



GACETA MUNICIPAL MUNICIPIO EL HATILLO ESTADO MIRANDA

Año: MCMXCVIII EL HATILLO 01 DE JULIO DE 1.998 Nro. 14/98 EXTRAORDINARIO

ORDENANZA SOBRE
GACETA MUNICIPAL
ARTÍCULO 5º

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.

REFORMA PARCIAL DE LA ORDENANZA DE PUBLICIDAD COMERCIAL

**REPUBLICA DE VENEZUELA
ESTADO MIRANDA
MUNICIPIO EL HATILLO**

El Concejo Municipal del Municipio El Hatillo, del Estado Miranda, en uso de las atribuciones que le confiere el artículo 74 ordinal 3º de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, sanciona la siguiente Ordenanza:

REFORMA PARCIAL DE LA ORDENANZA DE PUBLICIDAD COMERCIAL

ARTICULO 1: Se reforma el artículo 47, el cual quedará redactado de la forma siguiente:

ARTICULO 47: Los carteles, letreros, afiches o similares, cuya función sea identificar la razón social, destino comercial o servicios prestados por empresas comerciales, industriales o de servicios que no contengan propaganda comercial, podrán instalarse adosados en la fachada o en los ambientes interiores de los inmuebles; si la hubiera. Este tipo de publicidad pagará un impuesto de dos (02) unidades tributarias por cada metro cuadrado o fracción.

ARTICULO 2: Se elimina la denominación de la sección VI del Capítulo III, la cual quedará de la siguiente forma:

**SECCION VI
DE LA PUBLICIDAD EN MEDIOS OCASIONALES**

ARTICULO 3: Se reforma el artículo 54, el cual quedará redactado de la siguiente forma:

ARTICULO 54: La publicidad que se realice a través de pendones, banderines, banderas y similares debe ser autorizada por la administración tributaria municipal y pagará un impuesto de una (01) unidad tributaria (u.t.) por cada pieza y por ocho (08) días contados a partir de la expedición del permiso respectivo, en los sitios previamente autorizados por la Alcaldía. A tales fines, no se permitirá la colocación de pancartas.

PARAGRAFO UNICO: Quien coloque estas piezas publicitarias tiene la obligación de removerlas dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes al vencimiento del permiso otorgado.

ARTICULO 4: Se reforma el artículo 55, el cual quedará redactado de la siguiente forma:

ARTICULO 55: La publicidad que se realice a través de habladores, afiches, resaltantes y similares, para destacar un producto, servicio o empresa, pagará un impuesto de dos (02) unidades tributarias (u.t.) por cada cincuenta (50) unidades por mes.

ARTICULO 5: Se crea un nuevo artículo identificado con el No. 56, cuya redacción es la siguiente:

ARTICULO 56: Los stands o mostradores publicitarios colocados en el interior o exterior de los locales comerciales, pagarán un impuesto de dos (02) unidades tributarias (u.t) hasta por ocho días de exhibición.

ARTICULO 6: Se elimina el numeral 5 del artículo 72 de la presente Ordenanza.

ARTICULO 7: En el Capítulo VIII (DE LAS DISPOSICIONES FINALES) se crea un nuevo artículo que quedará en lugar del artículo 90, el cual quedará redactado de la siguiente forma:

ARTICULO 90: La publicidad de cigarrillos, picadura y demás derivados del tabaco, así como las bebidas alcohólicas, anunciadas de conformidad con lo previsto en la presente Ordenanza, pagarán un cincuenta por ciento (50 %) adicional sobre el impuesto establecido. Todo ello sin perjuicio de lo contemplado en las Leyes y Decretos Nacionales que rigen la materia.

ARTICULO 8: se reforma el artículo 92, el cual quedará redactado de la siguiente forma:

ARTICULO 92: La presente Ordenanza entrará en vigencia a los sesenta (60) días continuos, contados a partir de la fecha de su publicación.
Imprimase en un solo texto la Ordenanza de Publicidad Comercial con las reformas aquí sancionadas, corrijase la numeración de los artículos y en este texto único sustitúyase por los de la presente, las fechas, firmas y demás datos de sanción y promulgación de la Ordenanza reformada.

Dado, firmado y sellado en el salón de Sesiones del Concejo Municipal del Municipio El Hatillo, del Estado Miranda, a los cinco (05) días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho (1998).

Años 188 de la Independencia y 139 de la Federación.



**REPÚBLICA DE VENEZUELA
ESTADO MIRANDA
MUNICIPIO EL HATILLO**

El Concejo Municipal del Municipio El Hatillo del Estado Miranda, en ejercicio de sus facultades legales que le confiere el artículo 76, ord. 3 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, sanciona la siguiente reforma de la:

Ordenanza sobre Publicidad Comercial

**CAPITULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

ARTÍCULO 1: La presente Ordenanza tiene por objeto regular la publicidad comercial que sea producida, editada, exhibida, instalada, tramitada, proyectada o distribuida en el Municipio El Hatillo del Estado Miranda

ARTÍCULO 2: A los efectos de esta ordenanza, se entiende por publicidad comercial, todo anuncio o mensaje difundido por cualquier medio de comunicación impreso, radioeléctrico o audiovisual, destinado a dar a conocer, promover, informar, divulgar o estimular la venta y consumo de productos, servicios y bienes en general, con el fin de captar a los consumidores, beneficiarios o los usuarios de los mismos.-

ARTÍCULO 3: A los efectos de esta Ordenanza, se considera contribuyente, toda persona natural o jurídica que fabrique, elabore, produzca, transmita, distribuya, publique, anuncie y/o exhiba la publicidad comercial aquí regulada.

