

República Bolivariana de Venezuela

Estado Miranda



Municipio El Hatillo

Concejo Municipal de El Hatillo

GACETA MUNICIPAL

MUNICIPIO EL HATILLO
ESTADO MIRANDA

Año: MMII

El Hatillo, 30 de Octubre de 2002 Nro. 29/2002

EXTRAORDINARIO

ORDENANZA SOBRE
GACETA MUNICIPAL

Las Ordenanzas, los Acuerdos que afecten la Hacienda Pública Municipal o cuya publicación lo exija el reglamento interior y de debates, los Reglamentos y los Decretos, tendrán autenticidad y vigencia desde la fecha de su publicación en la Gaceta Municipal. Las autoridades del poder público y los particulares en general quedan obligados a su cumplimiento.

ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO EL HATILLO DEL ESTADO MIRANDA.

CONTENIDO: 45 PÁGINAS

PRECIO Bs. 4.500,00
Depósito Legal pp93-0431



**ORDENANZA
SOBRE
PUBLICIDAD
COMERCIAL**

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO MIRANDA
MUNICIPIO EL HATILLO

El Concejo del Municipio El Hatillo, en uso de sus atribuciones legales, **SANCIONA**, la siguiente:

ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL

TITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1: La presente Ordenanza tiene por objeto crear el Impuesto Municipal previsto en el artículo 179 de la Constitución Nacional, así como regular y controlar la actividad de Publicidad Comercial en medios exteriores, interiores y cines que se lleve a cabo en Jurisdicción del Municipio El Hatillo del Estado Miranda.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los efectos de esta Ordenanza se entiende por Publicidad Comercial todo anuncio o mensaje difundido a través de Empresas o Empresarios de Publicidad, debidamente registrado o no en el Registro de Empresarios o Publicidad que a tal efecto llevará la Administración Tributaria Municipal, de manera permanente o eventual, con fines de lucro y destinado a dar a conocer, asumir la creación, edición, instalación, transmisión, exhibición de mensajes o anuncios publicitarios, promover, informar, divulgar o vender productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles o similares, exhibiciones artísticas, de destrezas o habilidades, con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios o compradores.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Quedan sometidas a las disposiciones de esta Ordenanza, toda publicidad comercial en medios exteriores, interiores y cines, debidamente permitida o no, que se realice o pretenda realizar, dentro de la Jurisdicción de este Municipio.

ARTICULO 2: La presente Ordenanza regirá sin perjuicio de la aplicación de las disposiciones sobre Publicidad Comercial sancionadas o dictadas por las autoridades nacionales o estatales en los ámbitos de sus competencias.

PARÁGRAFO UNICO: Queda prohibida la colocación de vallas, anuncios, carteles o demás medios publicitarios que induzcan al consumo de bebidas alcohólicas y cigarrillos, en las inmediaciones de carreteras y autopistas, dentro de la Jurisdicción de este Municipio. Así mismo, ningún medio publicitario a que se refiere este artículo podrá colocarse en los separadores de autopistas y carreteras.

ARTICULO 3: Toda publicidad comercial deberá ajustarse a la verdad y expresarse en correcto idioma castellano. Se podrán utilizar idiomas extranjeros si se trata de palabras que no tienen traducción, cuando sean nombres propios, marcas de fábrica o denominaciones comerciales debidamente registradas o cuando sea de interés para grupos específicos. En este último caso debe presentarse a la Administración Tributaria Municipal, la traducción del texto al castellano. La publicidad en idiomas, dialectos o lenguas indígenas siempre será permitida sin traducción al castellano.

ARTICULO 4: Será responsabilidad y competencia de la Administración Tributaria Municipal, la fiscalización, recaudación, control y aplicación de la presente Ordenanza y demás disposiciones legales establecidas tanto en la Ley Orgánica de Ordenación Urbanística, Ley de Tránsito Terrestre y su Reglamento, así como en la Ley Penal del Ambiente y su Reglamento, aplicables a esta materia; sin perjuicio de las atribuciones conferidas al Alcalde en su condición de máxima autoridad o a otros órganos de la Administración Pública Municipal, de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente.

PARÁGRAFO UNICO: Para el cumplimiento de sus atribuciones y funciones, la Administración Tributaria Municipal, podrá solicitar toda la colaboración a que haya lugar de la Policía Municipal de El Hatillo, cuyo órgano tendrá plena competencia para llevar a cabo las funciones de inspección y fiscalización en el ámbito jurisdiccional de este Municipio a los fines de preservar el cabal y pleno cumplimiento de la presente Ordenanza y su Reglamento.

ARTICULO 5: A los efectos de esta Ordenanza, se entienden por Empresa o Empresario de publicidad, y por consiguiente contribuyente, a toda persona natural o jurídica que de manera permanente o eventual, asume la creación, edición, instalación, transmisión, exhibición de mensajes o anuncios publicitarios, destinados a conocer, promover, informar, divulgar o vender bienes, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

PARÁGRAFO UNICO: Serán igualmente responsables del pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, así como del cumplimiento de estas disposiciones, los representantes legales con capacidad para obligar a las empresas encargadas de realizar las actividades descritas en este artículo, así como los propietarios de inmuebles o locales donde se instale o pretenda colocar alguna publicidad, al igual que los propietarios de vehículos de cualquier tipo donde esto ocurra.

ARTICULO 6: A los efectos de esta Ordenanza se entiende por **Anunciante:** Toda persona natural o jurídica que produzca o comercialice un producto o servicio de venta legal al público. **Publicista:** La persona natural o jurídica responsable de la confección de las estrategias creativas y diseños que se insertarán en cualquier medio, para

evidenciar los Atributos y/o virtudes de productos o servicios, en el área donde se dirigirá la venta o promoción para un público objetivo determinado. **Medios:** Los canales, vías o espacios creados, manejados, fabricados, instalados, producidos u otro, por cualquier persona natural o jurídica de manera permanente o eventual donde se exhiben o exponen los anuncios publicitarios alusivos a los atributos y /o virtudes de los productos o servicios, con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios y compradores .

Unidad Publicitaria: Cualquier objeto, elemento, instrumento, bien, cosa, mecanismo, tecnología o similares que sirvan o se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario. **Conjunto de Medios o Unidades Publicitarias:** Es el conjunto homogéneo o heterogéneo de unidades publicitarias que sirvan o que se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario.

TITULO II

DEL REGISTRO DE EMPRESAS O EMPRESARIOS QUE REALIZAN ACTIVIDADES PUBLICITARIAS

ARTICULO 7: Toda persona natural o jurídica que pretenda operar en nombre propio o en nombre de terceros, como empresa o empresario de publicidad y realizar actividades publicitarias en medios exteriores, interiores y cines, de manera permanente o eventual, en jurisdicción de este Municipio, deberá estar inscrita en el Registro de Publicidad que al efecto llevará la Administración Tributaria Municipal. Dicha inscripción causará una tasa administrativa de Cinco (05) Unidades Tributarias, debiendo ser renovada anualmente dentro de los primeros treinta (30) días del mes de Enero, toda vez que su vigencia expira el 31 de Diciembre de cada año, no importando la fecha en que se efectuó el registro anterior.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los fines de que las actividades publicitarias a que alude esta Ordenanza y su Reglamento, se ajusten plenamente a las previsiones legales y extremos contenidos en su normativa, **SE CREA EL REGISTRO DE PUBLICIDAD** a objeto de la plena identificación de cada una de las empresas o empresarios y de los medios existentes, con determinación exacta del código asignado, número de placa identificatoria colocada en el respectivo equipo o unidad publicitaria, fecha de permiso y número de inspección, unidad y empresa de publicidad, que sean pertinente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Será responsabilidad de la Administración Tributaria Municipal el control del Registro de Publicidad, así como el proceso de renovación de las inscripciones de las empresas o empresarios que realicen actividades publicitarias en jurisdicción de este Municipio.

ARTICULO 8: Son requisitos para la inscripción en el Registro de Publicidad:

1°.- En el caso de personas jurídicas: a) acta constitutiva y estatutos, b) licencia de la empresa para el ejercicio de Actividades económicas de Industria, Comercio, servicios o de índole similar; c) recibo de liquidación del último trimestre, si tuviese más de tres meses de constituida; d) memoria descriptiva y planos de los medios publicitarios que la empresa pretende comercializar en el Municipio; e) solvencia Municipal; f) R.I.F. y NIT

2° En el caso de personas naturales: a) carta notariada contentiva del nombre y apellido, nacionalidad, estado civil, número de cédula de identidad, dirección y teléfono, así como la condición de comerciante e intención de dedicarse a actividades publicitarias en jurisdicción de este Municipio; b) memoria descriptiva y planos de los medios publicitarios que se intente comercializar en el Municipio.

3° En el caso de personas naturales o empresas que se dediquen a actividades de publicidad mediante vallas o cualesquiera otros elementos fijos, póliza de responsabilidad civil con duración mínima de un (01) año que ampare riesgos de los posibles siniestros que puedan causarse a terceros. La renovación periódica de esta Póliza debe ser comprobada en el momento del pago de los impuestos causados en aplicación de esta Ordenanza.

PARÁGRAFO UNICO: Queda entendido expresamente que para poder optar a la renovación del permiso de empresa o empresario de publicidad, la empresa o empresario en cuestión deberá declarar y pagar el impuesto por el ejercicio de actividades económicas de industria, comercio, servicios, o de índole similar al fisco del Municipio El Hatillo, que se haya generado como consecuencia de los ingresos percibidos o producidos a causa del ejercicio de la actividad publicitaria en jurisdicción de este Municipio. Por esta razón, el contribuyente recibirá un comprobante de la Declaración y del pago del impuesto respectivo, a fin de que se sirva descargarlo de su Declaración, en caso de que no tenga su sede comercial en nuestra jurisdicción. Caso contrario, presentará, la Declaración y pagará su impuesto en el lapso previsto en la Ordenanza que regula esa materia en este Municipio.

ARTICULO 9: Recibida la solicitud de inscripción y los recaudos a los que contrae el artículo anterior, la Administración Tributaria Municipal procederá a su correspondiente revisión y dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su recepción; previa aprobación la Administración Tributaria Municipal expedirá al interesado constancia de su inscripción o en su defecto, le notificará mediante Resolución motivada las causas de su rechazo.

PARÁGRAFO UNICO: En la Administración Tributaria Municipal se llevará un Libro de Registro, debidamente foliado y sellado, donde se asentarán las solicitudes recibidas, en orden cronológico, las constancias de inscripción emitidas y las resoluciones emanadas de dicha Administración Tributaria contentivas de las negativas de solicitudes de inscripción.

ARTICULO 10: Todo el que realice las actividades publicitarias a que se refiere esta Ordenanza está obligado a:

1° Actuar como agentes de percepción y/o retención según sea el caso, de los impuestos que se causen de acuerdo con esta Ordenanza y enterarlos en una Oficina Receptora de Fondos Municipales.

2° Mantener en buen estado los medios publicitarios que coloque.

3° Retirar los medios o unidades publicitarias en los casos en que no cumplan con algunas de las disposiciones de esta Ordenanza, así como aquellos que no llenen las condiciones estéticas y de seguridad requeridas.

4° Solicitar un nuevo permiso por cualquier cambio estructural o de forma de las vallas, avisos o medios, si con ellos las mismas dejan de corresponderse con la aprobación de conformidad otorgada por la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro (si fuere el caso), y la Administración Tributaria Municipal, a los efectos de obtener la nueva conformidad, si así lo ameritara y de cancelar el impuesto que le corresponde. Esto deberá realizarse en el plazo de quince (15) días continuos, después de haber recibido el nuevo permiso.

5° Notificar a la Administración Tributaria Municipal, el retiro de las vallas o unidades publicitarias y demostrar que se ha restituido a su condición original el espacio de ubicación de las mismas.

6° Enviar a la Administración Tributaria Municipal, una relación que indique los avisos, vallas o unidades publicitarias que continuaran en exhibición durante el año siguiente, en el transcurso del mes de Noviembre de cada año, los permisos vigentes o su renovación y autorización del propietario del inmueble que permita usufructuar el mismo, a los fines del cálculo del impuesto.

7° Permitir el acceso de los Auditores Fiscales o Fiscales de Rentas debidamente autorizados para la revisión de la contabilidad y suministrar a éstos los documentos e información que le sean requeridos.

