



GACETA MUNICIPAL

República Bolivariana de Venezuela

Estado Bolivariano de Miranda

Municipio Los Salias

AÑO 43 Nro. ORDINARIO

San Antonio de Los Altos

01 de Junio de 2026.

DEPOSITOLEGALPP84/014

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA, ESTADO BOLIVARIANO DE MIRANDA, MUNICIPIO LOS SALIAS, EL CONCEJO MUNICIPAL DEL MUNICIPIO LOS SALIAS, EN USO DE SUS ATRIBUCIONES QUE LE CONFIERE EL ARTÍCULO 175 DE LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA, EN CONCORDANCIA CON EL NUMERAL 1º DEL ARTÍCULO 95, DE LA LEY ORGANIZA DEL PODER PÚBLICO MUNICIPAL, DICTA LA SIGUIENTE:

ORDENANZA DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL FIJA Y EVENTUAL EN JURISDICCIÓN DEL MUNICIPIO LOS SALIAS DEL ESTADO BOLIVARIANO DE MIRANDA

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Objeto

ARTÍCULO 1: La presente Ordenanza tiene por objeto regular, controlar y administrar la instalación, edición, transmisión, proyección, exhibición, distribución o similares de la propaganda y publicidad comercial; así como lo relativo a la creación y recaudación de los impuestos, tasas, contribuciones alquileres y otras obligaciones pecuniarias causados; bajo cualquier mecanismo, medio o modalidad en la jurisdicción del Municipio Los Salias del Estado Bolivariano de Miranda.

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 nacional aplicables 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 de la 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, 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.

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, 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 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 Los Salias.

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 se pretenda o se instale, distribuya o exhiba en jurisdicción del Municipio Los Salias, se regirá 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 y 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 Municipal 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.

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 efectué, 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 cargarán 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.

7. En caso de que una valla publicitaria autorizada permanezca sin publicidad comercial por un tiempo determinado de sesenta días (60) calendario, el Municipio, conforme a la normativa vigente, podrá utilizar dicho espacio para publicidad de servicios públicos o interés comunitario por un periodo de treinta (30) días y no cobrará impuestos sobre la misma mientras esté en uso público.

PARÁGRAFO ÚNICO: El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones establecidas en este artículo, así como en la Ordenanza, dará lugar a que la Administración Tributaria Municipal, proceda 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 del Municipio Los Salias, la vigilancia, control y aplicación de esta Ordenanza y demás disposiciones aplicables a esta materia; así como la fiscalización, liquidación y recaudación del impuesto establecido.

PARÁGRAFO ÚNICO: Para el cumplimiento de sus atribuciones y funciones, la Administración Tributaria Municipal, podrá solicitar la colaboración del Instituto Autónomo de Policía Municipal Los Salias y demás órganos de seguridad 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 sea utilizado para atraer el interés del consumidor o usuario, sea exhibido, proyectado, anunciado, publicado, instalado o similares, en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles al público, o que sea repartido de manera impresa en espacios públicos o se traslade mediante vehículos, o se publique en medios o redes sociales de cualquier naturaleza, dentro o fuera de la jurisdicción del Municipio Los Salias, pero el establecimiento comercial que se trate, del bien o servicio que se ofrezca, se encuentre ubicado en la jurisdicción del Municipio Los Salias.

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 de manera directa o a través de empresas de publicidad o 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:

1.- Las empresas de propaganda y/o publicidad comercial, los editores de propaganda y/o publicidad comercial.

2.- 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 Los Salias, por órgano de la Administración Tributaria Municipal.

CAPITULO 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 Actividades, 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:

1. 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 almanaques, 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, chapas, llaveros, tasas, vasos, portavasos, destapadores, servilletas, removedores, encendedores y similares que cumplan la misma función, por unidades y por promoción.

2. La Publicidad Exterior:

2.1) 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; inflables, muñecos electrónicos o máquinas y similares que persigan el mismo objetivo; según sus dimensiones y días de exposición, según sea el caso.

2.2) 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 vía rápida, 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.

2.3) 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.

2.4) Los Módulos Publicitarios representados por: vitrinas, exhibidores, tótems, habladores de anaquel, rompe Trafico 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.

2.5) La Publicidad de Tráfico realizada por: los aviones, helicópteros, ultralivianos, parapentes y similares; globos, dirigibles, aerostáticos y similares; deberán presentar como requisito indispensable previo la autorización de cualquier material publicitario, la certificación o autorización vigente emitida por el Instituto Nacional de Aeronáutica Civil (INAC); autos privados, transporte público y similares; según sus dimensiones y por cantidad de cuñas o similares, por el tiempo de exhibición.

2.6) 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.

2.7) 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.

2.8) La Publicidad en Medios Audiovisuales y de Comunicación: realizada en estaciones radiales; redes sociales, medios digitales y 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.

2.9) Otros Medios o Elementos Publicitarios: representada en bebidas alcohólicas; tendrán recargo del treinta (30%) por ciento del monto del impuesto a pagar según el tipo de publicidad que corresponda.

2.10) 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 o propaganda a través de cualquier medio o elemento publicitario en la jurisdicción del Municipio Los Salias, 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 Actividades, 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 la 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 pagar o causado por la edición, instalación, transmisión, proyección, exhibición, distribución o similares, de la propaganda y/o publicidad comercial; bajo cualquier mecanismo, medio o modalidad en la jurisdicción del Municipio Los Salias, será calculada con base a lo establecido en los artículos precedentes y lo previsto en el Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios, que forma parte integrante 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 DEL IMPUESTO

De las Modalidades y Oportunidades de Pago.

