

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO APURE



CONCEJO DEL MUNICIPIO SAN FERNANDO

GACETA MUNICIPAL
EDICIÓN EXTRAORDINARIA

AÑO MMXXIV SAN FERNANDO DE APURE 17 DE 04 DE 2024 N° 1960

Todo acto que registre la **GACETA MUNICIPAL**, tendrá autenticidad legal y vigor desde que aparezca en ella publicada.

El Concejo Municipal del Municipio San Fernando, Estado Apure en uso de sus atribuciones legales que le confiere los Artículos 175, 178 y 179 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en concordancia con los Artículos 54 numeral 1, 75 y 95 numerales 1 y 4 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal presenta el siguiente Proyecto:

**ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL
DEL MUNICIPIO SAN FERNANDO, ESTADO
APURE**

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Según lo establecido en el artículo 174 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el gobierno y la administración del Municipio corresponderán al Alcalde o Alcaldesa, quien será también la primera autoridad civil. Es competencia de los municipios, el gobierno y la administración de los intereses propios de la vida local, la gestión de las actividades y servicios que requiera la comunidad municipal, de acuerdo con la Constitución de la República y las leyes, así como crear, recaudar e invertir sus ingresos, según lo estipulado en el artículo 4 numeral 7 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.

De igual manera, la Constitución Nacional establece en su artículo 179, que los Municipios tendrán como parte de sus ingresos los impuestos determinados sobre la publicidad y propaganda. De igual modo, la Ley Orgánica del Poder Público Municipal consagra claramente la normativa impositiva que regula dicho impuesto según lo establecido en su capítulo quinto. A los efectos de este tributo, se entiende por propaganda comercial o publicidad todo aviso, anuncio o imagen dirigido a llamar la atención del público hacia un producto, persona o actividad específica, con fines comerciales.

Según lo establecido en la Disposición Transitoria Única de la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los estados y municipios publicada en Gaceta Oficial N° 6.755 Extraordinario de fecha agosto de 2023, los estados y los municipios deberán adecuar los instrumentos jurídicos vigentes en materia de tributos a las disposiciones de esta Ley, dentro del plazo de noventa (90) días continuos siguientes a su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. En todo caso, una vez entrada en vigencia no podrán cobrar alícuotas que excedan los límites previstos en esta.

Ante estas razones, se presenta a consideración del ilustre Concejo Municipal del Municipio San Fernando del estado Apure, la presente **Ordenanza** de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad comercial a fin de actualizar y modernizar de su sistema tributario como fuente principal de sus ingresos.

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Objeto de la Ordenanza

ARTÍCULO 1: La presente Ordenanza tiene por objeto crear, regular, controlar, administrar y recaudar el impuesto causado por la edición, instalación, transmisión, proyección, exhibición, distribución o similares, de la propaganda y publicidad comercial; bajo cualquier mecanismo, medio o modalidad en la jurisdicción del Municipio San Fernando del estado Apure

PARÁGRAFO PRIMERO: Igualmente la presente Ordenanza regulará la instalación de medios de propaganda o publicidad no comercial y sin fines de lucro, sea cual fuere su género o contenido, de conformidad con las competencias municipales sobre ornato, ambiente y arquitectura civil, previstas en la legislación orgánica nacional aplicable al Municipio y regulada en el ordenamiento jurídico municipal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: A los fines de la aplicación de la presente Ordenanza, los términos

Propaganda y publicidad comercial tendrán el mismo significado.

Definiciones

ARTÍCULO 2: A los efectos de la aplicación del presente Ordenanza, se entiende por:

Propaganda o Publicidad Comercial: Todo anuncio o mensaje difundido por cualquier medio de publicidad, con fines de lucro, de remuneración o no, destinados a dar a conocer, promover, informar, divulgar o vender productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, exhibiciones artísticas, artesanales, deportivas de destreza o habilidades, con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios o compradores de los mismos

Empresa de Publicidad: Toda persona jurídica, que de manera permanente, periódica o eventual, instale, cree, transmita, divulgue, promueva, exhiba o distribuya mensajes o anuncios publicitarios, destinados a promover, informar, divulgar o dar a conocer productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

Publicista: Toda persona natural o jurídica que realice, promueva, ordene o pague la publicidad por su cuenta o por cuenta de terceros, de cualquiera de las operaciones integradoras de la actividad publicitaria; que se encargue de prestar el servicio de publicidad, los editores o cualquier otro que, en razón de su actividad, participe o haga efectiva la publicidad.

Medios Publicitarios: Son los canales, vías, espacios o similares creados, manejados, fabricados, instalados, producidos, por cualquier persona natural o jurídica de manera permanente o eventual donde se exhiben o exponen las pautas o anuncios publicitarios, demostrando los atributos y/o virtudes de los productos o servicios anunciados con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios y compradores. Es decir, es la vía de transmisión utilizada por la propaganda o publicidad comercial para llegar al público objetivo de modo que éste, al recibirlo, pueda reaccionar a la propuesta del mensaje.

Soporte Publicitario: Es cada uno de los subcanales de comunicación en los que se puede dividir un medio publicitario.

Unidad Publicitaria: Es cualquier objeto, elemento, instrumento, bien, cosa, mecanismo, tecnología o similares, que sirvan o se usen, para la exhibición de productos, marcas, servicios,

modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario.

Conjunto de Medios o Unidades Publicitarias: Es el conjunto homogéneo o heterogéneo de unidades publicitarias que sirvan o que se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario.

Motivo Publicitario: Es el mensaje o imagen dirigida al público expresado a través de soportes publicitarios.

Ubicación o Situación Publicitaria: Es el lugar o localización donde la publicidad o propaganda comercial debe hacerse en bienes del dominio público municipal, en vías públicas y en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles al público y que se encuentren en jurisdicción del Municipio.

Anunciante: La persona natural o jurídica cuyo producto o actividad se beneficia con la publicidad.

De la sujeción Legal y del Ámbito de aplicación de la Publicidad

ARTÍCULO 3: Toda propaganda o publicidad comercial que pretenda o se instale, distribuya o exhiba en jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando, se registrará por la presente Ordenanza, sin perjuicio de la aplicación del ordenamiento jurídico nacional o estatal sancionado o dictado en sus respectivos ámbitos de competencias referidos a la publicidad comercial.

De la Veracidad y del Idioma de la Publicidad

ARTÍCULO 4: Toda publicidad comercial deberá ajustarse a la verdad. La publicidad deberá ser expresada en correcto idioma castellano. Solo se podrá hacer uso de idiomas extranjeros si se trata de palabras que no tienen traducción al castellano, las que se refieren a nombres propios, marcas de fábricas o denominaciones comerciales debidamente registradas, siempre y cuando no contravengan las disposiciones de la Ley.

PARÁGRAFO ÚNICO: La Administración Tributaria podrá autorizar la publicidad en idioma extranjero, cuando esté dirigida a la promoción del turismo o programas institucionales, siempre y cuando tenga traducción al castellano.

De las Obligaciones de las Empresas de Publicidad

ARTÍCULO 5: Corresponde a las empresas de publicidad que participen o hagan efectiva la propaganda o publicidad comercial en jurisdicción de este municipio:

1. Cumplir con las obligaciones Tributarias dentro de los lapsos previstos en esta Ordenanza, así como los demás deberes formales contemplados en la misma.

2. Mantener en buen estado los medios publicitarios colocados y retirar aquellos que no llenan las condiciones de seguridad requerida o que contengan mensajes que hayan perdido vigencia.

3. Informar inmediatamente a las autoridades competentes cualquier cambio de estructura, de motivo y de forma de los medios publicitarios, y solicitar los permisos o autorizaciones correspondientes.

4. Participar por escrito a la Administración Tributaria Municipal el retiro de las vallas o de cualquier medio publicitario para poner fin a la obligación impositiva conducente; debiendo estar solvente para la fecha, con el impuesto y sus accesorios respectivos. Mientras ello no se haga, se continuará causando el impuesto.

5. Remover los medios publicitarios que no se ajusten a lo establecido en esta Ordenanza, o en su defecto lo hará el Municipio por sus propios medios, y los gastos que estos generen se cargaran a quienes corresponda, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones previstas en este Instrumento Jurídico.

6. Enviar en el transcurso del mes de diciembre de cada año a la Administración Tributaria Municipal, una relación en donde se indiquen los avisos que continuarán en exhibición el siguiente año.

PARÁGRAFO ÚNICO: El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones establecidas en este artículo, así como en la Ordenanza, dará lugar a la Administración Tributaria, a revocar los permisos otorgados, previo el cumplimiento de los procedimientos correspondientes.

Del Órgano Competente para aplicar esta Ordenanza

ARTÍCULO 6: Es de la responsabilidad y competencia de la Administración Tributaria Municipal del Municipio Bolivariano San Fernando, la vigilancia, control y aplicación de esta Ordenanza y demás disposición aplicable a esta materia; así como la fiscalización, liquidación y recaudación del impuesto establecido; sin perjuicio de las atribuciones del Alcalde o Alcaldesa en su condición de máxima autoridad administrativa, de la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal, del Cuerpo de Bomberos y Bomberas de Administración de Emergencias de

Carácter Civil en circunstancias que no revisten carácter de emergencias del Municipio y cualquier otra dependencia de la Alcaldía.

PARÁGRAFO ÚNICO: Para el cumplimiento de sus atribuciones y funciones, la Administración Tributaria Municipal, podrá solicitar toda la colaboración a que haya lugar a la Policía Municipal y demás órganos de seguridad que tiene que ver con la materia que tendrán plena competencia para llevar a cabo las funciones de inspección y fiscalización en el ámbito jurisdiccional del Municipio, a los fines de preservar el cabal y pleno cumplimiento de esta Ordenanza.

TÍTULO II DISPOSICIONES DE CARÁCTER TRIBUTARIO

CAPÍTULO I DEL HECHO IMPONIBLE Y DE LOS SUJETOS PASIVOS Del Hecho Imponible

ARTÍCULO 7: El Impuesto sobre Propaganda y Publicidad comercial grava todo aviso, anuncio o imagen que con fines publicitarios para atraer el interés del consumidor, sea exhibido, proyectado, anunciado, publicado, instalado o similares, en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles por el público, o que sea repartido de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículos, o se publique en medios o redes sociales de cualquier naturaleza, dentro o fuera de la jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando, pero el establecimiento comercial de que se trate, del bien o servicio que se ofrezca, se encuentre en dicha jurisdicción.

Del Sujeto Pasivo, Responsables y Agentes de Percepción

ARTÍCULO 8: Son sujetos pasivos de este impuesto todos los contribuyentes anunciantes, sean personas naturales o jurídicas, que en forma directa o a través de empresas de publicidad similares realicen, transmitan, distribuyan, anuncien, exhiban o similar, propaganda o publicidad comercial y, en algunos casos lo será el responsable, de la realización de la misma actividad o similar, en forma solidaria.

PARÁGRAFO ÚNICO: Serán Responsables de las obligaciones y del tributo establecido en esta Ordenanza en carácter de Agentes de Percepción, los siguientes:

- Las Empresas de Propaganda y/o Publicidad Comercial Los Editores de Propaganda y/o

Publicidad Comercial

- Cualquier otra persona natural o jurídica, que en razón de su actividad, participe o haga efectiva la Propaganda y/o Publicidad Comercial.

Del Sujeto Activo

ARTÍCULO 9: El sujeto activo de la Obligación Tributaria es la Alcaldía del Municipio Bolivariano San Fernando en el órgano de la Administración Tributaria Municipal.

CAPÍTULO II

DE LA BASE IMPONIBLE Y LA DETERMINACION DEL IMPUESTO

Base imponible y Determinación del Impuesto

ARTÍCULO 10: Los sujetos pasivos contemplados en la presente Ordenanza, sus responsables o Agentes de Percepción del Tributo, deberán liquidar y pagar el impuesto aquí establecido, conforme a los medios que se dispongan, manuales, digitales o tecnológicos y sobre la base de los parámetros que al efecto se determinen, según el tipo de medio publicitario, la cantidad de metros cuadrados o lineales, fracción, unidades, cantidad de ejemplares, proyecciones, exhibiciones, cantidad de anuncios o similares que permitan identificar el número de publicidad, multiplicándolos por el valor expresado por la unidad de cuenta dinámica para el cálculo de los tributos, accesorios y sanciones, expresada, única y exclusivamente, por el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, sin perjuicio que las obligaciones deban pagarse exclusivamente en la cantidad equivalente en bolívares, en concordancia con lo establecido en esta Ordenanza y su Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios, de la siguiente manera:

La base imponible del impuesto de propaganda y publicidad comercial será determinada de conformidad con la siguiente clasificación:

La Publicidad Ocasional:

1.1) Medios Impresos: representada por Pancartas, Estandartes, Banderines, Banderolas, Carteles o Cartelones, Pendones, Volantes, Habladores, Afiches, gigantografía y similares; según la cantidad y dimensiones de las mismas, por días de exposición. Los representados por Almanques, Mapas, Guías, Anuarios y similares; Encartes y Suplementos Publicitarios; Boletos de pasajes, espectáculos públicos y estacionamientos; Billetes, tickets, etiquetas, tapas, cajas de fósforos, calcomanías, autoadhesivos, canjeables o no,

Bonos y cupones, o similares, por unidades o fracción de ellas.

1.2) El Material P.O.P. representado por: Sombreros, Gorras, Delantales, Franelas, Camisas, Bolsos, Carteras, Maletines, Sombrillas, Pelotas, Lapiceros, Mousepads, Chapas, Llaveros, Tasas, Vasos, Portavasos, Destapadores, Servilletas, Removedores, Encendedores y similares que cumplan la misma función, por Unidades y por Promoción.

La Publicidad Exterior:

1.1) La representada por: Avisos de Identificación, Vallas en sus diferentes categorías y tipos, Chupetas (Mobiliario Urbano), Postes, Columnas o similares; Rotulación de Kioscos, Muros y Murales; SkyDancer, Inflables, Muñecos Electrónicos o Maquinas y similares que persigan el mismo objetivo; según sus dimensiones y días de exposición, según sea el caso.

1.2) La Publicidad Exterior Combinada con Servicios a la Comunidad representada por: la colocada en Fachadas del Transporte Público, Casetas Telefónicas, Módulos de Papeleras, Señalizadores de Estacionamientos Públicos, Señalizadores de Farmacias, Señalizadores de Seguridad Bancaria, Nomenclaturas Viales, Columnas Anunciadoras, Planos Guías, Módulos Indicativos, Tanques de Agua de Carreteras y Autopistas, Otros Mobiliarios Urbanos similares y aquellos que el municipio los considere como tales; de acuerdo a sus dimensiones, unidades y tiempo de exposición, según sea el caso.

1.3) La Publicidad Exterior Electrónica definida como la realizada a través de Proyecciones mediante el uso de Pantallas Eléctricas o Electrónicas, accionadas por control manual o automático, y similares; según sus dimensiones o fracción, por el número de anuncios a ser exhibidos y su duración.

1.4) Los Módulos Publicitarios representados por: Vitriñas, Exhibidores, Tótems, Habladores de Anaquel, Displays, Rompe Tráfico y similares que persigan la misma función, ubicados en la vía de circulación peatonal en lugares públicos o privados; de acuerdo a sus dimensiones, por unidades y tiempo de exposición.

1.5) La Publicidad de Tráfico realizada por: Aviones, Helicópteros, Ultralivianos, Parapentes y similares; Globos, Dirigibles, Aerostáticos y similares; Autos Privados, Transporte Público y similares; según sus dimensiones y por cantidad de cuñas o similares, por el tiempo de exhibición.

1.6) La Publicidad por Megáfonos: realizada

con estos aparatos o altavoces de cualquier categoría, en lugares fijos o a través de vehículos o unidades móviles de cualquier naturaleza; según la cantidad de aparatos Utilizados, vehículos o unidades móviles y tiempo de exposición.

1.7) La Publicidad en Establecimientos realizada en el Interior o Exterior de: establecimientos comerciales, industriales, de servicios o similares, campos deportivos, estadios, parques recreacionales, salones de eventos y similares; según sus dimensiones y tiempo de exposición.

1.8) La Publicidad en Toldos, Marquesinas y similares: realizada a través de Toldos, Marquesinas y similares; colocadas en los frentes o laterales de Centros y Establecimientos Comerciales, Industriales, de Servicios o similares; Toldos, Sombrillas, Parasoles, colocados alrededor o en cercanías a piscinas u otros sitios abiertos al público; según sus dimensiones, unidades y tiempo de exposición.

1.9) La Publicidad en Medios Audiovisuales y de Comunicación; realizada en Estaciones Radiales; Redes Sociales, Medios Digitales o similares; Medios Televisivos; Salas de Cine y similares; según el número de anunciantes y cantidad de cuñas mensuales, cantidad de Postes o anuncios por día, cantidad de cuñas, y numero de cuñas por proyección, por la duración de la publicidad, según sea el caso.

1.10) Otros Medios o Elementos Publicitarios, representada en Bebidas Alcohólicas y de productos de Tabaco; tendrán recargos del Treinta (30%) por ciento del monto del impuesto a pagar según el tipo de publicidad que corresponda.

1.11) Las Innovaciones en Medios o Elementos Publicitarios no contemplados en esta Ordenanza; pagaran según sus dimensiones, tiempo de exposición y características propias que las definan, de manera mensual y por publicidad exhibida.

CAPÍTULO III DEL IMPUESTO Y LA ALÍCUOTA

Del Impuestos sobre los diferentes Medios o Elementos Publicitarios

ARTÍCULO 11: La realización de publicidad a través de cualquier medio o elemento publicitario en la jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando, está sujeta al pago del impuesto según el tipo de que se trate, sus dimensiones, cantidades,

tiempo de exposición, entre otros factores que se describen en el texto de esta Ordenanza y en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte integrante de la misma.

PARÁGRAFO ÚNICO: La instalación, exhibición, proyección, distribución o similares de publicidad, solamente será permisible si previamente son cubiertas las exigencias y requerimientos exigidos en la presente ordenanza, por lo que cualquier publicidad que se realice sin contar con la permisología pertinente será objeto de remoción inmediata y de la imposición de las multas y sanciones que correspondan a los responsables de tal transgresión. Igualmente se procederá en consecuencia cuando quien habiendo obtenido los permisos para efectuar la publicidad, no cumpla con las disposiciones establecidas en la ordenanza, siendo objeto de las multas y sanciones correspondientes, incluyendo la remoción de los medios o elementos publicitarios.