ARTÍCULO 4: La publicidad comercial que se haga acerca de las cualidades, características o beneficios de cualquier artículo, servicio o producto; o sobre exhibiciones artísticas de habilidad o destreza, deberá ajustarse a la verdad.

ARTICULO 5: La publicidad deberá ser expresada en idioma castellano, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 del Código Civil, el uso de los otros idiomas sólo se permite cuando se trate de palabras que no tienen traducción o que se refieren a nombres propios, marcas de fabrica o denominaciones comerciales debidamente registradas, así como los mensajes publicitarios turísticos dirigidos a públicos no hispano-parlantes.

ARTÍCULO 6: A los efectos de esta Ordenanza se considera:

- a.) Empresa Industrial: el ente fabricante y operativo del servicio publicitario.
- b) Empresa Publicitaria: el ente creativo, e intermediario entre el anunciante y los proveedores de servicios publicitarios.
- c.) Empresa Anunciante: el ente contratante de servicios publicitarios y conexos, en forma directa o indirecta.

ARTÍCULO 7: Para poder ejercer la actividad que regula la presente Ordenanza, las empresas de publicidad, los fabricantes de carteles publicitarios y las demás personas naturales y jurídicas que habitualmente elaboren o publiquen anuncios comerciales, así como los que tengan nexos con este ramo deberán registrarse en la Administración Tributaria Municipal, a los efectos impositivos correspondientes. A tal efecto, acompañaran a la solicitud de registro, copia del Acta constitutiva de la empresa o un ejemplar del medio donde conste su publicación, con indicación del número de la Licencia de Patente de Industria y Comercio y el recibo del último trimestre cancelado.

ARTÍCULO 8: Toda la publicidad comercial que se pretenda difundir a través de cualquier medio de comunicación de los previstos en esta Ordenanza y colocado 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 N° 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 9: Corresponde a las personas naturales o jurídicas que realicen publicidad en jurisdicción del Municipio:

- 1.) Mantener en buen estado los anuncios publicitarios que coloquen.
- 2.) Retirar aquellos que no llenen las condiciones de estética y de seguridad requeridas, que contengan mensajes que hayan perdido vigencia o que no cumplan con las normas aquí establecidas.
- 3.) Informar inmediatamente a la Administración Tributaria Municipal, cualquier cambio de tamaño o forma de las piezas publicitarias.
- 4.) Notificar a la Administración Tributaria Municipal el retiro de las vallas o cualquier pieza publicitaria para poner fin a la obligación impositiva correspondiente. Mientras ello no se haga, se continuará causando el impuesto.
- 5.) Enviar en el transcurso del mes de Diciembre de cada año, a la Administración Tributaria Municipal, una relación en donde se indiquen los avisos que continuarán en exhibición, el siguiente año de acuerdo a lo exigido en el artículo 16.
- 6.) Actuar como agente de percepción de los impuestos que se causen de acuerdo con esta ordenanza y entregarla ante la Administración Tributaria Municipal u Organismo competente.
- 7.) Permitir el acceso de los Fiscales autorizados a la contabilidad y suministrar a estos los documentos e información que les sean requeridos.-

ARTÍCULO 10: La Alcaldía podrá suspender, prohibir, remover o sancionar la publicidad promocionada por empresas industriales, agencias publicitarias o anunciantes cuyos anuncios publicitarios no se ajusten a las normas previstas en esta Ordenanza, así como la Ordenanza de Zonificación o a las normas de moralidad, seguridad, ornato, lenguaje y mantenimiento, de conformidad con lo previsto en el ordenamiento legal municipal.

PARAGRAFO PRIMERO: Las decisiones de la Alcaldía serán ejecutadas a través del órgano competente en un plazo de veinte días continuos contados a partir de la notificación correspondiente. La Administración Tributaria Municipal velará por el estricto cumplimiento de esta disposición.

PARAGRAFO SEGUNDO: Queda exceptuados los derechos de remoción otorgados a la Alcaldía frente a los derechos adquiridos por los propietarios de los espacios publicitarios instalados de acuerdo con las Ordenanzas anteriores. Para estos casos la Administración Tributaria Municipal gestionará un convenimiento de adecuación de la pieza publicitaria de común acuerdo con el contribuyente.-

CAPITULO II DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS Y SUS IMPUESTOS

ARTÍCULO 11: 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 Artículo 4to, Parágrafo 2do. y Artículo 229 del Código Orgánico Tributario.