ARTÍCULO 13: El impuesto sobre publicidad y propaganda comercial establecido en esta Ordenanza, calculado de conformidad con las alícuotas y unidades de cuenta previstas en el Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios, podrá ser liquidado y pagado bajo las siguientes modalidades:

1. Pago Anual Anticipado (Con Incentivo): Los contribuyentes que opten por declarar y cancelar la totalidad del impuesto correspondiente al ejercicio fiscal en curso, dentro del primer mes de cada año (o el período que la Alcaldía determine), gozarán de una rebaja del quince por ciento (15%) sobre el monto total a pagar.

PARÁGRAFO ÚNICO: Este beneficio solo aplicará para aquellos contribuyentes que se encuentren solventes con sus obligaciones tributarias de ejercicios anteriores.

2. Pago Mensual: Aquellos contribuyentes que no opten por el pago anual, deberán autoliquidar y pagar el impuesto de forma mensual, dentro de los primeros cinco (05) días continuos al vencimiento de cada mes, conforme a las especificaciones técnicas y montos fijados para cada tipo de elemento publicitario en el Clasificador respectivo.

Del Período del Pago

ARTÍCULO 14: El impuesto establecido en la presente ordenanza deberá pagarse antes del 31 de enero de cada año y

respecto del pago anticipado los primeros quince (15) días continuos del mes, prorrogable previa autorización del Concejo Municipal, ante las oficinas de la Administración Tributaria Municipal o por los 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 Municipal el retiro de la publicidad comercial, a fin de dar por terminada la obligación impositiva. Caso contrario, el impuesto se continuará causando hasta la fecha de la respectiva notificación y retiro efectivo 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 Medio 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 a 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 previstas en esta Ordenanza dentro de los plazos establecidos, dará lugar a la aplicación de las multas, recargos e intereses moratorios de conformidad con lo estipulado en el Código Orgánico Tributario vigente. Dichos conceptos se calcularán sobre el monto del impuesto exigible y no pagado, sin perjuicio de las demás sanciones a que haya lugar.

TÍTULO III

DEL REGISTRO

CAPÍTULO I

DEL REGISTRO DE EMPRESAS Y PERSONAS

Del Registro de Medios o Elementos Publicitarios

ARTÍCULO 19: A los fines de las actividades publicitarias referidas en esta Ordenanza se ajusten plenamente a las previsiones legales y extremos contenidos en su normativa, la Administración Tributaria Municipal llevará un registro digital y electrónico de publicidad, así como, el proceso de renovación treinta (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 la Solicitud y Obtención de Inscripción en el Registro

ARTÍCULO 20: Toda persona natural o jurídica que pretenda prestar servicios de publicidad de manera permanente o eventual en jurisdicción del Municipio Los Salias, deberá solicitar y obtener su inscripción en el Registro que se lleva al efecto en la Administración Tributaria Municipal, independientemente se trate de medios fijos u ocasionales para su debida autorización.

De las Obligaciones de los Publicistas y Anunciantes

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

1. Cumplir con lo dispuesto en esta Ordenanza y enterar el impuesto oportunamente que se genere en las Oficinas Receptoras de Fondos Municipales o mediante los medios electrónicos destinados para tal fin.
2. Solicitar la autorización, permiso o licencia ante la Administración Tributaria Municipal para la exhibición, proyección, colocación e instalación de medios publicitarios en el Municipio.
3. Realizar el mantenimiento preventivo de los medios de publicidad comercial fijos, para lo cual deben solicitar y obtener previamente de la Administración Tributaria Municipal o por 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 pagado 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. Los prestadores de servicios de actividades publicitarias deberán presentar en el mes de enero de cada año, una declaración jurada de las vallas publicitarias que no exhiban propaganda o publicidad, es decir, que mantengan disponible el espacio comercial, anexando el respaldo fotográfico de cada una de ellas. Las vallas que no sean incluidas en esta declaración jurada, se entenderán como que el anunciante o publicista no tiene interés en ella y por lo tanto deberá removerla dentro de los próximos treinta (30) días siguientes contados a partir del vencimiento del lapso para realizar la declaración jurada. En caso contrario, la Alcaldía procederá a remover el medio publicitario a costa de la empresa prestadora del servicio de publicidad

comercial.

9. Permiso emitido por la Autoridad Urbanística Municipal para la instalación de elementos publicitarios fijos, tales como: vallas, postes publicitarios, chupetas, mupis, 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.

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 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 la Autoridad Urbanística 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 Los Salias, deberá presentar ante la Administración Tributaria Municipal por escrito o en forma electrónica o digital en el formato expedido para tal fin, en el cual expondrá las razones de su solicitud. La 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 disponga, y hacerla acompañar del escrito mencionado al cual debe adjuntar los siguientes recaudos:

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

2) Estar inscrito en el Registro de Propaganda y Publicidad Comercial, de la Administración Tributaria Municipal.

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 Autoridad Urbanística 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, los siguientes:

8.1) Autorización de la Autoridad Urbanística Municipal para la instalación de la valla o aviso en kiosco.

8.2) Haber pagado las obligaciones tributarias que deriven de la actividad económica del kiosco.

8.3) Contar con el contrato de arrendamiento o de uso de bienes propiedad del municipio.

9) En terrenos de propiedad privada, presentar copia del documento de propiedad o documento que autorice el usufructo del inmueble para tal fin, dicho inmueble deberá estar solvente en el pago del impuesto sobre Inmuebles Urbanos y del Servicio de Aseo Urbano y Domiciliario. Autorización escrita del propietario y/o apoderado, 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 u otro inmueble de 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 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 la Administración Tributaria Municipal el contrato de arrendamiento en caso de no ser el propietario del inmueble, o de la Junta de Condominio o Administradora o quien haga sus veces, así como un estudio de un Ingeniero Estructural sobre la factibilidad de la colocación de la unidad publicitaria. Este estudio deberá ser aprobado por la Autoridad Urbanística Municipal, dependiendo de las características del elemento publicitario a instalar. Se requerirá igualmente autorización escrita de la Junta 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 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 y la Junta 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 caso de publicidad sobre terrenos propiedad del Municipio, se deberá verificar lo siguiente:

13.1) Que el terreno sea propiedad del Municipio, según certificación de la Autoridad Urbanística Municipal.

