, los valores culturales e históricos del municipio y salvaguardar los derechos de los ciudadanos.

Establecer procedimientos sencillos y claros que permitan optimizar el trámite administrativo para la obtención de renovaciones y nuevas autorizaciones de publicidad en establecimientos comerciales.

ARTICULO 7. (COMPETENCIA DEL GOBIERNO MUNICIPAL)

El Gobierno Municipal de Sucre, es por Ley la entidad autónoma de derecho público, con atribuciones y competencias para establecer, mediante Ordenanzas, Resoluciones o Reglamentos, derechos y obligaciones de los ciudadanos que habitan en su jurisdicción territorial y al mismo tiempo exigir el cumplimiento de las mismas, mediante acciones y sanciones legales que correspondan.

CAPÍTULO III DE LAS DEFINICIONES

ARTICULO 8. (DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES)

Se entiende por publicidad en establecimientos comerciales aquella modalidad de actividad publicitaria realizada por una persona natural o jurídica, pública o privada que utilice como vehículo transmisor del mensaje el espacio aéreo municipal y diferentes medios de publicidad, sean estas simples, iluminadas, gráfico- luminosas, sonora, proyectada o reflectante, electrónica y/o digital; ornamental o la fijada en el en establecimientos comerciales de los edificios, en cualquier tipo de estructuras particulares, en vehículos públicos o privados, en globos aerostáticos, o la entrega de volantes mediante el sistema mano a mano y cualquier otra forma apropiada a su naturaleza que sea oída o vista desde la vía pública y que tenga como fin promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

ARTICULO 9. (SUJETOS PASIVOS-TITULARES)

Serán sujetos pasivos o titulares de la licencia:

- a. Las personas naturales o jurídicas que se dedican a las actividades comerciales, industriales o de servicio y que soliciten directamente la autorización para la colocación de elementos publicitarios.
- b. Aquellas personas jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.
- c. Aquellas personas naturales que sean propietarios o poseedores del espacio o propiedad privada en que se encuentran emplazadas las instalaciones publicitarias.

CÁPITULO IV DE LA AUTORIZACIÓN

ARTICULO 10. (OBLIGATORIEDAD DE LA AUTORIZACIÓN MUNICIPAL)

La implementación de instalaciones para la realización de los actos de publicidad en establecimientos comerciales, está sujeta previamente a la obtención de la licencia municipal, con independencia de la titularidad de aquélla y del espacio o elemento en el que se encuentran instaladas.

ARTICULO 11. (AUTORIZACIONES ESPECIALES)

Para publicidad de interés colectivo con fines cívicos, culturales, religiosos, gubernamentales, políticos y otros de carácter especial, la autorización municipal será procedente previo cumplimiento de las normas técnicas especificadas en la presente Ley Municipal y su reglamentación.

ARTICULO 12. (PLAZO PARA LA INSTALACIÓN)

La instalación de elementos de publicidad en establecimientos comerciales en el lugar autorizado deberá ejecutarse en el plazo de tres meses desde la emisión de la autorización, transcurridos el plazo sino se procediese a su implementación, se entenderá por caducada la misma.

ARTICULO 13. (IMPROCEDENCIA DE LA SOLICITUD)

Se denegará la autorización de elementos de publicidad en establecimientos comerciales en los siguientes casos:

1. Si no se ajusta a las normas establecidas en la presente Ley Municipal y su Reglamento.
2. Toda publicidad en establecimientos comerciales que atente contra la formación y salud mental del niño, niña o adolescente, en concordancia con lo dispuesto en el Artículo 162 del Código Niño, Niña, Adolescente Ley N° 2026 de 27 de octubre de 1999. De la misma forma ninguna persona, empresa u organización podrá utilizar imágenes de niños, niñas, ni adolescentes en la publicidad de productos del tabaco o de bebidas alcohólicas u otros productos similares, bajo sanciones contenidas en dicho Código, la presente normativa y demás disposiciones vigentes.

3. La publicidad en establecimientos comerciales que induzca directa o indirectamente al consumo del tabaco y sus derivados en concordancia a lo dispuesto en el Convenio Marco para el Control del Tabaco Ley N° 3029 de 22 de abril de 2005 y su Decreto Supremo Reglamentario N° 29376 de 12 de diciembre 2007.

4. En cualquier tipo de mobiliario urbano emplazado en el espacio público o Bienes de Dominio Público y Patrimonio Institucional destinados a la prestación de un servicio público municipal, salvo los que estén sujetos al sistema de alianzas estratégicas con la empresa privada para la dotación de mobiliario urbano a cambio de publicidad en establecimientos comerciales

CÁPITULO V

ESCALA DE VALORES PARA LA AUTORIZACIÓN MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y EXENCIONES.

ARTICULO 14. (PAGO POR CONCEPTO DE AUTORIZACIÓN)

La presente Ley Municipal, establece la escala de valores para el pago del canon municipal anual, el cual se encuentra normado dentro de la Ley de Municipalidades por concepto de autorización municipal para el emplazamiento y exhibición de publicidad en establecimientos comerciales sea transitoria o periódica dentro de la jurisdicción municipal de Sucre.

ARTICULO 15. (BASE IMPONIBLE)

Está constituida por el tipo de anuncio publicitario a ser exhibido que da origen al hecho generador. La determinación de la Patente Municipal Fija, está sujeta a las variables de tiempo de autorización, superficie en metros cuadrados del anuncio publicitario, al factor de ubicación con relación al tipo de vía en el que se emplaza de acuerdo a las zonas establecidas en concordancia con la norma vigente.

1. ANUNCIOS PUBLICITARIOS PERIÓDICOS

Son aquellas autorizaciones concedidas para el uso de publicidad en establecimientos comerciales de tiempo no mayor a un (1) año calendario, renovable anualmente previo a un informe técnico favorable.

ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS SIMPLES		ESCALA ANUAL DE VALORES SEGÚN ZONAS (Bs.)				
UBICACIÓN	UNIDAD	Z-1	Z-2	Z-3	Z-4	Z-5
Vías Secundarias	Bs./m2	100	80	60	50	40
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	120	100	80	60	50
ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS LUMINOSOS		ESCALA ANUAL DE VALORES SEGÚN ZONAS (Bs.)				
UBICACIÓN	UNIDAD	Z-1	Z-2	Z-3	Z-4	Z-5
Vías Secundarias	Bs./m2	120	100	80	60	50
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	140	120	100	80	60
ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS ESPECIALES		ESCALA ANUAL DE VALORES SEGÚN ZONAS (Bs.)				
UBICACIÓN	UNIDAD	Z-1	Z-2	Z-3	Z-4	Z-5
1. PANTALLAS DINÁMICAS DIGITALES						
Vías Secundarias	Bs./m2	-	-	500	400	300
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	-	-	600	500	400
2. VALLAS O PANELES TRIEDROS						
Vías Secundarias	Bs./m2	-	160	140	120	100
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	-	180	160	140	120
2. MURALES						
Vías Secundarias	Bs./m2	-	-	100	80	60
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	-	-	120	100	80

ANUNCIOS PUBLICITARIOS - ROTULADO DE VEHICULOS		
UBICACIÓN	UNIDAD	ESCALA ANUAL DE VALORES (Bs.)
Vehículos de la empresa privada	Bs./m2	80
Vehículos de la empresa privada	Bs./m2	100
Vehículos de la empresa privada	Bs./Unid.	500

2. ANUNCIOS PUBLICITARIOS TRANSITORIOS

Son aquellas autorizaciones concedidas para el uso de publicidad en establecimientos comerciales transitoria que no deberán exceder a veinte (20) días calendario. Tipo de autorización no renovable.

ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS ESPECIALES		ESCALA ANUAL DE VALORES SEGÚN ZONAS (Bs.)				
UBICACIÓN	UNIDAD	Z-1	Z-2	Z-3	Z-4	Z-5
PASACALLES O PANCARTAS						
Vías Secundarias	Bs./m2	-	-	25	30	25
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	-	-	30	35	30
MONUMENTALES						
Vías Principales y Troncales	Bs./m2	-	-	-	200	-
PUBLICIDAD SONORA						
	Bs./m2	-	-	100	80	60

ANUNCIOS PUBLICITARIOS AEREOS		
UBICACIÓN	UNIDAD	ESCALA ANUAL DE VALORES (Bs.)
Globos estáticos o cautivos	Bs./m2	80
Publicidad Aérea Libre	Bs./m2	100

ARTICULO 16. (DEL MANTENIMIENTO DE VALOR)

Con el fin de precautelar el desfase y depreciación del boliviano, la escala de valores propuesta en el artículo precedente, se actualizará en función de la Unidad de Fomento para la Vivienda (UFV), vigente a la fecha de la liquidación del pago.

ARTICULO 17. (EXENCIONES)

Quedan exentos de pago por concepto de autorización municipales a la publicidad en establecimientos comerciales, los siguientes casos:

- I. Anuncios que estén integrados a los edificios, del siguiente tipo:
 1. Letras metálicas con o sin iluminación y que no sobrepasen el ancho y altura que será establecida en la reglamentación de la presente Ley Municipal.
 2. Letreros de neón que formen parte del diseño integral del edificio que no contengan un anuncio publicitario específico.
 3. Sistemas de iluminación de anuncios publicitarios.

4. Sistemas de identificación de materiales como son: Pórticos de acceso de madera, piedra, metal, etc., que conformen un todo unitario con el conjunto a identificar.
- II. Podrán ser exentas del pago por concepto de autorización municipales a la publicidad en establecimientos comerciales, las personas naturales o jurídicas incluidas entidades públicas, que cumpliendo todas las normas administrativas técnicas que serán establecidas en reglamento, obtengan autorización para efectuar anuncios que reúnan simultáneamente las siguientes características: que sean de interés social, educativo, cultural, de beneficencia o de servicio a la comunidad, sin fines de lucro y que no contengan ningún tipo de proselitismo político partidario.
- III. Serán exentas del pago por concepto de autorización municipal a la publicidad en establecimientos comerciales, los anuncios de señalización destinados a regular el tráfico de vehículos, peatones, advertencias de orden público, y las indicativas de establecimientos de salud, educación y cultura, que no estén específicamente patrocinados por empresas mercantiles.
- IV. Estarán exentas del pago por concepto de autorización municipal a la publicidad en establecimientos comerciales, los casos previstos relativos a la publicidad en obras en construcción como se establece en el Reglamento.
- V. Las personas naturales y jurídicas que instalen anuncios del tipo de placa de identificación profesional en el frente del inmueble que ocupan están exentas del pago por concepto de autorización municipal a la publicidad en establecimientos comerciales; siempre que estos contengan exclusivamente el nombre y/o profesión del interesado, sin ninguna otra manifestación adicional, y que no sobrepasen los límites establecidos en norma reglamentaria a la presente Ley.

TÍTULO II DE LOS DEBERES FORMALES, LAS INFRACCIONES, PROHIBICIONES Y SANCIONES

CAPÍTULO I

ARTICULO 18. (DEBERES FORMALES)

Los Deberes Formales constituyen obligaciones administrativas que deben cumplir los sujetos pasivos o contribuyentes y terceros responsables y se encuentran establecidas en el Código Tributario Boliviano Ley N° 2492 (Texto vigente), Leyes Impositivas, Decretos Municipales, Decretos Supremos, demás Normativa Municipal vigente y Resoluciones Administrativas de alcance reglamentario emitidas por la Administración Tributaria

Municipal. El cumplimiento de Deberes Formales es independiente del pago de la obligación tributaria.

ARTICULO 19. (LAS INFRACCIONES)

Constituirán infracciones a la presente Ley Municipal las acciones u omisiones que vulneren las prescripciones contenidas en el mismo y las contenidas en la normativa de urbanismo y demás normativa conexas que sea de aplicación.

ARTICULO 20. (LOS RESPONSABLES)

De las infracciones de esta Ley Municipal serán responsables:

1. La empresa o agencia publicitaria titular de la instalación
2. El beneficiario del anuncio publicitario.
3. El titular o en su caso el ocupante de la propiedad o inmueble en que se haya efectuado la instalación.

ARTICULO 21. (LA IMPOSICIÓN DE SANCIONES)

Toda infracción a la presente Ley Municipal y su Reglamento, llevará consigo la imposición de sanciones a los responsables, así como la obligación de resarcimiento de daños e indemnización de los perjuicios a cargo de los mismos, todo ello con independencia de las medidas previstas en el acápite de sanciones de la presente normativa.

ARTICULO 22. (TIPO DE INFRACCIONES)

Se clasifican según la gravedad en: leves, graves y muy graves.

1. Se conceptuarán como **infracciones leves**:
 - a. El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de ornato, incidiendo negativamente de una forma manifiesta en el entorno.
 - b. Aquéllas en el que procedimiento sancionador se demuestre la escasa entidad del daño producido a los intereses generales y aquellos que no tengan el carácter de grave.
2. Se conceptuarán como **infracciones graves**:
 - a. La reincidencia de las faltas leves.
 - b. Efectuar las instalaciones careciendo de la autorización municipal de publicidad exterior.
 - c. No ajustarse a la licencia concedida ni a la normativa reguladora.
 - d. El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de seguridad.

- e. Cualquier tipo de publicidad en la jurisdicción municipal de la ciudad de Sucre que contravenga las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza Municipal y su reglamentación.
3. Se conceptuarán como **infracciones muy graves**, la reincidencia de las faltas graves.

ARTICULO 23. (LA PUBLICIDAD ILÍCITA)

Se considerará publicidad ilícita:

1. La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer.
2. La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.

CAPÍTULO II DE LAS SANCIONES

ARTICULO 24. (DE LA RESPONSABILIDAD FUNCIONARIA)

Los funcionarios que infrinjan las disposiciones de la presente Ley y permitan su contravención, serán pasibles a las sanciones establecidas en las normas municipales y la Ley No 1178 (SAFCO).

ARTICULO 25. (DE LAS MULTAS)

Será pasible de multas por infracción toda persona natural o jurídica responsable del anuncio publicitario que no cuente con su respectiva autorización o ésta hubiera caducado, así como la obligación de resarcimiento de daños y perjuicios si los hubiera.

De igual manera, todo anuncio publicitario que hubiera sido alterado en su la forma, dimensiones, características, objeto y contenidos declarados en la solicitud autorizada, se lo considera infractor y se aplicará la multa en base a los montos establecidos en el presente acápite.

ARTICULO 26. (TIPO DE SANCIONES)

En cumplimiento del Código Tributario Boliviano, las sanciones se clasifican en:

1. Multas pecuniarias;
2. Retiro y Decomiso de los elementos publicitarios; y
3. Revocatoria de la autorización de uso de publicidad en establecimientos comerciales.

ARTICULO 27. (MULTAS PECUNIARIAS)

Para conseguir un efectivo cumplimiento en la aplicación de sanciones a los contraventores de la presente Ley Municipal y su Reglamento, se tomará en cuenta en el procedimiento de aplicación de multas la siguiente escala porcentual de valores y otras observaciones normativas previstas.

1. Categoría I - Para Infracciones leves:

Para las infracciones reglamentadas como leves, se aplicará la multa de 25% (veinticinco por ciento) sobre el valor del pago por concepto de autorización de publicidad en establecimientos comerciales que corresponda para cada caso.

2. Categoría II - Para Infracciones graves:

Para las infracciones reglamentadas como graves, se aplicará la multa que corresponda al 50% (cincuenta por ciento) sobre el valor del pago por concepto de autorización de publicidad en establecimientos comerciales que corresponda para cada caso.

3. Categoría III - Para Infracciones muy graves:

Para las infracciones reglamentadas como muy graves, tocara la aplicación de la multa que corresponda al 75% (setenta y cinco por ciento) sobre el valor del pago por concepto de autorización de publicidad en establecimientos comerciales que corresponda para cada caso; así como también el retiro y decomiso si el caso amerita de los elementos publicitarios emplazados y la revocatoria de la autorización de uso de espacio público mediante Resolución expresa.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

DISPOSICIÓN TRANSITORIA ÚNICA. –

I. Los responsables de las instalaciones publicitarias visibles desde el espacio público, considerándose como tales no solo las que exhiban mensajes comerciales sino también las identificativas, informativas, señalizadores u otras portadoras de comunicaciones perceptibles por los ciudadanos, en el plazo máximo de 120 días calendario, deberán adecuar sus obligaciones tributarias conforme de la presente Ley Municipal Autónoma.