De la Alícuota y la unidad de cuenta

ARTÍCULO 12: La alícuota para el cálculo del monto del impuesto a cancelar o causado por la edición, instalación, transmisión, proyección, exhibición, distribución o similares, de la Propaganda y Publicidad Comercial; bajo cualquier mecanismo, medio o modalidad en la jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando, será calculada con base a lo establecido en los artículos precedentes y lo previsto en EL CLASIFICADOR DE MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS, que forma parte integral de esta Ordenanza. La unidad de cuenta dinámica para el cálculo de los tributos, accesorios y sanciones a utilizar, será el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela.

CAPÍTULO IV DE LA LIQUIDACIÓN Y PAGO DE L IMPUESTO

De la Liquidación y Pago del Impuesto

ARTÍCULO 13: El impuesto previsto en esta Ordenanza será liquidado y recaudado en forma anual y se pagará antes del 31 de enero de cada año. Se establece un pago anticipado mensual, los primeros 15 días de cada mes, para los anuncios de identificación de empresas, comercios e industrias o índole similar, equivalente al resultado de la aplicación de la siguiente operación: 1,5 mts² por el valor establecido en el clasificador de medios publicitarios anexo a esta ordenanza.

PARÁGRAFO PRIMERO: Antes del 31 de

enero de cada año, deberá liquidarse y pagarse la diferencia de impuesto resultante entre las medidas reales del anuncio de identificación de empresas, comercios e industrias o índole similar y las medidas de 1.5 mts² establecidas en el presente artículo, se considerarán como pagos realizados. Los pagos anticipados de esta publicidad serán deducibles del impuesto definitivo.

Del Período del Pago

ARTÍCULO 14: El impuesto establecido en la presente ordenanza deberá pagarse antes d año el 31 de enero de cada año y respecto del pago anticipado los primeros quince (15) días continuos del mes en las oficinas de la Administración Tributaria o por lo medios electrónicos dispuestos.

Del Cese de la Obligación Tributaria

ARTÍCULO 15: La obligación de pagar el impuesto sobre propaganda o publicidad comercial, cesa con el retiro de la publicidad comercial. Los sujetos pasivos del impuesto previsto en la presente Ordenanza, tienen la obligación de notificar a la Administración Tributaria el retiro de la publicidad comercial, a fin de poner fin a la obligación impositiva. Caso contrario, el impuesto se continuará causando hasta la fecha de la respectiva notificación y retiro del elemento o medio publicitario por parte del sujeto pasivo.

Del Cambio de Motivo Publicitario.

ARTÍCULO 16: Cuando el contribuyente cambie el motivo publicitario o le haga publicidad a un producto que implique el pago de un impuesto mayor, sin la debida participación a la Administración Tributaria Municipal, quedará obligado al pago de las diferencias de impuesto, multas y accesorios, además del cumplimiento de las obligaciones correspondientes a la modificación efectuada, previstas en esta Ordenanza.

PARÁGRAFO ÚNICO: En este caso el pago se hará dentro del lapso de diez (10) días continuos siguientes a la modificación del anuncio, de conformidad a lo dispuesto en esta Ordenanza.

De la No Instalación del motivo publicitario

ARTÍCULO 17: La no instalación o exhibición de un medio o elemento publicitario transcurridos treinta (30) días continuos del otorgamiento del permiso para su colocación o exhibición, dará derecho a la Administración Tributaria Municipal de revocar el permiso otorgado previa notificación al interesado.

De los Recargos e Intereses Moratorios

ARTÍCULO 18: Transcurridos los períodos de pago, los sujetos pasivos que no hayan satisfecho sus obligaciones Tributarias deberán pagar un recargo del cincuenta (50%) del monto del impuesto a pagar, si el pago lo realizan durante los siguientes cinco (5) días hábiles al periodo estipulado para tal fin. Un recargo del cien (100%) del monto del impuesto a pagar, si el pago lo realizan luego de este último período. Además de los intereses moratorios a la tasa establecida en el Código Orgánico Tributario, aplicada sobre el monto del impuesto exigible y no pagado.

TÍTULO III DEL REGISTRO

CAPÍTULO I DEL REGISTRO DE EMPRESAS Y PERSONAS

De la Solicitud y Obtención de Inscripción en el Registro

ARTÍCULO 19: Toda persona natural o jurídica que pretenda prestar servicios de publicidad de manera permanente o eventual en jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando, deberá solicitar y obtener su inscripción en el Registro Único de Información Fiscal de contribuyentes, que se lleva al efecto en la Administración Tributaria Municipal independientemente se trate de medios fijos u ocasionales para su debida autorización.

Del Registro de Medios o Elementos Publicitarios

ARTÍCULO 20: A los fines de que las actividades publicitarias referidas en esta Ordenanza, se ajusten plenamente a las previsiones legales y extremos contenidos en su normativa, se crea igualmente el Registro de Medios o Elementos Publicitarios, a objeto de la plena identificación de cada uno de ellos, por empresa o persona que ejerza esta actividad, con determinación exacta del código asignado, número de placa identificadora colocada en el respectivo equipo publicitario de la empresa y/o interesado, fecha de instalación, ubicación exacta y demás datos y características atinentes al medio de publicidad, que sean pertinentes.

Parágrafo Único: Será de la responsabilidad de la Administración Tributaria Municipal llevar un registro digital y electrónico de publicidad, así como el proceso de renovación 30 días antes de su vencimiento, de las inscripciones de las empresas, personas naturales y anunciantes que realicen

actividades publicitarias en jurisdicción del Municipio.

De las Obligaciones de los Publicistas y Anunciantes

ARTÍCULO 21: Los publicistas y anunciantes que realicen actividades publicitarias en jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando están obligados a:

1. Cumplir con esta Ordenanza y enterar el impuesto oportunamente que se genere en las Oficinas Receptoras de Fondos Municipales.
2. Solicitar la autorización, permiso o licencia por ante la Administración Tributaria Municipal para la exhibición, proyección, colocación e instalación de medios publicitarios en el Municipio.
3. Realizar mantenimiento preventivo de los medios de publicidad comercial fijos, para lo cual deben solicitar y obtener previamente de la Administración Tributaria Municipal mediante los medios dispuestos para ello, la autorización respectiva.
4. Retirar los medios publicitarios cuando los mismos no cuenten con la permisología exigida en la presente Ordenanza, o cuando no se hayan cancelado los tributos correspondientes a ellos, o cuando haya vencido el permiso para tal fin, o hayan sido instalados en lugares prohibidos, así como aquellos que no llenen las condiciones de ornato público y de seguridad requeridas.
5. Solicitar autorización ante la autoridad competente para cualquier cambio estructural o de forma, que pretendan realizar en los medios o elementos publicitarios, no pudiendo colocarlos sin la previa autorización de la Administración Tributaria Municipal, sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones Tributarias y administrativas dispuestas con ocasión a los cambios de los medios publicitarios.
6. Notificar a la Administración Tributaria Municipal del retiro de los medios publicitarios colocados en su jurisdicción y demostrar que se ha restituido a su condición original el espacio de ubicación de los mismos.
7. Identificar en el medio o elemento publicitario, al publicista responsable de la propaganda o publicidad exhibida, proyectada o instalada dentro de la jurisdicción del Municipio; identificación que comprende el nombre de la empresa, dirección, teléfonos y Código Asignado al medio o elemento publicitario.

8. Presentar durante el mes de diciembre de cada año, una declaración jurada que indique los medios publicitarios fijos que continuarán en exhibición durante el año siguiente, bajo las formalidades dispuestas para ello por la Administración Tributaria conjuntamente con el respaldo fotográfico de cada uno. Asimismo, se deberán identificar los medios publicitarios fijos que se removerán durante el primer mes del año siguiente, y aquellos que no tengan propaganda o publicidad comercial contratada. Se entenderá que los anunciantes y publicistas no tienen interés sobre aquellas unidades no mencionadas en la declaración jurada, las cuales deberán remover dentro de los próximos **treinta (30)** días continuos y siguientes contados a partir del vencimiento del lapso previsto para la presentación de la relación a que se refiere este numeral. En caso contrario, la Alcaldía procederá a remover el medio publicitario a costa del infractor. En el caso que el anunciante o publicista haya cometido un error en su declaración, cuyo margen no supere el 5% del número total de medios publicitarios declarados, deberá presentar una declaración complementaria incluyendo la identificación de los medios no declarados por omisión, dentro de un plazo de **quince (15)** días continuos contados a partir de la fecha de presentación de la declaración inicia la que se refiere el presente numeral.

9. Permiso emitido por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal para la instalación de elementos publicitarios fijos, tales como: Vallas, Postes publicitarios, Chupetas, Moupies, Paradas de transporte, Mapas Guías, Avisos Turísticos, Tótems, Postes de señalización de vías o similares.

10. Permitir el acceso de los funcionarios autorizados de la Administración Tributaria Municipal a la contabilidad y cualquier otra documentación necesaria para constatar la veracidad de los ingresos y de los impuestos percibidos y/o pagados, aun cuando la empresa no esté domiciliada en el municipio.

11. Cumplir con los convenios, contratos o acuerdos celebrados con el Municipio cuando sus medios publicitarios se encuentren en bienes del dominio público municipal, incluyendo las labores de mantenimiento de áreas verdes, plazas, parques, vías y espacios públicos, inmuebles de interés municipal o de inmuebles propiedad del Municipio.

12. Remover, paralizar o suspender la instalación o colocación de medios o elementos publicitarios cuando existan razones legales que lo justifiquen, o en atención a labores de

mantenimiento, de prestación de servicios públicos y de ornato público que deba realizar el Municipio o empresas de prestación de servicios públicos.

13. Cumplir con las normas relativas a propaganda y publicidad comercial previstas en la Ordenanza que regule el expendio de especies alcohólicas en el Municipio, cuando les sea aplicable, así como a las disposiciones de carácter Nacional en materia de Tabacos y Cigarrillos.

14. Retirar la publicidad o propaganda comercial anunciada en los medios fijos, así como la publicidad eventual, cuando versen sobre eventos, espectáculos, presentaciones artísticas o de cualquier naturaleza, así como reproducciones cinematográficas dentro de los cinco (05) días hábiles y siguientes a la fecha efectiva de celebración del evento o espectáculo publicitado.

15. Presentar la permisología de carácter nacional y estatal que corresponda según los medios o elementos publicitarios a exhibir, así como lo relativo a permisos y o certificaciones de ingeniería municipal, bomberos o cualquier otra que se requiera.

CAPÍTULO II

DE LA TRAMITACIÓN DE LOS PERMISOS

De los Permisos y sus Requisitos

ARTÍCULO 22: Sólo podrá exhibirse propaganda y publicidad comercial, cuando previamente se haya obtenido el permiso respectivo otorgado por la Administración Tributaria Municipal a tales efectos, la persona natural o jurídica interesada en la instalación de una estructura para publicidad comercial, la colocación de avisos en locales comerciales o la exhibición de propaganda o publicidad por cualquier medio, en jurisdicción del Municipio, deberá presentar por ante la Administración Tributaria Municipal escrito o en forma electrónica o digital en el formato expedido para tal fin, en el cual expondrá las razones de su solicitud. Administración Tributaria Municipal contará con un plazo de diez (10) días hábiles siguientes a su recepción para expedir al solicitante la constancia de inscripción o en su defecto comunicarle mediante Resolución las causas de su rechazo.

El solicitante deberá llenar y presentar la planilla que al efecto se utilice, y hacerla acompañar del escrito mencionado al cual debe adjuntarlos siguientes recaudos:

1) Copia del comprobante de pago de los impuestos municipales, así como el pago de las tasas administrativas correspondientes para la tramitación de estos permisos.

2) Estar registrado en el Registro de Propaganda y Publicidad Comercial.

3) Características y formas del medio o elemento y de la unidad publicitaria, así como de la estructura material o forma a Utilizar y el tiempo de exhibición del mismo.

4) Para medios ocasionales, deberán definir el tiempo en el cual será instalada o exhibida y el sitio y/o espacio a ocupar; para los medios permanentes sólo bastará especificar que son permanentes e intercambiables y el lugar a ocupar, así como sus características particulares.

5) Plano o croquis de ubicación del lugar donde se colocará o exhibirá la unidad publicitaria con incorporación de la unidad propuesta a los elementos existentes en su entorno y fotografía de dicho lugar.

6) Proyecto de ornato y mantenimiento, cuando se proponga su ubicación en terrenos no construidos, debidamente aprobado por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal.

7) Croquis de relación de distancias mínimas con inmuebles y otras unidades publicitarias similares o de la misma categoría existentes en el sector.

8) En el caso de las vallas colocadas en kioscos, se deberá presentar, además de los recaudos anteriores:

a. Autorización de la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal para la instalación de la Valla o Aviso en kiosco.

b) Comprobante de pago de las obligaciones tributarias del kiosco.

c) Permiso de funcionamiento del kiosco.

9) En terrenos de propiedad privada, presentar copia del documento de propiedad o documento que autorice el usufructo del inmueble para tal fin, pago del impuesto de Inmuebles Urbanos y del Aseo Urbano y Domiciliario. Autorización escrita del propietario para la instalación de la unidad publicitaria, y además autorización expresa de este para que los funcionarios del Municipio accedan al inmueble, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción si ello fuera necesario. En caso de que se coloque una unidad publicitaria en terreno o propiedad privada, sin autorización de la Administración Tributaria Municipal el propietario del terreno o inmueble será solidariamente responsable, en conjunto con la empresa de publicidad y el anunciante, en el pago de los

impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.

10) En caso de publicidad en centros comerciales (estacionamiento, fachada exterior o cualquier otra área), se requerirá autorización escrita del propietario o administradora de condominio para la instalación de la unidad publicitaria, y además autorización expresa de este para que los funcionarios del Municipio accedan al inmueble, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción si ello fuera necesario. En caso de que se coloque una unidad publicitaria en las instalaciones del centro comercial, sin autorización de la Administración Tributaria Municipal el propietario o administradora de condominio será solidariamente responsable, en conjunto con el anunciante y la empresa de publicidad, en el pago de los impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.

11) En caso de tratarse de medios publicitarios colocados en las paredes laterales o azoteas de edificaciones con uso residencial, deberá suministrarse a Administración Tributaria Municipal el Contrato de Arrendamiento en caso de no ser el propietario del inmueble, o de la Junta de Condominio o Administradora Inmobiliaria o quien haga sus veces, así como un estudio de un Ingeniero Estructural sobre la posibilidad de la colocación de la unidad publicitaria. Este estudio deberá ser aprobado por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal. Se requerirá igualmente autorización escrita del propietario o administradora de condominio para que los funcionarios del Municipio accedan al inmueble, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción si ello fuera necesario. En caso de que se coloque una unidad publicitaria en las paredes laterales o azoteas de edificaciones con uso residencial, en sus linderos o áreas adyacentes pertenecientes a estos, sin autorización de la Administración Tributaria Municipal el propietario, los condóminos o la administradora de condominio, serán solidariamente responsables, en conjunto con el anunciante y la empresa de publicidad, en el pago de los impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.

12) La entrega de los recaudos a los que refieren los numerales anteriores, quedará asentado en un registro numerado y fechado para tal fin y cuyos datos se entregarán al interesado al momento de recibir y asentar estos recaudos. Se dará preferencia para la colocación de la unidad publicitaria al primer inscrito y/o solicitante, en caso de que un mismo espacio hubiere más de una solicitud. Si el solicitante no coloca la unidad

publicitaria dentro de los sesenta (60) días continuos a la aprobación de la solicitud caducará el derecho de preferencia al que se refiere este numeral, pudiendo concederle el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar

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

a) Certificación de la Dirección de Catastro Municipal, de que el terreno es de propiedad municipal.

b) Contrato de Arrendamiento suscrito entre la empresa publicitaria o anunciante y el Alcalde o Alcaldesa en nombre del Municipio, elaborado por la Sindicatura Municipal. El arrendamiento será pagado mediante el canon que al efecto fije la Alcaldía del Municipio Bolivariano San Fernando o mediante la Utilización de espacios en Vallas de publicidad, mensajes institucionales, ornatos de jardines, mantenimiento de parques, áreas verdes, plazas, plazoletas o similares de acuerdo al contrato respectivo.

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

14) Constancia de inscripción vigente de la empresa, empresario publicitario, anunciante, o persona natural responsable en el registro correspondiente que al efecto lleva la Administración Tributaria Municipal y comprobante de pago de impuestos.

Queda entendido que la Administración Tributaria Municipal se reserva el derecho a negar cualquier solicitud que a su juicio no responda con los planes de ordenamiento urbano de la Alcaldía Bolivariana del Municipio San Fernando, en cuanto a publicidad se refiere, para lo cual lo manifestara mediante resolución motivada.

15) En caso de tratarse de instalación de postes, tótem, chupetas, mobiliarios urbanos, luminosos o no luminosos y similares, se requerirá, además de los requisitos antes mencionados, de la certificación de aprobación expedida por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal, sobre la base de la responsabilidad y cumplimiento de variables urbanas por parte del anunciante y/o empresa publicitaria en cuanto al permiso de construcción de las mismas, zonificación y especificaciones técnicas.

16) En caso de tratarse de Vallas de cualquier tipo y tamaño, se requerirá, además de los requisitos antes mencionados, de la certificación de aprobación expedida por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal, sobre la base

de la responsabilidad del anunciante o empresa publicitaria y cumplimiento de variables urbanas en cuanto al permiso de construcción de las mismas, zonificación y especificaciones técnicas, además del permiso de Bomberos en cuanto a la certificación de evaluación de riesgos se refiere.

17) Estar registrado en el registro de publicidad expedido por la Administración Tributaria Municipal.

18) Para el caso de la publicidad o propaganda exhibida en medios automotores a través de vallas o elementos similares, se requerirá una Póliza de Responsabilidad Civil por daños a terceros emitida por una empresa de seguro o reaseguro de reconocida solvencia; como consecuencia de algún accidente que ocasione la misma. Igualmente deberán presentar la permisología que al efecto exijan los organismos responsables de tránsito y circulación en la jurisdicción del municipio, además de la ruta que tomarán en la exhibición de dicha publicidad con esta modalidad, dicha póliza durará el tiempo que al efecto dure el permiso para exhibir la publicidad, debiendo ser renovada por el mismo tiempo en que se renueve el permiso que la causa.