ARTÍCULO 12: Toda publicidad comercial está sujeta previa su instalación, publicación, divulgación y distribución; al pago del impuesto municipal correspondiente, establecido en esta Ordenanza.

El pago del mismo deberá realizarse, en las oficinas receptoras indicadas por la Administración Tributaria Municipal, siendo solidariamente responsables la empresa industrial contratada, la empresa publicitaria y el anunciente.-

ARTÍCULO 13: Cuando la empresa anuncianta directamente o a través de la empresa industrial o la publicitaria según sea el caso, desee modificar la pieza publicitaria en tamaño y/o las características técnicas del mismo, deberá solicitar la respectiva autorización a la Administración Tributaria Municipal. Si la modificación del anuncio implica un monto mayor al impuesto pagado, procederá el pago de la diferencia del aforo respectivo, en un lapso no mayor de treinta (30) días después de haberse iniciado la publicidad.-

ARTÍCULO 14: En los casos en que el impuesto previsto en esta Ordenanza se calcule anualmente, su liquidación se hará por año fiscal, pero cuando la publicidad se inicie durante el curso de éste, pagará proporcionalmente hasta el final del mismo.

ARTÍCULO 15: Cuando se trate de una publicidad cuyo impuesto se calcule anualmente y que su exhibición no exceda de treinta días, la Administración Tributaria Municipal, fijará las condiciones a que debe ajustarse y el impuesto será de la doceava parte del que hubiere pagado de permanecer exhibido un (1) año.

ARTICULO 16: Las empresas industriales, publicitarias o anunciantes, a los fines de la liquidación de los impuestos a que haya lugar en la aplicación de esta Ordenanza, deberán declarar por escrito anualmente el listado de los espacios publicitarios que continuarán instalados en el siguiente año y que cuenten con sus respectivos permisos. No se tomaran en cuenta los espacios incluidos en el listado anual cuya tramitación esté en proceso para la obtención de los permisos.

PARÁGRAFO ÚNICO: La liquidación de los impuestos no creará precedente ni sustituye el otorgamiento de los permisos.

ARTÍCULO 17: 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 servicio dejare de prestarse por causas imputables al Municipio.

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 este 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.

ARTÍCULO 18: Los agentes de percepción están obligados a adicionar el monto del impuesto, a las facturas que emitan con cargo a terceras personas, por la realización de actividades gravadas en esta Ordenanza.

ARTÍCULO 19: El agente de percepción deberá presentar trimestralmente ante la Administración Tributaria Municipal, una relación de los tributos pagados por cuenta de las empresas anunciantes.

CAPITULO III DE LAS DIVERSAS CLASES DE PUBLICIDAD Y SUS IMPUESTOS

SECCIÓN I DE LA PUBLICIDAD EN FOLLETOS Y EDICIONES IMPRESAS

ARTÍCULO 20: 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.

ARTÍCULO 21: Los folletos suplementos publicitarios y hojas impresas que se distribuyan con 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 400 cm cuadrados: Una (1) Unidad Tributaria.
- b.) De 400 cm cuadrados hasta 600 cm: Dos (2) Unidades Tributarias
- c.) De 600 cm cuadrados en adelante: Tres (3) Unidades Tributarias.

ARTÍCULO 22: En cada uno de los ejemplares de los medios impresos a los que se refiere esta sección se expresará en pie de impresa el número total de ejemplares impresos. La empresa editora será responsable de la veracidad de la cifra indicada. El referido Tributo será cancelado ante la Administración Tributaria Municipal.

SECCIÓN II DE LA PUBLICIDAD COMBINADA CON SERVICIOS A LA COMUNIDAD

ARTICULO 23: Son medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, aceptados por 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 el Ministerio de Transporte y Comunicaciones 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 emergencia 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 Municipal 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 sean de un metro ochenta centímetros cuadrados (1.80 M²)
 - e.2) Señalizadores de Estacionamientos Públicos: son los destinados a anunciar a distancia el acceso de los estacionamientos públicos, compuesto por un elemento

estructural de logos y señales relativas al servicio y un diagnostico luminoso indicador de la disponibilidad que incorpora un espacio luminoso.

e.3) Señalizadores de farmacia: son los que anuncian la localización de farmacias 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, establecida por el Ministerio de Relaciones Interiores, compuesto por una estructura vertical que exhibe señales relativas a la delimitación y custodia de la zona bancaria.

PARÁGRAFO PRIMERO: 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.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Se prohíbe en las aceras, cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad y solo si se trata de aceras por donde transiten transportes públicos con rutas preestablecidas por el municipio.

ARTÍCULO 24: 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.

ARTÍCULO 25: Todo módulo, caseta u otro medio publicitario combinado con servicios públicos a la comunidad, deberá ser identificado mediante una placa-inventario, emanada de la Administración Tributaria Municipal, elaborada con cargo a la empresa industrial, la publicitaria y/o el anunciante.