ARTICULO 11: La Alcaldía podrá suspender, prohibir, remover o sancionar la publicidad promocionada por las personas naturales o jurídicas aquí señaladas cuyos anuncios publicitarios no se ajusten a las normas previstas en esta Ordenanza, así como a la Ordenanza de Zonificación o a las normas de moralidad, seguridad, ornato, lenguaje y mantenimiento, de conformidad con lo previsto en el ordenamiento legal vigente.

PARÁGRAFO UNICO: Las decisiones de la Alcaldía serán ejecutadas a través del órgano competente en un plazo de diez (10) días continuos contados a partir de la notificación.

correspondiente. La Administración Tributaria Municipal velará por el estricto cumplimiento de esta disposición.

ARTICULO 12: Toda la publicidad comercial que se pretenda difundir a través de cualquier medio de los previstos en esta Ordenanza, y colocada en el pueblo tradicional de El Hatillo, estará sujeta a revisión por la Junta Conservadora a los fines de cumplir con lo previsto en el Decreto No. 04-96 de fecha 03-04-96, "Mediante el cual se declaran de interés histórico, cultural y arquitectónico, todos los inmuebles públicos y privados ubicados dentro del área perimetral que conforma el Casco Tradicional del Municipio El Hatillo, que por sus características deban ser conservados, o en su defecto por la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro".

ARTICULO 13: Toda valla, poste, chupeta, cartel o elementos publicitarios similares deberán mantenerse en adecuadas condiciones de seguridad y conservación. En caso de desperfectos o deterioros, si la empresa industrial o comercial no procediera a repararlos en el plazo de quince (15) días continuos, contados a partir de la fecha de haber recibido la notificación respectiva, por parte de la Administración Tributaria Municipal, ésta procederá a removerlo sin que el responsable pueda reclamar reducción o devolución del impuesto que hubiere pagado. Los gastos que ocasione dicha remoción serán por cuenta del responsable, o propietario de la unidad publicitaria quien no podrá alegar deterioro de ninguna índole derivado de tal acción.

PARÁGRAFO PRIMERO: Transcurridos quince (15) días, sin que el responsable o propietario hubiere recuperado el medio o unidad removida, el Municipio podrá disponer de él, con el fin de resarcir los gastos ocasionados.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La empresa industrial, la publicitaria y/o el anunciante que instale vallas o anuncios fijos o similares en terrenos municipales o de propiedad privada deberá conservar y mantener limpia el área circundante, así como realizar obras de paisajismo, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ordenanza.

PARÁGRAFO TERCERO: Las personas naturales o jurídicas que asuman el patrocinio de obras de ornato y paisajismo, podrán instalar afiches o módulos de información que identifiquen al patrocinante como prestador del servicio, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ordenanza.

PARÁGRAFO CUARTO: Los avisos o medios a que se refiere el Parágrafo anterior podrán instalarse y estarán exentos del pago del impuesto siempre que no incluyan mensajes publicitarios.

TITULO III DE LA TRAMITACION DE LOS PERMISOS

ARTICULO 14: Solo podrá exhibirse propaganda o publicidad comercial, o ejercer cualquier tipo de acto relacionado con esta actividad, cuando previamente se haya obtenido el permiso respectivo de la Administración Tributaria Municipal y cancelado el impuesto correspondiente. A tal efecto, la persona natural o jurídica interesada en la instalación de una estructura para publicidad comercial, colocación de avisos en locales comerciales o exhibición de propaganda o publicidad por cualquier medio, en jurisdicción de este Municipio, deberá presentar ante la Administración Tributaria Municipal, escrito en el formato expedido para tal fin, en el cual expondrá las razones de su solicitud.

El escrito deberá estar acompañado de los siguientes recaudos:

- 1) Características y formas del medio y de la unidad publicitaria, así como de la estructura material o forma a utilizar.
- 2) Para medios ocasionales, deberán precisar el tiempo en el cual será instalada y exhibida, el sitio y/o espacio a ocupar; para los medios permanentes, solo bastará especificar que son permanentes e intercambiables y el lugar a ocupar.
- 3) Plano de ubicación del lugar donde se colocará la unidad publicitaria y fotografía de dicho lugar.
- 4) Croquis de ubicación que incorpore la unidad publicitaria propuesta a los elementos existentes en su entorno.
- 5) Proyecto de ornato y mantenimiento, cuando se proponga su ubicación en terrenos no construidos.
- 6) Croquis de relación de distancias mínimas con inmuebles y otras unidades publicitarias similares o de la misma categoría existente en el sector.
- 7) Fianza de fiel cumplimiento emitida por empresa de seguros o institución financiera de reconocida solvencia, suficiente para responder al Municipio de las obligaciones que ha de asumir la persona natural o jurídica de acuerdo a esta Ordenanza y su Reglamento. El monto de esta fianza será determinado en Unidades Tributarias y fijado por la Administración Tributaria Municipal, las cuales se ajustarán a comienzo de cada año en la forma y condiciones previstas en el Código Orgánico Tributario. La duración de esta fianza será de un año y permanecerá en custodia por la Administración Tributaria Municipal hasta que venza el permiso, y deberá ser renovada en caso de que la duración del permiso otorgado por la Administración Tributaria Municipal sea extendido.

- 8) En el caso de vallas colocadas en kioscos, se deberá presentar, además de los recaudos anteriores:
- a) Autorización otorgada por la Alcaldía para la instalación del kiosco.
 - b) Comprobante de cancelación de las obligaciones tributarias del kiosco.
- 9) En terrenos de propiedad privada, presentar copia del documento de propiedad, solvencia del pago del impuesto de Inmuebles Urbanos y Autorización escrita del propietario para la instalación de la unidad publicitaria, y además autorización expresa de este para que los funcionarios del Municipio accedan al inmueble, si ello fuera necesario, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción. En caso de que se coloque una unidad publicitaria en terreno o propiedad privada, sin autorización de la Administración Tributaria Municipal, el propietario del terreno o inmueble será solidariamente responsable, en conjunto con la empresa de publicidad, en el pago de los impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.
- 10) En caso de tratarse de medios publicitarios luminosos, iluminados o electrónicos, debe anexarse la certificación de la empresa suministradora de energía eléctrica sobre la factibilidad del servicio y el compromiso de pago del consumo de la energía eléctrica que se produzca, y un estudio técnico avalado por un ingeniero eléctrico debidamente colegiado.
- 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 del propietario del inmueble, así como un estudio de un Ingeniero Estructural sobre la posibilidad de la colocación de la unidad publicitaria. Este estudio deberá ser aprobado por la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro previo a la obtención del permiso.
- 12) La entrega de los recaudos a los que se 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 para un mismo espacio hubiere más de una solicitud.
- 13) En terrenos municipales se deberá presentar, luego de la inscripción, además de los recaudos anteriores los siguientes:
- a) Certificación de la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro de que el terreno es de propiedad municipal, que deberá responder en el término de quince (15) días hábiles desde su recepción. Si el interesado no ha recibido respuesta, podrá interponer reclamación administrativa por ante el Alcalde por el retardo o incumplimiento en

que hubieren incurrido los funcionarios responsables del hecho. La reclamación deberá interponerse en forma escrita y razonada y será resuelta dentro de los quince (15) días siguientes.

b) Contrato de Arrendamiento suscrito entre la empresa publicitaria y el Alcalde, elaborado por la Sindicatura Municipal. Si la Sindicatura no elabora el Contrato de Arrendamiento dentro de los quince (15) días continuos a la fecha de recepción de la solicitud de elaboración del mismo, el interesado podrá interponer igualmente reclamación administrativa ante el Alcalde, en los términos antes indicados. El arrendamiento será cancelado mediante el canon que al efecto fije la Alcaldía o mediante la utilización de espacios en vallas de publicidad para 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.

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 el numeral anterior, pudiendo concedérsele el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar.

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

PARÁGRAFO UNICO: En caso de tratarse de Vallas Espectaculares (Las que oscilan entre Veinticinco y Cuarenta metros cuadrados) o Súper Espectaculares (Aquellas de más de Cuarenta metros cuadrados) se requerirá, además de los requisitos antes mencionados, de la certificación expedida por la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro de responsabilidad técnica y cumplimiento de variables urbanas en cuanto al permiso de construcción de las mismas, zonificación y especificaciones técnicas. Quedando entendido que no se permitirán vallas superiores a 72 M2. por cara.

Queda entendido que la Administración Tributaria Municipal se reserva el derecho a negar cualquier solicitud que a su juicio no responda con los planes de Ordenamiento Urbano, publicitarios, de ornato, estéticos u otros del Municipio, sin tener que mediar ninguna respuesta razonada al respecto.

ARTICULO 15: La Administración Tributaria Municipal, una vez presentada la solicitud

con todos los recaudos exigidos en el artículo anterior, dejará constancia de ser recibida y procederá a la exhaustiva verificación de que la solicitud cumple a cabalidad con todos y cada uno de los extremos y requisitos previstos en esta Ordenanza, previa inspección del lugar donde se pretenda la colocación del medio publicitario. Solo luego de constatarse que no hay 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, siendo obligatoria la presencia de un fiscal de la Administración Tributaria Municipal al momento de la colocación mencionada.

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 y su Reglamento, 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. En todo caso, vencido como sea este lapso sin que la Administración Tributaria en referencia se haya pronunciado, el interesado tendrá derecho a reclamar ante el Superior Jerárquico del retardo, omisión o incumplimiento del procedimiento, trámite o plazo, conforme a la normativa que rige la materia.

PARÁGRAFO TERCERO: A los fines expuestos en el presente artículo, una vez como sea debidamente instalado el medio publicitario de que se trate, se requerirá la colocación de la respectiva placa identificatoria en la unidad publicitaria, de la Empresa y/o interesado, con el número asignado y fecha de colocación, cuyo costo será a cargo de la Empresa y/o interesado.

PARÁGRAFO CUARTO: Si durante Sesenta (60) días continuos una Unidad publicitaria permisada, se encontrase sin exhibir publicidad comercial, causará una tasa administrativa equivalente, a Veinticuatro (24) UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES, a partir de la colocación de la Unidad Tributaria. En este caso, cumplido el lapso indicado caducará el permiso otorgado y se aplicará lo referente al derecho de preferencia previsto en el Artículo 14, Numeral 13, Literal B, debiendo en consecuencia la empresa de publicidad remover a su costo la unidad publicitaria que se encontrare a partir de la colocación de la unidad publicitaria, en caso de que la empresa no remueva la misma, lo hará el Municipio cargando el costo a la Empresa. Si este último fuera el caso, la Administración Tributaria Municipal no otorgará un nuevo permiso al infractor por el lapso de dos (02) años a partir de esta infracción. El contenido de este Parágrafo se aplicará en todos los casos salvo cuando se trate de medios publicitarios combinados con

servicios a la comunidad, mientras esté presente en el medio.

PARÁGRAFO QUINTO: La colocación de publicidad comercial sin la debida autorización del Municipio, tendrá como consecuencia la cancelación de la inscripción de la empresa responsable, del Registro de Empresas de Publicidad que al efecto lleva la Administración Tributaria Municipal si fuere el caso, y la prohibición de ejercer la publicidad comercial por el lapso de dos (02) años en la jurisdicción de este Municipio, bien para la empresa en cuestión y para sus directores de manera individual.

ARTICULO 16: La Administración Tributaria Municipal, negará el permiso para instalar, transmitir, exhibir o realizar la actividad de publicidad comercial en jurisdicción del Municipio El Hatillo, si la Empresa o Empresario de Publicidad responsable, no detenta la constancia de inscripción vigente como Empresa de Publicidad en el Registro correspondiente que al efecto lleva dicha Administración Tributaria y no se encuentre solvente en el pago de sus Impuestos Municipales para el momento de la solicitud.

TITULO IV DE LOS CONTRIBUYENTES Y RESPONSABLES

ARTICULO 17: Están obligados, al pago del impuesto establecido en la presente Ordenanza y al cumplimiento de sus disposiciones, en calidad de contribuyentes, responsables directos o responsables solidarios.

a) Las personas naturales o jurídicas que efectúen las actividades previstas en esta Ordenanza, bien en forma directa o mediante la contratación de estos servicios, con terceras personas, en calidad de contribuyentes.

b) Las personas naturales o jurídicas que exploten las actividades a que se refiere esta Ordenanza, serán responsables directas como agentes de percepción del tributo.

c) Cuando la publicidad se haga a favor o a nombre de terceros, éstos serán responsables solidarios, ante el Fisco Municipal, del pago de los impuestos, accesorios y multas previstas en esta Ordenanza.