19) La publicidad o propaganda exhibida en naves o aeronaves como Globos, aviones o avionetas, dirigibles, parapentes, ultralivianos y similares, requerirán del permiso del órgano encargado de la regulación de estas naves o aeronaves, además de indicar el tiempo de exhibición de dicha publicidad, las dimensiones y formas de la misma, el lema y sus características, el área donde será exhibida y cualquier otro requisito que necesite o exija la Administración Tributaria Municipal, a los fines del registro y control de la misma.

20) La publicidad o propaganda exhibida a través de las redes sociales o cualquier medio digital, si se llevan a cabo a través de personas jurídicas o naturales dedicadas a estos fines, y que tengan domicilio o residencia en la jurisdicción del Municipio, deberán igualmente registrarse como tales por ante Administración Tributaria Municipal y cumplir con todos los requisitos al igual que cualquier otra empresa de publicidad o de marketing digital, así como solicitar los permisos correspondientes para la exhibición de publicidad o propaganda comercial en la jurisdicción del Municipio.

A tales efectos deberán indicar las empresas o anunciantes en nombre de los cuales están ejerciendo la publicidad o propaganda comercial, sobre todo si se encuentran domiciliadas en esta jurisdicción, con el objeto de hacer lo conducente para el pago de los tributos que correspondan,

además de los que están obligados los publicistas en materia del Impuesto de Actividades Económicas.

En el caso que las empresas o personas naturales que ejerzan la exhibición de publicidad por este medio y que no estén domiciliadas en nuestra jurisdicción, pero exhiban publicidad de anunciantes domiciliados en la jurisdicción del Municipio, previa verificación y constatación por cualquier medio donde se detecte dicha actividad, se procederá a tomar las respectivas acciones que la ley nos faculta para la determinación de las responsabilidades por el incumplimiento de lo establecido en esta Ordenanza, tanto para quien ejerza la publicidad o propaganda, como para el anunciante que incumplió con sus obligaciones en materia de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad comercial en este municipio.

Tasa por Solicitud del Permiso

ARTÍCULO 23: La tramitación de la solicitud del permiso genera la obligación de pagar una tasa administrativa establecida en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio.

De la tasa de verificación de los Recaudos para el Permiso

ARTÍCULO 24: La Administración Tributaria Municipal, una vez presentada la solicitud con todos los recaudos exigidos en este Capítulo, dejará constancia de ser recibida y procederá a la exhaustiva verificación de que la solicitud cumple a cabalidad con todos y cada uno de los extremos y requisitos previstos en esta Ordenanza, previa inspección del lugar donde se pretenda la colocación del medio publicitario. Solo luego de constatarse de no haber impedimento alguno para la procedencia de la solicitud, se otorgará el respectivo permiso.

PARÁGRAFO PRIMERO: Queda expresamente entendido que la Administración Tributaria Municipal tendrá plena potestad de practicar la inspección directa y fiscalización a que haya lugar durante la colocación del medio publicitario de que se trate, para garantizar a cabalidad que este se ajusta a los parámetros y extremos aprobados, contenidos en el respectivo permiso que haya sido otorgado.

PARÁGRAFO SEGUNDO: A los fines de la verificación, inspección y debido pronunciamiento en cuanto a la aprobación o rechazo de la solicitud de colocación de propaganda o publicidad comercial que alude esta Ordenanza, la Administración Tributaria Municipal tendrá un lapso de veinte (20) días hábiles contados a partir

de la fecha en la cual se admite la solicitud.

PARÁGRAFO TERCERO: En los casos en los cuales el ordenamiento jurídico, tanto nacional como estatal, exija o requiera el permiso previo de una autoridad nacional o estatal para la instalación o exhibición de un medio publicitario, no se admitirá la solicitud del permiso hasta tanto el interesado consigne, junto a los demás recaudos, el permiso autorización correspondiente expedido por dichas autoridades.

PARÁGRAFO CUARTO: Toda inspección referida en este artículo, deberá ser cancelada mediante una tasa administrativa por el solicitante por metro cuadrado de extensión o área del espacio donde se pretenda instalar cualquier medio publicitario. Dicho valor de la misma, estará reflejada en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio.

De la Reubicación o Traslado de un Medio o Elemento Publicitario

ARTÍCULO 25: En caso de reubicación o traslado de un espacio o medio publicitario, este se considerará como nuevo, debiendo el interesado, proceder a la gestión de un nuevo permiso, previo cumplimiento de las normas establecidas en la presente Ordenanza.

De la Negativa al Permiso Por Incumplimientos

ARTÍCULO 26: La Administración Tributaria Municipal negará el permiso para instalar, transmitir, exhibir o realizar la actividad de publicidad comercial en jurisdicción del Municipio, si la empresa o empresario publicitario responsable, no detenta la constancia de inscripción vigente como empresa de publicidad en el Registro correspondiente que al efecto lleva esta Administración, y no se encuentre solvente en el pago de sus Impuestos Municipales para el momento de la solicitud.

Del carácter individual del permiso

ARTÍCULO 27: Todo permiso de propaganda y publicidad comercial es intransferible, no puede ser enajenado, canjeado, cedido, negociado o traspasado y cesa su vigencia cuando se alteraren las condiciones bajo las cuales fue concedido el permiso sin haber notificado y obtenido la debida autorización de parte de la Administración Tributaria Municipal.

De la Duración del Permiso y su Renovación

ARTÍCULO 28: El permiso para la instalación de un medio publicitario permanente tendrá una vigencia de hasta seis (6) meses, a partir de la

fecha de expedición del mismo. El propietario o responsable del medio publicitario podrá solicitar la renovación del permiso dentro del lapso de treinta (30) días hábiles previos al vencimiento del mismo. Caso contrario deberá retirar el medio publicitario.

La solicitud de renovación será expedida dentro de un lapso de diez (10) días hábiles contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud. La empresa publicitaria que requiera la Reexpedición o Renovación del permiso de propaganda o publicidad comercial, deberá realizarla solicitud por ante la Administración Tributaria anexando los siguientes recaudos:

a) Estar solvente del impuesto sobre propaganda o publicidad comercial, del Impuesto sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de índole Similar, además del impuesto sobre Inmuebles Urbanos y del Aseo Urbano y Domiciliario, si correspondiere.

b) Certificación de evaluación de riesgos vigente emanada del cuerpo de bomberos de administración de emergencias de carácter civil del Municipio Bolivariano San Fernando.

c) Pagar la tasa administrativa por este concepto establecida en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio.

d) Fotos actualizadas del Área donde se encuentra ubicado el medio o elemento publicitario.

e) Y cualquier otro requisito que exigiere la Administración Tributaria Municipal a los fines del mejor y cabal cumplimiento de sus funciones.

PARÁGRAFO ÚNICO: La Administración Tributaria Municipal revisará toda la información presentada por el solicitante y en caso de cumplir con todas las disposiciones legales de esta Ordenanza, emitirá la renovación del permiso dentro de los siguientes diez (10) días continuos a la solicitud. En caso que faltare algún requisito o se constatare no haber cumplido con alguna de las disposiciones establecidas en este instrumento legal, devolverá la solicitud mediante escrito motivado indicando las anomalías del caso con el lapso que tiene para subsanarlas.

Si cumplido el lapso no lo hiciere se entenderá que el solicitante no sostuvo su intención de continuar con la solicitud y por ende, continuar con la exhibición del medio o elemento publicitario, caso en el cual la Administración Tributaria Municipal procederá a hacerle del conocimiento de la no renovación del permiso mediante Resolución motivada y adjudicarlo a otro interesado, si fuere el caso. El solicitante a quien se le negó la renovación deberá remover el medio o elemento publicitario

en el lapso descrito en esta Ordenanza.

CAPÍTULO III

DEL PROCEDIMIENTO EN CASO DE PROHIBICIÓN SOBREVENIDA POR LEY U ORDENANZA

De la Adecuación de los Medios Publicitarios

ARTÍCULO 29: Cuando en virtud de una disposición contenida en leyes u ordenanzas urbanísticas resulte prohibida o restringida la instalación de medios publicitarios; los que ya estuvieren instalados con su debido permiso, deberán someterse a la nueva regulación y removerse o modificarse, según el caso.

En estos casos, los propietarios o responsables de los medios publicitarios ya instalados y permitidos, dispondrán de un lapso no mayor de noventa (90) días hábiles, para proponer sitios alternos de igual categoría y condiciones de estelaridad para sustituir los medios publicitarios retirados o removidos. La proposición a que hace referencia el presente artículo es requisito previo a la remoción de los medios publicitarios. Notificadas las reubicaciones correspondientes, el propietario o responsable dispondrá de un plazo de treinta (30) días continuos para proceder a la reinstalación de los medios publicitarios afectados por la ley u ordenanza, en el sitio alterno, caso en el cual se le otorgará el permiso de manera inmediata.

TÍTULO IV

DE LOS DISTINTOS MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS

CAPÍTULO I

DE LOS MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS FIJOS

De la Definición de Medios o Elementos Publicitarios Fijos

ARTÍCULO 30: Se entiende por medios de propaganda y publicidad comercial fijos aquellas instalaciones o bienes muebles anclados en el suelo, adheridos a bienes inmuebles o a cualquier estructura fija, tales como, vallas, postes publicitarios, columnas informativas, publicidad exhibida en paradas de transporte público, instalaciones para el ejercicio del comercio temporal o eventual, avisos o anuncios de fachada, murales, carteles, equipos de reproducción de sonidos, carteleros de cines, pantallas de proyección de cualquier tipo y similares.

De los Tipos de Medios o Elementos Fijos

ARTÍCULO 31: A los efectos de esta Ordenanza los tipos de medios fijos son:

Valla: Medio publicitario en forma de objeto, cartel, anuncio o mural anclado en la superficie, adosado a bienes inmuebles o a cualquier estructura fija, impreso o pintado en fachadas de inmuebles. Es toda publicidad en forma de cartel, anuncio, objeto, estructura, mural o similar, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos o signos, destinados a permanecer a la vista del público, para publicitar un bien, servicio o empresa.

Valla Iluminada: Aquella que tiene iluminación vía refracción de luz por focos externos.

Valla luminosa: Aquella cuya iluminación se encuentra en la parte interior de su estructura

Valla Electrónica: aquella que exhibe distintos anuncios cambiables, accionados por control automático.

Valla Mecánica: Aquella que permite la exhibición de distintas propagandas por medios mecánicos.

Valla Digital: Aquella que permite la exhibición de propagandas diversas mediante información digital.

Valla Móvil: Instalación publicitaria fija sobre vehículo de tracción mecánica o humana.

Postes Publicitarios: Elementos anclados en las aceras, compuestos por una superficie destinada para la exhibición de propaganda o publicidad comercial y elementos que brindan información y servicios al a comunidad.

Columnas Informativas: Elementos anclados al suelo que tienen como finalidad informar a la comunidad sobre temas de interés municipal, y que cuentan con áreas para exhibir propaganda o publicidad comercial.

Paradas de Transporte: Instalaciones para el acceso, espera y descenso de personas que usan el transporte público compuesta por una o varias superficies destinadas a la exhibición de propaganda o publicidad comercial.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los postes publicitarios sólo podrán ser instalados en los sitios o lugares autorizados por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El mantenimiento de los medios o elementos fijos estará a cargo de los anunciantes, publicistas o empresas de publicidad que en ellas exhiban propaganda o publicidad comercial, bajo la supervisión de la dependencia

municipal competente.

PARÁGRAFO TERCERO: Las paradas de transporte público podrán tener en su estructura o en el entorno de la misma, espacios para la exhibición de propaganda o publicidad comercial y será supervisado por los funcionarios adscritos a la Dirección de Transporte y Vialidad o a quien haga sus veces

De la Sujeción a Normativa Urbanística sobre Edificaciones

ARTÍCULO 32: Toda valla publicitaria con estructura propia sobre el suelo, techos y azoteas, será considerada como una edificación y por lo tanto queda sometida a las disposiciones urbanísticas vigentes. En tal sentido, las vallas solo podrán ubicarse en áreas cuya zonificación urbanística permita el uso comercial, industrial o combinado. Su colocación queda sujeta al permiso urbanístico previo, expedido por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal.

De la solicitud del permiso ante la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal

ARTÍCULO 33: Para la instalación de vallas o avisos fijos el contribuyente, bien sea persona natural o jurídica, deberá solicitar el Permiso y/o la autorización por ante la Dirección de Ingeniería y Urbanismo, quienes deberán anexar a la solicitud los siguientes recaudos:

1. Croquis de ubicación del espacio donde se colocará la Valla y/o medio publicitario y memoria fotográfica del lugar donde se pretende instalar
2. Memoria Descriptiva, indicando características, tipo de estructura, dimensiones del medio publicitario entre otros.
3. Presupuesto detallado del trabajo a ejecutar para la colocación.
4. Declaración Jurada por el representante legal de la empresa publicitaria adquiriendo la obligación de resarcir todo daño causado al medio ambiente por la instalación de vallas y restituir el terreno sobre el cual está instalada la valla a su condición original.
5. Si se trata de Vallas que serán ubicadas sobre edificaciones, debe presentar un estudio firmado por un Ingeniero Civil especialista en cálculo de estructuras, sobre las características de la Valla proyectada y las del inmueble, para constatar el grado de seguridad.
6. Plano a escala de la estructura, y detalles del cuerpo del aviso.

7. Cálculos estructurales cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso o altura requieran condiciones especiales para su instalación (Con unas de sus dimensiones igual o mayor a 2,50 metros).
8. Copia de la póliza de seguros contratada conforme a lo indicado en esta Ordenanza, con duración mínima de un (1) año, para amparar los eventuales daños o perjuicios que puedan causarse a terceros. La cobertura de dicha póliza la fijará la Dirección de Urbanismo e Ingeniería y Urbanismo, atendiendo la dimensión de un eventual daño.
9. Estar solvente con el Impuesto sobre Actividades Económicas
10. Estar solvente con el impuesto sobre Inmuebles Urbanos del lugar donde se espera colocar el medio publicitario, al igual que la solvencia en materia del pago del Aseo Urbano y Domiciliario.
11. Permisos nacionales y/o Estadales de los órganos o entes competentes en la materia, si fuere el caso.

Cualquier otro que por su importancia requiera la Dirección de Urbanismo e Ingeniería.

PARÁGRAFO ÚNICO: La ausencia de alguno de los requisitos aquí descritos o la presentación de alguno en forma errada, dará lugar a la negativa del permiso mediante Resolución motivada, quedando abierta la oportunidad de otorgamiento del permiso a otro interesado.

De las condiciones para colocación de vallas o anuncios fijos

ARTÍCULO 34: La colocación de vallas o anuncios fijos están sujetas a las siguientes condiciones:

1. Al instalar vallas en autopistas o carreteras pavimentadas, tendrán entre sí, una distancia mínima de trescientos (300) metros y serán instalados a veinticinco (25) metros del eje de la vía, con una altura no mayor de veinticinco (25) metros a partir del nivel del suelo.
2. Para instalar módulos publicitarios en aceras y que estén relacionados con servicios a la comunidad, tales como: farmacias, postes de señalización vial, estacionamientos, seguridad bancaria, planos, mapas, guías y o paradas de autobús o trolebús, o similares, deberán ajustarse al área a ocupar, con las siguientes medidas y recomendaciones:
 - a) Altura libre de 2,10 metros desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.
 - b) Separación mínima del borde de la acera de 0,30 metros desde el borde exterior hasta la arista lateral más cercana de la señal.

c) La instalación únicamente se realizará en aceras que tengan más de 1,20 metros de ancho

d) Cuando se trate de paradas de autobuses, las estructuras deben dejar libres los laterales, cuidando el paso de peatones y discapacitados, por lo cual la publicidad será instalada en el área posterior o superior de dicha estructura.

e) Cuidar que los medios de publicidad no se confundan con las señales de tránsito u otras instalaciones destinadas a regular la circulación, reduzcan la visibilidad y la eficacia de las mismas, deslumbren a los usuarios de las vías o distraigan su atención de manera peligrosa para la circulación.

f) La instalación estará condicionada, teniendo en cuenta otras instalaciones que precedan a su solicitud, tales como la existencia de entidades bancarias, paradas de autobús o trolebús, o similares.

g) Notificar el retiro de los medios publicitarios y demostrar que se ha restituido a su condición original, el espacio ocupado por ellos.

De la Ubicación de las Vallas

ARTÍCULO 35: Las vallas solo podrán colocarse en los siguientes lugares:

1. En los inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de uso mixto, previsto en las normas urbanísticas del Municipio.

2. En los linderos de las zonas residenciales y en las paredes laterales de edificaciones con uso mixto, cuando los carteles o anuncios o parte frontal de la publicidad, tengan dirigida su visibilidad a las avenidas o autopistas ubicadas fuera de la zona residencial. Las vallas, a ser instaladas en áreas colindantes con la autopista, en zonas residenciales o de otro uso, no podrán interrumpir la visibilidad, ni la ventilación de las edificaciones propias o vecinas, ni perturbar a los vecinos.

3. En los kioscos de venta de revistas, periódicos y golosinas y similares, siempre y cuando éstos, estén debidamente permitidos por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal.

4. En las aceras, únicamente cuando se trate de medios o unidades publicitarias combinados con servicios a la comunidad: postes señalizadores o similares, avisos o anuncios, en las paradas de autobuses y taxis y cualquier otro que persiga la misma finalidad, y a una distancia mínima de quince (15) metros de la esquina y en cantidad no mayor de dos (2) en cada cuadra.

5. En terrenos en construcción se permitirá la colocación de medios publicitarios

por un periodo de tiempo no mayor a seis (6) meses al de la ejecución total de dicha construcción. Se podrá extender el plazo hasta por un (1) año siempre y cuando se mantenga en venta los inmuebles.

6. En las inmediaciones de carreteras, en las vías y caminos que conduzcan a zonas residenciales, distribuidores de tránsito y corredores viales. Se entiende por "inmediaciones de carreteras y autopistas" una franja de cincuenta metros (50 Mts) medidos, en autopistas nacionales, desde el eje de la vía, con una altura de veinticinco metros (25 Mts) y en carreteras pavimentadas o no, una altura de treinta metros (30 Mts). En caso de que se modifique la vía, deberán ser reubicadas las vallas existentes, de acuerdo a la localización que tenga el nuevo eje, respetando las distancias establecidas en este artículo.