II. El plazo establecido en el párrafo anterior será computable a partir de la promulgación de la presente Ley Municipal Autónoma.

Es dada en el Concejo Municipal de Sucre, a los xxx del mes de mayo de dos mil veintiún años.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

En razón a la presente Ley Municipal se concluye indicando las siguientes consideraciones con relación a los objetivos planteados, la elaboración de los capítulos y la obtención de resultados del diagnóstico:

- Se construye un marco conceptual y normativo relacionados a materia tributaria queda facultades y competencia a los Gobiernos Municipales para la creación y administración de una patente municipal a través de la Constitución Política del Estado, Ley Marco de Autonomías N°031, Código Tributario Ley N°2492, Ley 154 Clasificación y Definición de Impuestos y Regulación para la Creación y/o Modificación de Impuestos de dominio de los Gobiernos Municipales, Ley 482 Ley de Municipalidades, Ley Municipal Autónoma N°248/2022, Reglamento de anuncios y letreros para el centro histórico de Sucre Decreto Municipal N°54/22, quedan el sustento a la presente investigación, en cuanto el marco teórico pertinente que dio respuesta a los problemas, objetivos planteados y propuesta.
- Con relación al análisis realizado a las patentes municipales vigentes se ve la necesidad de la creación de una patente de publicidad en espacios públicos ya que las normativas vigentes carecen de material específico con relación a la publicidad de comercios incluyendo en áreas de fuera del centro histórico de sucre.
- Conforme a la aplicación de los instrumentos metodológicos de concluye la necesidad de ofrecer una mejor calidad de vida a los estantes y habitantes del municipio de Sucre en materia de publicidad en establecimientos comerciales.
- A través del análisis de las encuestas realizadas a los ciudadanos y la entrevista a al especialista del GAMS respecto a Patentes Municipales, se concluye la necesidad creación de patentes municipales sobre publicidad en establecimientos comerciales de la ciudad de sucre; en el cual se otorga las autorizaciones temporales y estables, asignado la patente anual y estableciendo sanciones pecuniarias al incumplimientos a deberes formales, generando ingresos por recaudación tributaria para el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre.
- Los ciudadanos exigen al Gobierno Municipal, normativa para personas naturales y jurídicas que exhiban mensajes comerciales sino también las identificativas,

informativas, señalizadores u otras portadoras de comunicaciones perceptibles por los ciudadanos.

- Se procedió con la redacción de una propuesta de la Ley Municipal para proceder con la otorgación de autorizaciones para publicidades comerciales periódicas o temporales, sino también las identificativas, informativas, señalizadores u otras portadoras de comunicaciones visuales como publicidad en establecimientos comerciales.
- Finalmente, la propuesta de Ley Municipal permitida al Gobierno Municipal de Sucre obtener recursos que le permitirán cumplir con sus fines, conforme los establece la Constitución Política de Estado Plurinacional de Bolivia.

5.2. RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA

De acuerdo a la propuesta de una Ley Municipal se sugiere al Gobierno Autónomo Municipal de Sucre:

- Considerar y promulgar la propuesta de Ley Municipal Autonómica mediante el ente legislativo del municipio, para la otorgación de autorizaciones para publicidades en establecimientos comerciales, con la finalidad siempre de ser un aporte para incrementar los ingresos por recaudación tributaria municipal y asegurar la convivencia armónica de la ciudadana.
- Al ente ejecutivo y a cada una de las direcciones, así como secretarías competentes den cumplimiento a cada una de las normativas ya emitidas a la fecha, siempre en beneficio del bien común del municipio de Sucre.
- A la ciudadanía de la jurisdicción del Gobierno Municipal de Sucre, cumplir con cada una de las normativas promulgadas por el ente legislativo Municipal de Sucre, siendo que los mismos van siempre en beneficio de la población, busca del progreso y la proyección de un municipio progresivo.
- Asimismo, tomar con responsabilidad cada una de las limitaciones que otorga no solo el Gobierno Autónomo Municipal de Sucre de la ciudad sino cualquier otra institución que realiza sus actividades comerciales en el municipio de Sucre.
- Antes de implementar la propuesta de la patente municipal, es importante evaluar su viabilidad y el impacto económico que podría tener en los establecimientos comerciales y en la economía de la ciudad de Sucre. Esto implica considerar

factores como la capacidad de pago de los comercios y el efecto que los impuestos podrían tener en la competitividad y el crecimiento empresarial.

- Hacer mención que se tomó como parámetro guía el Reglamento de anuncios y letreros para el centro histórico de Sucre Decreto Municipal N°54/22 y el reglamento municipal de publicidad exterior de Santa Cruz, Ordenanza Municipal 088/2009.

BIBLIOGRAFIA

- Nasini, I. (2002). Historia de los pueblos indígenas en América y Bolivia. Asamblea del Pueblo Guaraní y Taller de Educación y Comunicación Guarani. La Paz: TEKO GUARANI.
- Ortuste, C. (2016). Análisis del sistema competencial boliviano a partir del proceso autonómico cruceño. España: Universidad del país Vasco.
- Omonte, V. (1995). Municipalismo Emergente. La Paz: Editingri.
- Arce, J. (1993). Fondo de publicaciones municipales Gobierno Autónomo de Santa Cruz. Santa Cruz.
- Urenda, J. (2007). Autonomías departamentales: un aporte para la asamblea constituyente (3ra ed.). La Paz - Bolivia: La Hoguera.
- Nuñez, E. (2008). Autonomía: Génesis de un proceso. Santa Cruz.
- Abadía, V. (2014). La necesidad de aplicar disposiciones reglamentarias para el uso del área peatonal en las aceras o banquetas. Guatemala.
- Castillo, J. (2013). Derecho administrativo: Teoría general y procesal revisado y actualizado. Editorial Impresiones Gráficas.
- Hernández, A. M. (2003). Derecho Municipal. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- Heinz, W. (2012). Fundamentos jurídicos para la organización y funcionamiento de la Guardia Municipal en el municipio de La Paz. (Tesis de licenciatura). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz - Bolivia.

Quinteros, C. (1967). Derecho Constitucional. Argentina: LEHMANN.

Garcini, H. (1982). Derecho Administrativo. La Habana Cuba: Pueblo y educación.

Apaza, F. (2015). Bases jurídicas e institucionales para una ley de ocupación de aceras. (Tesis de licenciatura). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz - Bolivia.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. P. (2010). Metodología de la Investigación (5ª Ed.). México: McGraw Hill Educación.

Gálvez Toro, A. (2001). Enfermería Basada en la Evidencia. Cómo incorporar la investigación a la práctica de los cuidados. Granada: Fundación Index.

Bojacá Acosta, J. (2005). El proyecto de investigación etnográfica en el aula: marco teórico-operativo. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1

Entrevista a Especialista del GAMS

1) ¿Existe una norma específica que regule los patentes en el GAMS?

Actualmente existe la Ley N° 482 “Ley de Gobiernos Municipales” cuya Ley abrogo a la Ley No. 2028 Ley de Municipalidades, la Ley vigente tiene el fin de recaudar y administrar los ingresos municipales de carácter tributario y no tributario; la cual permite generar ingresos para el Municipio otorgando concesiones de uso ya sea para servicios, obras y explotaciones en el área de su jurisdicción y competencia, exceptuando aquéllas que se encuentran bajo competencia expresa de las Superintendencias Sectoriales de acuerdo con normas nacionales.

2) ¿Quién tiene la responsabilidad para la patente municipal para establecimientos comerciales?

El Gobierno Autónomo Municipal de Sucre tiene dominio tributario en su jurisdicción para el cumplimiento de sus competencias, fines y objetivos siendo que el Concejo Municipal, a propuesta del Ejecutivo Municipal, de cualquier concejal o por iniciativa legislativa ciudadana, podrá crear, modificar o suprimir impuestos, tasas, patentes o contribuciones especiales municipales, de acuerdo a la normativa vigente.