13.2) Que la empresa publicitaria o anunciante tenga suscrito contrato de arrendamiento o de uso por el espacio o bien municipal. El arrendamiento será pagado mediante el canon que al efecto fije la Alcaldía del Municipio Los Salias 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) 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 Autoridad Urbanística 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.

15) 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 Autoridad Urbanística 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.

16) 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 para garantizar el resarcimiento de algún accidente que ocasione la misma. Igualmente deberán presentar la inspección 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 por exhibir la publicidad, debiendo ser renovada por el mismo tiempo en que se renueve el permiso que lo causó.

17) 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.

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 Sobre Expendio de Copias Fotostáticas, Certificaciones y Tasas por Servicios Administrativos y por Uso de Espacios Públicos.

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 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 o autorización correspondiente expedido por dichas autoridades.

PARÁGRAFO CUARTO: Toda inspección referida en este artículo, deberá ser pagada mediante una tasa administrativa por el solicitante por metro cuadrado de extensión o área del espacio donde se pretenda instalar cualquier medio publicitario. El valor de la misma estará reflejado en la Ordenanza Sobre Expendio de Copias Fotostáticas, Certificaciones y Tasas por Servicios Administrativos y por Uso de Espacios Públicos.

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 Incumplimiento

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 por 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 realizar la solicitud ante la Administración Tributaria

Municipal y, cumplir con los siguientes requerimientos:

1) 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.

2) Certificación de evaluación de riesgos vigente emanada del

Cuerpo de Bomberos, cuando aplique.

3) Pagar la tasa administrativa por este concepto establecida en la Ordenanza Sobre Expendio de Copias Fotostáticas, Certificaciones y Tasas por Servicios Administrativos y por Uso de Espacios Públicos.

4) Fotos actualizadas del área donde se encuentra ubicado el medio o elemento publicitario.

5) 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 hábiles siguientes a la solicitud. En caso de que faltare algún requisito o se constatare no haber cumplido con alguna de las disposiciones establecidas en este instrumento jurídico, devolverá la solicitud mediante escrito motivado indicando las anomalías del caso y 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 hacer de su conocimiento 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 alternativo, caso en el cual se le otorgará el permiso de manera inmediata, siempre y cuando cumpla con lo dispuesto en la presente Ordenanza.

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 a la comunidad, pudiendo ser luminosos e iluminados, según el caso.

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 Autoridad Urbanística 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 al órgano municipal con competencia en materia de Transporte.

De la Sujeción a la 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 o autorización previa, expedido por la Autoridad Urbanística Municipal.

De la solicitud del permiso ante la Autoridad Urbanística 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 ante la Autoridad Urbanística Municipal, y 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. 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.
5. Plano a escala de la estructura, y detalles del cuerpo del aviso.
6. 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).
7. Póliza de Seguros o Carta compromiso conforme a lo indicado en esta Ordenanza, para amparar los eventuales daños o perjuicios que puedan causarse a terceros. De acuerdo a lo indicado por la Autoridad Urbanística Municipal, atendiendo un eventual daño.

8. Estar solvente con el Impuesto sobre Actividades Económicas.

9. Estar solvente con el Impuesto sobre Inmuebles Urbanos, del lugar donde se espera colocar el medio publicitario, de igual manera deberá estar solvente en materia del pago del Aseo Urbano y Domiciliario.

10. Permisos nacionales y/o estatales de los órganos o entes competentes en la materia, si fuere el caso.

11. Cualquier otro que por su importancia requiera la Autoridad Urbanística Municipal.

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 treinta (30) metros del eje de la vía, con un rango de altura entre dos (2) y veinticinco (25) metros a partir del nivel 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 similares, deberán ajustarse al área a ocupar, con las siguientes medidas y recomendaciones:
 - 2.1) Altura libre de 2,10 metros desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.
 - 2.2) Separación mínima del borde de la acera de 0,30 metros desde el borde exterior hasta la arista lateral más cercana de la señal, siempre y cuando no obstaculice el tránsito peatonal.
 - 2.3) La instalación únicamente se realizará en aceras que tengan más de 1,20 metros de ancho.
 - 2.4) Cuando se trate de paradas de autobuses, las estructuras deben dejar libres los laterales, cuidando el paso de peatones y personas con discapacidad, por lo cual la publicidad será instalada en el área posterior o superior de dicha estructura.
 - 2.5) 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.
 - 2.6) 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 similares.
 - 2.7) 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 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 permisadas por la Autoridad Urbanística Municipal o el órgano municipal a quien compete.

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, taxis y cualquier otro que persiga la misma finalidad, y a una distancia mínima de quince (15) metros de cualquier intersección 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 principales, colectores, en las vías locales y sublocales que conduzcan a zonas residenciales, distribuidores de tránsito y corredores viales. Se entiende por "inmediaciones de carreteras" una franja de treinta (30) metros medidos en la Carretera Panamericana, desde el eje de la vía, con una altura entre 2 y 25 metros, y en carreteras pavimentadas o no, entre 2,5 metros y 30 metros evaluando previamente si existe interferencia con servicios públicos.