ARTÍCULO 26: A los efectos de la publicidad exhibida en las paradas de autobuses, 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 debe exhibir en posición elevada 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 paradas 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 cm²).-

PARÁGRAFO PRIMERO: 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.-

ARTÍCULO 27: Las papeleras con publicidad comercial, instaladas en las aceras se regirán por la siguiente normativa:

- 1.- El espacio publicitario de las papeleras tendrá una dimensión máxima de 1,20 mts metros cuadrados.-
- 2.- Sólo 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 (40 cm) 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 (50 mts).-
- 4.- Se podrán instalar un máximo de dos (2) papeleras por acera, salvo en cuadras superiores a sesenta metros, supuesto en que se respetará la distancia mínima referida de 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 60 litros, 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.-

ARTICULO 28: Las cassetas para uno o varios módulos de teléfonos, contendrá un área publicitaria máxima de un metro cincuenta centímetros cuadrados (1,50 mts 2) 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 cien metros (100 mts):-

ARTICULO 29: 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 tendrán una superficie máxima de un metro veinte centímetros cuadrados (1,20 cm 2).-

ARTICULO 30: Los planos guía podrán instalarse uno (1) por cuadra, guardando una distancia de 50 mts respecto a cualquier otro módulo publicitario. Tendrán una base

cuya altura máxima será de (0,70 mts) y una superficie informativa de (1,50 de altura por 1,20 de ancho mts).-

Estos espacios se instalarán sólo 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, respetando el paso en las esquinas de las rampas de acceso a minusvalidos.

ARTICULO 31: Los señalizadores de estacionamientos públicos deberán mantener una altura mínima de (2,20 metros) 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 mts).-

Solamente se instalará un (1) señalizador al frente del acceso del 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 32: Los señalizadores de farmacia consistirán en una estructura vertical de 10 centímetros de ancho 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 se utilizarán 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 33: 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 Transporte y Comunicaciones

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 (2.20 cm)
- 2.) Mantener una separación mínima de 0.50 mts., desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la señal.-
- 3.) Sólo se ubicarán dos señales por fachada en cada entidad a señalizar, orientadas perpendicularmente en sentido de orientación 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.-

PÁRAGRAFO ÚNICO: 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 5 mts de sus límites exteriores.

ARTICULO 34: Las nomenclaturas viales, se componen de un poste metálico, de 10 centímetros 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.

Los postes de estos señalamientos viales, para no entorpecer el tránsito peatonal serán de diez centímetros (10 cm); y el área de servicios publicitarios, no mayor de un metro de ancho por un metro veinticinco centímetros de altura (1.25 cm).-

ARTICULO 35: 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 seis (6) Unidades Tributarias anuales o por fracciones hasta 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.-

SECCIÓN III DE LA PUBLICIDAD EN MÓDULOS PUBLICITARIOS TALES COMO VITRINAS Y EXHIBIDORES

ARTICULO 36: Los módulos publicitarios tales como vitrinas y exhibidores que estén adyacentes a las vías de circulación estrictamente peatonal, en lugares de propiedad pública o privada, pagarán un impuesto anual de tres (3) Unidades Tributarias por cada unidad, prorratable por el tiempo que permanezca su exhibición con própositos publicitarios.

SECCIÓN IV DE LA PUBLICIDAD EN VALLAS, CARTELES Y AVISOS FIJOS O RODANTES

ARTICULO 37: A los fines de esta Ordenanza, se entiende por Valla, toda publicidad en forma de cartel, o anuncio de ubicación fija o rodante, mural globo o figuras corpóreas infladas o similares, bien sea mediante afiches impresos, pintados, con o sin

iluminación y elaborados con materiales que representen letras, textos, figuras u objetos, símbolos, fotos o logotipos destinados a permanecer a la vista del público, 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 servicio.

ARTÍCULO 38: A los mismos fines se clasifica a las VALLAS publicitarias de carácter permanente, de la siguiente manera:

Vallas instaladas con estructuras propias sobre el suelo.

Vallas en edificaciones, las cuales pueden ser con estructuras propias sobre azoteas, o adosadas a las fachadas.

Vallas iluminadas con luz proveniente del exterior.

Vallas luminosas con luz proveniente de su estructura interior.

Vallas electrónicas que exhiban anuncios intercambiables con o sin iluminación interna o externa.

Vallas publicitarias combinadas con servicios a la comunidad en cuyos diseños se incorporen mensajes destinados a promover o prestar servicios públicos en conformidad con las normas legales que lo regulen.

Vallas publicitarias móviles o rodantes aquellas que sean exhibidas en el exterior de vehículos automotores de reparto o transporte público o carga, en su parte exterior trasera o laterales.

ARTÍCULO 39: A los fines de realizar la actividad prevista en la presente Ordenanza, la empresa industrial, la empresa publicitaria o el anunciante solicitará previamente, autorización de la Administración Tributaria Municipal a cuyo efecto deberá presentar:

1.- Descripción del anuncio, cartel o cualquier otra forma de publicidad que se proponga instalar en lugares fijos incluyendo fotografía, dibujo o maqueta a escala, a los fines del cálculo del impuesto respectivo estipulado en la presente Ordenanza

2.- Presentación de las pruebas fehacientes del derecho a ocupar el área donde se proyecte la instalación del anuncio.