PARÁGRAFO UNICO: Si en una unidad, medio o elemento publicitario se hiciera publicidad de dos (02) o más productos, artículos, servicios, etc., serán contribuyentes solidariamente responsables del pago del impuesto, accesorios y multas, y al cumplimiento de las obligaciones previstas en esta Ordenanza, todos los anunciantes que figuren en el medio, elemento o unidad publicitaria; y será responsable solidario la persona que realiza la publicidad a nombre de los diversos anunciantes, si fuera el caso, debiendo cada uno pagar el impuesto previsto en esta Ordenanza, como si estuviera siendo ejercida la actividad por él sólo.

ARTICULO 18: Los agentes de percepción están obligados a adicionar el monto del impuesto, a las facturas que emitan a cargo de terceras personas, por la realización de actividades gravadas en esta Ordenanza. Efectuada la percepción, el agente es el único responsable ante el Fisco Municipal por el impuesto percibido, que deberá enterar en una oficina receptora de fondos municipales, mediante la planilla correspondiente, en la oportunidad de efectuar la declaración a que se refiere el artículo siguiente.

ARTICULO 19: Los agentes de percepción deberán presentar trimestralmente ante la Administración Tributaria Municipal, una declaración informativa de los tributos percibidos y enterados.

TITULO V

DEL HECHO Y DE LA BASE IMPONIBLE

ARTICULO 20: El hecho generador del impuesto lo constituirá el ejercicio o explotación de las actividades de publicidad comercial descritas en esta Ordenanza, o cualquier otra que por su innovación no se hubiere contemplado en la misma, realizada por personas naturales o jurídicas dentro de la jurisdicción del Municipio El Hatillo.

ARTICULO 21 :El impuesto sobre Publicidad Comercial se liquidará anualmente y se pagará en forma trimestral en los primeros Diez (10) días de cada trimestre. Su no cancelación acarreará un recargo del 10% si se paga dentro de los restantes días del primer mes del trimestre; del 20% si se paga en el segundo mes del trimestre y del 30% si se paga en el tercer mes del trimestre. La no cancelación del trimestre respectivo acarreará la remoción y cobro judicial, previa notificación al interesado. Cuando la publicidad se inicie durante el curso del año fiscal o cuando vaya a realizarse por un lapso menor al año y superior a Treinta (30) días, el impuesto se liquidará

proporcionalmente a los meses transcurridos hasta el final del período fiscal o del lapso durante el cual vaya a realizarse.

ARTICULO 22: Cuando se trate de una publicidad cuyo impuesto se calcule anualmente , pero su realización no vaya a exceder de Treinta (30) días, el impuesto será la doceava parte del que hubiere pagado de permanecer exhibido un (01) año.

ARTICULO 23: En el caso de la publicidad realizada en idioma distinto al castellano a que se refiere esta Ordenanza, pagará un impuesto equivalente al doble del que deba pagarse según sea el respectivo medio publicitario usado, cuando el producto publicitado hubiera sido expresado en idioma castellano, previa aprobación de la Administración Tributaria Municipal.

Esta disposición no se aplicará a la publicidad realizada en idiomas o dialectos indígenas.

ARTICULO 24: El tributo a establecerse por el uso de los distintos medios de publicidad comercial descritos en esta Ordenanza en jurisdicción de este Municipio, tendrá como base a la Unidad Tributaria según lo dispuesto en el Código Orgánico Tributario.

TITULO VI

DE LOS DISTINTOS MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIAS

CAPITULO I DE LAS VALLAS

ARTICULO 25: Se entiende por valla toda publicidad en forma de objeto, estructura, cartel, anuncio, mural, globo o similar, impreso, pintado con o sin iluminación o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos o signos destinados a permanecer a la vista del publico, en ambientes interiores o exteriores destinados a promover por medio de la publicidad el conocimiento y/o la venta de productos y bienes de consumo o servicios.

ARTICULO 26: Se entiende por valla iluminada aquella que ajustada a la definición del artículo anterior, posea iluminación proveniente del exterior; valla luminosa es aquella que ajustada a la definición de la presente Ordenanza posea iluminación proveniente del interior de su estructura; valla electrónica: aquella que ajustada a la definición dada, exhiba anuncios cambiables accionados mediante mecanismos o mandos electrónicos, o similares.

ARTICULO 27: Se entiende por valla publicitaria combinada con servicios a la comunidad, aquella estructura que incorpora elementos publicitarios y promueve o presta un servicio

reconocido en forma oficial, de conformidad con lo establecido en esta Ordenanza y en el Reglamento que regula la actividad.

ARTICULO 28: Se entiende por vallas en general, aquellas ajustadas a la definición de este capítulo y que se encuentre instalada con estructuras propias sobre el suelo; valla en edificaciones, las cuales pueden ser estructuras propias sobre azoteas, o adosadas a las fachadas; vallas móviles o rodantes aquellas que sean exhibidas en el exterior de vehículos automotores de cualquier tipo comercial o de transporte público o carga, en su parte exterior, trasera, lateral o colocada en su parte superior.

ARTICULO 29: Las vallas solo podrán colocarse en :

- 1) Inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de usos mixtos previstos en los planos de zonificación de este Municipio.
- 2) Los linderos de zonas residenciales, paredes laterales y azoteas de edificaciones con uso mixto; cuando los carteles, anuncios o parte frontal de publicidad, tengan dirigida su visibilidad a avenidas o autopistas ubicadas fuera de la zona residencial, y no obstaculicen el campo visual o panorámico desde las estructuras y/o edificaciones ya existentes, ni perturben, si son iluminadas, a las personas que viven en las edificaciones vecinas.
- 3) Kioscos de venta de revistas, periódicos y golosinas, siempre y cuando tanto estos como las unidades publicitarias, estén debidamente autorizadas por la Administración Tributaria Municipal.
- 4) Aceras, únicamente cuando se trate de medios o unidades publicitarias combinadas con servicios a la comunidad (postes, chupetas o similares, avisos o anuncios, en las paradas de autobuses y taxis o cualquier otro que persiga la misma finalidad), previstos en el Reglamento de esta Ordenanza, y a una distancia mínima de dos (02) metros de la esquina, y colocadas a no menos de 20 metros de distancia entre ellas en una misma cuadra.
- 5) Las inmediaciones de autopistas y carreteras, vías y caminos que conduzcan a zonas residenciales, distribuidores de tránsito y corredores viales. Entendiéndose por inmediaciones de carreteras y autopistas una franja de Cincuenta (50) metros medidos desde el eje de la vía en las autopistas nacionales, de veinte (20) metros medidos desde el eje de la vía en carreteras pavimentadas y quince (15) metros medidos desde el eje de la vía en las carreteras no pavimentadas. En caso de que se modifique el eje de la vía, deberán ser reubicadas las vallas existentes de acuerdo con la localización que tenga el nuevo eje, respetando las distancias establecidas en este artículo.

6) En las edificaciones deportivas, sanitarias y educativas, exceptuando los mensajes publicitarios sobre marcas de licores y cigarrillos.

7) En el interior de locales de espectáculos, o en locales de libre acceso al público.

PARÁGRAFO PRIMERO: La colocación de vallas y demás medios o unidades publicitarias fuera de las áreas a las cuales se refiere el numeral 5, requerirá la correspondiente notificación a las autoridades administrativas del Tránsito Terrestre y al Ministerio de Ambiente, dentro del ámbito de su respectiva competencia, sin perjuicio de las autorizaciones que sean exigibles según otras disposiciones legales.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las especificaciones exactas de los tipos de vallas en atención a su naturaleza, dimensiones, ubicación, distancia entre ellas y terminación de su estructura posterior, será establecida en el Reglamento de esta Ordenanza y por la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro. en el entendido de que no podrán ser mayores de 72 mts² por cada cara.

ARTICULO 30: Las vallas publicitarias o similares, de ubicación fija, que sean instaladas en terrenos planos, de pendientes o con desniveles abruptos, gaviones, muros de contención y similares, cuyas cotas sobre el nivel de la vía no excedan de cuatro metros (4.00 Mts.), y que dichos terrenos sean colindantes con autopistas, carreteras o avenidas, deberán guardar una distancia mínima de cinco metros (5,00 Mts.) contados entre el borde de la vía y el extremo del anuncio más próximo a la misma.

En cada caso, la instalación de las vallas y similares deberá ajustarse a los parámetros contemplados en esta Ordenanza, y su Reglamento evitando la saturación ambiental. La Administración Tributaria Municipal, de conformidad con lo que establezca esta Ordenanza y su Reglamento, queda facultada para autorizar el número de vallas admisibles y la separación entre ellas de acuerdo con las características y extensión de la zona.

ARTICULO 31: Salvo lo dispuesto en el artículo anterior, en zonas no residenciales se permitirá la instalación de vallas publicitarias o conjuntos de ellas, dentro de terrenos privados, próximos a las vías o carreteras de tránsito menor, guardando una distancia mínima de tres metros (3.00 Mts) del borde del lindero del terreno cuyo frente da a la vía. En cualquier caso, las vallas deberán instalarse a una altura mínima de un metro con ochenta centímetros (1.80 cms) sobre el nivel del suelo, evitando la visualización de los elementos estructurales del soporte y no podrán ser superior a ocho metros (8.00 Mts) de altura.

CAPITULO II

DE LOS MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIAS OCASIONALES

ARTICULO 32: Se entiende por medios o unidades publicitarias ocasionales, aquellos

que por su naturaleza y duración no son permanentes, tales como: banderas, banderines, banderolas, pendones, volantes, barras, cupones, Material P.O.P., folletos y similares. A tales fines queda entendido que no se permitirá la colocación de pancartas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los medios o unidades publicitarias ocasionales aquí descritos sólo podrán ser utilizados, y por ende permitidos, para promociones con una duración máxima de Quince (15) días y en los sitios previamente fijados por la Alcaldía y establecidos en esta Ordenanza y su Reglamento.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Se entiende por Material P.O.P. a los fines de esta Ordenanza; las especialidades de Publicidad que comprenden una categoría miscelánea de pequeños artículos, por lo general baratos, con el nombre o logo de una compañía impreso, bordado, etc., y que los productores y/o intermediarios regalan o venden a los consumidores y/o posibles clientes.

ARTICULO 33: Para la colocación de los medios publicitarios ocasionales deberá solicitarse, con por lo menos cinco (05) días de anticipación, la autorización correspondiente por ante la Administración Tributaria Municipal acompañando la solicitud con los siguientes recaudos:

- 1) Especificación de los lugares donde se estiman colocar o instalar.
- 2) Tiempo o duración de la instalación de la exhibición o del medio ocasional.
- 3) Dimensiones de los medios a instalar y número de los mismos.
- 4) Cheque de Gerencia a nombre del Fisco del Municipio El Hatillo, por un monto equivalente a cinco (05) unidades tributarias, por cada cien (100) ejemplares de los medios publicitarios ocasionales. Este cheque sólo será devuelto al solicitante, una vez como sean cumplidas las obligaciones previstas en el artículo 34 de esta Ordenanza, y mediante la presentación de las banderas, banderines, banderolas, pendones o similares que hubieren sido instaladas, ante la Administración Tributaria Municipal.

ARTICULO 34: Quien coloque estos medios tiene la obligación de identificar la empresa promotora o productora en cada medio, así como de renovarlos si así se desea, dentro de los dos (02) días anteriores al vencimiento del plazo de instalación, caso contrario, se procederá a hacer efectivo el cheque de Gerencia señalado en el numeral 4 del Artículo anterior.

CAPITULO III DE LA PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD EN SALAS DE CINE

ARTICULO 35: Se entiende por proyección de publicidad en pantallas de salas de cine, los cortos fílmicos con fines comerciales proyectados antes de cada función cinematográfica. Dicha publicidad quedará sometida a las siguientes limitaciones: sólo se permitirá un máximo de siete (07) recintos de publicidad en cada función, distribuidos así: un (01) minuto para diapositivas o vistas fijas y seis (06) minutos para cortos publicitarios.

ARTICULO 36: Las empresas o empresarios de publicidad cinematográfica deberán cancelar los impuestos correspondientes en forma trimestral y registrarse en la Administración Tributaria Municipal, presentando una relación mensual de la publicidad pautaada en las salas cinematográficas.