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 Autoridad Urbanística Municipal 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 colectores, vías de comunicación o infraestructuras públicas, queda sujeta a las siguientes normas:

1. En terrenos planos o pendiente gradual, debe guardarse la distancia mínima horizontal o retiro definido en el PDUL según la vía, 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:

2.1 Si la cota es menor de dos metros (2 m) sobre el nivel de la vía, se aplicarán los parámetros del numeral uno (1) en las siguientes condiciones:

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

2.1.2. Si la cota es de cuatro metros (4 m) 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.

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

De la Publicidad combinada con Servicios a la Comunidad

ARTÍCULO 37: 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 un metro veinte (1,20 m) 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 un metro treinta (1,30 m) para la libre circulación de los peatones.

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

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

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

6. Se debe guardar una distancia de quince metros (15 m) de las intersecciones para que no interrumpan la visual de los conductores.

De la Caducidad del Permiso Publicitario

ARTÍCULO 38: 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 Autoridad Urbanística Municipal procederá a conceder el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar, sin derecho a reclamo ni indemnización alguna.

De la Publicidad en Inmuebles de Propiedad Privada

ARTÍCULO 39: Para la Publicidad y/o Propaganda en inmuebles de propiedad privada, deberán presentar copia del documento de propiedad, 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 el pago del Servicio de Aseo Urbano.

PARÁGRAFO ÚNICO: En el caso de medios publicitarios colocados en las fachadas 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 Autoridad Urbanística Municipal, y deberá ser acompañado del respectivo Certificado de Evaluación de Riesgos emanado del Cuerpo de Bomberos.

De la Placa Identificadora del Aviso o Medio

ARTÍCULO 40: 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 Autoridad Urbanística Municipal; una vez implementado el uso del código de barras bidimensional que almacena información (código QR).

PARÁGRAFO ÚNICO: Las personas naturales o jurídicas que instale 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 41: 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 42: 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 43: 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 Sobre Expendio de Copias Fotostáticas, Certificaciones y Tasas por Servicios Administrativos y por Uso de Espacios Públicos.

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando el contribuyente haya pagado una tasa administrativa para una determinada tramitación de permiso y la Autoridad Urbanística 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 44: Se entiende por medios publicitarios ocasionales, aquellos que por su naturaleza no son permanentes o fijos.

De los Tipos de Medios Ocasionales

ARTÍCULO 45: A los efectos de esta Ordenanza los tipos de medios Ocasionales son:

1. 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.

2. 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.

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

4. Volantes: Es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a los transeúntes en espacios públicos ((centros comerciales, mercados y otros de índole similar) en el cual se anuncia, solicita, cuestiona o hace constar algo.

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

6. Gigantografías: Aquellas impresiones o trabajos artísticos que se caracterizan por tener un tamaño importante y que son normalmente utilizadas como avisos, con fines publicitarios, como carteles con información relevante.

7. 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, encendedores, 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 deberá notificar a la Administración Tributaria Municipal, 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 Actividades y 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. Cuando este requisito no se cumpla, el impuesto se estimará de oficio y será pagado por la persona natural o jurídica que solicitó el producto publicitario.

De la Duración máxima de los Medios Ocasionales

ARTÍCULO 46: Los medios publicitarios ocasionales exhibidos en áreas de propiedad privada sólo podrán ser utilizados para promociones con una duración máxima de treinta (30) días continuos (01 mes). 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 47: Para colocar medios ocasionales en jurisdicción del Municipio Los Salias, la empresa de publicidad, anunciante y/o propietario del medio ocasional, deberá solicitar y obtener la autorización respectiva ante la 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 48: 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 mínima 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 gigantografías tendrán las dimensiones que amerite el lugar donde serán colocadas o instaladas, y solo podrán ser ubicadas en las zonas que autorice la Administración Tributaria Municipal.

CAPÍTULO III

DE LA PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD EN

SALAS DE CINES Y SIMILARES

De la Publicidad en Salas de Cines y Similares

ARTÍCULO 49: 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 Actividades, Medios o Elementos 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 ante la Administración Tributaria Municipal una relación de la publicidad ordenada por ellos y proyectada en las salas de cine ubicadas en el 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 50: 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 ante la Administración Tributaria Municipal.

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

ARTÍCULO 51: 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 Sobre Expendio de Copias Fotostáticas, Certificaciones y Tasas por Servicios Administrativos y por Uso de Espacios Públicos.

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

ARTÍCULO 52: Los requisitos para la tramitación y obtención de la autorización o Permiso a que alude el artículo 50 de 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 administrativa correspondiente.

4. Estar solvente con el Impuesto sobre Actividades Económicas, Inmuebles Urbanos y el Servicio de Aseo Urbano, Domiciliario, Residencial y Comercial.

5. Presentar la Certificación de Evaluación de Riesgos emanada del Cuerpo de Bomberos, del establecimiento comercial si fuere el caso.

6. Cualquier otro que por su importancia sea requerido por la Administración Tributaria Municipal si fuere el caso.

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 53: 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 54: Se definen como carteles, las herramientas visuales diseñadas para llamar la atención y comunicar rápidamente un mensaje clave sobre un producto, servicio o evento, utilizando imágenes impactantes, texto conciso y tipografía clara para persuadir al espectador a recordar y actuar según la información, siendo esenciales en mercadeo para informar y vender.

De la Publicidad Móvil

ARTÍCULO 55: 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 con el Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios según el tipo de publicidad que se promocióne.

De la Publicidad en Medios de Transporte

ARTÍCULO 56: La publicidad 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 Actividades y 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 publicidad separada.