3.- Presentación de la solvencia de patente de Industria y Comercio y cualquier otra documentación complementaria que a juicio de la Administración Tributaria Municipal se requiera.

ARTÍCULO 40: Las vallas publicitarias y similares, de ubicación fija o rodantes pagarán, un impuesto anual o prorratable por fracción de tiempo, de una (01) Unidad Tributaria por metro cuadrado de superficie publicitaria.

ARTÍCULO 41: Cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso o altura requieran condiciones especiales para su instalación, la empresa industrial, la empresa de publicidad o anunciante deberá anexar a la solicitud de permiso a que se refiere el

artículo 39 de esta Ordenanza, un plano a escala de la estructura y cuerpo del anuncio, debidamente conformado por un ingeniero colegiado.

La Administración Tributaria Municipal deberá decidir dentro de los quince (15) días hábiles a la recepción de la solicitud de permiso, previa opinión de la Dirección Municipal de Desarrollo Urbano y Catastro a cuyos efectos remitirá el plano y cualquier otro requisito que a su juicio sea necesario, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud, para su revisión, conformidad o reparo.-

ARTÍCULO 42: Las vallas publicitarias o similares de ubicación fijas podrán instalarse en:

- 1) Azoteas, terrazas o techos de inmuebles con zonificación comercial e industrial de conformidad con los planos de zonificación del Municipio El Hatillo.
- 2) En las edificaciones deportivas, sanitarias y educativas, podrán instalarse, vallas publicitarias o similares de ubicación fija, exceptuando los mensajes publicitarios sobre marcas de licores y cigarrillos.
- 3) Cuando la publicidad este instalada en el interior de los locales de espectáculos, o en locales de libre acceso al público, pagará el impuesto anual o prorrataeado previsto en el artículo 40 de esta Ordenanza.

PARÁGRAFO ÚNICO: Si en una misma valla o pieza publicitaria se incluyera publicidad de dos o más anunciantes, cada uno de estos pagará por separado el impuesto previsto en el artículo 40 de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 43: 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 proximo a la misma.

En cada caso, la instalación de las vallas y similares deberá ajustarse a los parámetros contemplados en el Reglamento de esta Ordenanza, 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 admisible y la separación entre ellas de acuerdo con las características y extensión de la zona.

ARTICULO 44: 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 transito 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.

ARTICULO 45: Toda valla ubicada en bienes muebles e inmuebles del dominio municipal y que no tenga exhibido un mensaje publicitario comercial, deberá destinarse

a la publicidad de carácter institucional o educativa previo visto bueno del boceto, otorgado por el Alcalde.

Estos mensajes se considerarán como aporte gratuito de la empresa publicitaria industrial y estarán exentos del pago del Impuesto.

ARTICULO 46: Las vallas publicitarias deberán identificarse con una placa que se fijará en el ángulo inferior derecho de la cara frontal de la valla junto a la etiqueta auto-adhesiva que se entregará al contribuyente como constancia del pago del impuesto causado.

Esta placa debe incluir la identificación de la valla, dimensiones y número del permiso asignado por la Administración Tributaria Municipal.-

ARTICULO 47: Los carteles, letreros, afiches o similares, cuya función sea identificar la razón social, destino comercial o servicios prestados por empresas comerciales, industriales o de servicios; que no contengan propaganda comercial, podrán instalarse adosados en las fachadas o en los ambientes interiores de los inmuebles; si la hubiera. Este tipo de publicidad pagará un impuesto de dos (2) unidades tributarias por cada metro cuadrado o fracción.

ARTÍCULO 48: Toda valla o cartel publicitario deberá mantenerse en adecuadas condiciones de seguridad y conservación. En caso de desperfectos, si la empresa industrial no procediera a repararlos en 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, quien no podrá alegar deterioro de ninguna índole derivado de tal acción.

PARÁGRAFO ÚNICO: Transcurridos quince días, sin que el responsable hubiere recuperado el anuncio removido, el Municipio podrá disponer de él, con el fin de resarcir los gastos ocasionados

ARTÍCULO 49: La publicidad en marquesinas y toldos que trate de publicidad comercial de un producto determinado pagará un impuesto anual de (2) DOS Unidades Tributarias por cada metro cuadrado o fracción.

ARTICULO 50: 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.

ARTICULO 51: Las personas naturales o jurídicas que asuman el patrocinio de obras de ornato y paisajismo, podrán instalar afiches o módulos de información que identifique al patrocinante como prestador del servicio, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ordenanza.

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

SECCION V DE LA PUBLICIDAD EN BONOS, BILLETES, CUPONES Y OTROS MEDIOS SIMILARES

ARTICULO 52: La publicidad que se efectúe en bonos tikets de autobuses o de cualquier otro medio de transporte público de pasajeros, así como en boletos de espectáculos públicos, tikets de estacionamiento, u otros medios similares, pagará un impuesto anual de una (1) Unidad Tributaria por cada (1000) MIL ejemplares o fracción.