ARTICULO 37: La exhibición de la publicidad se efectuará en forma continua y por una sola vez al comienzo de cada función, a puertas abiertas y con las luces semi-encendidas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los noticiarios no podrán exceder de quince (15) minutos y no podrán incluir más del cincuenta por ciento (50%) de sus noticias y/o tiempo en anuncios o referencias publicitarias comerciales, en tal caso, el excedente deberá computarse dentro de los siete (07) minutos establecidos en el artículo 35 de la presente Ordenanza.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Se prohíbe la exhibición de cortos publicitarios propagandísticos que no sean de producción nacional, así como todos aquellos hechos con técnicas subliminales.

ARTICULO 38: No serán tomados en cuenta a los efectos de las limitaciones establecidas en el artículo anterior:

- a) Los cortometrajes cinematográficos de producción nacional, aún cuando se hace mención de una empresa patrocinante.
- b) Los avances de películas que hayan de ser exhibidas en el mismo local, siempre y cuando no excedan de cuatro (04) avances por función y su duración no sea mayor de la aquí establecida.

ARTICULO 39: La publicidad que se haga de cualquier espectáculo público, a través de los medios de comunicación, tendrá las mismas limitaciones establecidas en la normativa municipal que regula esta Ordenanza.

ARTICULO 40: Cuando con ocasión de una proyección cinematográfica, la publicidad que allí se proyecte exceda de los límites establecidos en esta Ordenanza, el empresario será sancionado con multa equivalente al monto de quince (15) unidades tributarias, por cada minuto de publicidad, por función, por encima del máximo autorizado.

CAPITULO IV

DE LA PUBLICIDAD COMBINADA CON SERVICIOS A LA COMUNIDAD

ARTICULO 41: Son medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, aceptados en el Municipio El Hatillo:

- a) Las casetas techadas de paradas de transporte público: son las estructuras que indican tanto a los usuarios como a los operadores el lugar permitido por la alcaldía y por el Ministerio de Infraestructura para la carga y descarga de los pasajeros y en las que se incorporan espacios publicitarios.
- b) Las casetas telefónicas: son los módulos de uno o varios teléfonos, en los que se incorporan espacios publicitarios.
- c) Módulos de papeleras: son los recipientes de desechos para el mantenimiento y limpieza urbana, con un espacio publicitario.
- d) Tanques de agua en autopistas: son los depósitos de agua para casos de emergencias vial, con áreas de publicidad.
- e) Los módulos que presten o señalicen un servicio público, tales como:
 - e.1) Los planos guía: son los destinados a la señalización de mapas de la ciudad en las escalas y distribución fijadas por la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro, a fin de orientar al transeúnte en sus desplazamientos. Están compuestos por elementos verticales que soportan los mapas mencionados y un espacio publicitario, cuyas dimensiones máximas deberán ser de un metro ochenta centímetros cuadrados (1.80 M²).
 - e.2) Señalizadores de estacionamientos públicos: Son los destinados a anunciar a distancia el acceso a estos, compuesto por un elemento estructural de logos y señales relativas al servicio y un diagnóstico luminoso indicador de la disponibilidad que incorpora un espacio luminoso.
 - e.3) Señalizadores de farmacia: son los que anuncian la localización de estas e indican mediante un dispositivo luminoso la prestación del servicio fuera de las horas comerciales (turno). Están compuestos por un elemento vertical que soporta los componentes descritos y un espacio publicitario.
 - e.4) Señalizadores de Seguridad Bancaria: son los destinados a delimitar la zona de control exclusivo y prohibición de estacionamiento frente a los Bancos, establecidos por El Ministerio de Relaciones Interiores y Justicia, compuesto por una estructura vertical que exhibe señales relativas a la delimitación y custodia de la zona Bancaria.
 - e.5) Cualquier otra modalidad debidamente aprobada por la Administración Tributaria Municipal.

PARÁGRAFO UNICO: Únicamente se permitirá publicidad en las aceras, adyacentes a las rutas de transporte público colectivo preestablecidas por el Municipio, y sólo si se trata de medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad.

ARTICULO 42: La instalación de los diferentes módulos, casetas u otros medios en que se permite publicidad comercial en las aceras, así como su adecuado mantenimiento y actualización, estará a cargo de las empresas publicitarias y demás personas naturales o jurídicas que exploten este tipo de publicidad.

ARTICULO 43: Todo módulo, caseta u otro medio publicitario combinado con servicios públicos a la comunidad, deberá ser identificado mediante una placa - inventario, aprobada por la Administración Tributaria Municipal, elaborada con cargo a la empresa industrial, la publicitaria y/o el anunciante.

ARTICULO 44: A los efectos de la publicidad exhibida en las paradas de autobús, hay que distinguir entre las paradas de transporte público provistas de casetas techadas para proteger a los usuarios y las destinadas sólo a indicar el servicio y la ruta que prestan las unidades de transporte público. En ambos casos se deben exhibir en posición elevada con un logo ilustrado que especifique la ruta, visible a distancia, y diseñado conforme al modelo determinado por la autoridad municipal competente. Igualmente se debe exhibir un aviso estableciendo los recorridos en forma esquemática e indicando las palabras con sus nombres, instalado a una altura máxima de (1,70 mts). Este conjunto de símbolos y elementos indicadores del servicio, podrán estar acompañados de un espacio publicitario, cuya dimensión máxima será de dos metros, dieciséis centímetros cuadrados (2.16 cm²) para las paradas provistas de una caseta techada y para las que no tienen dicha estructura, de un metro veinte centímetros cuadrados (1.20 mt²).

PARÁGRAFO UNICO: La empresa industrial, la publicitaria y/o los anunciantes responsables del anuncio exhibido en las casetas de transporte público, tendrán la obligación de dejar en perfecto estado el tramo de acera ocupado por dicha estructura en caso de que sean trasladadas. El incumplimiento de este deber será sancionado con la suspensión de toda la permisología.

ARTICULO 45: Las papeleras con publicidad comercial instaladas en las aceras se regirá por la siguiente normativa:

- 1.- El espacio publicitario de las papeleras podrá tener una dimensión máxima de 1.20 mts cuadrados.
- 2.- Solo podrán instalarse papeleras en aceras, dejando un espacio libre mínimo horizontal de 1.20 mts, para la libre circulación y a una distancia mínima de cuarenta

centímetros (0,40 cmt) entre el extremo más próximo del contenedor, y el borde de la acera.

3.- La distancia mínima entre ellas o cualquier otro obstáculo será de cincuenta metros (50 mts).

4.- Se podrán instalar un máximo de dos (2) papeleras por acera, salvo en cuadras superiores a sesenta metros (60 mts), supuesto en que se respetará la distancia mínima referida de cincuenta metros (50 mts). No podrán colocarse en una boca calle más de dos (2) papeleras, debiendo ser instaladas en forma diagonal en las esquinas.

5.- Las papeleras tendrán una capacidad mínima de sesenta litros (60 lts.), estarán compuestas por un elemento vertical que soporta el contenedor de desechos y un mecanismo que permite la utilización de bolsas plásticas desechables.

6.- En las papeleras se colocará un mensaje institucional, por parte de la empresa y con la aprobación del contenido por la Alcaldía.

ARTICULO 46: Las casetas para uno o varios módulos de teléfonos, podrá contener un área publicitaria máxima de un metro cincuenta centímetros cuadrados (1.50 mts²) por módulo. Su instalación en las vías peatonales permitirá el paso libre por lo menos de un metro veinte centímetros (1.20 mts) y deberán respetar entre ellos una distancia mínima de doscientos metros (200 mts).

ARTICULO 47: Los tanques de agua situados en módulos de auxilio viales o en los retiros de vías o en autopistas, son estructuras fijadas sobre una fundación de cemento en cuyas caras podrán instalarse afiches o anuncios publicitarios. Cada cara de estos espacios destinados a la publicidad podrá tener una superficie máxima de un metro veinte centímetros cuadrados (1.20 mts²).

ARTICULO 48: Los planos guía podrán instalarse uno (01) por cuadra, guardando una distancia de doscientos metros (200 mts) respecto a cualquier otro módulo publicitario. Tendrán una base cuya altura máxima podrá ser de (0.70 mts) y una superficie informativa máxima de (1.50 metros de altura por 1.20 de ancho). Estos espacios podrán ser instaladas solo en rutas de transporte público aprobadas por el Municipio y preferentemente en las esquinas para mayor comodidad de los usuarios, también podrán instalarse en aceras cuyo ancho mínimo sea de dos metros (2.00 mts), respetando el paso en las esquinas de las rampas de acceso a minusválidos.

ARTICULO 49: Los señalizadores de estacionamientos públicos deberán mantener una altura mínima de (2.20 mts) desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal; y la separación mínima desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la estructura, será de (0.50 cms). Solamente podrá instalarse un (01) señalizador al frente del acceso al estacionamiento.

público y deberán mantener un espacio mínimo libre de circulación interior, de un metro veinte centímetros (1.20 mts).

En ningún caso se permitirá la ubicación de otro tipo de señalizador salvo los que por razones de utilidad pública deban permanecer en dicho lugar, tales como las señales Bancarias o las paradas de transporte público.

ARTICULO 50: Los señalizadores de farmacia consistirán en una estructura vertical de 10 centímetros de ancho (0,10 cmts) por dos metros veinte centímetros (2.20 mts) de altura, al nivel del suelo, para no obstaculizar el paso. En su parte superior se encontrará un panel de una superficie máxima de (1.20 mts²) cuyas caras podrán utilizarse para espacios publicitarios y en su parte inferior se indicará las farmacias de la zona y sus turnos.

Tales estructuras estarán ubicadas frente a las farmacias

ARTICULO 51: Los señalizadores de seguridad bancaria son módulos verticales cuya parte superior indica el logo y el nombre de la entidad bancaria. En su extremo inferior debe indicarse la prohibición de estacionamiento y la frase SEGURIDAD BANCARIA, asentada en colores blanco y negro de conformidad con las normas del Ministerio de Infraestructura y del Ministerio de Relaciones Interiores y Justicia.

PARÁGRAFO PRIMERO: Podrán instalarse hasta dos (2) señalizadores bancarios por fachada de las agencias bancarias, de acuerdo a las siguientes reglas:

- 1) Mantener una altura libre de dos metros veinte centímetros (2 mts.20 cms).
- 2) Mantener una separación mínima de cincuenta (50 cms)., desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la señal.
- 3) Sólo se ubicarán dos señales por fachadas en cada entidad a señalar, orientadas perpendicularmente en sentido de la dirección del tránsito al que sirven. En caso de que la Entidad Bancaria tenga un frente inferior a cinco metros (5 mts) de longitud, sólo se permitirá una (1) señal de seguridad bancaria, ubicada en el extremo opuesto al sentido de la circulación del tránsito. El resto de la zona de seguridad se indicará pintando el brocal de la acera de amarillo tránsito.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En caso de existir entidades bancarias colindantes se limitará el área de seguridad bancaria a un módulo por entidad; y en ningún caso podrá existir otro tipo de señalización entre los módulos de seguridad bancaria, y nunca menos de cinco metros (5. mts) de sus límites exteriores.

ARTICULO 52: Las nomenclaturas viales, se componen de un poste metálico, de diez centímetros (10 cmts) de diámetro, en cuya parte superior y a una altura de dos metros veinte centímetros (2.20 cm) se encuentra un panel indicativo de las calles y avenidas,

en cuyas esquinas, se encuentran instalados. El mismo debe ser visible de día y de noche, para lo cual debe confeccionarse con luz y en material reflectante. Podrán contener un mensaje publicitario, el cual financiará los costos de electricidad, impuestos municipales, mantenimiento y reposición de elementos que se dañen. Esta área de servicios publicitarios, no será mayor de un metro de ancho por un metro veinticinco centímetros de altura (1.25 cm).

PARÁGRAFO UNICO: Toda publicidad comercial instalada en móviles, casetas, paredes u otros espacios en los que se permita la publicidad comercial combinada con servicios a la utilidad pública de acuerdo con la presente Ordenanza, pagará tres (3) Unidades Tributarias trimestrales o por fracciones de un trimestre, a cuyo efecto, la Administración Tributaria Municipal considerará la situación preferente en razón de que tales medios publicitarios prestan un servicio a la comunidad.