De la Publicidad en Boletos

ARTÍCULO 57: 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 Actividades, Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por cada mil (1000) 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 Actividades, 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 por Otros Medios

ARTÍCULO 58: Toda publicidad que se efectúe por medio de aviones, helicópteros, globos, dirigibles o aerostáticos, parapentes, ultralivianos y medios similares, tripulados o no, pagará por día la cantidad establecida en el Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por metro (M2) cada uno, previa autorización otorgada por la autoridad competente. Los globos fijos y medios similares pagarán mensualmente la cantidad establecida en el Clasificador de Actividades Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por metro cuadrado de la publicidad efectivamente exhibida.

ARTÍCULO 59: Las marquesinas, sombrillas y toldos que se utilicen para fines publicitarios, pagarán la cantidad establecida en el Clasificador de Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por metro cuadrado (M2) o fracción. 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, Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, mensual por unidad.

De los Stand Publicitarios y Similares

ARTÍCULO 60: 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 por el tiempo que dure la exhibición, de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por unidad.

De la Publicidad en kioscos y similares

ARTÍCULO 61: 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 de acuerdo a lo establecido en el Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza, por metro cuadrado (M2) o fracción.

De la Publicidad en Anuncios, Avisos y similares Fijos

ARTÍCULO 62: Se entiende por anuncio, todo aviso o publicidad que se realice 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 63: 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 cm) una altura de no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 m), 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 m), desde la arista inferior del cartel hasta la acera o piso.

Avisos de identificación

ARTÍCULO 64: 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 m) de largo por 0,5 metros (0,5 m) de alto, y deberá contener la denominación del comercio o industria, número 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 Actividades, 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 PROPAGANDA Y PUBLICIDAD EN OTROS MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS

De la Publicidad en folletos y hojas impresas

ARTÍCULO 65: 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 Actividades, 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 66: Las hojas impresas, folletos, encartes, suplementos publicitarios, almanaques, mapas, guías, anuarios y similares que se distribuyan a través de periódicos, revistas o publicaciones, 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 Actividades, Medios y Elementos Publicitarios que forma parte de esta Ordenanza por ejemplares o fracción.

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 67: 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 Actividades, 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 68: 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 vías rápidas, 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 Actividades, Medios o Elementos Publicitarios.

TÍTULO V**DE LAS PROHIBICIONES****CAPÍTULO I****DE LAS PROHIBICIONES POR CONTENIDO Y UBICACIÓN****De las Prohibiciones sobre Contenido y Ubicación**

ARTÍCULO 69: Se prohíbe la publicidad:

1. Que sea contraria al orden público, la seguridad, la moral y las buenas costumbres.
2. Que relacione el consumo de bebidas alcohólicas con modelos menores de edad o actividades deportivas.
3. De bebidas alcohólicas, 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 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, vías rápidas, 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 en materia de tránsito.
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. Mediante pinturas sobre aceras 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 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 la legislación nacional, estatal o municipal.

PARÁGRAFO ÚNICO: Se prohíbe la presencia de medios o estructuras publicitarios 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 el término establecido para tal fin.

TÍTULO VI**EXENCIONES, EXONERACIONES Y REBAJAS****CAPÍTULO I****DE LAS EXENCIONES****De las Actividades Publicitarias Exentas**

ARTÍCULO 70: 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:

1.1 Prevención de accidentes.

1.2 Prevención del consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud. Sin connotación comercial.

1.3 Prevención del delito.

1.4 Difusión de medidas o actividades relacionadas con la salud o higiene de la población. Sin connotación comercial.

1.5 Difusión de información de instituciones públicas.

1.6 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 Los Salias.

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, lápidas, 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 público sin contenido comercial.

12. Los anuncios de identificación para colegios e institutos inscritos en el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

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 71: Las vallas colocadas por entes u órganos públicos 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 72: El Alcalde o Alcaldesa, podrá conceder las exoneraciones o rebajas parciales del impuesto 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 Los Salias.

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 municipal, 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. 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 73: 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 74: 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 75: 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 FISCALIZACIÓN

De las Facultades de Fiscalización

ARTÍCULO 76: 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 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 Municipal 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, digitales 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 o digitales, 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 objeto de la fiscalización que en el ejercicio de sus actividades hayan contribuido a realizar o hayan debido conocer, así como exhibir documentación relativa a tales situaciones y que se vinculen con la tributación.

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.

11. 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 Municipal dispondrá de los funcionarios fiscales que sean necesarios.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Administración Tributaria Municipal, 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 77: Las facultades y funciones de la Administración Tributaria Municipal, 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, coercitiva 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. Ejercer la inspección sobre las actuaciones de sus funcionarios.

Los documentos que emita la Administración Tributaria Municipal 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 contengan 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 Municipal. Las copias o reproducciones de documentos obtenidos por los sistemas informáticos que posee la Administración Tributaria Municipal tienen el mismo valor probatorio que los originales, sin necesidad de cotejo con estos en tanto no sean objetados 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 Municipal, hasta que hayan transcurrido los lapsos previstos en la Legislación Venezolana; la conservación de estos documentos se realizará con los medios que determinen las normas especiales en la materia.

PARÁGRAFO ÚNICO: La información a que se refiere el único aparte 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 Municipal. 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 78: La Administración Tributaria Municipal, 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 Municipal, 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 79: Las informaciones y documentos que la Administración Tributaria Municipal 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 80: La Administración Tributaria Municipal, 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 visitarán los establecimientos, locales o áreas y espacios donde se lleven a cabo la propaganda o publicidad comercial y demás establecimientos similares.
2. Practicar Auditorías 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 de 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 Municipal, 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 vigentes.

CAPÍTULO II

DE LOS DEBERES DE LA

ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA MUNICIPAL

De los Deberes de la Administración Tributaria Municipal

ARTÍCULO 81. La Administración Tributaria Municipal 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 Administración Tributaria Municipal, 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 guarden relación con la materia tributaria, y durante los periodos de presentación de la renovación de los Permisos respectivos.