PARAGRAFO PRIMERO: Se exceptúan del pago del impuesto previsto en este artículo, aquellas piezas que lleven impresa solamente la denominación de las empresas que los emitan.

PARAGRAFO SEGUNDO: Cuando una empresa tenga varios establecimientos vinculados o filiales, locales de espectáculos o líneas de transporte colectivo de pasajeros, cada uno de ellos será considerados como una empresa separada a los efectos del Impuesto.

ARTICULO 53: Toda publicidad por medio de bonos, cupones, etiquetas, tapas o solapas de envases, plástico o cartón, de vidrio, o por otros medios similares, destinados a ser canjeados al público por objetos y premios, requerirá en cada caso, la autorización de la Administración Tributaria Municipal y pagará Una (1) unidad Tributaria por cada mil (1000) unidades o fracción.

SECCION VI DE LA PUBLICIDAD EN MEDIOS OCASIONALES

ARTICULO 54: La publicidad que se realice a través de pendones, banderines, banderas y similares, debe ser autorizada por la Administración Tributaria Municipal y pagará un impuesto de una (01) unidad tributaria (u.t.) por cada pieza y por ocho (08) días contados a partir de la expedición del permiso respectivo, en los sitios previamente autorizados por la alcaldía. A tales fines, no se permitirá la colocación de pancartas.

PARAGRAFO UNICO: Quien coloque estas piezas publicitarias tiene la obligación de removerlas dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes al vencimiento del permiso otorgado.

ARTICULO 55: La publicidad que se realice a través de habladores, afiches, resaltantes y similares, para destacar un producto, servicio o empresa, pagará un impuesto de dos (02) unidades tributarias (u.t.) por cada cincuenta (50) unidades por mes.

ARTICULO 56: Los stands o mostradores publicitarios colocados en el interior o exterior de los locales comerciales, pagarán un impuesto de dos (02) unidades tributarias (u.t.) hasta por ocho días de exhibición.

ARTICULO 57: La publicidad en artículos 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, en caso de que se usen o distribuyan fuera del ámbito de establecimientos comerciales en los cuales se expendan productos o servicios que sean objeto de la publicidad que realizan.

PARAGRAFO UNICO: Se excluyen las prendas de vestir, artículos 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 marcas 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.

SECCION VII **DE LA PUBLICIDAD EN TABLEROS, CARTELONES** **Y OTROS MEDIOS AMBULANTES**

ARTÍCULO 58: Toda publicidad que se exhiba a través de avisos, acondicionados en tableros, cartelones o similares mediante la utilización de aparatos, figuras mecánicas, eléctricas, electrónicas, u otros medios de publicidad ambulante, pagará el impuesto anual, de tres (3) Unidades Tributarias trimestrales o fracción, cuando dicha publicidad tenga carácter ocasional y de Diez (10) Unidades Tributarias si es permanente o por periodos anuales.

ARTICULO 59: La publicidad exhibida en los vehículos auto-motores de dos o tres ruedas, dedicados a la carga o reparto, tales como Mini-vans, bicicletas, motocicletas y similares, pagará anualmente un impuesto de CINCO (5) Unidades Tributarias por vehículo. EL impuesto será prorrateable según el tiempo previsto para la exhibición publicitaria.

PARAGRAFO UNICO: Cuando ésta publicidad se efectúe por medio de vehículos particulares en competencias deportivas o en general para cualquier actividad sin fines de lucro, estará exenta del impuesto. En estos casos queda prohibida la publicidad de cigarrillos y licores

ARTICULO 60: Los afiches publicitarios exhibidos en el interior de los vehículos destinados al servicio público de transporte de pasajeros, pagarán cada uno el impuesto anual de DIEZ (10) Unidades Tributarias o prorrateable por fracción de trimestre o semestre.-

SECCION VIII DE LAS BALANZAS, MAQUINAS REGISTRADORAS Y EXPENDEDORAS CON PUBLICIDAD

ARTICULO 61: Las balanzas, máquinas registradoras o máquinas controladoras de estacionamiento y cualquier aparato automático que expida tickets o boletos con publicidad, pagará el impuesto anual de Una (1) Unidad Tributaria, por cada (1000) mil ejemplares o fracción, que emita cada maquina, excluyendo la publicidad que se combine con Servicios a la Comunidad. Este impuesto deberá prorratearse cuando los mencionados aparatos se usen ocasionalmente.

PARAGRAFO UNICO: Esta publicidad no estará sujeta al pago de este impuesto, si los referidos aparatos sólo anunciaren al mismo establecimiento, y se encuentren ubicados en el interior de los locales de comercio o, fuera, siempre que estén instalados, dentro de la propiedad o a dos metros de la acera.