Los impuestos, tasas, patentes y contribuciones especiales municipales son de cumplimiento obligatorio.

3) ¿Cuál es el resultado, se logra controlar?

El gobierno Municipal, presenta problemas que frenan el incremento de los Recursos propios debido a la implementación de malas políticas de continuidad metodológica, la inexistencia de planes de desarrollo local, la falta de instrumentos que puedan incrementar sus recursos propios y la deficiente aplicación de instrumentos ya existentes que desembocan la evasión impositiva. Esta evasión tributaria conlleva como efecto una baja recaudación tributaria de tasas y patentes lo cual afecta de manera directa a la inversión pública, principalmente al de la alcaldía teniendo en cuenta que estas representan un ingreso propio de la misma.

4) ¿Es necesaria una patente municipal para el control y cobro a los establecimientos comerciales?

Por otro lado, los ingresos que percibimos por Coparticipación tributaria, de acuerdo a la densidad poblacional, es insuficiente para poder cubrir las demandas sociales, Por estas razones se deben implementar nuevos mecanismos que permitan tener una política tributaria siguiendo las políticas de desarrollo urbano, es en este sentido, que se debe mejorar e incrementar los Recursos Propios, constituyéndose el Gobierno Municipal en el mediano y largo plazo como un Municipio Productivo, auto gestionable y autosostenible.

La exhibición y difusión de la publicidad en el ámbito promocional, permanente o eventual en anuncios luminosos, no luminosos, murales y otros de características similares, en lugares o espacios expresamente autorizados, accesos a la ciudad, paseos y en lugares privados, genera la obligación de pagar la patente anual o eventual.

Anexo 2 Encuesta

Género

HOMBRE	
MUJER	

Edad

18 a 35	
36 a 50	
51 a 65	
66 o más	

Usted tiene conocimiento sobre la existencia de alguna patente municipal para el cobro a establecimientos comerciales

Si conozco	
No conozco	

2.

se realizan cobros por el funcionamiento de los establecimientos comerciales

Si	
No	

Que incluyen los cobros por el funcionamiento de los establecimientos comerciales

Apertura y Funcionamiento	
Tipo de establecimiento	
Ubicación	

Usted considera que los cobros que realizan le parecen justos y correctos

Muy Justo y Correcto	
Medianamente justo y correcto	
No es Justo ni correcto	

Considera importante que se informe a la población sobre el alcance de la patente municipal

Se debe informar	
No se debe informar	

Estaría de acuerdo en que la información sobre los plazos para cancelar las patentes sea transmitida por los distintos medios como Facebook, Twitter, Radio, Televisión

Muy de acuerdo	
De Acuerdo	
En desacuerdo	

Considera necesario establecer una patente municipal que regule la publicidad exterior de los establecimientos comerciales en la ciudad de Sucre:

Muy de acuerdo	De Acuerdo	En desacuerdo

Anexo 3
LEY MUNICIPAL AUTONÓMICA N°248/2022

TITULO III

CAPITULO I

PATENTE A LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Artículo 40. (Hecho Generador). – Este tributo tiene como hecho generador la autorización otorgada por el GAMS para la exhibición y difusión de publicidad a nivel promocional y de manera permanente o eventual, en anuncios luminosos, no luminosos, murales y otros de características similares y bienes de dominio público y lugares privados.

Artículo 42. (Del registro y autorización). – Una vez cumplido los requisitos formales exigidos para el procesamiento de obtención o modificación de la autorización exhibición y difusión de publicidad y propaganda se procederá al registro informático de manera inmediata del sujeto pasivo para fines tributarios, para posteriormente otorgar la autorización para la exhibición y difusión de la publicidad a nivel promocional y de manera permanente o eventual según corresponda.

Artículo 43. (Base imponible). – I. La base imponible de la patente a la publicidad y propaganda permanente o anual y eventual, será determinada en función a la cantidad de metros cuadrados de publicidad y parámetros establecidos en los anexos de Ley Municipal Autónoma N°248/2022 cuya liquidación se realizará utilizando la siguiente formula

$$PPP=PPMC*n$$

PPP= Patente de Publicidad y Propaganda

PPMC= Patente Permanente por metro cuadrado

n= Cantidad de metros cuadrados de publicidad

II. La patente determinada a la publicidad y propaganda eventual, conforme el tiempo o plazo de autorización otorgada se la efectuara a través del cálculo por duodécimas de acuerdo a la formula siguiente:

$$DUODECIMA= \left(\frac{\text{Numero de dias autorizados}}{360} \right) * PPP$$

Artículo 44. (Forma de pago). - La patente a la publicidad y propaganda se pagará mediante las entidades financieras autorizadas, de forma directa o por banca digital y/o en los puntos de cobro expresamente autorizados por la Administración Tributaria Municipal, en un solo pago total al momento del registro y empadronamiento.

Artículo 45. (De las infracciones y sanciones). – Las infracciones y sanciones emergentes de la no obtención y/o modificación de la autorización para exhibición y difusión de la publicidad y propaganda permanente o eventual, serán establecidas conforme normativa propia de las unidades que emiten certificaciones previas, tales como Dirección de Patrimonio Histórico y Dirección de Medio Ambiente.

Anexo 4

REGLAMENTO DE ANUNCIOS Y LETREROS PARA EL CENTRO HISTORICO DE SUCRE

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. OBJETO

El presente Reglamento tiene por objeto, normar las características de anuncios, letreros, en sus diferentes formas, colores, tamaños, ubicación, disposición, materiales, iluminación, etc., estableciendo los mecanismos para su implementación en el centro histórico de la ciudad de Sucre, de manera que permita precautelar la armonía del conjunto y adecuada lectura de la riqueza arquitectónica reconocida por la UNESCO.

Artículo 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El presente Reglamento tiene los siguientes objetivos específicos:

- a) Establecer procedimientos para la regulación de autorizaciones en cuanto a los anuncios y letreros.
- b) Normar el colocado de anuncios y letreros, exhibición, materiales, temporalidad y retiro en los distintos sectores que comprende el Centro histórico de la ciudad de Sucre.
- c) Establecer infracciones y sanciones a la contravención de las disposiciones contenidas en el presente reglamento.

Artículo 3. ALCANCE

El presente reglamento alcanza a todas las personas, ya sean estas naturales o jurídicas que deseen publicitar cualquier producto o actividad como directos instaladores de publicidad en inmuebles Públicos y/o Privados al interior del Centro Histórico de la ciudad de Sucre.

Artículo 4. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación del presente Reglamento comprende el área de preservación

Intensiva, área de Transición y área de protección paisajística dentro del Centro Histórico de la ciudad de Sucre.

Artículo 5. (GLOSARIO) Para efectos de una correcta comprensión y aplicación del contenido del presente reglamento se adoptan las siguientes definiciones específicas.

- a. **Anuncio.** es un mensaje que se hace con la intención de que las personas puedan conocer un producto, hecho, acontecimiento o algo similar.
- b. **Cartel.** Anuncio en papel, pieza de tela o lámina de cualquier material que se exhiben temporalmente. Comprenden elementos perecederos como los pasacalles, banners y afiches de papel, cartulina y otros de material similar.
- c. **Centro Histórico.** El Centro Histórico de Sucre, refiere a la delimitación física de la jurisdicción Patrimonial, conformado por tres áreas. área de Preservación Intensiva, área de Transición y área de Protección paisajística, cuya delimitación se encuentra definida conforme a Ordenanza Municipal N°003/98.
- d. **Contaminación Visual.** Se considera contaminación visual, a toda aquella publicidad que, por su excesivo tamaño, sobresaturación de textos o imágenes, mala calidad del material, mal estado de conservación o inadecuada localización, afectan a las personas de manera negativa, , de desorden urbano o de caos visual. Se considera también como publicidad negativa, aquella que cubre u obstruye vistas naturales o panorámicas, vegetación del entorno circundante, avisos de seguridad en carreteras, el propio inmueble donde se coloca la publicidad o el entorno urbano inmediato.
- e. **Grafitis.** Inscripción, pintura o dibujo, grabada o escrita en paredes o muros de lugares públicos.
- f. **Letrero.** Escrito breve, generalmente con letras grandes, que se pone en un lugar
 - b) visible para anunciar o indicar algo,
 - a) **Letrero Fijo de Pared:** Se distinguen tres tipos: embebido en el paramento (formando parte de los acabados), adosado a la pared de

manera paralela o perpendicular a la pared.