6. Difundir periódicamente los actos dictados por la Administración Tributaria Municipal, 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 82: Cuando la Administración Tributaria Municipal 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 Municipal, establecerá

los medios y procedimientos de autenticación electrónica de los contribuyentes o responsables.

De la Guarda y Reserva de Información de los Contribuyentes

ARTÍCULO 83: Los funcionarios fiscales de la Administración Tributaria Municipal 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 84: 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 85: La Administración Tributaria Municipal seguirá el procedimiento previsto en el Código Orgánico Tributario, para la práctica de fiscalizaciones.

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 las obligaciones 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 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 Municipal, procederá a la emisión de la Resolución dentro de los treinta (30) días continuos siguientes, la cual será notificada al interesado.

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

De las Obligaciones Tributarias y Obligaciones Administrativas

ARTÍCULO 86: 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 Municipal.

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.
6. Solicitar y obtener el "Registro de Empresa o Persona que ejerce la Propaganda y Publicidad Comercial".
7. Solicitar y obtener el Permiso para ejercer la actividad de explotación de propaganda y publicidad comercial por tipo de medio publicitario.
8. 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.
9. Comparecer a las Oficinas cuando sea requerida su presencia para tratar asuntos de su personal interés.
10. Cumplir con las obligaciones administrativas exigidas en esta ordenanza.
11. Cualquier otra establecida en la presente Ordenanza que por sus características se entienda de naturaleza administrativa.

Lugares de Desarrollo de la Fiscalización

ARTÍCULO 87: Las facultades de fiscalización podrán desarrollarse indistintamente:

1. En las oficinas de la Administración Tributaria Municipal.
2. 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.
3. Donde se realicen total o parcialmente las actividades gravadas.
4. 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 numeral 1 de este artículo, la Administración Tributaria Municipal, 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 88: 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 89: 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.

De las Funciones del Resguardo Municipal Tributario

ARTÍCULO 90: Las funciones del Resguardo Municipal Tributario serán encomendadas a la Policía Municipal y, deberán hacer cumplir las disposiciones aquí previstas, actuando siempre en cooperación con el órgano tributario municipal. A tales efectos tendrán las siguientes funciones principales, entre otras:

1. Prestar el auxilio y apoyo que pudieran requerir 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, 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 opongan 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 del Municipio Los Salias, cumplan con el ejercicio de sus funciones.
4. Auxiliar y apoyar a la Administración Tributaria Municipal en retención o comiso preventivo 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 91: 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 92: La Administración Tributaria Municipal, en concordancia con el Resguardo Municipal Tributario y de acuerdo a los 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 93: La máxima autoridad jerárquica de la Administración Tributaria Municipal con el director de la Policía Municipal, 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 94: Los actos emanados de la Administración Tributaria Municipal en aplicación de la presente Ordenanza que produzcan efectos particulares, deberán ser debidamente notificados, 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 Tributaria se realizarán conforme a lo regulado en 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 95: Cuando resultare imposible hacer efectiva la notificación a los interesados, la decisión o Resolución se publicará en la página web de la Alcaldía y en la Gaceta Municipal, debiéndose fijar la misma en el establecimiento respectivo.

En este caso el lapso para recurrir de la decisión comenzará a contarse a partir del quinto (5°) 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 96: Las infracciones a la presente Ordenanza, se sancionarán de la forma siguiente:

1. Multas.
2. Suspensión o paralización de la exhibición, proyección o 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 97: 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 98: 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 publicada 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 99: Quienes presten servicios de publicidad de manera permanente o eventual, en jurisdicción del Municipio Los Salias sin estar inscritos en el Registro de Empresa y 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, 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 100: Quienes no realicen las labores de mantenimiento sobre los medios publicitarios instalados en el Municipio, serán sancionados con multa por 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 la sanción, hasta que se subsane la falta.

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

ARTÍCULO 101: 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 al doble por cada nueva infracción hasta un máximo de cuatro (4) veces su valor.

De la Multa por Colocar Medios o Elementos Publicitarios Prohibidos

ARTÍCULO 102: 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 ordenar la remoción del medio publicitario, según sea el caso.

PARÁGRAFO ÚNICO: El municipio retirará aquella publicidad donde incurran las prohibiciones del artículo 70 de la presente Ordenanza.

De la Multa por Falta de Comparecencia a Citaciones

ARTÍCULO 103: La falta de comparecencia a las dependencias de la Administración Tributaria 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 104: 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 105: 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 106: Quienes exhiban, proyecten o instalen propaganda o publicidad comercial mediante medios publicitarios ocasionales y al vencimiento del lapso de la autorización correspondiente no 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 sea eventos, espectáculos, presentaciones artísticas o similar

ARTÍCULO la 107: Quienes no remuevan 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, pagada en bolívares. Así mismo, el Municipio procederá, en caso de permanencia del medio publicitario a removerla publicidad expuesta a expensas del responsable.

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

ARTÍCULO 108: 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, pagada en bolívares, por metro cuadrado de extensión o área, por día de uso.

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

ARTÍCULO 109: 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, pagada en bolívares, por día no solicitado.

De la Multa por Negativa de las Empresas de Cines

ARTÍCULO 110: 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, pagada en bolívares, por cada sala donde se anuncien y por día.

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

ARTÍCULO 111: Sobre la propaganda exhibida ilegalmente o sobre los medios de propaganda o publicidad comercial fija ilegalmente instalada, el Municipio podrá colocar avisos de PUBLICIDAD ILEGAL.