SECCION IX DE LA PUBLICIDAD EN ANUNCIOS LUMINOSOS

ARTICULO 62: Para los efectos de esta sección se entiende por anuncio luminoso publicitario aquel que estuviere dotado de una estructura metálica, de madera, o plástica provista de bombillos o tubos luminosos con gas de neón o sus similares, con el objeto de iluminar los afiches adosados a una superficie no mayor de dos (2) metros cuadrados, destinada a los anuncios propios de las paradas de autobuses y los instalados dentro de establecimientos o locales comerciales.-

Los anuncios luminosos a que se refiere este artículo pagarán por cada anuncio un impuesto anual de Doce (12) Unidades Tributarias.

SECCION X DE LA PUBLICIDAD A TRAVES DE APARATOS PROYECTORES Y SIMILARES

ARTICULO 63: Las proyecciones de video o audio visuales que se realicen en salas de espectáculos o centros abiertos al público y que tengan carácter comercial estarán sujetas al pago de una (1) Unidad Tributaria por cada sesión de proyecciones diarias.

ARTICULO 64: Las proyecciones de mensajes publicitarios en las pantallas de las salas de espectáculos, estarán sujetos al pago de un impuesto de Dos (2) Unidades Tributarias por mensaje publicitario y por mes.

PARAGRAFO ÚNICO: De acuerdo con el Reglamento de esta Ordenanza la Administración Tributaria Municipal, establecerá el límite máximo de publicidad

permitida en cada función según el número, frecuencia y duración de exhibiciones, capacidad de la sala y ubicación de la misma.

ARTICULO 65: Quedan exentos del pago de impuesto los documentales que versen sobre aspectos históricos, culturales, científicos, deportivos o aquellos que tengan por objeto promover los recursos turísticos o folklóricos incluyendo fauna, flora y regiones del Municipio y del país, siempre que no contengan publicidad comercial.

SECCION XI

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

ARTICULO 66: Toda publicidad que se efectúe por medio de aviones, dirigibles, globos, helicópteros y otros medios similares, pagará el impuesto anual, de Seis (6) Unidades Tributarias por cada día de exhibición.-

CAPITULO IV

DE LAS EXENCIONES Y EXONERACIONES

ARTICULO 67: Quedan exentos del pago del impuesto a que se refiere esta Ordenanza:

- 1) La publicidad indicada expresamente como exceptuada, en la presente Ordenanza.
- 2) Los avisos fijos sin contenido comercial cuyo tamaño no exceda de cuatrocientos centímetros cuadrados (400 cms²).
- 3) Los anuncios fijos de médicos, abogados, ingenieros, odontólogos, agrónomos, arquitectos, pintores, escultores, economistas y demás profesiones o artistas siempre que solo indiquen el nombre, profesión, especialidad y dirección; y siempre que no exceda de trescientos (300) centímetros cuadrados.
- 4) Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas, demandas de trabajo referidas exclusivamente a ese fin.
- 5) Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también en marcas de fábricas de la carrocería, colocadas en los vehículos de esa misma marca.
- 6) Las inscripciones de los autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, lápidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie utilizada para tal fin, no exceda de cuatrocientos centímetros cuadrados (400 cms²).

7) La publicidad destinada a promover el turismo en el país efectuada por cualquier Organismo Oficial.

8) Los letreros que solo indiquen la firma, razón social, denominación comercial o los ramos de una oficina, empresa o fondo de comercio cuando hayan sido esculpidos, pintados o colocados en 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 (2 Mts²).

9) La publicidad contenida en artículos destinados a prestar un servicio público, como bolsas de basura; papeles y similares o con fines institucionales o benéficos que no implique actividad comercial con fines de lucro.

ARTICULO 68: El Alcalde, previa autorización concedida mediante Acuerdo de la Cámara Municipal aprobado con mayoría de las dos terceras (2/3) partes de sus integrantes, podrá exonerar total o parcialmente del pago del impuesto las siguientes actividades:

1) La publicidad relativa a conciertos, exposiciones y actividades religiosas; para instituciones sin fines de lucro.

2) La publicidad de espectáculos teatrales cuando sean instituciones de carácter benéfico.

3) Los avisos indicadores del Ingeniero, Constructor y Arquitecto de un edificio y otras obras, siempre que no ocupen una superficie mayor de dieciocho (18) metros cuadrados.

4) 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 los 400 centímetros cuadrados.

5) La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia Venezuela o dentro del país, por personas naturales o jurídicas.

ARTICULO 69: Las exenciones y/o exoneraciones establecidas en los Artículos anteriores, no eximen al anunciante del cumplimiento de las disposiciones previstas en el Capítulo I de la presente Ordenanza.

ARTICULO 70: Para obtener las exoneraciones a que se refiere este Capítulo deberá solicitarse por escrito ante el Concejo Municipal, quien dará o no su aprobación y remitirá a la Administración Tributaria Municipal los recaudos respectivos, para su conocimiento o tramitación.-

CAPITULO V

DE LAS PROHIBICIONES Y SANCIONES

ARTICULO 71: Queda terminantemente prohibida toda clase de publicidad:

- 1.- Que sea contraria al orden público, la seguridad nacional, la moral y las buenas costumbres.
- 2.-Que pretenda promover el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y otras modalidades derivadas del tabaco o que utilicen figuras asociadas a menores de edad o actividades deportivas. La advertencia legal del uso obligatorio referente al daño a la salud a la que se refiere la Ley de Impuestos sobre Cigarrillos debe incluirse en toda pieza publicitaria en un tamaño suficientemente legible.
- 3.- De bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco en todo tipo de piezas publicitarias, y especialmente, la publicidad exhibida en vallas en el ámbito exterior y sea exhibida en un radio de 200 metros en torno a planteles educativos oficiales o privados donde se imparta enseñanza a menores de edad.