TITULO VII

DE LOS DIVERSESOS TIPOS DE MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIAS Y SUS IMPUESTOS

CAPITULO I

DE LA PUBLICIDAD IMPRESA

ARTICULO 53: Los folletos y demás publicaciones de circulación ocasional, tales como almanaques, mapas, guías, agendas, volantes y similares que llevan publicidad comercial y se ofrezcan gratuitamente o a la venta, pagarán Dos (2) Unidades Tributarias por cada Mil (1000) ejemplares, o fracción de 1000 si no pasan de 30 cms² de tamaño.; si sobrepasan este tamaño pagarán dos y media (2 1/2) Unidades Tributarias por cada 1000 ejemplares o fracción.

ARTICULO 54: Los folletos o suplementos publicitarios y hojas impresas que se distribuyan en periódicos, revistas o publicaciones similares, así como por correo o por servicio de mensajero o se inserten en las bolsas o envolturas de los establecimientos comerciales, pagarán por cada mil (1000) ejemplares o fracción:

- a) Hasta 40 cm cuadrados: Una (1) Unidad Tributaria
- b) De 40 cm cuadrados hasta 60 cm². Dos (2) Unidades Tributarias
- c) c) de 60 cm cuadrados en adelante: Tres (3) Unidades Tributarias.

ARTICULO 55: En cada uno de los ejemplares de los medios impresos a los que se refiere este capítulo se expresará en pie de imprenta el número total de ejemplares impresos, y el pago del Impuesto Municipal. La empresa editora será responsable de la veracidad de la cifra indicada. El referido Tributo será cancelado ante la Administración Tributaria Municipal.

CAPITULO II

DE LA PUBLICIDAD EN BONOS - BILLETES, BOLETOS, CUPONES O TICKETS, BALANZAS, MAQUINAS REGISTRADORAS Y EXPENDEDORAS

ARTICULO 56: La publicidad que se realice a través de Bonos, billetes, boletos o Tickets de autobús, taxi, estacionamiento, espectáculos públicos o de cualquier otro medio de transporte de pasajeros, pagarán anualmente media (1/2) Unidad Tributaria por cada 1000 ejemplares o fracción de 1000; mientras que los boletos emitidos por medio de balanzas y máquinas registradoras o expendedores de tickets o boletos que exhiben publicidad, pagará por cada balanza o máquina en forma trimestral media (1/2) Unidad Tributaria, por cada mil (1000) ejemplares o fracción que emita cada maquina.

PARÁGRAFO PRIMERO: Se exceptúa del pago del impuesto señalado en este artículo cuando dicho medio de publicidad sólo lleve impresa la denominación de la empresa que lo emite.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Cuando una empresa tenga varios establecimientos vinculados o filiales, locales de espectáculos o líneas de transporte colectivo de pasajeros o taxis, cada uno de ellos será considerado como una empresa separada a los efectos de la determinación y pago del impuesto.

ARTICULO 57: Por la publicidad que se realice mediante bonos, cupones, etiquetas, tapas, solapas, envases, plástico o cartón, de vidrio u otros medios similares, denominados bonos promocionales, destinados a ser canjeados al público por objetos de valor, o premios, requerirá en cada caso permiso de la autoridad competente y se pagará un impuesto de una (1) Unidad Tributaria por cada Mil (1.000) ejemplares o fracción.

CAPITULO III

DE LA PUBLICIDAD EN MARQUESINAS Y TOLDOS

ARTICULO 58: Por la publicidad en sombrillas, toldos, marquesinas parasoles o similares, ubicados en sitios abiertos al público, se pagará la cantidad de media Unidad Tributaria. (1/2 UT) trimestral por cada metro cuadrado o fracción de metro cuadrado de publicidad exhibida en cada unidad.

CAPITULO IV

DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO DE CARTELES, ANUNCIOS, MURALES Y OTROS COLOCADOS EN EL EXTERIOR DE EDIFICACIONES

ARTICULO 59: Por la publicidad que se realice en forma impresa, pintada o formada por materiales que representen letras, objetos, símbolos o signos, destinados a permanecer a la vista del público, en el exterior de edificaciones, se pagará por metro cuadrado o fracción de Mt². Trimestralmente la cantidad de media Unidad Tributaria (1/2 UT).

PARÁGRAFO UNICO: Cuando la publicidad señalada por este artículo esté colocada en el interior de los locales de espectáculos públicos, o en el de edificaciones de libre acceso al público, se pagará trimestralmente y por cada metro cuadrado, la cantidad de un cuarto de una Unidad Tributaria. (1/4 UT).

ARTICULO 60: Sin perjuicio a lo establecido en el ordenamiento jurídico urbanístico vigente, la publicidad en forma de anuncios, avisos y carteles, podrá ser colocada en los frentes de las edificaciones, siempre y cuando la regulación urbanística del sector donde se encuentra la edificación permita el uso comercial, y la fachada del inmueble se ajuste a ello.

PARÁGRAFO PRIMERO: La publicidad señalada por este artículo deberá ser instalada de plano, adosada a la fachada de la edificación, con un espesor no mayor de cuarenta centímetros (40 cms) y una altura no menor de dos metros con veinte centímetros (2,20 Mts.) medidos a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En los inmuebles destinados a usos tales como estacionamientos de vehículos, farmacias, estaciones de servicios, clínicas y hoteles, se permitirá la colocación del elemento o unidad publicitaria del estacionamiento en forma vertical, siempre que no exceda de un metro con cincuenta centímetros (1,50 cms.) de largo y sesenta centímetros (60 cms.) de ancho; y una altura no menor de dos metros con veinte centímetros (2,20 cms.) contados a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.

PARÁGRAFO TERCERO: Se prohíbe la publicidad mediante papel pegado con goma o engrudo en los frentes o lados de las edificaciones.

CAPITULO V

DE LOS ANUNCIOS LUMINOSOS DIVERSOS

ARTICULO 61: Los avisos luminosos, carteles, anuncios o iluminarías, o cualquier publicidad, cuyo texto o estructura estuviere formado por bombillos o tubos luminosos de gas, neón o similares, colocados en paradas de autobús, dentro o fuera de locales comerciales, en automóviles de cualquier tipo, o en inmuebles, pagarán la cantidad de una y media Unidad Tributaria (1 1/2 U. T.) por metro cuadrado o fracción trimestralmente..

ARTICULO 62: Por las pizarras o estructuras eléctricas o electrónicas, accionadas por control remoto, automático o manual, destinadas a publicidad, se pagará la cantidad equivalente a treinta Unidades Tributarias (30 UT) por metro cuadrado o fracción semestral, por cada publicidad exhibida.

CAPITULO VI

DE LA PUBLICIDAD A TRAVES DE APARATOS CINEMATOGRAFICOS PROYECTORES Y SIMILARES

ARTICULO 63: Por la publicidad que se realice mediante proyecciones de anuncios fijos o cambiables en las vías públicas, se pagará la cantidad de dos(2) Unidades Tributarias (2 UT) por metro cuadrado o fracción, y por cada proyección o anuncio trimestralmente.

ARTICULO 64: Por la publicidad realizada a través de proyecciones cinematográficas o proyectores en pantallas de Cines, se pagará un impuestos equivalente a Uno coma Cinco Unidades Tributarias (1,5 UT), cuando se trate de proyecciones de videos o anuncios fijos, dos (2) Unidades Tributarias (2 UT) por producto o servicio anunciado, cuando se trate de publicidad filmada, estos pagos se harán en forma mensual.

ARTICULO 65: El impuesto por la publicidad realizada a través de los medios señalados en el artículo anterior, se liquidará por mensualidades, a cuyo efecto, las personas que en nombre propio o de terceros realicen dichas publicidades, deberán presentar una relación de la publicidad ordenada por ellos y proyectado en las salas de cine del Municipio en el mes anterior.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los propietarios o encargados de las salas de cine en las cuales se proyecte la publicidad contemplada en este capítulo, serán responsables directos, en calidad de agentes de percepción y/o retención del impuesto previsto en esta

Ordenanza. Así mismo, deberán presentar la relación a que se hace referencia en este Artículo.

La percepción y/o retención del impuesto y la forma de su ingreso en el Tesoro Municipal, así como el tiempo, forma y requisitos para hacer la relación prevista en este artículo será determinada en el reglamento de esta Ordenanza.

PARÁGRAGO SEGUNDO: Quedan exentos del pago previsto en esta Ordenanza de impuesto los documentos que versen sobre aspectos históricos, culturales, científicos, deportivos o aquellos que tengan por objeto promover los recursos turísticos o folklóricos incluyendo fauna, flora y áreas del Municipio y del país, siempre que no tengan publicidad comercial.

CAPITULO VII

DE LA PUBLICIDAD EN VEHÍCULOS Y OTROS MEDIOS AMBULANTES

ARTICULO 66: Por la realización de publicidad pintada, colocada o instalada en la parte exterior de los vehículos de carga y de reparto u otros; incluso en bicicletas, motocicletas y similares, se pagará la cantidad de Cero coma Sesenta y Cinco Unidades Tributarias (0,65 UT) por metro cuadrado, o fracción, trimestral cuando se refieran a una empresa distinta de la propietaria del vehículo, servicios o productos no ofrecidas por éstas.

PARÁGRAFO PRIMERO: El área destinada a publicidad de acuerdo a este artículo no podrá exceder de cuatro metros cuadrados (4 Mts²).

PARÁGRAFO SEGUNDO: No origina el impuesto previsto en este artículo y no se sujetará a las dimensiones señaladas, la publicidad referida exclusivamente a la Empresa o firma propietaria del vehículo o a servicios o productos expedidos por la misma.

ARTICULO 67: Por la realización de publicidad pintada, colocada o instalada en la parte interna de los vehículos de Transporte Público de Pasajeros, se pagará la cantidad de Cero coma Veinticinco de una Unidad Tributaria (0,25 UT), por cada metro cuadrado o fracción trimestral..

PARÁGRAFO TERCERO: Se prohíbe la publicidad de licores y cigarrillos en medios exentos al pago del impuesto en esta Ordenanza.

ARTICULO 68: Por la publicidad que se realice mediante medios ambulantes, tales como aparatos, avisos acondicionados en tableros, figuras mecánicas, eléctricas o electrónicas y similares, se pagará un impuesto de Una Unidad Tributaria (1 UT) por unidad y por día.

CAPITULO VIII

DE LA PUBLICIDAD OCASIONAL POR MEDIO DE BANDERINES, PENDONES, STANDS, ARTICULOS DE VESTIR Y SIMILARES

ARTICULO 69: Se entiende por medios publicitarios ocasionales exteriores aquellos que por su naturaleza no son permanentes, tales como banderas, banderines, banderolas, pendones y similares.

Los medios ocasionales exteriores (banderas, banderines, banderolas, pendones y similares o cualquier otro de características distintas, no señaladas en esta Ordenanza), que midan hasta un metro cuadrado (1 mt²), pagarán Una (1) Unidad Tributaria (1 UT) por metro cuadrado o fracción, diariamente por un lapso de Quince (15) días. Los que midan más de Un Metro (1 Mt.) pagarán Dos Unidades Tributarias (2 UT) por metro cuadrado o fracción, diariamente por un lapso de Quince (15) días. Todos los medios ocasionales mencionados no podrán ser mayor de Dos metros cuadrados (2 Mt²).

PARÁGRAFO PRIMERO: Todos los medios publicitarios señalados en este artículo y cualquier otro que su colocación sea ocasional, sólo podrán instalarse paralelos a la vía y por un período máximo de quince (15) días continuos, para lo cual deberán ser removidos dentro de las 24 horas siguientes al vencimiento del permiso

PARÁGRAFO SEGUNDO: La colocación de todos los medios publicitarios señalados en este artículo y cualquier otro que su colocación sea ocasional, debe ser autorizada por la Administración Tributaria Municipal con la finalidad de verificar si su colocación se adecua a las disposiciones de esta Ordenanza.

ARTICULO 70: Por el ejercicio de publicidad comercial ocasional interior, a través de indicadores de subastas, remates, realización, liquidaciones, habladores, afiches, resaltantes, saldos o promoción temporal y similares, se pagarán los siguientes impuestos:

1. Por pendones, y afiches la cantidad de cero coma cincuenta de una Unidad Tributaria (0,50 UT) por unidad y por día y deberán presentar la fianza equivalente a Una Unidad Tributaria (1 UT) por cada uno de ellos.
2. Por banderas, la cantidad de cero coma cincuenta de una Unidad Tributaria (0,50 UT) por unidad y por día; y deberán presentar la fianza equivalente a Una Unidad Tributaria (1 UT) por cada una de ellas.
3. Por banderines, banderolas y similares, la cantidad de cero coma veinticinco de una Unidad Tributaria (0,25 UT) por metro cuadrado y por día.