PARÁGRAFO ÚNICO: Para la colocación de vallas y demás medios o unidades publicitarias fuera de las áreas consideradas en los numerales anteriores, se requerirá la autorización del Alcalde o Alcaldesa, previo informe de la Dirección de Urbanismo e Ingeniería que contendrá los criterios, causas y condiciones que justifiquen la misma.

De la Colocación de Medios Publicitarios

ARTÍCULO 36: La instalación de medios publicitarios en terrenos colindantes con autopistas queda sujeta a las siguientes normas:

1. En terrenos planos o pendiente gradual, debe guardarse una distancia mínima horizontal de cinco metros (5 mts.), contados entre el borde de la vía y el extremo del anuncio más próximo al mismo.

2. En terrenos con desniveles abruptos (gaviones, muros de contención y similares), se distinguen los siguientes casos:

3. Si la cota es menor de dos metros (2 mts.) sobre el nivel de la vía, incluyendo los de cota negativa, se aplicarán los parámetros del numeral (1) en las siguientes condiciones:

a) Si la cota es de dos a cuatro metros (2 a 4mts) superior al nivel de la vía, debe guardarse una separación mínima horizontal de cinco metros (5 mts.), contados entre el borde de la vía y el extremo del anuncio más próximo a la misma.

b) Si la cota es de cuatro metros (4 mts.) o más sobre el nivel de la vía, debe guardarse una separación mínima horizontal de tres (3) metros, contados entre el borde de la vía y el extremo del anuncio más próximo a la misma.

- c) En cada uno de estos casos, la instalación de las vallas debe hacerse de manera tal que quede una separación de trescientos metros (300 mts.) entre ellas. También podrán instalarse grupos de tres vallas con un máximo de veinte metros (20 mts.) de ancho, en cuyo caso la separación será de cuatrocientos metros (400mts.) entre ellas.

De la Colocación de Medios Publicitarios en Terrenos Urbanos

ARTÍCULO 37: En los terrenos urbanos no municipales, que no se encuentren a los bordes de la vía ubicados en zonas no residenciales según las Ordenanzas que rigen la materia, sólo se permitirá la instalación de medios publicitarios a una distancia del borde de las mismas, por lo menos igual a dos (2) veces el ancho del área peatonal adyacente al terreno. Si no existiera dicha área, deberá guardarse una distancia mínima de dos (2) metros del borde de la vía.

En cualquier caso, el medio publicitario deberá instalarse a una altura mínima de un metro con ochenta centímetros (1,80mts.) sobre el nivel del suelo, incorporándolo arquitectónicamente al terreno y evitando la visualización directa de los elementos estructurales en su cara posterior y de la fijación al suelo.

De la Publicidad combinada con Servicios a la Comunidad

ARTÍCULO 38: Si se trata de publicidad combinada con servicios a la comunidad o sea, estructura destinada a la presentación de un servicio público acompañada de un mensaje comercial, deben llenarse los siguientes requisitos:

1. La estructura tendrá un máximo de 1,20 mts. De ancho, siempre que deje libre para el paso de peatones el espacio al que se refiere esta Ordenanza; las dimensiones del medio publicitario no podrán ser mayores que las del medio de presentación de servicios a la comunidad y las características de ambos deberán ser similares.

2. Deben ubicarse de manera tal que quede por lo menos un espacio de 1,50 mts. Para la libre circulación de los peatones.

3. Deben ser colocadas, por lo menos, a cincuenta (50mts) metros de separación entre ellas.

4. En las aceras sólo se permitirán la instalación de publicidad combinada con servicios a la comunidad.

5. Se debe respetar las distancias mencionadas si existieren otros elementos publicitarios identificatorios de la banca, paradas de transportes públicos y similares.

6. Se deben guardar una distancia de quince (15 mts) de las esquinas para que no interrumpen la visual de los conductores.

De la Caducidad del Permiso Publicitario

ARTÍCULO 39: Si el solicitante no coloca la estructura publicitaria solicitada, dentro de los sesenta (60) días continuos a la aprobación de la misma, caducará el derecho de instalación considerándose revocado el permiso. La Dirección de urbanismo e Ingeniería procederá a conceder el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar, sin derecho a reclamo ni indemnización alguna

PARÁGRAFO ÚNICO: No podrá ser instalada publicidad mediante vallas en inmuebles situados en lugares de zonificación residencial.

De la Publicidad en Inmuebles de Propiedad Privada

ARTÍCULO 40: Para la Publicidad o Propaganda en inmuebles de propiedad privada, deberán presentar copia del documento de propiedad y autorización escrita del propietario y estar solvente del impuesto sobre inmuebles urbanos y Aseo Urbano y Domiciliario. En el caso de que se coloque una unidad publicitaria en inmuebles de propiedad privada, sin autorización de la Administración Tributaria Municipal, el propietario del terreno o inmueble será solidariamente responsable con la empresa de publicidad en el pago de los impuestos y en las acciones que se deriven por contravención a esta Ordenanza. En el caso que la publicidad se pretendiere colocar en inmuebles multifamiliares, los mismos deberán estar igualmente solventes con el impuesto sobre inmuebles urbanos y con la Reforma de la Ordenanza sobre: el Servicio de Aseo Urbano, Domiciliario, Residencial y Comercial

PARÁGRAFO ÚNICO: En el caso de medios publicitarios colocados en las paredes laterales o azoteas de edificaciones con uso residencial, deberá suministrarse a la Administración Tributaria Municipal el Contrato de Arrendamiento suscrito con el propietario o administrador del inmueble. Igualmente deberá ajustarse a las condiciones técnicas exigidas por la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal, y deberá ser acompañado del respectivo Certificado de Evaluación de Riesgos emanado del Cuerpo de

Bomberos del Municipio Bolivariano San Fernando

De la Placa Identificadora del Aviso o Medio

ARTÍCULO 41: Una vez obtenido el permiso, se colocará una placa con el número correspondiente, la cual deberá ubicarse en el extremo inferior derecho de la cara frontal del medio publicitario de que se trate. Dicha placa será elaborada por el titular del registro, de acuerdo con las indicaciones sobre contenido, dimensiones y demás características que establezca la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal.

PARÁGRAFO ÚNICO: Las personas naturales o jurídicas que coloquen vallas en terrenos municipales, previa la obtención de la permisología correspondiente, deberán conservar y mantener limpia el área circundante y cumplir labores de ornato en la misma.

De la Colocación de Medios Publicitarios

ARTÍCULO 42: En las plazas, parques, plazoletas, islas divisorias de autopistas intercomunales, perimetrales, avenidas, calles y veredas, solo se permitirán mensajes de imagen si la empresa patrocinante realiza labores de ornato y mantenimiento, previo convenio celebrado con el Municipio.

De la Colocación de Medios Publicitarios en Instituciones

ARTÍCULO 43: Podrán colocarse medios publicitarios en instituciones educativas o deportivas, públicas o privadas, previa aprobación de las autoridades municipales competentes y del convenio suscrito con los propietarios, representantes o encargados de las mismas para el mantenimiento de dichas instalaciones.

De la Tasa Administrativa por los Permisos Señalizadores

ARTÍCULO 44: Toda persona natural o jurídica interesada en tramitar un permiso para instalar vallas publicitarias o postes señalizadores deberá pagar una Tasa Administrativa por cada solicitud para valla y por cada solicitud para poste señalizador o cualquier otro medio o elemento publicitario que desee tramitar la permisología establecida en la Ordenanza de Tasas Administrativas.

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando el contribuyente haya pagado una tasa administrativa para una determinada tramitación de permiso, y la Dirección de Urbanismo e Ingeniería Municipal haya negado o rechazado el mismo por causas imputables al solicitante o por contravención de otras leyes, el

Municipio no tendrá que resarcir los gastos causados.

CAPÍTULO II DE LOS MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS OCASIONALES

De las Definiciones

ARTÍCULO 45: Se entiende por medios publicitarios ocasionales, aquellos que por su naturaleza no son permanentes o fijos.

De los Tipos de Medios Ocasionales

ARTÍCULO 46: A los efectos de esta Ordenanza los tipos de medios Ocasionales son: **Banderas:** Es una pieza de tela, normalmente rectangular, aunque puede adoptar formas muy variadas, que se sujeta por uno de sus lados a una asta, que se emplea como insignia o para publicitar una marca, producto entre otras.

Banderines y/o banderolas: es un tipo de bandera que se utiliza como decoración cuando se desea destacar un hecho o acontecimiento, producto o empresa.

Pendones: Son medios publicitarios elaborados en franjas de tela o lonas que se exponen en diversos lugares en forma vertical, como: vías, postes, columnas, muros, entre otros

Volantes:

Es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo.

Pancartas: Es un trozo de tela, plástico u otro material, normalmente de un tamaño suficiente para que se visualice a cierta distancia la información o publicidad exhibida y se instala en forma horizontal.

Gigantografías: El término gigantografía se utiliza en el mundo del diseño y de la impresión para hacer referencia a aquellas impresiones o trabajos artísticos que se caracterizan por tener un tamaño importante y que son normalmente Utilizadas como avisos, con fines publicitarios o como carteles con información relevante.

Material POP: comprende todos aquellos bienes muebles alusivos o vinculados a una marca, producto, persona o actividad específica tales como camisas, franelas, pañuelos, llaveros, bolígrafos, lápices, portavasos, ceniceros, encendedores de cigarrillos, vasos, removedores, gorras, chapas, bolsas, destapadores, marca libros y otros de naturaleza similar, exhibidos u ofrecidos a consumidores, usuarios y compradores con fines publicitarios.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para la aplicación de

este artículo se consideran responsables tanto la persona que realice publicidad en nombre propio o de un tercero, como los propietarios o responsables de los locales comerciales e industriales que se anuncien en el medio publicitario.

PARÁGRAFO SEGUNDO: A los fines de la liquidación del impuesto, la persona que pretenda realizar publicidad en nombre propio o de un tercero le notificará a la Administración Tributaria Municipal del Municipio Bolivariano San Fernando con cinco (5) días hábiles de anticipación por lo menos de la utilización de los medios publicitarios a que se refiere el presente artículo. Si no lo participare oportunamente, la Alcaldía presumirá que para la fecha de inspección ya se han utilizado dichos medios por un período igual a quince (15) días continuos, debiéndose pagar los impuestos causados por tal período.

PARÁGRAFO TERCERO: La publicidad en prendas de vestir, artículos u objetos diversos, tales como sombreros, delantales, franelas, camisas, bragas, bolsos, carteras, maletines, pelotas, aunque su distribución fuere gratuita, pagará por promoción y por cada 100 unidades; la cantidad establecida en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por unidad y deberán llevar impreso en la prenda, el nombre o razón social de la empresa estampadora, quien será responsable de la veracidad del número de ejemplares estampados, impresos o grabados y del pago del impuesto. Cuando este requisito no se cumpla, el impuesto será cobrado por estimación de oficio a la empresa del producto publicitario.

De la Duración máxima de los Medios Ocasionales

ARTÍCULO 47: Los medios publicitarios ocasionales exhibidos en áreas de propiedad privada sólo podrán ser utilizados para promociones con una duración máxima de tres (3) meses. En áreas de dominio público municipal la exhibición de publicidad ocasional tendrá como plazo máximo quince (15) días continuos y serán instalados o exhibidos en los sitios previamente determinados por el Municipio.

Del Permiso para Colocar medios Publicitarios Ocasionales

ARTÍCULO 48: Para colocar medios ocasionales en jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando, la empresa de publicidad, anunciante y/o propietario del medio ocasional, deberá solicitar y obtener la autorización respectiva ante Administración Tributaria Municipal con por lo menos cinco (5) días hábiles de anticipación al inicio de la promoción o publicidad, para lo cual

debe acompañarlos siguientes recaudos:

- 1.-Tipo de medio a Utilizar.
- 2.- Especificación de los sitios donde se instalarán o distribuirán
- 3.-Duración de la instalación o distribución
- 4.- Dimensiones de los medios a instalar o Utilizar
- 5.-Cantidad de Medios a distribuir.

Dimensión del Medio Publicitario Ocasional

ARTÍCULO 49: Las pancartas, pendones, estandartes y similares no podrán exceder en su medida de cinco metros (5 mts) de largo por un metro y medio (1,5 mts) de ancho. La distancia mínima entre cada uno de estos medios será mínimo de doscientos metros (200 mts), y solo podrán ser colocadas en las zonas que dicte la Administración Tributaria Municipal preferiblemente aquellas de zonificación industrial, comercial o mixta.

PARÁGRAFO ÚNICO: Las gigantografía tendrán las dimensiones que amerite el lugar donde serán colocadas o instaladas.

CAPÍTULO III DE LA PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD EN SALAS DE CINES Y SIMILARES

De la Publicidad en Salas de Cines y Similares

ARTÍCULO 50: Se entiende por proyección de propaganda o publicidad comercial en pantallas de salas de cine o en cualquier inmueble donde se proyecten películas, la publicidad comercial proyectada en cada función. Sólo se permitirá un máximo de quince (15) minutos de publicidad en cada función. La proyección de publicidad comercial que se realice en la pantalla de las salas de cine, causará un impuesto según lo establecido en el Clasificador de Medios o Tipos Publicitarios.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los propietarios o encargados de las salas de cine o similares, en las cuales se proyecte la publicidad contemplada en este Capítulo, serán responsables directos, en calidad de Agentes de Percepción del impuesto previsto en esta Ordenanza. Asimismo, deberán presentar la relación, tiempo y forma, a que se hace referencia en el siguiente Parágrafo.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El impuesto por la publicidad realizada a través del medio previsto en este Artículo, se liquidará y pagará mensualmente; a cuyo efecto, la persona que en nombre propio o de terceros realice dichas publicidades, deberá presentar por ante la Administración Tributaria Municipal una relación de la publicidad ordenada por ellos y proyectada en las salas de cine del

municipio en el mes anterior.

PARÁGRAFO TERCERO: La presente disposición no se aplicará a la publicidad contenida en los documentales exentos, de conformidad a lo señalado en esta Ordenanza.

Del Permiso para exhibir publicidad comercial en cines

ARTÍCULO 51: Las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades de exhibición de películas cinematográficas en el Municipio en las cuales se exhiban o se reproduzca propaganda o publicidad comercial, deberán solicitar la respectiva autorización o permiso por ante la Administración Tributaria Municipal. Esta autorización o permiso tendrá una vigencia de seis (6) meses y deberá ser tramitada y obtenida durante el mes de enero y junio de cada año.

De la Tasa Administrativa por el Permiso para Exhibir Publicidad en Salas de Cine

ARTÍCULO 52: Toda persona natural o jurídica que desee tramitar permiso para la exhibición de publicidad comercial en pantallas de cines o similar, deberá pagar una Tasa Administrativa por cada solicitud establecida en la Ordenanza de Tasas Administrativas.

De los Requisitos para el Permiso de Publicidad en Salas de Cine

ARTÍCULO 53: Los requisitos para la tramitación y obtención de la autorización o Permiso a que alude el artículo 51 este Capítulo son los siguientes:

1. Llenar los formularios de solicitud dispuestos a tales fines por la Administración Tributaria Municipal.
2. Consignar en formato digital la propaganda o publicidad comercial que será exhibida en las respectivas salas de cine o en los inmuebles destinados para ello.
3. Pagar la tasa de tramitación.
Estar solvente con el Impuesto sobre Actividades Económicas, Inmuebles Urbanos y la Reforma de la Ordenanza sobre: el Servicio de Aseo Urbano, Domiciliario, Residencial y Comercia.
4. Presentar la Certificación de Evaluación de Riesgos emanada del Cuerpo de Bomberos del Municipio Bolivariano San Fernando del establecimiento comercial.
5. Cualquier otro que por su importancia sea requerido por la Administración Tributaria Municipal.

PARÁGRAFO ÚNICO: Las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades de exhibición o proyección de películas cinematográficas en el Municipio en las cuales se exhiba o se reproduzca propaganda o publicidad comercial, deberán consignar bajo declaración jurada una relación que contenga el tiempo previsto para la exhibición o reproducción de propaganda y publicidad comercial, así como los productos, personas o actividades que se anuncian, con indicación del horario establecido para ello. Esta relación deberá ser presentada ante la Administración Tributaria Municipal dentro de los cinco (5) primeros días hábiles de cada mes.

De la Clasificación para la Presentación y la Publicidad a Exhibir

ARTÍCULO 54: La propaganda o publicidad comercial que se exhiba o se reproduzca en las salas de cine del Municipio deberá estar acorde con la clasificación otorgada en la legislación que regule la materia para la presentación cinematográfica respectiva.

CAPÍTULO IV

DE LA PUBLICIDAD EN CARTELES Y OTROS ANUNCIOS

De la Definición

ARTÍCULO 55: Se definen como carteles, aquellos medios publicitarios que transmiten algún producto a la vista de muchos dándolo a conocer de la manera correcta, donde no sólo se muestra lo que se vende, sino que se acompaña por un breve texto

De la Publicidad Móvil

ARTÍCULO 56: Toda publicidad móvil, para recorrer calles o avenidas, que se efectúe mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, o similares portadora de avisos en tableros, cartelones, inflables y otros medios de publicidad pagará por día recorrido, el mínimo tributable de impuesto de acuerdo al Clasificador de Actividades Económicas de acuerdo al tipo de publicidad que se promocióne.

De la Publicidad en Medios de Transporte Privados

ARTÍCULO 57: La publicidad pintada, colocada o instalada en la parte exterior o interior de los autobuses, taxis, transporte de carga, de reparto y demás vehículos de uso público o privado, pagará un impuesto mensual por cada anuncio colocado, de acuerdo al Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios anexo a esta Ordenanza.

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando una empresa

tenga varias líneas de transporte colectivo de pasajeros, cada uno de ellos se considerará, a los efectos del impuesto, como una empresa separada.

De la Publicidad en Boletos

ARTÍCULO 58: El responsable de las balanzas, máquinas registradoras, máquinas controladoras de estacionamientos y cualquier aparato automático que expida boletos con publicidad impresa en ellos, pagará mensualmente la cantidad establecida en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza por cada cien (100) boletos o Tickets expedidos por máquina. De igual forma la publicidad exhibida en billetes, tickets, boletos, bonos, cupones, tapas, cajas de fósforos, calcomanías y similares, pagaran la cantidad establecida en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios por las unidades que indique la misma.