De las Multas por Violación de otros Deberes Formales

ARTÍCULO 112: 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. Quienes impidan por sí mismo o interpuesta persona el acceso a locales, oficinas o lugares donde deba realizarse o desarrollarse las facultades de fiscalización serán sancionados con multa de cuarenta (40) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicada por el Banco Central de Venezuela.

De la Multa por Publicidad Comercial Instalada

ARTÍCULO 113: 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 expensa 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 pagado en Bolívares, por metro cuadrado de extensión o área multiplicada por día de uso.

De las Infracciones y Sanciones Tributarias y la Oportunidad del Pago

ARTÍCULO 114: 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 imponga.

De la Multa por Omisión en el Pago de Tributos

ARTÍCULO 115: 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 en concordancia con las leyes que rigen en la materia.

De la Multa por No Enterar el Impuesto Percibido

ARTÍCULO 116: 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 117: Quien no percibiere 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 (50%) 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 conformidad con las leyes que rigen la materia.

De la Concurrencia de Dos o Más Ilícitos Tributarios

ARTÍCULO 118: 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 119: Son circunstancias agravantes:

1. La reincidencia.
2. La condición de funcionario o empleado público que tengan coautoría o participación.
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 120: 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 121: 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 compensar cuando las haya de una u otra especie.

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando la sanción a aplicar no se encuentre entre dos límites, se aplicarán estas sin considerar atenuantes y/o agravantes.

De la Unidad de Cálculo para el Pago de las Multas

ARTÍCULO 122: 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 al momento del pago.

De la Remoción de los Medios Publicitarios

ARTÍCULO 123: 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 asumidos por el responsable o propietario y se adicionarán a la multa respectiva.

De la Remoción por No Exhibición de Publicidad Autorizada

ARTÍCULO 124: 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 a expensas de la Empresa. Si este último fuera el caso, la 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 125: 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 Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

De la Remoción efectuada por la Alcaldía

ARTÍCULO 126: Cuando la remoción de un medio publicitario sea efectuada por la Administración Tributaria Municipal, los materiales removidos serán depositados en un espacio destinado para tal fin 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 127: 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 Empresas 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 Los Salias.

De la Revocatoria del Permiso por suministro de datos falsos

ARTÍCULO 128: 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 129: 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 130: 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 131: Esta ordenanza garantiza la coordinación y armonización de las potestades tributarias conforme a lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la ley respectiva en lo relativo a la publicidad y propaganda, en la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los Estados y Municipios.

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

contributiva de las personas contribuyentes.

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

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

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

8. 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.

TÍTULO X

DISPOSICIONES TRANSITORIAS,

DEROGATORIAS Y FINALES

Renovación del Registro

ARTÍCULO 132: Las personas naturales y jurídicas en el área de publicidad y propaganda, dispondrán de un lapso de noventa (90) días siguientes contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ordenanza, a los fines de su inscripción en el Registro de Publicidad Comercial que lleva la Administración Tributaria Municipal, previo el pago de la tasa administrativa correspondiente.

Adecuación de los Medios Publicitarios

ARTÍCULO 133: Las empresas y los empresarios de publicidad comercial, tendrá 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.

De la vigencia de las tarifas

Artículo 134: 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.

De la remisión a la Vicepresidencia de la República

ARTÍCULO 135: Corresponderá al despacho del alcalde o alcaldesa, remitir a la Vicepresidencia de la República un ejemplar original o certificado, en digital, de la gaceta municipal contentiva de la presente ordenanza, dentro de los diez días siguientes a su publicación en Gaceta Municipal, en concordancia con la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las

Potestades Tributarias de los Estados y Municipios.

De los medios Publicitarios Ubicados en Propiedad Privada o Pública

ARTÍCULO 136: Los medios publicitarios que se ubiquen en propiedad privada o pública, deberán ajustarse a lo establecido en la presente ordenanza, dentro del lapso de sesenta (60) días siguientes a su publicación. Una vez entrada en vigencia y cumplido el lapso para su adecuación, la Administración Tributaria Municipal procederá a realizar los procedimientos correspondientes.

De lo No Previsto en esta Ordenanza

ARTÍCULO 137: 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 prohibición de cobrar en moneda extranjera

ARTÍCULO 138: Los tributos de publicidad, propaganda y multas, así como sus accesorios, y sanciones establecidas en esta ordenanza, deberán ser pagados en bolívares. Ninguna autoridad municipal podrá proceder al cobro de tributos, accesorios o sanciones en moneda extranjera.

Del clasificador de medios

ARTÍCULO 139: Con la aprobación de esta Ordenanza queda igualmente aprobado su Clasificador de Actividades, Medios o Elementos Publicitarios que forma parte integrante de esta Ordenanza.

De la derogatoria

Artículo 140: Se deroga la Ordenanza de Impuesto de Propaganda y Publicidad Comercial, publicada en la Gaceta Municipal Nro. Extraordinario de fecha 23 de diciembre de 2023 y cualquier otra norma o dispositivo jurídico que colida con la presente ordenanza.

De la Vigencia de la Ordenanza

ARTÍCULO 141: La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Municipal.