4. Los habladores, ubicados dentro de los locales comerciales pagarán un cuarto de una Unidad Tributaria (0.25 U.T) por cada 100 ejemplares o fracción de 100 diarios por un lapso de Quince (15) días.

Las personas que se dediquen a vocear propaganda, deberán hacerlo dentro del local comercial.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los fines de la devolución de las fianzas señaladas en este Artículo, la persona interesada debe presentar ante la Administración Tributaria Municipal los pendones, banderas, banderines o similares en el momento de solicitar el permiso respectivo a fin de que sean sellados; y al vencimiento del permiso para proceder a la devolución, para lo cual deberán ser removidos del lugar donde fueron ubicados por el contribuyente y demostrado por ante la Administración Tributaria Municipal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Queda prohibida la colocación de pancartas, así como la instalación de banderines en las calles y avenidas en Jurisdicción del Municipio El Hatillo.

ARTICULO 71: Los stands o mostradores publicitarios colocados en el interior o exterior de los locales comerciales, o inmuebles en general pagarán un impuesto de dos (02) Unidades Tributarias (U.T.) Por mts², hasta por quince (15) días de exhibición.

ARTICULO 72: La publicidad en artículo de vestir, tales como sombreros, gorras, delantales, franelas, camisas, bolsos, carteras, sombrillas, pelotas y otros objetos similares de distribución gratuita; pagará un impuesto de cuatro (4) Unidades Tributarias por cada mil (1.000) objetos o fracción.

PARÁGRAFO UNICO: Se excluyen las prendas de vestir, artículo de uso personal y distintivos que se distribuyan para el uso del personal de una empresa, comercio o fabrica, siempre que se trate de uniformes o distintivos con la denominación de la empresa o el nombre del producto y marca de fabrica que represente, manufacture o distribuya, siempre que tales prendas de vestir y artículos de identificación sean para el uso exclusivo del personal de la empresa.

CAPITULO IX

DE LOS AVISOS DE IDENTIFICACIÓN Y OTROS MEDIOS DE PUBLICIDAD

ARTICULO 73: Los avisos de identificación son aquellos ubicados en la fachada de los establecimientos, que dan noticia del nombre de la empresa donde se instalen y de la actividad que realizan, pudiendo o no contener publicidad comercial.

Para colocar un aviso de identificación se requiere de un permiso otorgado por la Administración Tributaria Municipal, previo cumplimiento de los requisitos exigidos en esta Ordenanza. La solicitud de permiso deberá ser acompañada de los siguientes recaudos:

1. Plano de ubicación del inmueble con demarcación del sitio donde se instalará el anuncio.
2. Fotografía del inmueble con demarcación del sitio donde se instalará el anuncio.
3. Indicación de las características del anuncio, precisando las dimensiones de éste. Si el mismo fue realizado por tercera persona, una constancia emitida por dicha persona señalando las características y dimensiones del anuncio y la persona que será responsable de la veracidad de la información.
4. Solvencia Municipal de todos los impuestos tanto del establecimiento como de su representante legal actualizada incluyendo la de los Impuestos de Industria y Comercio e Inmuebles Urbanos.

ARTICULO 74: Por la publicidad realizada a través de los anuncios a los que se refiere el artículo anterior, se pagará media unidad tributaria (0.50 UT), por metro cuadrado trimestralmente. En el caso de ser luminosos pagarán una Unidad Tributaria (1 UT), por metro cuadrado trimestralmente.

CAPITULO X

DE LA PUBLICIDAD EN MODULOS PUBLICITARIOS TALES COMO VITRINAS Y EXHIBICIONES

ARTICULO 75: Por los módulos publicitarios, tales como vitrinas y exhibidores ubicados en la vía de circulación estrictamente peatonal, en lugares de propiedad pública o privada, se pagará la cantidad de tres Unidades Tributarias (3 UT), por cada unidad trimestral, prorrateable por el tiempo que permanezca su exhibición con propósitos publicitarios.

CAPITULO XI

DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO DE AVIONES, HELICOPTEROS, DIRIGIBLES GLOBOS Y SIMILARES

ARTICULO 76: Por toda publicidad que se efectuó por medio de aviones, dirigibles elevados por gas o aire caliente, mediante helicópteros y globos, se pagará la cantidad

PARÁGRAFO UNICO: Queda entendido que en los artículos anteriores para la solicitud de esta permisología deberán acompañar constancia de la Empresa suplidora de energía eléctrica sobre la factibilidad del servicio así como certificación de la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro para la Instalación de dichas Unidades o elementos Publicitarios.

CAPITULO XIII DE LA PUBLICIDAD EN LOS KIOSCOS

ARTICULO 82: Para la colocación de anuncios, avisos o vallas publicitarias sobre los kioscos de venta de periódicos, golosinas y similares, se requerirá la autorización de la Administración Tributaria Municipal previo cumplimiento de los requisitos exigidos para la colocación de estos elementos publicitarios y el pago del Impuesto que se exige para cada uno de ellos.

Para otorgar esta autorización deberá observarse que el kiosco en cuestión posea el permiso correspondiente y hayan cumplido con los deberes formales tributarios.

PARÁGRAFO UNICO: Podrán colocarse anuncios publicitarios en las paredes o lados exteriores de los kioscos cuando se refiera a las publicaciones periódicas cuya venta se realice en las mismos y el anuncio se limitara al nombre o símbolo de la publicación, no debiendo pagar impuesto por este concepto.

CAPITULO XIV PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y CIGARRILLOS

ARTICULO 83: Por el ejercicio de la publicidad de cualquier tipo de bebida alcohólica o de productos derivados del tabaco, se pagará como impuesto la cantidad que corresponda según el medio o elemento publicitario utilizado, aumentado en un cien por cien por ciento (100%).

CAPITULO VIII DE LAS EXENCIONES Y EXONERACIONES

ARTICULO 84: Podrán ser exonerados, total o parcialmente, del pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, los contribuyentes o responsables por el ejercicio de las actividades publicitarias que se especifican a continuación:

La publicidad hecha por cualquier medio, en relación con mensajes institucionales orientadas a:

- a) Mensajes de prevención de accidentes, o de consumo de drogas u otras sustancias nocivas a la salud, medidas o actividades relacionadas con la salud de la población, información turística, propaganda de conciertos, exposiciones y espectáculos artísticos y eventos deportivos, o benéficos de instituciones sin fines de lucro.
- b) Prevención del delito y difusión de información o promoción de instituciones privadas de reconocida trayectoria en el campo de la beneficencia colectiva.
- c) La publicidad impresa contenida en mapas y planos de bolsillo, así como la contenida en folletos de información turística e histórica, o aquellas destinadas a promover el turismo en el país, o hacia Venezuela.
- d) La publicidad impresa contenida en artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.
- e) Los avisos que promuevan servicios prestados por la Alcaldía y que estén patrocinados por algún anunciante, siempre y cuando el espacio destinado para este anunciante no exceda de 4 metros cuadrados.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para obtener la exoneración antes señalada, deberá acompañarse a la solicitud, la opinión favorable de la autoridad administrativa que corresponde en razón a la materia, para determinar que el contenido del mensaje o publicidad se adecue a los criterios generales por ella asumidas. Dicha solicitud se dirigirá al Alcalde y será presentada por ante la Administración Tributaria Municipal, acompañada de los recaudos que comprueben la existencia de los impuestos a ser exonerados, a fin de someterlos a la consideración de la Cámara Municipal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los posibles beneficiarios de estas exoneraciones están obligados a solicitar previamente por ante la Administración Tributaria Municipal, la autorización correspondiente para la realización de las actividades aquí descritas. En todo caso, en la publicidad objeto de exoneración, solamente aparecerá el nombre de la Empresa anunciante. En el Reglamento de la Ordenanza se establecerá lo concerniente al tamaño y ubicación del mismo.

PARÁGRAFO UNICO: La exoneración o exención del pago del impuesto no exime del cumplimiento de las demás obligaciones que establece esta Ordenanza.

ARTICULO 85: Están exentos del pago del impuesto descrito en esta Ordenanza, pero no del cumplimiento de las disposiciones de orden urbanístico previstas en el ordenamiento legal que rige la materia, las siguientes actividades:

- 1) La difusión de información hecha por instituciones públicas.

- 2) Las noticias de difusión nacional y los documentales que versen sobre aspectos históricos, culturales, científicos, deportivos, folklóricos y turísticos o que tengan como objeto mostrar con fines educativos la flora, fauna, folklore o regiones del país.
- 3) Los anuncios fijos de particulares sin contenido comercial, cuyo tamaño no exceda de cuatro metros cuadrados (4 mts²)
- 4) Los carteles o anuncios con indicación de plazas vacantes de trabajo, que se fijen en el frente de establecimientos comerciales o industriales u obras en construcción. Igualmente las otras publicaciones cuyo contenido sea el de ofertas o demandas de trabajo, referidos, exclusivamente a este fin.
- 5) Las inscripciones de los autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que no excedan de cuarenta centímetros cuadrados (40 cms²).
- 6) Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que no sobrepasen los 18 mts².
- 7) Los carteles o anuncios destinados a identificar la construcción, reparación o mantenimiento de una obra de utilidad pública.
- 8) Las marcas de fabricas comúnmente utilizadas en los vehículos automotores.
- 9) Los propietarios de letreros que sólo indiquen la forma, razón social, denominación comercial o los ramos de una oficina, empresa o negocio, cuando hayan sido esculpidos, pintados o colocados de plano sobre la fachada del edificio en que se encuentre instalado el negocio, oficina o empresa y siempre que su superficie no exceda de dos metros cuadrados (2mts²) debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en esta Ordenanza.
- 10) La publicidad indicada como exceptuada, en la presente Ordenanza

ARTICULO 86: El Alcalde mediante decreto publicado en Gaceta Municipal, podrá declarar exentos del pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, en forma total a los propietarios de los medios o unidades publicitarias que se indican a continuación:

- 1) Los destinados exclusivamente a promover el turismo hacia o dentro de Venezuela.
- 2) Los relativos a espectáculos, cuando se consideren de carácter benéfico o cultural.

- 3) Los relativos a conciertos instrumentales o vocales y de exhibición de artes y oficios.
- 4) Lo relativo a la prevención de accidentes o de consumo de drogas u otras sustancias nocivas a la salud.
- 5) La contenida en artículos destinados a la prestación de servicios comunales, tales como bolsas de basura o similares.

TITULO IX

DE LAS REGULACIONES Y PROHIBICIONES

ARTICULO 87: Queda terminantemente prohibida toda clase de publicidad que:

- 1) Sea contraria al orden público, a la seguridad y defensa nacional y a la moral y las buenas costumbres.
- 2) Presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y estupefacientes u otras sustancias psicotrópicas.
- 3) Relacione el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco con modelos menores de edad o actividades atléticas o imagen de deportistas o atletas.

PARÁGRAFO UNICO: Cuando la publicidad se refiera a los símbolos patrios y/o a la simbología de las señales de tránsito, ésta deberá ser autorizada por el Alcalde.

ARTICULO 88: Queda terminantemente prohibida la instalación o exhibición de publicidad en:

- 1) Paredes interiores y exteriores de los cementerios.
- 2) Inmuebles de propiedad privada sin autorización de su propietario o usufructuario y que están ubicados en zonas residenciales, sin la previa autorización de la Administración Tributaria Municipal.
- 3) Áreas designadas como parques o reservas nacionales, así como en el interior y exterior de los museos, teatros, edificios de propiedad pública, monumentos de valor histórico, artístico o religioso, determinados como tales por algún instrumento jurídico nacional, estatal o municipal, salvo que se trate de publicidad de imagen.

para promover algún espectáculo o actividad ocasional propia de dichas edificaciones; igualmente en las zonas urbanas determinadas como áreas de conservación histórico-arquitectónicas en las respectivas Ordenanzas, las cuales serán sometidas a disposiciones especiales.