PARÁGRAFO ÚNICO: Esta publicidad no estará sujeta al pago de impuesto, si los respectivos boletos sólo anunciaran la denominación del establecimiento comercial donde se encuentren ubicados dichos aparatos.

De la Publicidad otros medios

ARTÍCULO 59: Toda publicidad que se efectúe por medio de Aviones, Helicópteros, Globos, Dirigibles o Aerostáticos, Parapentes, Ultra Livianos y medios similares, tripulados o no, pagará por día la cantidad establecida en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarias que forma parte de esta Ordenanza, por metro (M2) cada uno, previa autorización otorgada por la autoridad competente. Los Globos Fijos, SkyDancer, Dummies y medios similares, pagarán mensualmente la cantidad establecida en el Clasificador de Actividades Medios o Elementos Publicitarias que forma parte de esta Ordenanza por metro cuadrado de la publicidad efectivamente exhibida.

ARTÍCULO 60: Las marquesinas, sombrillas y toldos que se utilicen para fines publicitarios, pagarán la cantidad establecida en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarias que forma parte de esta Ordenanza, por metro cuadrado (M2) o fracción trimestralmente. Los toldos y sombrillas que tengan publicidad, colocados en piscinas u otros sitios de acceso al público, pagarán la cantidad establecida en el Clasificador de Actividades Publicitarias que forma parte de esta Ordenanza mensual por unidad.

De los Stand Publicitarios y Similares

ARTÍCULO 61: Los Stands publicitarios y demás medios similares que pretendan promocionar, exhibir, publicitar, instalar, distribuir, impulsar, productos y servicios en lugares públicos y privados del Municipio, deberán cancelar diariamente de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Actividades Medios o Elementos Publicitarias que forma parte de esta Ordenanza por unidad.

De la Publicidad en kioscos y similares

ARTÍCULO 62: Podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios en los kioscos, cuando se refiera a publicaciones, bienes o servicios cuyas ventas se realicen u ofrezcan en los mismos. El anuncio o mensaje se limitará al nombre o símbolo de la publicación, bien o servicio y se ubicará únicamente en las paredes del kiosco. Igualmente podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios, en los kioscos de ventas de comida rápida ubicadas en las áreas públicas.

PARÁGRAFO ÚNICO: La publicidad en kioscos ubicados en áreas públicas, pagarán trimestralmente de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarias que forma parte de esta Ordenanza por metro cuadrado (M2) o fracción.

De la Publicidad en Anuncios, Avisos y similares Fijos

ARTÍCULO 63: Se entiende por anuncio, todo aviso o publicidad que se exhiba o publicite a través de los medios de comunicación social y/o empresas dedicadas al ramo.

De la colocación de anuncios, avisos y similares fijos

ARTÍCULO 64: La publicidad en anuncios, avisos y similares, podrá ser colocada en los frentes de los edificios, cuando la fachada de los mismos así lo permita y deberán estar instalados de plano, adosados a la fachada del local y sin tapar ductos de aire, ni vista de los locales comerciales, con un espesor no mayor de treinta centímetros (30 cts.) una altura de no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts), contados a partir del borde inferior del aviso, hasta la superficie de la acera o piso.

PARÁGRAFO ÚNICO: En los estacionamientos de vehículos, farmacias, estaciones de servicio, clínicas y hoteles, se podrá permitir la colocación del aviso indicativo del establecimiento en forma perpendicular al plano de la fachada y en sentido vertical, siempre que no exceda de tres metros treinta centímetros cuadrados (3,30 mts²), desde la arista inferior del cartel hasta la acera o piso.

Avisos de identificación

ARTÍCULO 65: Se entiende por avisos de identificación, los anuncios que están colocados en el frente o puerta del establecimiento que publicite el nombre de la empresa o la actividad que ejerza, realizados mediante la proyección de anuncios fijos o variables en los lugares abiertos al público.

PARÁGRAFO PRIMERO: Es de carácter obligatorio la colocación del Aviso de Identificación en la fachada exterior de los establecimientos dedicados al comercio, industria, servicio o de índole similar. El mismo deberá tener una medida mínima de un metro y medio (1,5 mts) de largo por 0,5 metro (0,5 mts) de alto, y deberá contener la denominación del comercio, e industria, N° de licencia de Actividades Económicas y número de Registro de Información Fiscal (RIF), la falta de colocación acarreará las sanciones respectivas previstas en esta ordenanza.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los avisos de identificación podrán ser metálicos, luminosos, iluminados o pintados directamente en la pared, este tipo de publicidad causará un impuesto por metro cuadrado o fracción de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios. Para calcular los metros cuadrados (m²) de los avisos señalados, se considerará únicamente como área publicitaria la parte luminosa, o iluminada, en su conjunto, o sólo el área abarcada por el mensaje publicitario.

CAPÍTULO V

DE LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA EN OTROS MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS

De la Publicidad en folletos y hojas impresas

ARTÍCULO 66: Los folletos y demás publicaciones de circulación ocasional, tales como afiches, almanaques, trípticos, dípticos, volantes, mapas, guías, agendas o similares que lleven publicidad comercial y se ofrezcan gratuitamente o a la venta, pagarán un impuesto de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por cada mil ejemplares o fracción.

De la Publicidad en Encartes, Suplementos o similares

ARTÍCULO 67: Las hojas impresas, folletos, encartes, suplementos publicitarios y similares que se distribuyan a través de periódicos, revistas o publicaciones similares, así como por correo o por servicio de mensajeros, o se inserten en bolsas o envolturas de los establecimientos comerciales, pagarán un impuesto de acuerdo a lo establecido en

el Clasificador de Medios y Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza por cada cien ejemplares o fracción; en el caso de almanaques, mapas, guías, anuarios y similares y por cada quinientos ejemplares o fracción en el caso de encartes y suplementos publicitarios.

PARÁGRAFO ÚNICO: La empresa editora o distribuidora queda obligada a suministrar, a la Administración Tributaria Municipal dentro de un lapso de tres (3) días hábiles, antes de ser distribuidos, una relación numérica de la publicidad encartada.

De la Publicidad en Habladores, Mostrarios o similares

ARTÍCULO 68: Toda publicidad que se efectúe mediante habladores, mostrarios u otro medio similar, exhibida o instalada en forma ocasional, en edificios, locales comerciales o recintos de diversiones o espectáculos públicos, pagará un impuesto de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza por cada una por mes o fracción.

Medios Publicitarios Combinados con Servicio a la Comunidad

ARTÍCULO 69: Se consideran medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad los siguientes:

1. Paradas techadas de transporte público.
2. Casetas telefónicas.
3. Módulos de papeleras.
4. Señalizadores de estacionamientos públicos.
5. Señalizadores de farmacias.
6. Señalizadores de seguridad bancaria.
7. Nomenclaturas viales.
8. Columna anunciadora
9. Planos Guías.
10. Módulos Indicativos.
11. Tanques de agua en autopistas, avenidas perimetral e intercomunal
12. Otros mobiliarios urbanos que las Autoridades Municipales determinen, por considerarlos, según el diseño, como elementos de mobiliario urbano.

Los medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, causarán un impuesto por metro cuadrado o fracción según lo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios.

De la Publicidad a Través de Redes Sociales o Medios digitales

ARTÍCULO 70: La publicidad o propaganda exhibida a través de las Redes Sociales o medios digitales deberán cancelar el impuesto respectivo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, y enterar el impuesto mensualmente a la Administración Tributaria por número de Posts o anuncios.

PARÁGRAFO PRIMERO: Si la publicidad o propaganda se llevan a cabo a través de personas jurídicas o naturales dedicadas a estos fines, y que tengan domicilio o residencia en la jurisdicción del Municipio, estos últimos actuarán como Agentes de Percepción del tributo y están obligados a enterar el tributo mensualmente con base a lo establecido en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios

PARÁGRAFO SEGUNDO: En el caso que las empresas o personas naturales que ejerzan la exhibición de publicidad por este medio no estén domiciliadas en nuestra jurisdicción, pero exhiban publicidad de anunciantes domiciliados en la jurisdicción del Municipio previa verificación y constatación por cualquier medio donde se detecte dicha actividad, pagaran el impuesto previsto en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, y deberán enterar el impuesto mensualmente por número de Posts o anuncios.

PARÁGRAFO TERCERO: Lo contemplado en este artículo no exime a los publicistas al registro como prestadores del servicio en nuestra jurisdicción, y por ende a obtener la Licencia de Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de índole similar, y a declarar y pagar el impuesto que le corresponda por estos fines

TÍTULO V DE LAS PROHIBICIONES

CAPÍTULO I DE LAS PROHIBICIONES POR CONTENIDO Y UBICACION

De las Prohibiciones sobre Contenido y Ubicación

ARTÍCULO 71: Se prohíbe la publicidad:

- 1.- Que sea contraria al orden público, la seguridad nacional, la moral y las buenas costumbres.
- 2.- Que relacione el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco con modelos menores de edad o actividades deportivas.
- 3.- De bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco en todo tipo de medios de

publicidad exterior a menos de doscientos metros lineales (200 mts) de planteles educativos públicos o privados donde se imparta la enseñanza a menores de edad.

4.- La publicidad de licores y cigarrillos en las salas de cine estará prohibida en el horario comprendido entre las nueve de la mañana y las ocho de la noche (09:00 a.m. a 08:00p.m.). Sin embargo, en las Películas o reproducciones cinematográficas que sean clasificadas para mayores de 18 años por la autoridad competente, podrá reproducirse propaganda o publicidad comercial en cualquier horario.

5.- En inmuebles de propiedad privada sin autorización de su propietario

6.- En árboles, piedras, rocas y demás elementos naturales.

7.- En las calles, autopistas perimetral e intercomunal, paseos y caminos por medio de fajas transversales o pancartas que las crucen, aun cuando no interfieran el libre tránsito, excepto en los sitios establecidos en esta Ordenanza.

8.- En el interior y exterior de los museos, teatros y edificios de propiedad pública, así como en los monumentos de valor histórico, artístico o religioso, salvo que se trate de publicidad de imagen para promover a los patrocinante de algún espectáculo o actividad ocasional. Se exceptúan los institutos deportivos y educativos.

9.- En las paredes interiores y exteriores de los cementerios.

10.- En las señalizaciones de tránsito instalados por el Municipio o por el Organismo competente dependiente del Poder Ejecutivo Regional o Nacional.

11.- En los espacios de los vehículos automotores que pueda entorpecer la visibilidad y manejo o que de alguna manera entorpezca el tránsito, de conformidad con la legislación que regule la materia.

12.- La de bebidas alcohólicas a través de auto parlantes o cornetas ubicadas en los accesos de los establecimientos debidamente autorizados para el expendio de las mismas.

13.- Aquella destinada a promocionar, auspiciar o desarrollar eventos o campañas publicitarias vinculadas con el expendio y consumo de bebidas alcohólicas en establecimientos que carezcan de la correspondiente Licencia para el expendio de bebidas alcohólicas.

14.- Que emplee mensajes discriminatorios y/o denigrantes de los géneros o conlleve mensajes xenofóbicos.

15.- Que presenten ofensas contra las autoridades nacionales, estatales o municipales o someta al escarnio público a estas o cualquier otro ciudadano o ente.

16.- Que atente contra la formación y salud

psíquica de los niños, niñas y adolescentes o que inciten a la violencia de cualquier tipo.

- 17.-Que utilice los símbolos patrios como elementos predominantes de la publicidad.
- 18.-Que constituyan un factor degradante del ambiente.
- 19.- Que obstaculicen la visión de valores paisajísticos, la circulación del aire, la visual directa de inmuebles urbanos.
- 20.-Que se confundan con señales de tránsito u otros dispositivos destinados a regular la circulación o interfiera con la visibilidad de los mismos.
- 21.- Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
- 22.-Mediantepinturassobreaceras y calles.
- 23.- En áreas designadas como Parque Nacional o Reserva Nacional.
- 24.-En las viviendas particulares ubicadas en zonas residenciales
- 25.-En los vidrios delanteros y traseros de los vehículos o en cualquier otro sitio que pueda entorpecer la visibilidad, manejo o libre fluidez del tránsito.
- 26.-En aquellos inmuebles que hayan sido declarados patrimonio nacional o de interés histórico o cultural
- 27.- En carteles, tableros o letreros que sean manifiestamente antiestéticos o que por sus dimensiones, formas o calidad del material de que estén contruidos, constituyan, a juicio de la autoridad competente, un peligro para las personas o bienes.
- 28.- En los retiros de edificaciones, residencias, zonas industriales y comerciales previstos por las autoridades competentes
- 29.-En cualquier otra área expresamente prohibida en Ordenanzas Municipales o Leyes Estadales o Nacionales
- 30.- Mediante la distribución de hojas volantes e impresos de publicidad comercial, a conductores y pasajeros en calles, avenidas y zonas adyacentes a semáforos.

PARÁGRAFO ÚNICO: Se prohíbe la presencia de medios publicitarios o estructuras publicitarias sin publicidad o en blanco. En estos casos, el empresario o empresa deberá colocar en el área publicitaria, un mensaje "cívico y de concientización de la comunidad, de acuerdo a las necesidades del Municipio, siendo estos mensajes gratuitos. Si el medio estuviere sin exhibir publicidad durante el lapso establecido en esta Ordenanza por esta razón, deberá ser removido en término establecido para tal fin.

CAPÍTULO II DE OTRAS PROHIBICIONES

De la Prohibición

ARTÍCULO 72: Queda prohibido exhibir, proyectar o instalar propaganda o publicidad comercial mientras no se obtengan las autorizaciones ante la dependencia respectiva.

De la Prohibición de Colocación de Publicidad en Zonas Públicas

ARTÍCULO 73: Queda terminantemente prohibida, en zonas públicas, la colocación o instalación de vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro aviso de carácter publicitario, en las calzadas de todas las avenidas urbanas e interurbanas, zonas de seguridad, zonas verdes y/o divisorias de las mismas; puentes y sus zonas adyacentes, curvas y semáforos que se encuentren en jurisdicción del Municipio.

TÍTULO VI EXENCIONES, EXONERACIONES Y REBAJAS

CAPÍTULO I DE LAS EXENCIONES

De las Actividades Publicitarias Exentas

ARTÍCULO 74: Están exentas del pago del impuesto establecido en esta Ordenanza, las siguientes actividades:

1. La propaganda o publicidad comercial exhibida, proyectada o instalada con relación a mensajes institucionales orientados a:
Prevencción de accidentes.
Prevencción del consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud. Sin connotación comercial.
Prevencción del delito.
Difusión de medidas o actividades relacionadas con la salud o higiene de la población. Sin connotación comercial
Difusión de información de instituciones públicas.
Difusión de información o promoción de instituciones privadas de reconocida trayectoria en el campo de la beneficencia colectiva.
- 2.- La propaganda o publicidad comercial exhibida, proyectada o instalada relativa al desarrollo del Municipio Bolivariano San Fernando
- 3.- La propaganda o publicidad comercial instalada o exhibida en áreas verdes que identifique exclusivamente a las asociaciones civiles, fundaciones o sociedades mercantiles que

desarrollen actividades o labores de mantenimiento en estas áreas, previo convenio suscrito con el Municipio.

4.- La publicidad impresa contenida por cualquier medio de espectáculos artísticos, eventos deportivos y exposiciones, cuando los beneficiarios sean instituciones sin fines de lucro.

5.- Los carteles con indicación de plazas vacantes de trabajo, que se fijen en el frente de establecimientos comerciales o industriales u obras en construcción.

6.- Los avisos fijos o carteles que identifiquen a inmuebles residenciales, centros comerciales, asociaciones civiles, fundaciones, parques, campos deportivos privados y clubes sociales.

7.- Los anuncios fijos sin contenido comercial cuyo tamaño no exceda de cuatrocientos centímetros cuadrados (400 cms²).

8.- Los anuncios fijos de médicos, abogados, ingenieros, odontólogos, agrónomos, arquitectos, pintores, escultores, economistas, y demás profesionales o artistas siempre que solo indique el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección, que estén colocados en el inmueble en el cual ejercen y no exceda de cero ochenta centímetros cuadrados (0,80 cms²).

9.- Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también las marcas de fábrica de la carrocería y los distintivos del concesionario, colocados en los vehículos de esa misma marca.

10.- Las inscripciones de los autores, fabricante y fundidores de monumentos, pedestales, lapidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie Utilizada para tal fin no exceda de cuatrocientos centímetros cuadrados (400 cms²).

11.- La publicidad destinada a promover el turismo en el país, efectuada por cualquier ente u organismo oficial sin contenido comercial

12.- Los anuncios de identificación para colegios e institutos inscritos en el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, Gobernaciones o en el municipio en caso de Educación Preescolar

13.- Los avisos de iglesias, templos y cultos religiosos, bibliotecas, instituciones asistenciales, culturales, deportivas, sanitarias, filantrópicas y similares

14.- Los documentales cinematográficos que versen sobre aspectos históricos, culturales, científicos, religiosos, deportivos, o que tengan como objeto mostrar con fines turísticos o folklóricos la fauna, la flora o regiones del país

15.- La propaganda y publicidad de carácter no comercial e industrial sea cual fuere su género o contenido.

16.- La publicidad contenida en mapas y planos de

bolsillo, así como la contenida en folletos de información turística, histórica, cultural y deportiva

17.- La publicidad destinada exclusivamente a dar información turística o histórica, y propaganda de conciertos, exposiciones y espectáculos artísticos y eventos deportivos a beneficio de instituciones sin fines de lucro

18.- La publicidad contenida en artículos destinados a prestar servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.

19.- Los avisos esculpidos o grabados en los bancos de plazas, jardines y avenidas cuando ellos sean construidos gratuitamente por el anunciante y previo Convenio suscrito con el Municipio.

Exención del Impuesto de vallas en obras públicas

ARTÍCULO 75: Las vallas colocadas por entes u órganos oficiales con fines institucionales o destinados a dar a conocer obras públicas en construcción, no causarán el impuesto previsto en esta Ordenanza, deberán expresar en ellas:

1. El ente u órgano oficial a cuyo cargo está la obra.
2. Las características de la obra.
3. Valor de la obra.
4. Profesional responsable.

PARÁGRAFO ÚNICO: En todo caso, la instalación de este tipo de publicidad, deberá cumplir con las normas de seguridad y urbanismo previstas en la presente Ordenanza.