APÉNDICE I

CLASIFICADOR DE ACTIVIDADES, MEDIOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS

CONCEPTO	VECES DE LA MONEDA DE MAYOR VALOR TIPO DE CAMBIO BCV
	LAPSO O TIEMPO
Valla iluminada.	4 veces X m2, mensual.
Vallas luminosa.	4 veces X m2, mensual.
Valla o Pantalla Electrónica y Digital.	5,8 veces X m2, mensual

Valla Mecánica.	2,8 veces X m2, mensual.
Valla Movable.	5,8 veces X m2, mensual.
Chupetas o postes luminosos.	3 veces X m2, mensual.
Chupetas o postes no luminosos.	2 veces X m2, mensual.
Columnas informativas.	2 veces X m2, mensual.
Paradas de Transporte.	2 veces X m2, mensual.
Banderas, banderines o pendones, pancartas, banderolas, estandarte y similares grandes.	10 veces X unidad, X día de exposición.
Volantes, folletos, afiches, hojas impresas.	40 veces X cada mil (1000) ejemplares o fracción, mensual.
Carteles, anuncios no luminosos y otros.	1,3 veces X m2, mensual.
Carteles, anuncios luminosos, neón y otros.	2 veces X m2, mensual
Publicidad en Salas de Cine o similar.	35 veces X cada publicidad, mensual.
Publicidad Móvil de figuras mecánicas, electrónicas, o similares.	0,5 veces X m2, X día.
Aviones, globos, dirigibles, autos o similares.	1 veces X cantidad de cuñas, X tiempo de exposición.
Inflables, globos fijos transportable o similares.	2 veces X diámetro/m3, X anuncio exhibido, mensual.
Gigantografía.	1,5 veces X m2, X día de exposición.
Publicidad 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, y similares.	12 veces X m2, X anuncio exhibido, mensual.
Billetes, tickets, etiquetas, tapas, cajas de fosforo, calcomanías, autoadhesivos, canjeables o no, o similares.	24 veces X cada mil (1000) ejemplares o fracción, mensual.
Boletos de pasajes, espectáculos públicos, estacionamiento y similares.	24 veces X cada mil (1000) ejemplares o fracción, mensual.
Marquesinas, toldos y sombrillas.	1,2 veces X m2, X el tiempo que dure la exhibición.
Standes o similares.	12 veces, X unidades, X el tiempo que dure la exhibición.
Kioskos y similares.	1,3 veces X m2 o fracción, mensual.
Anuncios, avisos y similares fijos que se realicen a través de los medios de comunicación social (radio, televisión y medios afines).	2 veces X cada anuncio o aviso, X cuña, mensual.
Avisos de identificación (metálicos, luminosos, iluminados)	2 veces X m2 o fracción, mensual.

Balanzas, máquinas registradoras,	24 veces, mensual.
máquinas controladoras de estacionamientos y cualquier aparato automático que expida boletos con publicidad impresa en ellos.	
Encartes, suplementos publicitarios, almanaques y similares impresos	50 veces X cada mil (1000) ejemplares o fracción.
Habladores, mostrarios o similares	1 vez X unidad o fracción, mensual.
Medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad	0,5 veces X m2 o fracción, mensual.
Vitrinas, exhibidores en vía peatonal	1,3 veces X m2, X cada medio instalado, X tiempo de exposición.
Balanzas, máquinas registradoras,	24 veces, mensual.
máquinas controladoras de estacionamientos y cualquier aparato automático que expida boletos con publicidad impresa en ellos.	
Encartes, suplementos publicitarios, almanaques y similares impresos	50 veces X cada mil (1000) ejemplares o fracción.

Dada, firmada y sellada en el Salón donde celebra sus Sesiones el Concejo del Municipio Los Salias, a los veintiocho (28) días del mes de abril del año dos mil veintiséis 2026.

Cjal. ANGEL ROMAN

Presidente del Concejo Municipal de Los Salias

Según Acuerdo Nro.001/2026 de fecha 06/01/2026

Publicado en la Gaceta Municipal N° Extraordinario 01/01 de fecha 06/01/2026.

Cjal. LUCERO VERA

Vicepresidente del Concejo Municipal de Los Salias

Según Acuerdo Nro 002/2026 de fecha 06/01/2026

Publicado en la Gaceta Municipal N° Extraordinario 02/01 de fecha 06/01/2026.

CÚMPLASE, PUBLÍQUESE Y EJECÚTESE,

CESAR FELICE
Concejal

ANTONIO DE ANDRADE
Concejal

EDGAR LEONEL LAYA JIMÉNEZ
ALCALDE DEL MUNICIPIO LOS SALIAS

JOSÉ MORENO
Concejal

RODOLFO GÓMEZ
Concejal

GACETA MUNICIPAL
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVARIANO DE MIRANDA
MUNICIPIO LOS SALIAS
SAN ANTONIO DE LOS ALTOS

DEPOSITO LEGAL PP84/0143

Valor Ejemplar: veinte por cientos de Unidad Tributaria (20% U.T.) el primer folio y cuatro por ciento de Unidad Tributaria (4% U.T.) los folios siguientes

SECRETARIA MUNICIPAL

ORDENANZA SOBRE GACETA MUNICIPAL
(Tercera Reforma Parcial)

ÁNGEL PALMERI
Concejal

Artículo 1.- La Gaceta Municipal, creada como órgano oficial de publicación del Municipio Los Salías, mediante Decreto de fecha 22 de junio de 1984 se regulará de conformidad a la presente Ordenanza.

Artículo 2.- La Gaceta Municipal se publicará ordinariamente por lo menos una vez cada mes, sin perjuicio de que se publiquen números extraordinario.

Dada, firmada y sellada en el Salón donde celebra sus Sesiones el Concejo del Municipio Los Salías, a los siete (07) días del mes de agosto del dos mil nueve (2009). Años 199 de la Independencia y 150 de la Federación.

LARS/kyrc ORDENANZA DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL FIJA Y EVENTUAL EN JURISDICCION DEL MUNICIPIO LOS SALIAS DEL ESTADO BOLIVARIANO DE MIRANDA (Sancionada y aprobado el día 28/04/2026)

Abg. LUIS A. ROMÁN. S
Secretario Municipal de Los Salias
Según Acuerdo Nro. 003/2026 de fecha 06/01/2026
Publicado en la Gaceta Municipal N° Extraordinario 01/03 de
fecha 05/01/2026