- b) Letreros fijos perpendiculares a la fachada**, denominados batiente, se colocan a través de un elemento estructural que sirve de soporte del letrero, y da anclaje o conexión con la fachada o muro.
- c) Letrero Luminoso.** Anuncio que emite luz propia en su interior, debido a la presencia de materiales traslúcidos, o elementos que emiten luz.
- d) Letrero Móvil:** Objetos que se pueden trasladar de un sitio a otro de manera periódica u ocasional. Existen dos tipos: los de pared que están hechos para colgar y los de piso, que son apoyados en mamparas, estructuras metálicas en “V” invertida, etc. Se utilizan generalmente para complementar la información del local, o proporcionar información de actividades que se realizan periódicamente. Generalmente estos letreros son retirados en el cierre del local correspondiente.

Letrero Volumétrico. Se consideran letreros volumétricos a los elementos físicos que tienen un volumen, complementarios al letrero y/o que reemplazan al mismo, como, por ejemplo: logotipos en volumen y otros que representan a escala ampliada, reducida o similar la razón social, o los productos para la venta.

- a) Pasacalles.** Son un medio publicitario altamente impactante, que se exponen en diversos lugares como: vías, postes, columnas o muros la característica principal de los pasacalles, es que, debido a su alto impacto, son útiles para publicitar e impulsar eventos culturales, deportivos y/o comerciales.
- b) Publicidad.** Se entiende por publicidad al conjunto de medios que se emplean para comunicar, informar, divulgar, hacer propaganda de todo tipo de eventos, venta o comercialización de productos, actividades y/o prestación de servicios en general, en vías y espacios públicos de la ciudad.
- c) Publicidad con Papel o Materiales Adhesivos.** Comprenden elementos perecederos que se adhieren o pegan en superficies lisas como por ejemplo vidrios de puertas y ventanas.
- d) Publicidad Mural.** Anuncio fijo, temporal o permanente pintado directamente en la pared o muro

- e) **Signo.** Cualquiera de los elementos que se emplean en la escritura, como por ejemplo palabras y números, además de elementos gráficos que evocan en el entendimiento la idea de otra (logotipo, fotografía, dibujo o gráfico).
- f) **Toldos y Marquesinas.** Elementos de lona, panaflex, plástico y otros materiales, que cubren ingresos y sirven de protección contra los elementos naturales y que a su vez se utilizan para la publicidad comercial. Los toldos generalmente son estructuras que se enrollan en la entrada de los comercios o servicios; la marquesina también cubre la entrada de inmuebles, aunque son estructuras estáticas o fijas.

Vallas y/o panel de Publicidad. Es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano (fijo o móvil) sobre el cual suelen fijarse anuncios o publicidad.

CAPITULO II

UNIDADES COMPETENTES

Artículo 6. (DIRECCION DE PATRIMONIO HISTORICO) Es la unidad competente que deberá autorizar el colocado de letreros y anuncios, en base a todos los parámetros determinados en el presente reglamento, velando por la adecuada imagen urbana y la lectura del conjunto Patrimonial, previo cumplimiento de requisitos presentado por parte del o los interesados; además deberá mediante sus áreas dependientes desarrollar las siguientes acciones:

- a) Poner a disposición del público en general, la información y normativa en vigencia sobre anuncios y letreros y la que sea necesaria para llevar adelante los trámites que ingresen para ser procesados en base al presente Reglamento.
- b) Reportar las sanciones administrativas en razón de las contravenciones identificadas por la Unidad de Control y desarrollo Urbano al interior de la Jurisdicción Patrimonial.

Artículo 7. (UNIDAD DE CONTROL Y DESARROLLO URBANO) Es la Instancia operativa dependiente del área de Conservación y Revitalización de la Dirección de Patrimonio Histórico, que en el marco del cumplimiento al manual de funciones, procesara los trámites para autorización de anuncios y letreros ,verificando el cumplimiento de las

especificaciones establecidas en el presente reglamento; además de realizar controles periódicos a fin de identificar posibles transgresiones y establecimiento de sanciones en los casos que corresponda.

Artículo 8. (OTRAS UNIDADES COMPETENTES) son aquellas unidades que en el marco de las competencias cumplen roles fundamentales para la aplicación efectiva del presente reglamento, siendo las mismas:

1. La Dirección de ingresos, en cuanto corresponde a la otorgación de patentes, hará efectivo el cobro emergente de las sanciones administrativas y podrá proceder a la suspensión de la licencia de funcionamiento de aquellas actividades que no hagan efectivo el pago por las sanciones en esa instancia, bajo procedimiento específico.
2. La Dirección General de Gestión Legal cuando el caso pueda llegar a instancias Jurisdiccionales por su incumplimiento.
3. Las Direcciones de Medio Ambiente, Dirección Seguridad Ciudadana de manera periódica podrán realizar la programación de batidas con participación del personal de la Unidad de Control y Desarrollo Urbano dependiente de la Dirección de Patrimonio Histórico, a efectos de realizar el control del cumplimiento de las disposiciones atribuibles al área de sus competencias e ingresos.

Dirección de Comunicación en coordinación con la Dirección de Patrimonio Histórico, realizara la difusión de la presente normativa a efectos de sensibilizar y socializar con la población los alcances de la misma para su efectivo cumplimiento.

CAPITULO III

TEMPORALIDAD, TIPOS Y CANTIDAD DE LOS ANUNCIOS Y LETREROS POR INMUEBLE O RAZON SOCIAL

Artículo 9. (TEMPORALIDAD) El tiempo de exhibición de anuncios y letreros, está considerado en base a la patente por publicidad y propaganda de la Ley Municipal Autonómica N° 248/2022 Ley de la creación y administración de patentes municipales, por tanto, se considera la siguiente clasificación:

- a) **Letrero y/o anuncio temporal.** - Se considerarán anuncios y letreros temporales cuando los interesados soliciten una patente de publicidad y propaganda con vigencia de un año.

- b) Letrero y/o anuncio Eventual.** - Se considerarán anuncios y letreros Eventuales cuando los interesados soliciten una patente de publicidad y propaganda por un periodo menor a un año según el tipo de anuncio o letrado.

Artículo 10. (TIPOS DE ANUNCIOS Y LETREROS) Los diferentes tipos de letreros en el Centro Histórico de la ciudad de Sucre, deberán ser integrados al conjunto urbano, evitando distorsión y contaminación visual, estableciéndose las siguientes tipologías.

1. Letrero adosado con soporte fijo, paralelo a la fachada y perpendicular a esta.
2. Anuncios y letreros sobre vitrinas, puertas y ventanas, este tipo de anuncios solo podrá cubrir un 50% de la superficie de exposición como máximo.
3. Letreros pintados, colocados o fijados en aceras, principalmente referido a señalizaciones autorizadas sean de tránsito, salud o equipamientos especiales que por normativa específica sean requeridos.
4. Pasacalles colocados de forma transversal a la vía, autorizados únicamente en el área de transición, siempre y cuando no deslumbren impidan o limiten a todos los usuarios la normal visibilidad de semáforos y señales que puedan distraer su atención o dificulten la circulación vehicular o peatonal.
5. Anuncios portátiles que se pueden trasladar de un sitio a otro de manera periódica u ocasional, se localizan en plazas y parques, siempre que no perjudiquen el tráfico peatonal o vehicular.
6. Anuncios impresos pegados solo en lugares habilitados, únicamente en el área de transición y espacios públicos que establezcan mobiliario para este fin, siempre que no afecten la imagen urbana.
7. Letreros colocados en el área de protección paisajística de la jurisdicción de Patrimonio Histórico, únicamente autorizados para señalización preventiva y señalización turística: que cumplan una función educativa referente a la sensibilización patrimonial, control ambiental, preservación y cuidado inherentes a la protección paisajística y forestal.