CAPÍTULO II DE LAS EXONERACIONES

ARTÍCULO 76: El Alcalde o Alcaldesa, podrá conceder las exoneraciones o rebajas parciales de Impuestos a que se refiere la presente ordenanza de acuerdo a lo establecido en el artículo 170 de la Ley Orgánica del Poder Municipal vigente en los casos siguientes:

- 1.- Cuando se trate de propaganda o publicidad comercial referida a la gestión de trabajo de autoridades municipales, regionales o nacionales.
- 2.- Cuando se trate de propaganda o publicidad comercial de asociaciones civiles, fundaciones y de sociedades mercantiles de reconocida trayectoria que promuevan campañas de responsabilidad social y de beneficio para la comunidad del Municipio Bolivariano San Fernando
- 3.- Cuando se trate de propaganda o publicidad comercial de espectáculos o eventos organizados por asociaciones civiles, fundaciones y sociedades mercantiles, en las que el municipio o la gobernación del estado actúen como patrocinante.

4.- La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia Venezuela, o dentro del país ejercida por personas de derecho privado.

5.- La propaganda y publicidad relativa a conciertos instrumentales o vocales, así como las exposiciones en salas de arte u oficios promovidos por instituciones sin fines de lucro

6.- La publicidad de espectáculos organizados en provecho exclusivo de instituciones de beneficencias, caritativas, asistenciales y humanitarias.

7.- La publicidad que se realice en establecimientos comerciales que demuestre que el mismo es una actividad de carácter familiar o que sea el único ingreso y como tal demuestre que las ganancias son apenas suficientes para satisfacer las necesidades básicas del núcleo familiar. Esta condición será verificada mediante la presentación del correspondiente estudio social y de los recaudos que a tal efecto solicite el alcalde.

8.- Cualquier otra que sea sometida a consideración de las autoridades municipales, de orden cultural, deportivo, asistencial, educacional o social, que por sus características amerite su aprobación

Del Trámite de la Solicitud de Exoneración

ARTÍCULO 77: Para obtener la exoneración del impuesto deberá hacerse la solicitud ante la Administración Tributaria Municipal quien la remitirá al Alcalde o Alcaldesa a los fines legales consiguientes.

PARÁGRAFO ÚNICO: La exención y la exoneración dispensan la totalidad o parcialidad del pago del impuesto, pero no eximen del cumplimiento de las demás obligaciones y deberes formales establecidos en esta Ordenanza y cualquier norma de carácter urbanístico y técnico, para cualquier tipo de publicidad y propaganda comercial.

CAPÍTULO III DE LAS REBAJAS

De las Rebajas por Convenios de Obras y Servicios con el Municipio

ARTÍCULO 78: Aquellos contribuyentes o responsables del impuesto regulado en la presente ordenanza que participen en la ejecución de proyectos de ornato, conservación, mantenimiento ambiental, recuperación de vías o espacios públicos u otros similares promovidos por el Municipio, autorizados por el Alcalde y previa la suscripción del convenio respectivo, gozarán de una rebaja del impuesto de propaganda y publicidad comercial determinado, proporcional al

monto de la inversión efectuada. Independientemente del monto de la inversión efectuada de conformidad con este artículo, el monto de la rebaja no excederá del cincuenta por ciento (50%) del monto del impuesto.

De las Consecuencias por Rescisión del Convenio

ARTÍCULO 79: El convenio suscrito entre el Municipio y los anunciantes, publicistas y empresas de publicidad podrá ser rescindido en cualquier momento cuando existan razones que así lo justifiquen y en ese caso se podrá ordenar la remoción de los medios publicitarios instalados de ser necesario. Al rescindir el convenio el anunciante, publicista o empresario de publicidad procederá a pagar el impuesto resultante sin rebaja alguna.

TÍTULO VII

DEL CONTROL FISCAL Y ADMINISTRATIVO

CAPÍTULO I

DE LAS FACULTADES DE FISCALIZACION

De las Facultades de Fiscalización

ARTÍCULO 80: La Administración Tributaria Municipal dispondrá de las más amplias facultades de fiscalización para comprobar y exigir el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza, en las Leyes, Decretos y Reglamentos sobre la materia, de conformidad con lo establecido en este instrumento legal, en el Código Orgánico Tributario y demás leyes especiales y otros instrumentos legales, pudiendo especialmente:

1.- Practicar fiscalizaciones, las cuales se harán a través de Providencias Administrativas o Autorizaciones. Estas fiscalizaciones podrán efectuarse de manera general sobre uno o varios periodos fiscales, o de manera selectiva sobre uno o varios elementos de la obligación Tributaria.

2.- Realizar fiscalizaciones en las propias oficinas de los contribuyentes, a través del control de las declaraciones presentadas por estos y/o sus responsables, conforme al procedimiento previsto en esta y otras Ordenanzas sobre la materia, tomando en consideración la información suministrada por proveedores o compradores, prestadores o receptores de servicios, distribuidores y en general por cualquier tercero cuya actividad se relacione o no con la del contribuyente o responsable sujeto a fiscalización.

3.- Requerir a los Agentes de Percepción, contribuyentes, responsables y terceros que comparezcan por ante las oficinas de la

Administración Tributaria a responder las preguntas que se les formulen, a reconocer firmas, documentos o bienes.

4.- Practicar avalúos o verificación física de toda clase de bienes, incluso durante su transporte, en cualquier lugar de la jurisdicción municipal.

5.- Retener y asegurar los documentos revisados durante la fiscalización incluidos los registrados en medios magnéticos o similares y tomar las medidas necesarias para su conservación. A tales fines se levantará un acta en la cual se especificarán los documentos retenidos.

6.- Requerir copia de la totalidad o parte de los soportes magnéticos, así como la información relativa a los equipos y aplicaciones Utilizadas, características técnicas del hardware o software, sin importar que el procesamiento de datos se desarrolle con equipos propios o arrendados, o que el servicio sea prestado por un tercero. 7.- Utilizar programas y utilidades de aplicación en auditoría fiscal que faciliten la obtención de datos contenidos en los equipos informáticos de los Agentes de Percepción, contribuyentes o responsables y que resulten necesarios en el procedimiento de fiscalización y determinación.

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

9.- Requerir el auxilio del resguardo a organismos policiales nacionales, estatales o municipal o de cualquier fuerza pública, cuando hubiere impedimento en el desempeño de sus funciones y si ello fuere necesario para el ejercicio de las facultades de fiscalización.

10.- Tomar posesión de los bienes con los que se suponga fundadamente que se ha cometido ilícito administrativo o tributario, previo el levantamiento del acta en la cual se especifiquen dichos bienes. Estos serán puestos a disposición del tribunal competente dentro de los cinco (5) días siguientes para que proceda a su devolución o dicte la medida cautelar que se le solicite.

11.- Solicitar las medidas cautelares conforme a las disposiciones de esta Ordenanza o de los instrumentos legales sobre la materia.

12.- Cualquier otra que disponga el Código Orgánico Tributario o cualquier otra ley sobre la materia.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los fines del cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, la Administración Tributaria dispondrá de los funcionarios fiscales que sean necesarios

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Administración Tributaria, podrá requerir del auxilio de la Policía Municipal, Estatal, Nacional, Guardia Nacional

y/o cualquier fuerza pública, cuando hubiere impedimento en el desempeño de sus funciones y ello fuere necesario para el ejercicio de las facultades de fiscalización o cualquiera otra que hubiere lugar.

De las Facultades y Funciones de la Administración Tributaria Municipal

ARTÍCULO 81: Las facultades y funciones de la Administración Tributaria, en materia de Propaganda y Publicidad Comercial serán las siguientes:

1.- Liquidar los tributos, intereses, sanciones y otros accesorios cuando sea procedente.

2.- Ejecutar los procedimientos de verificación, fiscalización y determinación para constatar el cumplimiento de las Ordenanzas y demás disposiciones tributario municipal por parte de los sujetos pasivos del tributo.

3.- Recaudar los tributos, intereses, sanciones y otros accesorios

4.- Asegurar el cumplimiento de las obligaciones Tributarias, solicitando de Órganos Judiciales las medidas cautelares, coactivas o de acción ejecutiva de acuerdo a lo previsto en esta Ordenanza.

5.- Adoptar las medidas administrativas de conformidad con las disposiciones establecidas en esta Ordenanza.

6.- Proponer, aplicar y divulgar las normas en materia Tributaria municipal.

7.- Suscribir convenios con Organismos públicos y privados para la realización de procesamientos de documentos y captura o transferencia de los datos en ellos contenidos. En los convenios que se suscriban, la Administración Tributaria podrá acordar pagos o compensaciones a favor de los organismos prestadores de servicio. Así mismo, en dichos convenios deberá resguardarse el carácter reservado de la información Utilizada conforme a lo establecido en esta Ordenanza.

8.- Suscribir convenios con organismos nacionales para el intercambio de información, siempre que esté resguardado el carácter reservado de la misma y garantizando que las informaciones suministradas solo serán Utilizadas por aquellas autoridades con competencia en materia Tributaria.

9.- Ejercer la inspección sobre las actuaciones de sus funcionarios, de los organismos a que se refiere el numeral 8 de este artículo, así como de las dependencias administrativas correspondientes.

10.- Los documentos que emita la Administración Tributaria en cumplimiento de las facultades previstas en esta Ordenanza, además de lo previsto en otras leyes y disposiciones de carácter tributario municipal, podrán ser elaboradas mediante sistemas informáticos y se reportarán legítimos y válidos, salvo prueba en contrario. La validez de

dichos documentos se perfeccionará siempre que contenga los datos e información necesarios para la acertada comprensión de su origen y contengan el facsímil de la firma u otro mecanismo de identificación del funcionario que al efecto determine la Administración Tributaria. Las copias o reproducciones de documentos obtenidos por los sistemas informáticos que posea la Administración Tributaria, tienen el mismo valor probatorio que los originales, sin necesidad de cotejo con estos en tanto no sea objetado por el interesado. En todos los casos, la documentación que se emita por la aplicación de sistemas informáticos deberá estar respaldada por los documentos que la originaron los cuales serán conservados por la Administración Tributaria, hasta que hayan transcurrido los lapsos de los previstos en la Legislación Venezolana; la conservación de estos documentos se realizará con los medios que determinen las Ordenanzas especiales en la materia.

PARÁGRAFO ÚNICO: La información a que se refiere el encabezamiento de este artículo será Utilizada única y exclusivamente para fines tributarios municipales y será suministrada en la forma, condiciones y oportunidad que determine la Administración Tributaria. El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ordenanza no podrá ampararse en el secreto bancario, ni tampoco podrán ampararse en el secreto profesional los sujetos que mantengan relación de dependencia con el contribuyente o responsable.

Del Uso de Medios Electrónicos o Magnéticos

ARTÍCULO 82: La Administración Tributaria, podrá Utilizar medios electrónicos o magnéticos para recibir, notificar e intercambiar documentos, declaraciones, pagos o actos administrativos y en general cualquier información. A tal efecto se tendrá como válida en los procesos administrativos, contenciosos o ejecutivos, la certificación que de tales documentos, declaraciones, pagos o actos administrativos, realice la Administración Tributaria, siempre que demuestre que la recepción, notificación o intercambio de los mismos se ha efectuado a través de medios electrónicos o magnéticos.

Del Carácter Reservado de la Información Suministrada

ARTÍCULO 83: Las informaciones y documentos que la Administración Tributaria obtenga por cualquier medio tendrán carácter reservado y solo serán comunicadas a la autoridad judicial o a cualquier otra autoridad en los casos que establezcan las leyes. El uso indebido de la información reservada dará lugar a la aplicación de las sanciones respectivas.

De las Atribuciones de la Administración Tributaria Municipal

ARTÍCULO 84: La Administración Tributaria, a través de sus funcionarios fiscales, tendrán los deberes y atribuciones siguientes:

- 1.- Vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales por parte de los Agentes de Percepción y por los contribuyentes o responsables, a cuyo fin visitaran los establecimientos, locales o áreas y espacios donde se lleven a cabo la propaganda o publicidad comercial y demás establecimientos similares.
- 2.- Practicar Auditorias y exigir a las firmas explotadoras del servicio, la presentación de libros, registros, comprobantes, actas, facturas, órdenes de compra y despacho, declaraciones de los demás impuestos nacionales, estatales y municipales, y demás documentos referentes a la contabilidad y manejo de los establecimientos en cuestión.
- 3.- Verificar el cumplimiento de las instrucciones de los servicios técnicos, especialmente las relativas a la instalación y almacenes fiscales para elementos empleados en la actividad de propaganda y publicidad comercial, y comprobar los inventarios de existencia.
- 4.- Formular denuncias ante el Ministerio Público, a los fines correspondientes averiguaciones penales.
- 5.- Retención preventiva del producto cuando se considere dudosa su legalidad, con el apoyo de las autoridades competentes si fuere el caso, según lo establecido en la presente Ordenanza y los instrumentos legales sobre la materia, y levantar la correspondiente acta
- 6.- Ejercer las demás funciones que le sean atribuidas legalmente.
- 7.- Por disposiciones especiales podrán establecer sistemas o métodos para el mejor ejercicio de las atribuciones de los Fiscales de Rentas.
- 8.- Los Fiscales y/o funcionarios de la Administración Tributaria, tienen el deber de cumplir y hacer cumplir lo establecido en la presente Ordenanza, las Leyes y demás actos e instrumentos jurídicos que en ejercicio de sus funciones dicten los Órganos del Poder Público.
- 9.- Las que establezcan el Código Orgánico Tributario, las Ordenanzas Municipales y demás leyes competentes.

CAPÍTULO II DE LOS DEBERES DE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA MUNICIPAL

De los Deberes de la Administración Tributaria Municipal

ARTÍCULO 85: La Administración Tributaria proporcionará asistencia a los contribuyentes o responsables y para ello procurará:

- 1.- Explicar las normas Tributarias municipales utilizando en lo posible un lenguaje claro y accesible, y en los casos en que sean de naturaleza compleja, elaborará y distribuirá folletos explicativos o a través de la vía electrónica.
- 2.- Elaborar los formularios y medios de registro y pago en sus distintas modalidades, en especial las Tasas por Servicios Administrativos, y distribuirlos oportunamente, informando la fecha y lugares de presentación de los mismos y la oportunidad del pago.
- 3.- Señalar con precisión los requerimientos dirigidos a los contribuyentes, responsables y terceros, los documentos y datos e informaciones solicitados por la citada Administración, a los fines de cumplir con los procedimientos y trámites correspondientes.
- 4.- Difundir los Recursos y Medios de Defensa de que puedan hacerse valer los Agentes de Percepción, contribuyentes o responsables, contra los actos dictados por la Administración Tributaria Municipal.
- 5.-Efectuar en distintas partes del municipio reuniones para suministrar información, especialmente cuando se modifiquen las normas Tributarias o administrativas que tengan que ver con lo tributario, y durante los periodos de presentación de la renovación de los Permisos respectivos.
- 6.- Difundir periódicamente los actos dictados por la Administración Tributaria, que establezcan normas de carácter general, así como la doctrina que hubieren emitido sus órganos consultivos, agrupándolas de manera que faciliten su conocimiento. Igualmente, la jurisprudencia que se derive de las actuaciones de dicha Administración.

Del Certificado Electrónico de Envío y Recepción de Documentos

ARTÍCULO 86: Cuando la Administración Tributaria reciba por medios electrónicos declaraciones, comprobantes de pago, consultas, recursos u otros trámites habilitados para esa tecnología, deberá entregar por la misma vía un certificado electrónico que especifique la documentación enviada y la fecha de recepción, la cual será considerada como fecha de inicio del procedimiento de que se trate. En todos los casos se prescindirá de la firma autógrafa del Agente de Percepción, contribuyente o responsable. La Administración Tributaria, establecer a los medios y procedimientos de autenticación electrónica de los contribuyentes o responsables.

De la Guarda y Reserva de Información de los Contribuyentes

ARTÍCULO 87: Los funcionarios fiscales de la Administración Tributaria y las entidades a las que se refiere esta Ordenanza, estarán obligados a guardar y reservar en lo concerniente a las informaciones y datos suministrados por los contribuyentes, responsables y terceros, así como los obtenidos en uso de sus facultades legales.

CAPÍTULO III DEL PROCEDIMIENTO DE FISCALIZACIÓN

De los Establecimientos Sujetos a Fiscalización

ARTÍCULO 88: Los establecimientos o locales destinados al ejercicio de la actividad de propaganda y publicidad comercial estarán sujetos en forma permanente a las visitas, intervenciones, fiscalización y presentación de los libros y documentos, a los fines de las verificaciones y demás medidas de vigilancia y control fiscal.

Del Procedimiento Sancionatorio

ARTÍCULO 89: Cuando la Administración Tributaria a través de la Gerencia encargada del control y la fiscalización de los establecimientos o locales destinados al ejercicio de la actividad de propaganda y publicidad comercial, fiscalice el cumplimiento de obligaciones Tributarias, independientemente de que tal actividad conlleve o no a la aplicación de sanciones, se seguirá el procedimiento previsto en el Código Orgánico Tributario, hasta tanto el Municipio conste de su propia Ordenanza de Procedimientos Tributarios. En cuanto a las fiscalizaciones por el cumplimiento de obligaciones de naturaleza administrativa, independientemente de que tal actitud conlleve o no a la aplicación de sanciones, se seguirá el procedimiento administrativo siguiente:

Las Infracciones de Obligaciones Administrativas contenidas en esta Ordenanza deberán plasmarse en un acto administrativo motivado. El procedimiento se iniciará mediante el levantamiento de un informe fiscal, el cual se notificará a los administrados con intereses subjetivos o intereses legítimos personales y directos que pudieran resultar afectados. Esta notificación contendrá en forma clara y precisa la infracción que se le imputa y sus consecuencias jurídicas, concediéndole un plazo de diez (10) días hábiles siguientes a la notificación, para que exponga sus alegatos y promueva las pruebas conducentes a su defensa. Culminado este periodo y analizados los hechos y los elementos de derecho, la Administración Tributaria, a través de

la Gerencia encargada del control y la fiscalización de los establecimientos o locales destinados al ejercicio de la actividad de propaganda y publicidad comercial, procederá a la emisión de la Resolución Definitiva dentro de los treinta (30) días continuos siguientes, la cual será notificada al interesado.