- 4) Calles, autopistas, paseos y caminos o carreteras por medio de franjas transversales que las crucen, aún cuando no interfieran el libre tránsito, excepto en los sitios establecidos en el Reglamento de esta Ordenanza.
- 5) Todo tipo de medios o unidades publicitarias exteriores a menos de doscientos metros lineales (200 Mts) de planteles educativos, públicos o privados, donde se imparta enseñanza a menores de edad, cuando la publicidad sea alusiva a bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco.
- 6) Árboles, piedras, rocas y demás monumentos naturales, así como en los muros, parques, barandas y defensas de puentes, viaductos y postes y en las vías públicas urbanas y demás sitios públicos que determine el Alcalde mediante decreto salvo las exigencias de esta Ordenanza.
- 7) Señales destinadas a regular el tránsito terrestre y peatonal, colocadas por el Ministerio de Infraestructura o avisos de señalización vial, instaladas por el Municipio; igualmente en los caminos y carreteras, salvo las excepciones y consideraciones que establece esta Ordenanza, así como el pavimento de las calzadas de las vías urbanas.
- 8) Vidrios delanteros y/o traseros de los vehículos o en cualquier otro que pueda entorpecer la visibilidad y manejo o que de alguna manera entorpezca la seguridad del tránsito.
- 9) Fachadas, paredes o muros de cerramientos, puertas o ventanas, cuando esté directamente pintada sobre ellos, salvo lo previsto en esta Ordenanza. Igualmente pintar publicidad en suelos, aceras, postes de alumbrados y en los símbolos patrios.
- 10) A través de megáfonos, altavoces o altoparlantes, fijos, ambulantes o sobre vehículos, salvo en el interior de los establecimientos comerciales. En estos casos, el sonido no podrá traspasar el área del local donde se emite.
- 11) Por medio del reparto de hojas volantes en lugares oficiales y en general en las edificaciones donde funcionen oficinas públicas o gubernamentales no se permitirá ningún tipo de publicidad comercial.
- 12) Dentro de las autopistas, avenidas, calles, veredas, aceras, parques, plazas, plazoletas, islas divisorias o en cualquier otra área pública o zonas residenciales,

con las solas excepciones contenidas en esta Ordenanza, así como también en aquellos sitios en los que obstaculicen, la vista de las señales de tránsito y los valores paisajísticos.

ARTICULO 89: Podrá permitirse el ejercicio de la publicidad comercial, con las limitaciones aquí descritas en:

- 1) Plazas, parques, plazoletas, islas divisorias de avenidas y autopistas, sólo a través de la instalación de medios o unidades publicitarias fijas por intermedio de las empresas que tengan a su cargo labores de ornato y mantenimiento de los inmuebles indicados, de conformidad a las disposiciones que regulan dicha contratación.
- 2) Edificaciones educativas o deportivas, públicas o privadas, previo convenio con las comunidades educativas o deportivas encargadas de las mismas, en los cuales se estipule la obligación para el propietario de los medios o unidades publicitarias, de colaborar en el mantenimiento, restauración, mejoramiento y remodelación de dichas edificaciones; o a cambio de un canon de arrendamiento por el espacio físico, el cual lo establecerá el ente competente, previo al pago del impuesto que le corresponde según el medio. En ningún caso la publicidad podrá referirse a cigarrillos o bebidas alcohólicas.

PARÁGRAFO UNICO: Las vallas o anuncios de identificación de obras de construcción, así como las de identificación de los profesionales responsables de las mismas, sólo podrán tener un máximo de dieciocho metros cuadrados (18 Mts²) y deberán ser colocadas por lo menos a cuatro metros (4 Mts) del límite exterior de la vía pública. Estas vallas, anuncios o carteles sólo podrán permanecer instaladas en el lugar hasta cuatro (04) meses después de concluida la obra, salvo que permanezca la oferta de venta, en cuyo caso podrá mantenerse hasta un (01) año después de terminada la construcción. En ambos casos deberán ser removidas por los propietarios o de lo contrario se le cargará el impuesto previsto en esta Ordenanza, a partir del momento que corresponda, de acuerdo al tipo de unidad publicitaria y tamaño de la misma.

ARTICULO 90: Quedan prohibidos los avisos luminosos publicitarios y las pizarras eléctricas sin la previa autorización de la Junta Conservadora en la zona tradicional del pueblo El Hatillo, comprendida dentro de los siguientes linderos: Norte: Calle El Progreso; Sur: Urbanización Las Marías; Oeste: Calle Miranda y Hacienda La Cabaña y Este: Urbanización La Lagunita.

TÍTULO X

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

CAPITULO I

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS

ARTICULO 91: Todo aquel que sin cumplir previamente los requisitos y extremos previstos, por esta Ordenanza y su Reglamento; instale o haya instalado sin permisología, alguna unidad, elemento o medio publicitario, del tipo de vallas o postes publicitarios conocidos como chupetas, está obligado a removerla en razón de su ilegalidad, dentro de los tres (03) días continuos siguientes a su notificación, y de no dar cumplimiento a tal obligación, el Municipio procederá de inmediato, en defensa y preservación de sus intereses, a remover la unidad, elemento o medio publicitario ilegal de que se trate, a ejecutar la fianza que haya sido constituida a satisfacción del Municipio, si fuese el caso; en todo caso se ejercerán todas las acciones necesarias a que haya lugar de acuerdo al Ordenamiento Jurídico vigente aplicable a la materia.

PARÁGRAFO PRIMERO: El costo de la remoción, en caso que la realizare el Municipio, se adicionará a la multa la cual será de cincuenta unidades tributarias (50 UT) a Cien Unidades Tributarias (100 UT), en caso de que fuere por instalarla sin permiso o aún, habiéndolo negado, lo cual se considerará un agravante a los efectos de ésta última, si fuere el caso éste último, se aplicará el doble de la multa en su grado mayor. El Municipio no se hará responsable por los materiales, pérdida, deterioro o destrucción de la unidad, elemento o medio publicitario objeto de remoción por la Alcaldía, y ésta podrá disponer de ellos si los propietarios no acuden a recuperarlos en el lapso de siete (7) días después de su remoción.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En caso de ser necesario la remoción de Vallas o postes del tipo chupetas por ampliación o mejoras viales, el Municipio no indemnizará ni estará obligado a reubicar las mismas.

ARTICULO 92: Toda persona o empresa de publicidad que no mantenga en buen estado las unidades, elementos o medios publicitarios de su propiedad, será sancionada por la Administración Tributaria Municipal, con multa equivalente al monto de Treinta a Sesenta Unidades Tributarias (30 a 60 UT). En caso de no tomar las medidas correctivas en un lapso de Diez (10) días hábiles o de reincidencia en la falta de mantenimiento de las mismas, deberá removerla en el lapso de Setenta y dos horas (72) o será objeto de la remoción respectiva por parte de la Alcaldía, quedando las cantidades pagadas por concepto de impuestos no causados, si fuere el caso para garantizar el pago de los gastos de remoción de las unidades, elemento o medio publicitario en caso de vencido el tiempo del permiso y por consiguiente cumplida la obligación con el impuesto cancelado este último caso, se aplicará lo previsto en esta Ordenanza en cuanto al cobro del Cheque

de Gerencia al que contrae el Artículo 33, Numeral 4, dejado como depósito de garantía o a la ejecución de la fianza prevista en el Artículo 14 Numeral 7.

ARTICULO 93: Será sancionado con multa equivalente al monto de Cuarenta a Ochenta Unidades Tributarias (40 a 80 UT), el que instale o exhiba publicidad comercial en las vías y caminos que conduzcan a zonas residenciales o en éstas, distribuidores de tránsito, corredores viales y carreteras, contraviniendo la distancia y demás especificaciones sobre libre tránsito y seguridad, establecidos en esta Ordenanza y su Reglamento, y en otras disposiciones legales que rige la materia.

ARTICULO 94: Serán sancionados con multa equivalente al monto de Treinta a Sesenta Unidades Tributarias (30 a 60 UT), los que contravengan lo dispuesto en los Artículos 7 y 88 de la presente Ordenanza.

ARTICULO 95: Será sancionado con multa equivalente al monto de Cincuenta a Cien Unidades Tributarias (50 a 100 U.T.), el que contravenga lo dispuesto en el Artículo 87, Ordinal 1° de la presente Ordenanza. En este caso también se ordenará le remoción de la Unidad publicitaria.

ARTICULO 96: Sin perjuicio de las sanciones previstas en esta Ordenanza y en la de Impuesto sobre actividades económica de Industria, Comercio, Servicios o de índole similar, la falta de pago oportuna, vigente y actualizada de los impuestos y accesorios previstos en la presente Ordenanza, acarreará la remoción inmediata del medio, unidad o elemento publicitario de que se trate, si fuere el caso, y una multa igual a cinco veces el monto del impuesto o de sus accesorios dejado de pagar, sin perjuicio de obtener el pago por la vía legal correspondiente.

ARTICULO 97: Todo incumplimiento de esta Ordenanza que no contemple sanción en forma específica, acarreará una multa equivalente al monto de cuarenta a Sesenta Unidades Tributarias (40 a 60 U.T.), según su gravedad y recurrencia.

ARTICULO 98: Las personas naturales o jurídicas, así como sus Administradores y Accionistas, que hayan sido sancionados Dos (2) veces, en relación a la instalación o exhibición de publicidad a través de unidades, medios o elementos publicitarios, sin dar cumplimiento previo a todos y cada uno de los requisitos y extremos exigidos por la normativa legal que rige la materia, dando lugar a remociones de los equipos, unidades, medios o elementos publicitarios involucrados y/o a la ejecución de las fianzas constituidas, cobro de los cheques, así como el ejercicio de acciones legales por parte de la Municipalidad para la defensa y preservación de sus derechos e intereses, dará lugar a que se les retire del Registro de Empresas de Publicidad que lleva la Administración Tributaria Municipal, y por tanto, no podrán desarrollar, ni realizar la actividad publicitaria en medios exteriores, e interiores y Cines en la Jurisdicción de este Municipio.

ARTICULO 99: Las empresas publicitarias o personas que se nieguen a prestar su concurso para la ejecución material de la decisión de remover las piezas publicitarias instaladas para cualquiera de sus clientes, serán sancionadas con una multa equivalente a 50 Unidades Tributarias y no podrán instalar nuevas piezas publicitarias en la Jurisdicción del Municipio, durante un lapso de dos (2) años.

ARTICULO 100: La Administración Tributaria Municipal esta en la obligación de ejercer las acciones legales necesarias derivadas de la violación de las disposiciones sobre conservación, defensa y mejoramiento del ambiente conforme lo establece la Ley Orgánica del Ambiente y la Ley Penal del Ambiente, en razón de la degradación ambiental producida por la instalación de medios publicitarios en zonas no conformes para ello según lo establecido en esta Ordenanza, o por cualquier violación de la normativa que contemple la misma.

CAPITULO II DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES TRIBUTARIAS

ARTICULO 101: Las sanciones establecidas en este Capítulo se aplicarán sin perjuicio del pago de los tributos y sus accesorios. Salvo disposición en contrario de esta Ordenanza, el plazo para el pago de las multas es de quince (15) días continuos, contados a partir del día siguiente de la notificación de la Resolución que la impone. Transcurrido el plazo sin haberse pagado la multa, se cobrarán intereses moratorios a la tasa del 1% mensual sobre el monto de la misma hasta su cancelación.

ARTICULO 102: Los contribuyentes y responsables que violen los deberes formales establecidos en esta Ordenanza y su Reglamento, serán sancionados por la Administración Tributaria Municipal, previo cumplimiento de las formalidades y requisitos de ley, con las multas que a continuación se especifican:

- 1) No comparecer por ante la Oficina de la Administración Tributaria Municipal cuando su presencia sea requerida y se evidencie que hayan sido citados o notificados, se les sancionará con multa equivalente al monto de CUARENTA (40) a OCHENTA (80) UNIDADES TRIBUTARIAS.
- 2) Negarse a suministrar los documentos e informaciones que les sean requeridos por los funcionarios fiscales autorizados, se les sancionará con multa equivalente al monto de CUARENTA (40) a OCHENTA (80) UNIDADES TRIBUTARIAS.
- 3) Negarse a firmar las Actas Fiscales, sin perjuicio del cumplimiento de lo dispuesto en la Ordenanza General de Procedimientos Tributarios, y el Código Orgánico Tributario a los fines de practicar la notificación, se les sancionará con multa equivalente al monto de TREINTA (30) a CINCUENTA (50) UNIDADES TRIBUTARIAS.
- 4) Negarse a permitir las fiscalizaciones por parte de los funcionarios autorizados, se les sancionará con multa equivalente al monto de CINCUENTA (50) a OCHENTA

(80) UNIDADES TRIBUTARIAS.