Las referencias graficas correspondientes a las tipologías señaladas, se encuentran en el Anexo 1 del presente reglamento.

Artículo 11. (CANTIDAD DE ANUNCIOS Y LETREROS POR INMUEBLE) Solo se permite un máximo de un letrado por razón social, comercio o institución en cada inmueble. Excepcionalmente se podrá autorizar dos letreros en el caso de instituciones públicas o

privadas con fines turísticos culturales y/o sociales, que tengan como sede un inmueble completo y dos o más fachadas (como por ejemplo los inmuebles ubicados en esquina o los inmuebles que presentan más de dos fachadas), siempre que los mismos no distorsionen la lectura de los inmuebles patrimoniales conforme a fichas de catalogación y el valor de conjunto reconocido por la UNESCO.

CAPÍTULO IV

CONTENIDO Y MATERIALES DE LOS ANUNCIOS Y LETREROS

Artículo 12. (IDIOMA) Estarán escritos en idioma castellano, promoviéndose el uso de idiomas originarios, en aquellas empresas, comercios o instituciones que así lo requieran; por las características turísticas podrán admitirse otros idiomas conforme a la razón social.

Artículo 13. (CONTENIDO) El contenido de letreros, deberá ser de carácter principalmente informativo, no admitiéndose la instalación de anuncios o letreros que atenten contra la moral y buenas costumbres de la comunidad.

Artículo 14. (SIMBOLOS GRAFICOS) Se permitirá un símbolo gráfico, logotipo, marca u otro similar acompañado de un máximo de cinco (5) palabras, en caso de que la persona o institución solicitante tenga más de cinco (5) palabras, se deberá utilizar abreviaturas.

Artículo 15. (DE LOS LOGOTIPOS) Se permitirá la incorporación de logotipos bastante claros que identifiquen el tipo de institución o emprendimiento reduciendo la cantidad de palabras.

En el caso de auspiciadores, el tamaño del logotipo que represente a dicha instancia, no deberá superar el 30% del tamaño total del letrero.

Artículo 16. (MATERIALES) Está permitido el uso de materiales como ser: madera, cerámica, acrílico, vidrio, piedra u otros materiales opacos.

No se recomienda el uso del plástico y polímeros de rápida degradación.

Artículo 17. (ILUMINACION) La iluminación permitida para anuncios paralelos o perpendiculares a la fachada, podrá ser:

- a) **INDIRECTA.** Incorporada en el anuncio, entre las letras o símbolos individuales (perpendicular) o entre el muro y la letra individual (paralelos).
- b) **DIRECTA.** Cuando se trate de soportes de madera, metal o cerámica, se permitirá iluminación externa como ser un farol, el mismo que deberá estar acorde al estilo del inmueble donde se pretenda colocar el letrero.
- c) Queda absolutamente restringido la utilización de luces de Neón en anuncios y letreros que se encuentren ubicados en las áreas de Preservación Intensiva del Centro Histórico de Sucre.

Artículo 18. ILUMINACIÓN DE LETREROS DE POLICLÍNICOS, HOSPITALES, POSTAS SANITARIAS Y BOMBEROS

- a) La iluminación de los letreros de estas instituciones se distinguirá, por el uso del símbolo internacional de la atención de salud, (sobre rectángulo vertical de fondo azul, cuadrante blanco desplazado hacia arriba conteniendo una cruz simétrica de color rojo; las palabras de identificación de acuerdo a reglamento internacional se ubicarán en el espacio que resta al pie sobre el fondo azul). Las Farmacias utilizaran la cruz simétrica de color verde.
- b) La identificación e iluminación de las estaciones de bomberos y sus instalaciones, será realizada de acuerdo a la normativa específica de estas instituciones.

En general deberán estar sujetos a las características específicas en cuanto a iluminación de letreros para equipamientos especiales.

CAPITULO V UBICACIÓN, FORMA Y DIMENSIONES

Artículo 19. (LETREROS PERPENDICULARES EN FACHADAS) La longitud, se establecerá en proporción a la acera, considerando lo siguiente:

- a) Tendrán una proporción rectangular, con dimensiones de 0.80m x 0.50m, o el equivalente en superficie. (0.40 m²).
- b) Si la acera fuese menor a 1.50 m, el largo máximo del letrero tendrá un equivalente a 2/3 del ancho de la acera sin que el mismo dificulte el tráfico peatonal.

- c) Si la acera fuese mayor a 1.50 m, la longitud máxima del letrero será de 1.20m a partir del muro.
- d) Los anuncios y letreros comerciales, se fijarán en la pared respetando una altura mínima de 2.50 m., medida desde la acera hacia la parte inferior del anuncio.

No está permitido el colocado de letreros perpendiculares en calles angostas vehiculares menores a 3.50 metros de ancho de pared a pared y que además no cuentan con acera, o esta sea igual o menor a 0.50 m. En estos casos sólo está permitido el colocado de letrero paralelo a la fachada.

Es responsabilidad del solicitante para la implementación de un letrero perpendicular, tomar las previsiones técnicas necesarias para la correcta sujeción del mismo sin afectar los inmuebles de catalogación patrimonial.

Artículo 20. (LETREROS PARALELOS A LA FACHADA) Se considerará lo siguiente:

- a) Deben estar separados de molduras, recuadros, pilastras, canes de balcones, u otros elementos decorativos, dejando como mínimo 15 cm, de distancia, tanto en la parte superior como inferior.
- b) Tendrán una dimensión máxima de 1.00m x 0.50m, o el equivalente en superficie. (0.50 m²).
- c) Las medidas de largo y ancho podrán variar en función de los espacios libres existentes y de la proporción del letrero en relación con la fachada o paramento donde se implante el mismo.

En caso de que solo exista una razón social o entidad en todo el inmueble, y por lo tanto un solo letrero, la superficie del letrero paralelo, podrá duplicar la medida establecida (hasta llegar a un máximo de 1.00 m²), siempre y cuando el mismo se rija a las normas del presente reglamento.

CAPÍTULO VI

OTROS TIPOS DE ANUNCIOS Y LETREROS

Artículo 21. (PASACALLES) No está permitido dentro el Área Patrimonial de Preservación Intensiva del Centro Histórico de Sucre, el colocado y/o exposición de ningún tipo de Pasacalles.

Para el Área de transición esta altura mínima libre no podrá ser inferior a 3.50m y estará condicionada además de la altura necesaria para el paso libre de camiones y buses, sin que deslumbren e impidan o limiten a todos los usuarios la normal visibilidad de semáforos y señales, en función al tipo de tráfico que admita la vía donde se pretenda colocar el pasacalle.

La permanencia o exposición de los Pasacalles no podrá exceder los 15 días calendario, previa aprobación de la solicitud presentada ante la Dirección de Patrimonio Histórico. A la conclusión del tiempo de la autorización, el propietario debe retirar de manera inmediata el pasacalle.

Artículo 22. (ANUNCIOS DE TELA O LONA) Los anuncios de tela o lona serán permitidos siempre y cuando no obstaculicen la visibilidad de portadas o elementos arquitectónicos u ornamentales.

El tiempo máximo de exhibición de este tipo de anuncios será de **15 días calendario**, previa aprobación de la solicitud presentada ante la Dirección de Patrimonio Histórico, solo en el Área de Transición y en inmuebles que no sean categoría A.

Artículo 23. (ANUNCIOS Y LETREROS TEMPORALES EN PLAZAS Y PLAZUELAS)

Para el uso de estos anuncios y letreros se debe considerar:

- a) Los letreros tendrán una superficie máxima de 2.00 m² y como mínima de 0.50m².
- b) Pueden estar ubicados en plazas y plazuelas siempre y cuando no obstaculicen el libre tránsito de los peatones.
- c) La temporalidad de la exposición de estos letreros y anuncios deberá estar claramente detallada en la nota de solicitud del interesado o representante legal, presentada a la Dirección de Patrimonio Histórico.

Asimismo, en concordancia con la ley autonómica Municipal N.º 32/14 queda totalmente prohibido la ubicación de estos letreros y anuncios sobre las aceras de calles, calzadas, dentro de las jardineras, en árboles, glorietas u otros similares.