PARÁGRAFO ÚNICO: Lo no previsto en el procedimiento establecido en la segunda parte de este artículo, se regirá por las disposiciones de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

De las Obligaciones Tributarias y Obligaciones Administrativas

ARTÍCULO 90: A los efectos de esta Ordenanza son Obligaciones Tributarias:

- 1.- Llevar los libros, registros contables y especiales exigidos por las normas respectivas, así como las facturas, notas de entrega y despacho y demás documentos relativos a la actividad.
- 2.-Presentar los libros, registros y demás documentos cuando así sea requerido por la Administración Tributaria, a través de la Gerencia encargada del control y la fiscalización de los establecimientos o locales destinados al ejercicio de la actividad de propaganda y publicidad comercial.
- 3.- Pagar los Tributos, Reparos y accesorios que le sean impuestos.4.-Percibir y enterar los Tributos cuando corresponda
- 5.- Cualquier otra establecida en la presente Ordenanza que por sus características se entienda de naturaleza Tributaria.

Se consideran Obligaciones Administrativas a los efectos de esta Ordenanza:

- 1.-Solicitar y obtener el "Registro de Empresa o Persona que ejerce la Propaganda y Publicidad Comercial".
- 2.-Solicitar y obtener el Permiso para ejercer la actividad de explotación de propaganda y publicidad comercial por tipo de medio publicitario.
- 3.-Registrarse en el instrumento que se cree para tal fin a los fines de Inscribir los distintos Medios Publicitarios de que disponen en el Municipio con las características allí exigidas.
- 4.-Comparecer a las Oficinas cuando sea requerida su presencia para tratar asuntos de su personal interés.
- 5.-Cumplir con las obligaciones administrativas exigidas en esta ordenanza
- 6.- Cualquier otra establecida en la presente Ordenanza que por sus características se entienda de naturaleza administrativa

Lugares de Desarrollo de la Fiscalización

ARTÍCULO 91: Las facultades de fiscalización podrán desarrollarse indistintamente:

- a) En las oficinas de la Administración Tributaria.
- b) En el lugar donde el Agente de Percepción, contribuyente o responsable tenga su domicilio fiscal o en el de su representante que al efecto hubiere designado.
- c) Donde se realicen total o parcialmente las actividades gravadas.
- d) Donde exista alguna prueba, indicio o similares al menos, del ejercicio parcial del hecho imponible.

PARÁGRAFO ÚNICO: En los casos en que la fiscalización se desarrolle conforme a lo previsto en el literal a) de este artículo, la Administración Tributaria “, deberá garantizar el carácter reservado de la información y disponer las medidas necesarias para su conservación.

De la Determinación y Cumplimiento de la Obligación Tributaria

ARTÍCULO 92: Los agentes de percepción, contribuyentes y responsables ocurridos los hechos previstos en la ley y en esta Ordenanza, cuya realización origina el nacimiento de una obligación Tributaria municipal, deberán determinar y cumplir por sí mismo dicha obligación o proporcionar la información necesaria para que la determinación de oficio, sobre base cierta o sobre base presuntiva, se cumpla; así como solicitar las medidas cautelares conforme a las disposiciones de esta Ordenanza en cualquiera de las siguientes situaciones:

1. Cuando el Agente de Percepción hubiere omitido presentar la declaración.
2. Cuando la declaración ofreciera dudas relativas a su veracidad o exactitud.
3. Cuando el Agente de Percepción, debidamente requerido conforme a la ley, no exhiba los libros, documentos, facturas, y demás requerimientos pertinentes, o no aporte los elementos necesarios para efectuar la determinación.
- 4.- Cuando así lo establezcan esta Ordenanza o el Código Orgánico Tributario, las cuales deberán señalar expresamente las condiciones y requisitos para que proceda.

TÍTULO VIII

DEL RESGUARDO MUNICIPAL TRIBUTARIO, NOTIFICACIONES, SANCIONES Y MULTAS, RECURSOS

CAPÍTULO I

DEL RESGUARDO MUNICIPAL

TRIBUTARIO

Del Resguardo Municipal Tributario

ARTÍCULO 93: El Resguardo Municipal Tributario tendrá el carácter de cuerpo auxiliar y de apoyo de la Administración Tributaria Municipal, para impedir, investigar y perseguir a los ilícitos tributarios y/o administrativos, y cualquier acción u omisión violatoria de las normas establecidas en el ordenamiento legal municipal, especialmente las Tributarias y administrativas. El Resguardo para la persecución del ejercicio ilegal de la actividad, el incumplimiento de las normas de carácter técnico-administrativas para el funcionamiento y operatividad de la actividad y el apoyo en el cumplimiento de los deberes y atribuciones de los funcionarios fiscales de la Administración Tributaria Municipal, será efectuado por el órgano auxiliar de dicha Administración, representado por la Policía Municipal, Policía Estatal, Nacional, la Guardia Nacional Bolivariana y cualquier otro órgano de seguridad que al efecto opere en la jurisdicción municipal. La represión, cuando se requiera aplicarla, corresponde a las autoridades administrativas y judiciales del Poder Estatal y Nacional, de conformidad con lo establecido en el Código Penal y la legislación sobre la materia.

De las Funciones del Resguardo Municipal Tributario

ARTÍCULO 94: Las funciones del Resguardo Municipal Tributario serán encomendadas a la Policía Municipal, Policía Estatal, Nacional y la Guardia Nacional Bolivariana primordialmente, quienes deberán actuar en estrecha relación con los funcionarios fiscales de la Administración Tributaria Municipal, y deberán hacer cumplir con las disposiciones aquí previstas, actuando siempre en cooperación con la citada administración. A tales efectos tendrán las siguientes funciones principales, entre otras:

1.- Prestar el auxilio y apoyo que pudieran necesitar los funcionarios de la Administración Tributaria Municipal para el ejercicio de sus funciones de fiscalización e investigación de ilícitos administrativos y tributarios.

2.- Proporcionar a la Administración Tributaria Municipal del Municipio Bolivariano San Fernando “, el apoyo logístico que sea solicitado en materia de medios telemáticos, notificaciones, ubicación de Agente de Percepción, contribuyentes, responsables y terceros, y cualquier otra colaboración en el marco de su competencia cuando le sea requerido, de acuerdo a las disposiciones de esta Ordenanza.

3.- Colaborar con la Administración Tributaria Municipal cuando los Agentes de Percepción, contribuyentes, responsables o terceros o pongan resistencia en la entrada a lugares que fueren necesarios o se niegue el acceso a las dependencias, depósitos, almacenes y demás establecimientos o áreas de servicios, o en la revisión de los documentos que deben formular o presentar los contribuyentes para que los funcionarios de la Administración Tributaria Municipal del Municipio Bolivariano San Fernando “ cumplan con el ejercicio de sus funciones.

4.- Auxiliar y apoyar a la Administración Tributaria Municipal en la aprehensión preventiva de mercancía, aparatos, instrumentos y demás accesorios objetos del servicio.

5.- Actuando como auxiliar de los Órganos Jurisdiccionales en la práctica de las medidas cautelares.

6.- Las demás funciones y su coordinación con las autoridades y servicios conexos que le atribuyan las leyes, ordenanzas y demás instrumentos jurídicos.

Del Momento de la Actuación del Resguardo Municipal Tributario

ARTÍCULO 95: El Resguardo Municipal Tributario en el ejercicio de las funciones establecidas en esta Ordenanza, actuará a requerimiento de la Administración Tributaria Municipal o por denuncia, en cuyo caso notificará a dicha Administración, la cual dispondrá las acciones pertinentes a seguir.

De Programas de Cooperación Intermunicipal

ARTÍCULO 96: La Administración Tributaria Municipal, en concordancia con el Resguardo Municipal Tributario y de acuerdo al os objetivos estratégicos y planes operativos, establecerá un servicio de información y coordinación con organismos tributarios municipales, estatales y nacionales, a fin de mantener relaciones municipales y obtener programas de cooperación y asistencia técnica para su proceso de modernización.

De los Encargados de Coordinar las Acciones a seguir del Resguardo

ARTÍCULO 97: La máxima autoridad jerárquica de la Administración Tributaria Municipal, conjuntamente con el director de la Policía Municipal, de la Policía Estatal, Policía Nacional y el Jefe del Destacamento de la Guardia Nacional

Bolivariana de la Jurisdicción, dictarán las instrucciones necesarias para establecer mecanismos adicionales a fin de regular las actuaciones del Resguardo en el cumplimiento de los objetivos estratégicos y planes operativos.

CAPÍTULO II DE LAS NOTIFICACIONES

De las Notificaciones de Actos

ARTÍCULO 98: Los actos emanados de la Administración Tributaria Municipal en aplicación de la presente Ordenanza que produzcan efectos particulares, deberán ser debidamente notificados por escrito, a la brevedad posible, a los interesados, y de tales notificaciones el contribuyente, su representante legal o la persona debidamente autorizada, dará recibo dejándose constancia en éste de la fecha en que se practique. Las notificaciones de actos de naturaleza esencialmente Tributaria serán realizadas conforme lo establece en la forma regulada por el Código Orgánico Tributario, y los actos de naturaleza administrativa serán notificados conforme lo establece la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos. En todo caso, la notificación deberá contener el texto de la Resolución, indicando la fecha de la misma, las partes intervinientes, la identificación del establecimiento y de la documentación pertinente, el hecho propiamente dicho, los recursos que procedan con expresión de los términos para ejercerlos, los órganos o tribunales entre los cuales deben interponerse, entre otras cosas.

De la Imposibilidad de Practicar la Notificación

ARTÍCULO 99: Cuando resultare imposible hacer efectiva la notificación a los interesados, la determinación o Resolución se publicará en la Gaceta Municipal o en un diario de circulación local y se fijará en el establecimiento respectivo. En este caso para apelar a la decisión comenzará a contarse a partir del quinto (5º) día hábil en que se efectuó dicho acto. Cuando el Agente de Percepción o contribuyente se negare a recibir la notificación se seguirá el mismo procedimiento estipulado en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos (si es de naturaleza administrativa) o en el Código Orgánico Tributario (si es de naturaleza Tributaria).

CAPÍTULO III DE LAS SANCIONES Y MULTAS

De las Sanciones por Infracciones a la Ordenanza

ARTÍCULO 100: Las infracciones a la presente Ordenanza, se sancionarán de la forma siguiente:

- 1) Multas.
- 2) Suspensión o paralización de la exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial.
- 3) Prohibición de exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial.
- 4) Remoción de los medios publicitarios ilegales.
- 5) Exclusión del Registro de Medios Publicitarios.
- 6) Revocatoria del Permiso.

De la Concurrencia de Sanciones

Administrativas

ARTÍCULO 101: Cuando concurren dos o más ilícitos administrativos sancionados con multa, se aplicará la sanción más grave, aumentada con la mitad de las otras sanciones. Si las sanciones son iguales, se aplicará cualquiera de ellas aumentada con la mitad de las restantes. Cuando concurren dos o más ilícitos administrativos sancionados con multa, suspensión, paralización o prohibición de la exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial o cualquier otra sanción que por su heterogeneidad no sean acumulables, se aplicarán conjuntamente.

De la Multa por Exhibir Publicidad sin Permiso

ARTÍCULO 102: Quienes exhiban, proyecten o instalen propaganda o publicidad comercial sin contar con la autorización establecida en la presente Ordenanza, serán sancionados con multa equivalente a **cincuenta (50)** veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares. En estos casos, el Municipio podrá igualmente paralizar o suspender la exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial.

De la Multa por Exhibir Publicidad sin estar inscrito

ARTÍCULO 103: Quienes presten servicios de publicidad de manera permanente o eventual, en jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando sin estar inscritos en el Registro de Empresa y el de Medios Publicitarios será sancionado con multa equivalente a **cincuenta (50)** veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (TC) pagada en bolívares. Los Medios o Elementos publicitarios colocados serán removidos a su costo.

De la Multa por No Hacer Mantenimiento a los Medios Publicitarios

ARTÍCULO 104: Quienes no realicen las labores de mantenimiento sobre los medios publicitarios instalados en el Municipio, serán sancionados con multa cada medio publicitario instalado equivalente a diez (10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares. La misma se duplica, desde el momento de la notificación de esta, hasta que se subsane la falta.

De la Multa por No Colocar la Placa de Identificación del Medio

ARTÍCULO 105: Quienes exhiban, proyecten o instalen propaganda o publicidad comercial en medios publicitarios fijos que carezcan de la placa identificadora a que se refiere la presente Ordenanza, serán sancionados con multa equivalente a diez (10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares, la cual se incrementará el doble por cada nueva infracción hasta un máximo de cuatro veces su valor.

De la Multa por Colocar Medios o Elementos Publicitarios Prohibidos

ARTÍCULO 106: Quienes exhiban, proyecten o instalen propaganda o publicidad comercial prohibida por la presente Ordenanza, o en sitios expresamente prohibidos, serán sancionados con multa equivalente a veinte (20) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares. En estos casos, el Municipio podrá igualmente suspender la exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial y ordenarla remoción del medio publicitario, según sea el caso.

PARÁGRAFO ÚNICO: el municipio retirara aquella publicidad donde incurran las prohibiciones de los artículos 71, 72 y 73 de la presente Ordenanza

De la Multa por Falta de Comparecencia a Citaciones

ARTÍCULO 107: La falta de comparecencia a las dependencias de la Administración Tributaria Municipal con ocasión a las citaciones legalmente practicadas, será sancionada con multa equivalente a cincuenta (50) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares. En caso de reincidencia la multa se impondrá en el

doble de la última sanción impuesta hasta un máximo de cuatro veces su valor.

De la Multa por no Consignar la Declaración Jurada

ARTÍCULO 108: Quienes no consignen dentro del lapso establecido en la presente Ordenanza la relación jurada de los medios publicitarios fijos a que alude este instrumento normativo, serán sancionados con multa equivalente a diez (10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares, incrementada mensualmente por cuatro veces su valor, mientras permanezca la infracción.

De la Multa por No Ajustar la Publicidad a la Verdad o que sea Engañosa

ARTÍCULO 109: Quienes exhiban, proyecten o instalen propaganda o publicidad comercial que no se ajuste a la verdad, que sea engañosa, así como quienes no presenten ante la Administración Tributaria Municipal las traducciones de los textos en otro idioma, serán sancionados con multa diaria equivalente a veinte (20) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares mientras permanezca la infracción.

De la Multa por No Remover los Medios Publicitarios Ocasionales

ARTÍCULO 110: Quienes exhiban, proyecten o instalen propaganda o publicidad comercial mediante medios publicitarios ocasionales y al vencimiento del lapso de la autorización correspondiente o los remuevan, serán sancionados con multa diaria equivalente a diez (10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela pagada en bolívares, mientras permanezca la infracción.

De la Multa por No Remoción de Medios Cuyo Objeto de la Publicidad

ARTÍCULO 111: Quienes no remuevan la publicidad o propaganda comercial anunciada en los medios fijos, así como la publicidad eventual, cuando versen sobre eventos, espectáculos, presentaciones artísticas o de cualquier naturaleza, así como reproducciones cinematográficas dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes a la fecha efectiva de celebración del evento o espectáculo publicitado, serán sancionados con multa por metro cuadrado diario por un monto en bolívares equivalente a cero coma diez (0,10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela. Así mismo, el Municipio procederá, en caso de

permanencia del medio publicitario a removerla publicidad expuesta a costa del responsable.

De la Multa por NO Paralizar la Instalación de un Medio Publicitario

ARTÍCULO 112: Quienes no paralicen o suspendan la instalación o colocación de medios publicitarios cuando existan razones legales que lo justifiquen, así como quienes no remuevan sus medios publicitarios en atención a labores de mantenimiento, de prestación de servicios públicos y de ornato público que deba realizar el Municipio o empresas privadas de prestación de servicios públicos, serán sancionados con multa en bolívares equivalente a **cero coma diez (0,10)** veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela por metro cuadrado de extensión o área, por día de uso.

De la Multa por No solicitar Permiso para el Mantenimiento de Medios

ARTÍCULO 113: Quienes no soliciten a la Administración Tributaria Municipal la autorización para labores de mantenimiento de medios publicitarios fijos o para realizar cambios de propaganda o publicidad comercial, serán sancionados con multa equivalente a **diez (10)** veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela por día no solicitado.

De la Multa por Negativa de las Empresas de Cines

ARTÍCULO 114: Las Salas de Cine que se nieguen a retirar de su programación la propaganda o publicidad comercial ilegal, serán sancionadas con multa equivalente a **veinte (20)** veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela por cada sala donde se anuncien y por día.

De la Sanción de Colocación de Aviso de "PUBLICIDAD ILEGAL"

ARTÍCULO 115: Sobre la propaganda exhibida igualmente o sobre los medios de propaganda o publicidad comercial fija ilegalmente instalada, el Municipio podrá colocar avisos que notifiquen a los consumidores que la propaganda o publicidad comercial está ilegalmente exhibida o instalada, en todas las etapas del procedimiento de remoción previsto en la presente Ordenanza.

De las Multas por Violación de otros Deberes Formales

ARTÍCULO 116: Los contribuyentes y responsables que violen los deberes formales establecidos en esta Ordenanza, serán sancionados por la Administración Tributaria Municipal previo cumplimiento de las formalidades y requisitos de ley, con las multas establecidas en el Código Orgánico Tributario que a continuación se especifican:

a) Quienes impidan por sí mismo o por interpuesta persona el acceso a locales, oficinas o lugares donde deban realizarse o desarrollarse las facultades de fiscalización serán sancionados con multa de 40 veces la tasa cambiaria de mayor valor publicada por el Banco Central de Venezuela

De la Multa por Publicidad Comercial instalada

ARTÍCULO 117: Quien proceda a efectuar publicidad, a pesar de haberle negado el permiso, será sancionado con una multa sin perjuicio del cobro de impuestos causados y no pagados, por la Utilización del medio publicitario y la remoción del mismo, cuyo costo será a cargo del infractor equivalente a **diez (10)** veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela por metro cuadrado de extensión o área multiplicada por día de uso.

De las Infracciones y Sanciones Tributarias y la Oportunidad del Pago

ARTÍCULO 118: Las sanciones de carácter tributario se aplicarán sin perjuicio del pago de los tributos y sus accesorios.

PARÁGRAFO ÚNICO: Salvo disposición en contrario de esta Ordenanza, el plazo para el pago de las multas de cualquier tipo es de quince (15) días continuos, contados a partir de la notificación de la Resolución que la impone.