- 5) Negarse a recibir las citaciones o notificaciones realizadas formalmente por la Administración Tributaria Municipal, se les sancionará con multa equivalente al monto de TREINTA (30) UNIDADES TRIBUTARIAS.
- 6) Por la presentación de documentos falsos o forjados, ante la Administración, se les sancionará con multa equivalente al monto de CINCUENTA (50) a CIEN (100) UNIDADES TRIBUTARIAS, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones establecidas en el ordenamiento jurídico vigente.
- 7) Multa equivalente al monto de VEINTICINCO (25) a OCHENTA Y CINCO (85) UNIDADES TRIBUTARIAS a quien instale, exhiba, distribuya, coloque, encarte y similares, por si mismo, o por medio de una tercera persona cualquier tipo de medio, elemento unidad publicitaria, sin contar con la debida autorización emitida por la Administración Tributaria Municipal, salvo el caso de las vallas y postes publicitarios que se le aplicará lo previsto en el Artículo 92 de esta Ordenanza.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los contribuyentes que colocaren cualquier tipo de Unidad Publicitaria, sin la debida permisología del Municipio, se les concederá 72 horas para la remoción de la misma previo aviso de notificación; si no procede a su remoción, será sancionado con multa por esta causa, equivalente de CINCUENTA (50) a CIEN (100) UNIDADES TRIBUTARIAS, la cual deberá cancelar dentro de los 15 días siguientes al vencimiento del lapso para la remoción. En caso de que el infractor no proceda a remover la Unidad Publicitaria, ni cancele las multas se le suspenderá el ejercicio de la actividad comercial publicitaria en la Jurisdicción de este Municipio por seis (06) meses, si reincide, por dos (02) años hasta que solucione la situación planteada.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La reincidencia en la violación de cualquiera de la normativa aquí descrita acarreará el doble de la última multa impuesta progresivamente y la remoción de la Unidad Publicitaria, si fuere el caso.

PARÁGRAFO TERCERO: Cuando resulte impracticable la notificación a la que se refiere el artículo precedente, se procederá a la publicación de un extracto del acto administrativo, en un diario de mayor circulación en el Municipio, en cuyo caso se considerará por notificado el interesado diez (10) días hábiles después de la publicación, circunstancia que se advertirá en forma expresa.

ARTICULO 103: Quienes causaren una disminución ilegítima de impuestos mediante la obtención indebida de exoneraciones, u otros beneficios fiscales, o por otros medios ilícitos de los que tipifica esta Ordenanza, serán sancionados con multa equivalente al monto del impuesto omitido como producto de la infracción, más una cantidad igual a la omitida.

ARTICULO 104: Quienes oculten, alteren o falsifiquen facturas u otros documentos para obtener un provecho indebido, serán sancionados con multa equivalente al triple del

impuesto omitido, sin perjuicio de las sanciones penales previstas en las leyes.

ARTICULO 105: Los agentes de percepción que no percibieren el impuesto establecido en esta Ordenanza, serán sancionados con multa equivalente al doble del monto del tributo dejado de percibir. Igual sanción se aplicará por el mantenimiento en la presentación de la declaración informativa presente en el Artículo 19 de esta Ordenanza.

ARTICULO 106: Los agentes de percepción que percibieren cantidades menores a las establecidas en esta Ordenanza, serán sancionados con multas equivalente al doble del monto del tributo no percibido.

ARTICULO 107: Los agentes de percepción o los contribuyentes directos que no enteraren en la receptoría de fondos municipales las cantidades percibidas dentro del lapso establecido en esta Ordenanza, serán sancionados con multa equivalente al Veinte por ciento (20%) mensual del tributo percibido y no enterado. Si el retraso en enterar los tributos percibidos se produce más allá de los tres (03) meses, es decir un trimestre, contados desde la fecha que han debido enterarse, se procederá a la denuncia penal correspondiente por órgano del Síndico Procurador Municipal, de conformidad con lo dispuesto en el Código Orgánico Tributario y el Artículo 87 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal. Igualmente se procederá a la remoción de la unidad publicitaria, previa notificación al interesado y otorgados los recursos que la Ley prevé.

ARTICULO 108: Las sanciones que se impongan a los infractores por violación de la presente Ordenanza y su Reglamento, deberán estar contenidas en acto administrativo motivado, dictado por el Órgano Competente; previo cumplimiento de las formalidades y requisitos de Ley.

Al efecto, en todos los casos de procedimientos sancionatorios, se tramitarán a través del Procedimiento breve establecido en la Ordenanza General de Procedimientos Tributarios y en el Código Orgánico Tributario.

ARTICULO 109: El Acto Administrativo que decida el caso, resolverá todas las cuestiones planteadas, tanto inicialmente, como durante la tramitación. La decisión que se dicte deberá ser debidamente notificada a los infractores, indicándoles los Recursos que proceden, con expresión de los lapsos para ejercerlos validamente y los Órganos competentes ante los cuales deban imponerse.

ARTICULO 110: La Administración Municipal, ajustará su actuación a los Principios de Economía, Eficacia, Celeridad e Imparcialidad que rigen el Derecho Administrativo.

TITULO XI DE LOS RECURSOS

ARTICULO 111: Los Actos de la Administración Tributaria Municipal de efectos particulares, que determinen tributos, apliquen sanciones o afecten en cualquier forma los derechos de los administrados, podrán ser impugnados por quien tenga interés legítimo mediante la interposición de los recursos establecidos en la Ordenanza General de Procedimientos Tributarios, y el Código Orgánico Tributario.

ARTICULO 112: Los Actos de la Administración Tributaria Municipal de efectos particulares, de mero trámite administrativo, que determinen sanciones o afecten en cualquier forma los derechos de los administrados, podrán ser impugnados por quien tenga interés legítimo mediante la interposición de los recursos establecidos en la Ordenanza de Procedimiento Administrativo y en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

ARTICULO 113: El Recurso Jerárquico por ante el Alcalde, podrá intentarse contra las resoluciones emanadas de la Administración Tributaria Municipal dentro de un lapso de quince (15) días hábiles, contados a partir de la notificación del Acto Administrativo que se impugne, mediante escrito en el cual se expresarán las razones de hecho o de derecho, en las que se fundamente. Al escrito deberá acompañarse el documento donde aparezca el acto recurrido o, en su defecto, éste deberá identificarse suficientemente en el texto de dicho escrito. El Alcalde dispondrá de un lapso de dos (2) meses para sustanciar y decidir el recurso, contados a partir de la fecha de su interposición.

ARTICULO 114: El recurso deberá decidirse mediante resolución motivada; vencido el lapso fijado en el artículo anterior sin que hubiere decisión, el Recurso se entenderá denegado.

TITULO XII

DE LAS DISPOSICIONES

CAPITULO I

DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTICULO 115: Las personas o empresas que se encuentren inscritas en el Registro de Publicidad al momento de la entrada en vigencia de la presente Ordenanza, deberán solicitar la renovación de dicha inscripción, dentro del lapso de Sesenta (60) días hábiles contados a partir de la publicación de esta Ordenanza, debiendo cancelar la tasa Administrativa prevista en el Artículo 7.

La Alcaldía suministrará la información oportuna, clara y veraz, además de los formatos necesarios para la actualización de la inscripción, de acuerdo a lo que disponen los Artículos 7 y 8 de esta Ordenanza. Transcurrido el lapso señalado en este Artículo sin que

se le hubiere dado cumplimiento, se considerarán infractores y serán sancionados de conformidad con lo dispuesto en la presente Ordenanza.

ARTICULO 116: Los medios o unidades publicitarias que a partir de la fecha de publicación de esta Ordenanza no cumplan con sus requisitos tendrán un lapso de tres (03) meses contados a partir de dicha fecha para adecuarse a ella, caso contrario y cumplido el lapso, deberán ser removidos por las empresas responsables, y se aplicará lo previsto en la presente Ordenanza, sobre esta materia.

ARTICULO 117: Dentro de los treinta (30) días continuos a la promulgación de la presente Ordenanza, las empresas publicitarias deberán informar a la Administración Tributaria Municipal, su plan de retiro de aquellos medios publicitarios que no reúnan los requisitos establecidos en esta Ordenanza y su Reglamento. El retiro de dichos medios publicitarios deberá completarse dentro de los cuatro (04) meses siguientes a la entrada en vigencia de la Ordenanza.

ARTICULO 118: Si en un terreno o edificación se encuentra instalado un número de vallas mayor al permitido por esta Ordenanza y su Reglamento, se mantendrán solamente aquellas que hayan obtenido permiso de acuerdo con la fecha de instalación, teniendo prioridad aquellas cuyo permiso sea de mayor antigüedad. El Director de la Administración Tributaria Municipal, seleccionará las vallas que puedan permanecer, tomando en cuenta, entre otras circunstancias, el mayor tiempo de instalación, condiciones físicas de las estructuras y armonía con el ambiente. El resto de las vallas deberán ser removidas.

ARTICULO 119: Hasta tanto sea aprobado el PLAN DE UBICACIÓN DE MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIOS Y SE ELABORE EL ANEXO DESCRIPTIVO, el Alcalde o el Funcionario delegado para esta materia, tendrán competencia exclusiva para decidir sobre los sitios de ubicación de dichos Medios o Unidades Publicitarias

ARTICULO 120: La denominación de las Direcciones a la cual se le atribuyen funciones en esta Ordenanza, podrá ser sustituida por otra u otras dependencias, mediante Ordenanza, Decreto o Resolución, dictado por el Alcalde y publicado en la Gaceta Municipal.

CAPITULO II DE LAS DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 121: Lo no previsto en esta Ordenanza en materia tributaria se regirá por las disposiciones de la Ordenanza General de Procedimientos Tributarios, y el Código Orgánico Tributario, y en materia administrativa por las disposiciones vigentes en materia de Procedimientos Administrativos.

ARTICULO 122: La presente Ordenanza deberá ser Reglamentada por el Alcalde, sin

alterar su espíritu, propósito y razón.

ARTICULO 123: La empresa industrial, publicitaria y/o directamente el anunciante podrán ejercer la acción de reintegro, cuando habiendo sido contratado un servicio por un lapso determinado y haya sido pagado el impuesto correspondiente a la totalidad de dicho lapso, el ejercicio dejare de prestarse por causas imputables al Municipio, a menos que existiere una disposición contraria.

Según el caso, los entes publicitarios deberán probar, mediante el uso de los medios de prueba establecidos en el Código de Procedimiento Civil, que el impuesto no fue causado, por no haberse prestado el servicio y el tiempo en que éste no se prestó.

El derecho al reintegro se limita al monto del impuesto no causado, calculado a prorrata sobre las sumas devueltas o por trimestres enteros sobre el tiempo no exhibido.

ARTICULO 124: Toda publicidad efectuada por medios no previstos en esta Ordenanza y en sus reglamentaciones, será revisada y resuelta por el Alcalde.

ARTICULO 125: Será de responsabilidad y competencia de la Administración Tributaria Municipal la vigencia, cuidado y aplicación de esta Ordenanza, así como la fiscalización y recaudación del impuesto en ella establecido, sin perjuicio de la colaboración que deberá prestar el Instituto de Policía Municipal de el Municipio El Hatillo, y de las atribuciones del Alcalde en su condición de máxima autoridad administrativa.

ARTICULO 126: Queda derogada la Ordenanza publicada en la Gaceta Municipal Extraordinario N° 14/98 de fecha 01 de Julio de 1998, así como las demás disposiciones de igual o inferior jerarquía que colidan con ella.

ARTICULO 127: La presente Ordenanza entrará en vigencia a los sesenta (60) días posteriores a su publicación en la Gaceta Municipal, de conformidad a lo dispuesto en el Artículo 114 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal .

ARTICULO 128: Imprímase íntegramente la Ordenanza Sobre Publicidad Comercial , para su publicación en la Gaceta Municipal del Municipio El Hatillo del Estado Miranda.

DADA, FIRMADA Y SELLADA EN EL SALÓN DE SESIONES DEL CONCEJO DEL MUNICIPIO EL HATILLO DEL ESTADO MIRANDA, A LOS TREINTA (30) DÍAS DEL MES DE OCTUBRE DEL AÑO DOS MIL DOS (2002).

AÑOS 192 DE LA INDEPENDENCIA Y 140 DE LA FEDERACIÓN.

MYRIAM DO NASCIMENTO
VICE-PRESIDENTA

MARLON RODRIGUEZ RAMIREZ
SECRETARIO DEL CONCEJO

En el Despacho del Alcalde del Municipio El Hatillo, a los treinta (30) días del mes de octubre de dos mil dos (2002).

Cúmplase y Ejecútase

Alfredo Catalán Schick
Alcalde