De manera excepcional, en aceras y calzadas se admitirá de exhibición de estos anuncios y letreros en concordancia con la Ley Autonómica Municipal N.º 220/2021 de peatonalización cultural del centro histórico de la ciudad de sucre, en días exclusivos de uso autorizado.

Artículo 24. (PINTADO ANUNCIOS Y LETREROS SOBRE FACHADAS)

Admitidos únicamente en el área de transición, las letras podrán ser pintadas directamente sobre pared, no se permitirá ningún tipo de pintura de fondo diferenciado del color de fachada.

Quedan totalmente prohibidos en fachadas de elementos decorativos ornamentales, inmuebles de valor reconocidos por su integración o de categorización patrimonial A o B.

Artículo 25. (TOLDOS Y MARQUESINAS)

Los toldos y marquesinas a ser instalados en el Área Patrimonial de Preservación Intensiva y el Área de Transición del Centro Histórico de Sucre, deberán ser de color blanco en lámina de metal, con características de según el formato y diseño establecido en el Anexo 2 del presente reglamento.

Estos podrán contener publicidad de acuerdo a la superficie, tamaño, color y número de palabras que está establecida para los letreros paralelos.

Artículo 26. LETREROS DE VALOR QUE APORTEN A LA IMAGEN URBANA

Los anuncios y letreros ya existentes que presentan características diferentes a las establecidas en el presente reglamento, pero que forman parte indivisible del inmueble por su valor histórico, o que constituyen un aporte en la imagen urbana de diseño gráfico que se integran o armonizan con el inmueble y el sitio donde se encuentran ubicados, podrán regularizar su licencia y autorización conforme al presente reglamento en función a la superficie con la que cuenten.

CAPITULO VII**PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DE LA AUTORIZACION Y
ACTUALIZACIONES**

Artículo 27. (DE LAS AUTORIZACIONES Y PAGO DE PATENTE) Las autorizaciones para el colocado, instalación, exposición, modificación, ampliación y/o el retiro de anuncios y letreros en los distintos sectores que comprende el Centro Histórico, serán otorgadas por la Unidad de Control y Desarrollo Urbano de la Dirección de Patrimonio Histórico,

dependiente de la Secretaría Municipal de Ordenamiento Territorial, previo pago de la patente correspondiente en la Dirección de Ingresos del Municipio.

Artículo 28. (REQUISITOS PARA LA SOLICITUD DE AUTORIZACIONES) Se presentarán los requisitos detallados a continuación en ODAU oficina de Ayuda al Usuario de la Dirección de Patrimonio Histórico:

Requisitos:

- a) Nota de solicitud del interesado o representante legal, dirigida a la Dirección de Patrimonio Histórico.
- b) Fotocopia de Cédula Identidad del propietario, o Representante Legal.
- c) Fotocopia de Licencia de Funcionamiento y fotocopia del NIT en caso de ser Persona Jurídica.
- d) Diseño del letrero en planta, alzado y corte con los siguientes datos técnicos: ubicación, dimensiones, superficie, forma, color, materiales propuestos e iluminación.
- e) Fotografías del espacio donde se solicita la implementación del anuncio o letrero.
- f) Autorización expresa del custodio o propietario del inmueble para la implementación del letrero en caso de que el mismo se proponga adherido al mismo de manera fija.

Requisitos complementarios para letreros eventuales:

- a) El solicitante deberá informar sobre ubicación del letrero en correspondencia con el área de circulación, tiempo de permanencia del letrero, material y forma del letrero, objeto del letrero y tipo de soporte.
- b) Para Pasacalles (solo en el Área de transición), se deberá precisar en la solicitud, ubicación, material y tiempo de exhibición del anuncio publicitario.

Valores:

- a) Caratula Municipal
- b) Timbre rojo de presentación
- c) Formulario F-04

Artículo 29. (PROCEDIMIENTO PARA AUTORIZACION) Para obtener la respectiva autorización en la Dirección de Patrimonio Histórico, y la otorgación de la patente para el

colocado del letrero, deberá realizarse la presentación de la totalidad de requisitos que correspondan a cada caso, siendo que a la falta de los mismos no se dará curso al trámite, debiendo cumplirse el procedimiento desarrollado a continuación:

- a) Presentación de la totalidad de requisitos para su verificación en ODAU de la Dirección de Patrimonio Histórico portando el documento de identidad de quien realiza el trámite.
- b) Verificados los requisitos, ingresa al área técnica de control y desarrollo Urbano para programación de inspección y llenado del formulario F-04.
- c) Remisión del trámite al área de conservación y revitalización para revisión del trámite y visto bueno.
- d) Remisión a la Dirección de Patrimonio histórico para aprobación del formulario F-04.
- e) Liquidación y entrega del formulario F-04 al interesado, una vez cancelado el valor correspondiente de la patente en la dirección de ingresos para su respectiva autorización.

ARTÍCULO 30.- (ACTUALIZACION PARA PAGO DE PATENTE POR COLOCADO DE LETRERO). En caso de actualización de la autorización para posterior pago de la Patente, de forma previa se deberá presentar a la Dirección de Patrimonio histórico los siguientes requisitos:

- a) Nota de solicitud del interesado o representante legal, presentada a la Dirección de Patrimonio Histórico, requiriendo autorización para actualización de patente, adjuntando Comprobante de pago de patente anterior.
- b) Formulario F-04
- c) Fotografías actuales del letrero.

Presentada la totalidad de requisitos y verificadas las características del anuncio o letrero autorizado, se procede a extender el F-04, para el pago respectivo de la patente.

Cancelada la patente el interesado deberá presentar una copia simple de la misma en Dirección de Patrimonio Histórico para el registro correspondiente.

ARTÍCULO 31.- (TIEMPO DE PROCESAMIENTO). El trámite para autorización de letrero en la Dirección de Patrimonio Histórico, a partir de la presentación de la totalidad de

requisitos y sin observaciones, se emitirá en tres días hábiles; en caso de tratarse de actualizaciones, el procesamiento se realizará en un día hábil.

CAPITULO VIII DE LAS INSPECCIONES

Artículo 32. (VERIFICACIÓN Y CONTROL) Luego del colocado de los anuncios y letreros, la Dirección de Patrimonio Histórico de oficio o denuncia, en coordinación con las instancias correspondientes, realizará (en cualquier momento) las respectivas inspecciones de verificación sobre el cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Reglamento,

Las autorizaciones otorgadas deben estar expuestas en un lugar visible para la correspondiente verificación por parte del servidor público; asimismo, la unidad de Control Y Desarrollo Urbano procederá con la verificación posterior al colocado del letrero, conforme a la autorización otorgada.

Artículo 33. (INSPECCIONES ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS) Las primeras realizadas en días y horas hábiles de trabajo y las segundas en cualquier momento, cuando exista denuncia verbal o escrita; de igual forma, cuando se tenga conocimiento del riesgo, peligro o daños a terceros que pudiera causar algún anuncio o letrero por su estado físico.

Al momento de la inspección los servidores públicos deberán portar credencial que los identifique, con fotografía del funcionario a fin de hacer constar que se encuentra acreditado para ejercer la función de control.

Artículo 34. (INFORME TÉCNICO DE INSPECCIÓN) De las inspecciones realizadas se elevará un Informe pormenorizado de las acciones ejecutadas, incluyendo los datos del responsable que ejecutó la inspección y con las firmas de todos los que intervinieron en la misma. Se dejará copia de la notificación al propietario o representante; en caso de ser necesario y/o se determinare contravenciones o infracciones establecidas en el presente reglamento.

CAPITULO IX DE LAS NOTIFICACIONES

Artículo 35. (NOTIFICACIONES Y RETIROS) Las notificaciones deberán ser personales de acuerdo a lo dispuesto en el presente reglamento y la Ley N° 2341 del procedimiento administrativo; pudiendo realizarse hasta dos Notificaciones en un plazo intermedio de tres días hábiles por notificación a fin de presentar la documentación que acredite la autorización del anuncio o letrero.