De la Multa por Omisión en el Pago de Tributos

ARTÍCULO 119: El contribuyente o responsable que mediante acción u omisión cause al Municipio una disminución ilegítima de los ingresos tributarios, inclusive mediante el disfrute indebido de beneficios fiscales, será sancionado con multa que va de un **veinticinco por ciento (25%)** hasta el **doscientos por ciento (200%)** del tributo omitido.

De la Multa por NO Enterar el Impuesto Percibido

ARTÍCULO 120: Quien no entere el impuesto percibido, en su condición de agente de percepción, dentro del término previsto en esta

Ordenanza en las oficinas receptoras de fondos municipales será sancionado con multa equivalente al cincuenta por ciento (50%) del impuesto retenido por cada mes de retraso hasta un máximo de trescientos por ciento (300%) del monto de dichas cantidades, sin perjuicio de la responsabilidad penal prevista en el Código Orgánico Tributario.

De la Multa por NO Percibir el Tributo

ARTÍCULO 121: Quien no percibiére el Tributo a que está obligado en su condición de Agente de Percepción, será solidariamente responsable en el pago del mismo, además de la Multa del Cincuenta por Ciento del Tributo dejado de percibir, incrementado en la misma cantidad por cada mes que transcurra desde la notificación de la ocurrencia del ilícito, hasta llegar a quinientos por ciento (500%)

De la Concurrencia de Dos o Más Ilícitos Tributarios

ARTÍCULO 122: Cuando concurren dos o más ilícitos tributarios sancionados con penas pecuniarias, se aplicará la sanción más grave, aumentada con la mitad de las otras sanciones. Si las sanciones son iguales, se aplicará cualquiera de ellas aumentada con la mitad de las restantes.

De las Circunstancias Agravantes de las Multas

ARTÍCULO 123: Son circunstancias agravantes:

1. La reincidencia
2. La condición de funcionario o empleado público que tengan sus coautoría o partícipes, y
3. La magnitud monetaria del perjuicio fiscal y la gravedad del ilícito.

PARÁGRAFO ÚNICO: Habrá reincidencia cuando el responsable, cometiere uno o varios ilícitos tributarios de la misma índole durante los dos (2) años siguientes, a la fecha de haber quedado firme la decisión sancionatoria.

De las Circunstancias Atenuantes de las Multas

ARTÍCULO 124: Son circunstancias atenuantes:

1. El grado de instrucción del infractor.
2. La conducta que él asuma en el esclarecimiento de los hechos.
3. La presentación de la declaración y pago de la deuda para regularizar el crédito tributario.
4. El cumplimiento de los requisitos omitidos que puedan dar lugar a la imposición de la sanción.
5. Las demás circunstancias atenuantes

previstas en la Ley.

De la Aplicación Media de las Multas

ARTÍCULO 125: Cuando la sanción a aplicar se encuentre entre dos límites se aplicará el término medio obtenido de sumar la sanción mínima y la máxima y dividirla entre dos; se la reducirá hasta el límite inferior o se le aumentará al superior, según el mérito de las respectivas circunstancias atenuantes o agravantes que concurren en el caso en concreto, debiendo compensárselas cuando las haya de una u otra especie.

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando la sanción a aplicar no se encuentre entre dos límites, se aplicará éstas in consideración a atenuantes y/o agravantes.

De la Unidad de Cálculo para el Pago de las Multas

ARTÍCULO 126: Las multas establecidas en esta Ordenanza, serán calculadas y pagadas en bolívares al valor del tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela.

De la Remoción de los Medios Publicitarios

ARTÍCULO 127: Las contravenciones a la presente Ordenanza, referidas a la instalación de medios publicitarios sin permiso o Prohibidos, serán sancionadas con multa y la remoción del medio publicitario, lo cual estará a cargo del responsable o propietario del mismo, conforme a lo dispuesto en esta Ordenanza.

Las resoluciones firmes de remoción de medios publicitarios, podrán ser objeto de ejecución a cargo de la Administración Tributaria Municipal en cuyo caso los gastos que ello ocasione, serán del responsable o propietario y se adicionarán a la multa respectiva.

De la Remoción por NO Exhibición de Publicidad Autorizada

ARTÍCULO 128: En el caso que una valla o cualquier otro elemento publicitario similar se encontraran sin exhibir publicidad comercial durante sesenta (60) días continuos, la empresa publicitaria deberá remover la misma, dentro de los quince (15) días siguientes al vencimiento del período anterior; salvo cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, mientras esté presente en la valla o elemento publicitario. En caso de que la empresa no cumpla con la remoción, lo hará el Municipio cargando el costo a la Empresa. Si este último fuera el caso, Administración Tributaria Municipal

no otorgará un nuevo permiso al infractor por el lapso de tres (03) años a partir de esta infracción.

Del Procedimiento para la Remoción de Medio Publicitario Fijo

ARTÍCULO 129: Para proceder a la remoción de un medio de publicidad fijo, el Municipio iniciará el procedimiento administrativo de remoción del medio publicitario instalado, otorgándole al interesado cinco (05) días hábiles contados a partir de su notificación para la presentación de su escrito de descargos. En este caso, el Municipio deberá emitir dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al vencimiento del plazo para la presentación del escrito de descargos, la Resolución Definitiva en la que se acuerde la remoción del medio y la imposición de la sanción pecuniaria que resulte procedente. El lapso para sustanciar y decidir el procedimiento a que se refiere esta disposición legal, podrá ser prorrogado por un plazo de diez (10) días hábiles, de lo cual se dejará constancia en el expediente administrativo. Para lo no previsto en esta disposición legal se aplicará de manera supletoria lo previsto en la Ordenanza de Procedimientos Administrativos o en su defecto la Ley y Orgánica de Procedimientos Administrativos.

De la Remoción efectuada por la Alcaldía

ARTÍCULO 130: Cuando la remoción de un medio publicitario sea efectuada por la Administración Tributaria Municipal, los materiales removidos serán depositados a la orden del responsable o propietario durante un lapso que no excederá de quince (15) días continuos, transcurrido el mismo, el municipio no responderá por la devolución de los materiales removidos y podrá disponer convenientemente de los mismos. Para el retiro de los materiales removidos, el responsable o propietario del medio publicitario, deberá pagar los impuestos y sus accesorios, así como la multa establecida en esta Ordenanza y los gastos de remoción correspondientes.

De la Revocatoria de la Inscripción en el Registro de Empresa

ARTÍCULO 131: La reincidencia en la colocación de publicidad comercial sin la debida autorización del municipio tendrá como consecuencia la cancelación de la inscripción de la empresa responsable, en el Registro de la Empresa de Publicidad que al efecto lleva la Administración Tributaria Municipal en caso de que estuviese inscrito y la prohibición de ejercer la publicidad comercial por lapso de tres (03) años en la jurisdicción del Municipio Bolivariano San Fernando

De la Revocatoria del Permiso por suministro de datos falsos

ARTÍCULO 132: La Administración Tributaria Municipal podrá revocar el permiso que se hubiere expedido, cuando éste se hubiere otorgado con base a datos falsos suministrados por el interesado y en violación de normas urbanísticas previstas en el ordenamiento jurídico, previo al procedimiento administrativo correspondiente

CAPÍTULO IV DE LOS RECURSOS

De los Actos de Carácter Tributario

ARTÍCULO 133: Los actos de efectos particulares de carácter Tributario emanados de la Administración Tributaria Municipal podrán ser impugnados mediante el ejercicio de los Recursos establecidos en el Código Orgánico Tributario.

De los Actos de Carácter Administrativo

ARTÍCULO 134: Los actos administrativos de efectos particulares de carácter Administrativo emanados de la Administración Tributaria Municipal podrán ser impugnados mediante el ejercicio de los Recursos establecidos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos

TÍTULO IX

DE LA ARMONIZACIÓN TRIBUTARIA

De las garantías para la armonización

Artículo 135. Esta ordenanza garantiza la coordinación y armonización de las potestades tributarias con lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la ley respectiva en lo relativo a la publicidad y propaganda.

A los fines de garantizar la coordinación y armonización del ejercicio de las potestades tributarias, el municipio a través de la Administración Tributaria Municipal y todos sus órganos administrativos relacionados, deberán:

1. Homogeneizar las normas y procedimientos tributarios, en el marco de las disposiciones de esta ordenanza y la ley respectiva, procurando que las y los contribuyentes tengan los mismos requerimientos, procedimientos y reglas de tributación, o al menos equivalentes dentro o fuera de la entidad territorial.
2. Suprimir los trámites innecesarios que incrementen el costo operacional de la administración tributaria.

3. Informar a las y los contribuyentes los criterios sobre los cuales se establecen los valores que sirven de base imponible para el cálculo de los tributos, así como los motivos en que se fundan sus decisiones en caso de reparos, imposición de sanciones o cualquier otra que pueda afectar sus intereses personales, legítimos y directos.

4. Velar que el sistema tributario contribuya a crear las condiciones que promuevan y mantengan el desarrollo del aparato productivo nacional, incrementar las fuentes de ingresos y empleos y coadyuven al desarrollo económico y social de la entidad y del país.

5. Adoptar las medidas necesarias para eliminar la múltiple tributación y sobreimposición a las y los contribuyentes que desarrollan actividades económicas en varias entidades político territorial del país, atendiendo para ello a la capacidad contributiva de las personas contribuyentes.

6. Prestar la colaboración y asistencia que otras administraciones tributarias requieran para el eficaz cumplimiento de sus obligaciones en materia de coordinación y armonización tributaria.

7. Suministrar la información relacionada con la recaudación de sus ingresos, contribuyentes y otras de similar naturaleza al Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de economía y finanzas.

8. Optimizar la recaudación y evitar la evasión fiscal, para hacer frente a las cargas públicas con una gestión más eficiente.

9. Simplificar el sistema tributario, especialmente lo relativo a la autorización para el registro, determinación, declaración, liquidación y pago de los tributos.

10. Promover la conciencia tributaria a través de campañas en contra de la evasión y elusión fiscal y aquellas prácticas que procuren distorsionar la base imponible de los tributos.

De la coordinación y armonización

Artículo 136. El Municipio Bolivariano San Fernando, coordinará con el Ministerio con competencia en materia de economía y finanzas los estímulos fiscales que aplicarán en sus respectivos ámbitos territoriales, así como las acciones necesarias para dar continuidad al proceso de simplificación, estandarización y modernización de la recaudación y el diseño e implementación de políticas públicas y programas para reducir la evasión y elusión fiscal en relación al pago de impuesto sobre publicidad y propaganda.

TÍTULO X

DISPOSICIONES TRANSITORIAS, DEROGATORIAS Y FINALES

Renovación del Registro

ARTÍCULO 137: Las personas naturales y jurídicas que no se encuentren inscritas en el Registro de Publicidad Comercial que lleva la Administración Tributaria Municipal al momento de entrar en vigencia esta Ordenanza, deberán hacerlo dentro de los sesenta (60) días a su entrada en vigencia, previo el pago de la tasa Administrativa correspondiente.

Adecuación de los Medios Publicitarios

ARTÍCULO 138: Las empresas y los empresarios de publicidad comercial, tendrán un plazo de Noventa (90) días siguientes a la fecha de la publicación en Gaceta Municipal de la presente Ordenanza, para ajustarse a las disposiciones establecidas en la misma, transcurrido este lapso sin que se hubiere cumplido con lo establecido, serán objeto de aplicación de la sanción correspondiente.

Del Recargo a la Publicidad de Licores y Cigarrillos

ARTÍCULO 139: La propaganda y publicidad comercial que se realice por cualesquiera de los distintos medios previstos en esta ordenanza o determinados de oficio por la Administración Tributaria Municipal, que se refiera a cigarrillos y/o bebidas alcohólicas tendrán un recargo del treinta por ciento (30%) sobre el valor del impuesto que se le determine; el cual formará parte integral de este y deberá ser pagado en la misma forma y condiciones establecidas para dicho impuesto.

De la vigencia de las tarifas

Artículo 140. Las tarifas previstas en la presente ordenanza, serán aplicables a partir de su entrada en vigencia. Sin embargo, el impuesto, las multas y demás accesorios relacionados a este tributo, correspondientes a años anteriores, se pagarán con la tarifa vigente a los respectivos períodos si las hubiere.

Del clasificador de medios

ARTÍCULO 141: Con la aprobación de esta Ordenanza queda igualmente aprobado su Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte integrante de esta Ordenanza.

De la remisión a la Vicepresidencia de la República

ARTÍCULO 142: Corresponderá al despacho del alcalde o alcaldesa, emitir a la Vicepresidencia de la República un ejemplar original o certificado, en digital, de la gaceta estatal o municipal contentiva del tributo de la presente ordenanza, dentro de los diez días siguientes a su publicación en Gaceta Municipal luego de la entrada en Vigencia la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los estados y municipios.

De lo No Previsto en esta Ordenanza

ARTÍCULO 143: En todo aquello no previsto expresamente en la presente Ordenanza, se regirá y aplicará supletoriamente, las disposiciones legales contenidas en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal o el Código Orgánico Tributario, y cualquier otra disposición legal en cuanto sean aplicables.

De la consulta

ARTÍCULO 144. Quienes tuvieran un interés personal y directo sobre alguna aplicación contraria de las normas contenidas en esta Ordenanza, la misma deberá realizarse en los términos establecidos en el artículo 22 de la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los estados y municipios y producirá los efectos previstos en esas disposiciones.

De la prohibición de cobrar en moneda extranjera

ARTÍCULO 145: Los tributos de publicidad, propaganda y multas, así como sus accesorios, y sanciones establecidos en esta ordenanza, deberán ser pagados en bolívares. Ninguna autoridad municipal podrá proceder al cobro de tributos, accesorios o sanciones en moneda extranjera.

De la derogatoria

Artículo 146. Se deroga la Ordenanza de Impuesto de Propaganda y Publicidad Comercial, publicada en la Gaceta Municipal del Municipio San Fernando del estado Apure y cualquier otra norma o dispositivo jurídico que colida con la presente ordenanza.

De la Vigencia de la Ordenanza

ARTÍCULO 147: La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Municipal.

Dada, firmada y sellada en el Salón donde celebra sus Sesiones el Concejo del Municipio San Fernando del Estado Apure, a los 16 días del mes de abril del Año Dos Mil Veinticuatro. Años 212° de la Independencia y 165° de la Federación.

ARTÍCULO 148: El plazo para el pago del anticipo liquidado durante el mes de abril a que se refiere el artículo 13 de la presente Ordenanza, será hasta el 31 de dicho mes, pudiendo prorrogarse a criterio del Alcalde o Alcaldesa del Municipio San Fernando, Estado Apure.



RONC. ANYI NÚÑEZ
Presidenta.-



ABGDO. JHALLMAR D'ELIA
Secretario Municipal

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO APURE
ALCALDIA DEL MUNICIPIO SAN
FERNANDO

En el Despacho de la Alcaldesa, a los 17 días del mes de Abril del año Dos Mil Veinticuatro. Años 212 de la Independencia y 165° de la Federación.



Publiquese y cúmplase

PROFA. CELIA PADRON ALVARADO
ALCALDESA DEL MUNICIPIO SAN
FERNANDO, ESTADO APURE.

ANEXO ÚNICO
CLASIFICADOR DE MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS

CONCEPTO	VALOR VECES TIPO DE CAMBIO (T/C)
Vallas No Luminosas	5 veces x mts ² anual
Vallas Luminosas	6 veces x mts ² anual
Vallas No luminosas en estadios/campos deportivos o centros comerciales.	7 veces x mts ² anual
Vallas luminosas en estadios/ campos deportivos o centros comerciales.	7 veces x mts ² anual
Gigantografía	10 veces x mts ² anual
Anuncios luminosos, neón y otros	5 veces x N° unidades x mts ² anual
Pizarras electrónicas publicitarias.	5 veces x mts ² x N° anuncios anual
Proyección y anuncios fijos cambiables.	5 veces x mts ² x N° anuncios anual
Material POP (material timbrado)	10 veces x cada 300 unidades anual
Proyección de anuncios y publicidad filmada.	5 veces x mts ² x N° anuncios anual
Anuncios pintados en pared (interior o exterior)	5 veces x mts ² anual
Billetes, tickets, etiquetas, tapas, cajas de fósforos, calcomanías, autoadhesivos, canjeables o no.	10 veces x cada 500 anual
Boletos de pasajes, espectáculos públicos, estacionamientos y similares.	10 veces x cada 500 anual
Encartes, suplementos publicitarios, almanaques y similares Impresos	8 veces x cada 100 anual
Anuncios de identificación de empresas, comercios e industrias o índole similar.	2 veces x mts ² mensual
Banderines o pendones, pancartas, banderolas, pancarta, estandarte y similares pequeños.	5 veces x mts ² anual
Banderines o pendones pancartas, banderines, banderolas, pancarta, estandarte y similares grandes.	6 veces x mts ² anual
Vitrinas, exhibidores en vía peatonal	5 veces x mts ² anual
Aviones, globos, dirigibles, autos similares	6 veces x mts ² anual
Globos fijos transportable	7 veces x mts ² anual
Chupetas o postes luminosos	6 veces x mts ² anual
Chupetas o postes no luminosos	5 veces x mts ² anual
Folletos, afiches, hojas impresas	10 veces x mts ² x unidades anual
Marquesinas, Toldos y Sombrillas	5 veces x mts ² x N° Unid. anual
Vehículos Rotulados (empresas que tienen la marca)	10 veces x mts ² anual
Publicidad en Salas de Cines	15 veces x Cuña x Día anual
Publicidad en redes sociales	10 veces x Cuña/Post x Día anual
Figura o aparatos mecánico, electrónicos (Ambulante) perifoneo.	10 veces x cuña (día) anual

Dada, firmada y sellada en el Salón donde celebra sus Sesiones el Concejo del Municipio San Fernando del Estado Apure, a los 16 días del mes de Abril del Año Dos Mil Veinticuatro. Años 212° de la Independencia y 165° de la Federación.



[Signature]
CONC. ANYI NUÑEZ
Presidenta.-



[Signature]
ABGDO. JHALMAR DELIA
Secretario Municipal

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO APURE
ALCALDIA DEL MUNICIPIO SAN FERNANDO

En el Despacho de la Alcaldesa, a los 17 días del mes de Abril del año Dos Mil Veinticuatro. Años 212 de la Independencia y 165° de la Federación.



[Signature]
PROFA. OFELIA PADRON ALVARADO
ALCALDESA DEL MUNICIPIO SAN FERNANDO, ESTADO APURE.