La Unidad de Control y Desarrollo Urbano dependiente de la Dirección de Patrimonio Histórico, realizará el recorrido correspondiente y en caso de verificarse que alguno de los letreros no cuentan con la debida autorización, se procederá a dejar una Primera notificación con un plazo perentorio de tres días hábiles para la presentación de la respectiva autorización; en caso de no presentar la misma o no contar con autorización, se procederá a la notificar por segunda vez para presentación u obtención de la autorización dentro de los siguientes tres días hábiles considerando la voluntad de adecuación de la normativa por parte del interesado, la cual deberá hacerse conocer de manera expresa.

En caso que el propietario, interesado o representante legalmente establecido no se haga presente a la notificación, al término del plazo se procederá al retiro inmediato de su anuncio o letrero si el mismo es de tipo móvil, el cual será depositado en un espacio de resguardo específico a ser determinado por el GAMS, para su devolución previa regularización de la autorización misma que estará sujeta conforme a los parámetros normativos del presente reglamento. pudiendo solicitar la devolución del material retirado dentro de los 10 días hábiles siguientes a la última notificación, fenecido este plazo el material será destruido.

En caso que se trate de letreros fijos, y no se proceda a la regularización de la autorización o retiro, se considerará la sanción administrativa correspondiente al caso, sin que la cancelación de la misma se tome como autorización.

Artículo 36. (LAS NOTIFICACIONES SERÁN REALIZADAS DE FORMA PERSONAL)

La autoridad encargada de realizar estas diligencias, hará constar el nombre, firma del notificado, fecha, hora y lugar donde se notificó, en caso de negativa se hará constar los motivos por el cual no quiso firmar y al pie de la diligencia firmara un testigo en constancia de ello, sin que esto altere la validez de la notificación.

CAPITULO X PROHIBICIONES

Artículo 37.- (PROHIBICIONES AL COLOCADO O PINTADO DE ANUNCIOS Y LETREROS)

En virtud a la preservación de la imagen urbana, y condicionantes técnicas se establecen las siguientes prohibiciones.

- a) Está prohibido el colocado de letreros que por su fragilidad y características físicas en caso de rotura y/o posterior caída puedan causar daños al inmueble o a terceros, quedando bajo absoluta responsabilidad del propietario o el solicitante asumir las consecuencias de este tipo de hechos.
- b) Está prohibido el colocado de letreros de cartón prensado, trupán o materiales de poca durabilidad que por su naturaleza y falta de protección son susceptibles de malograrse, presentar deterioros y por lo tanto brindar una mala imagen al Centro Histórico de la ciudad.
- c) Está prohibido el colocado de anuncios y letreros sobre vanos, puertas, ventanas y/o balcones que además perjudiquen la iluminación y ventilación de su espacio arquitectónico interior.
- d) Está prohibido, gigantografías y/o cualquier otro tipo de publicidad en terrazas, techos, entretechos, etc., tanto en inmuebles públicos y privados que se encuentran en el Centro Histórico de Sucre.
- e) Está prohibido, el colgado de anuncios de tela o lona, dentro del área de preservación intensiva en inmuebles de Categoría "A" declarados como monumentos sean públicos y privados.
- f) Queda prohibido el pintado de anuncios sobre ventas, procesos judiciales, el pintarrajeado de Grafitis, pegado de publicidad, panfletos, anuncios gráficos, anuncios de prestación de servicios u otros similares, en bienes de dominio público, como aceras, calles, jardineras, muros de contención, graderías, escuelas, hospitales, postes de alumbrado público y otros y principalmente en fachadas de inmuebles patrimoniales, sobre elementos decorativos ornamentales, inmuebles de valor arquitectónico colonial, republicano, iglesias, estatuas, monumentos, fuentes de agua, balcones, montantes, columnas, pilastras, dinteles de cantería y otros similares que por su valor reconocido no deben ser afectados.

Artículo 38.- (ATENTADO AL PATRIMONIO) En caso de evidenciarse en razón de la mala implementación de anuncios, letreros o intervenciones que conlleven al deterioro del inmueble patrimonial, y constituirse atentados graves e irreversibles contra inmuebles, fachadas, monumentos, iglesias, estatuas, mobiliario y otros de valor arquitectónico nacional que se encuentran ubicados en el Centro Histórico de la ciudad de Sucre, los responsables serán procesados por la comisión de delito previsto en los Arts. 223, 358 del Código Penal y otros como la Ley N°530 del patrimonio cultural Boliviano; independientemente de las sanciones administrativas que correspondan y a denuncia del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre ante el Ministerio Público.

CAPITULO XI INFRACCIONES

Artículo 39.- En concordancia con lo establecido en la Ley Autonómica Municipal Nro. 32/2014 Ley de Ocupación y uso de Espacio Público, se considerará como infracción lo siguientes actuados:

1. Infracciones graves:

Cuando se haya instalado anuncios o letreros de manera arbitraria y que no cuenten con la autorización correspondiente.

- a) Cuando teniendo autorización o permiso, pero que se hayan instalado sin apearse a la autorización emitida, en el marco del Presente Reglamento u otra normativa específica aplicable.
- b) Cuando se hubieran realizado modificaciones en el anuncio o letrero no autorizadas por la Dirección de Patrimonio Histórico o que hayan sido cambiados de domicilio. Asimismo, aquellos que se encuentren en malas condiciones de estabilidad y/o mantenimiento.
- c) Falta de retiro oportuno de pasacalle u otros anuncios o letreros temporales.
- d) En caso del colocado de letreros en la vía pública obstaculizando la libre transitabilidad vehicular o peatonal.

2. Infracciones muy graves:

- a) Pintar, empapelar, grafitear o colocar propaganda en fachadas, monumentos nacionales, arboles de plazas, plazuelas, avenidas y parques y otras que sean consideradas atentatorias contra el patrimonio Nacional.

- b) Otras establecidas como prohibiciones en el marco del presente reglamento y Ley Autonómica Municipal N°32/14.

Para los efectos señalados, se notificará al propietario a fin de que comparezca en la Dirección de Patrimonio Histórico para proceder según señala la Ley Autonómica Municipal N.º 32/2014 Ley de Ocupación Y Uso de Espacio Público y el presente Reglamento.

CAPITULO XII

SANCIONES

Artículo 40.- (SANCIONES APLICADAS A LAS INFRACCIONES) las sanciones aplicables en el presente reglamento estarán sujetas a lo establecido en el Artículo N°28 (Sanciones). de la Ley Autonómica Municipal N°32/14 Ley de ocupación y uso de espacio público.

1. Las infracciones graves serán sancionadas con la asistencia a un día de capacitación en normas de convivencia, relaciones humanas, buena vecindad urbana, el contenido de la presente Ley y los reglamentos pertinentes, capacitación que será dictada por la Dirección de Comunicación del Gobierno Autónomo Municipal de Sucre en coordinación con la Dirección de Patrimonio histórico, dependiente de la Secretaria Municipal de Ordenamiento Territorial.
2. La reincidencia en las infracciones graves será sancionada con tres días de trabajo comunitario o con cancelación de 500 UFVs.
3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con un día de capacitación en normas de convivencia, relaciones humanas, buena vecindad urbana, el contenido de la normativa pertinentes y un día de trabajo comunitario.
4. La reincidencia en las infracciones muy graves será sancionada con cancelación de 1000 UFVs.

Artículo 41. (OTRAS SANCIONES ADMINISTRATIVAS)

Al margen de las sanciones establecidas en el marco de la ley de ocupación y uso del espacio público, se podrá imponer las siguientes sanciones administrativas según sea el caso.

1. Revocación de la licencia de funcionamiento. En caso de no cumplir con la

cancelación de las sanciones impuestas o no regularizar la autorización respectiva.

- 2.** Retiro inmediato del anuncio y/o letrero (móvil). En caso de persistir el colocado de manera arbitraria al margen de las notificaciones realizadas.
- 3.** Adicionalmente a las sanciones establecidas, se deberá realizar la reposición al pintado o limpieza o restauración sobre inmuebles de valor patrimonial que pudieran ser afectados a costo del infractor.

El infractor que se vea afectado con la imposición de alguna de las sanciones establecidas en el presente Artículo, podrá hacer uso de los recursos de revocatoria y jerárquico en el marco de la Ley 2341 de Procedimiento Administrativo.