ARTICULO 72: Queda igualmente prohibido instalar o hacer publicidad dentro de las autopistas, avenidas, calles, veredas, aceras, parques, plazas, plazoletas, islas divisorias o en cualquiera 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.

ARTÍCULO 73: Se prohíbe instalar o hacer publicidad:

- 1.- En cualquier inmueble de propiedad privada sin autorización de su propietario.
- 2.- En los caminos y carreteras en forma que dificulten la visión del paisaje, que constituya factor de degradación ambiental o contribuya a agravar el existente u obstaculicen la visión de valores paisajísticos o el libre tránsito y seguridad del mismo.
- 3.- En los muros, postes, alamedas, así como en las barandas de los puentes, señales de tránsito y en cualquier otra área publica con las solas excepciones contenidas en esta Ordenanza
- 4.- En los árboles, piedras, rocas y demás elementos naturales.
- 5.- En el interior y exterior de los inmuebles donde funcionan oficinas de los poderes públicos, con excepción de las contempladas en el Artículo 42 de esta Ordenanza.
- 6.- En las paredes interiores y exteriores de los cementerios.

7.- En los vidrios delanteros de los vehículos o en cualquier otro sitio que pueda entorpecer su visualidad y manejo o que de alguna manera entorpezca el tránsito.

8.- En los vehículos de uso colectivo, cuando se trate de publicidad sonora por megáfonos o altoparlantes.

9.- En las viviendas particulares en zonas residenciales.

10.- Pintar publicidad en los suelos, aceras, postes de alumbrado

11.- En los Símbolos Patrios.-

ARTICULO 74: 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.

ARTICULO 75: Los contraventores a las disposiciones de ésta Ordenanza, serán sancionados así:

1.- El que exhiba publicidad en las zonas industriales o comerciales, sin haberse otorgado el permiso correspondiente, se sancionará con multa equivalente a Cincuenta (50) Unidades Tributarias, más el impuesto causado por la publicidad efectuada. Se aplicara el doble de la multa a quien proceda a efectuar la publicidad de haberle sido negada su solicitud.

2.- El que instale o efectuare publicidad en zonas residenciales, y lugares señalados en el Artículo 72 serán sancionados con multa equivalente a Setenta y cinco (75) Unidades Tributarias por cada infracción, sin perjuicio de las sanciones contempladas.

ARTICULO 76: Todo aquel que efectuare publicidad sin haber cumplido la obligación de pagar los impuestos que establece esta Ordenanza será sancionado con la remoción de la pieza publicitaria de que se trate, si fuere el caso y una multa igual a cinco veces el monto del impuesto dejado de pagar, sin perjuicio de obtener el pago por la vía legal correspondiente.

ARTICULO 77: En caso de que la sanción impuesta incluya la remoción de vallas o piezas publicitarias, por parte de la empresa fabricante, la agencia publicitaria y /o anunciante responsable, la autoridad competente podrá requerir su remoción en un lapso no mayor de sesenta (60) días, previa notificación a las partes, y siempre con la presencia de un Funcionario autorizado para ello.

PARAGRAFO PRIMERO: El Municipio se reserva la facultad de disponer de los anuncios publicitarios removidos, cuando los propietarios de los mismos no acudan a recuperarlos en el lapso de sesenta 60 días después de haber sido removidos.

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

ARTICULO 78: 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 seis (6) meses.-

ARTICULO 79: El desacato a las citaciones expedidas por la Administración Tributaria Municipal, será sancionado con multa equivalente a 50 Unidades Tributarias. En caso de reincidencia se aplicará adicionalmente igual multa por cada desacato.

ARTICULO 80: El Síndico Municipal esta en la obligación de ejercer las acciones penales 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.

ARTICULO 81: Las infracciones a las disposiciones de esta Ordenanza que no tengan señaladas sanciones específicas, se les aplicará una multa equivalente a 40 Unidades Tributarias.

ARTICULO 82: Las multas contempladas en esta Ordenanza, deberán ser pagadas en las Oficinas Recaudadoras de la Administración Tributaria Municipal, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha de su notificación.

Transcurrido dicho plazo sin haberse pagado la multa, se cobrarán intereses moratorios a la tasa del uno (1%) mensual, sobre el monto de la misma hasta la fecha de su cancelación.

ARTICULO 83: Quien reincida en transgresiones a lo dispuesto por la presente Ordenanza, será sancionado con el doble de la última multa impuesta en forma progresiva.

ARTICULO 84: Las sanciones que se impongan por violación de la presente Ordenanza deberán estar contenidas en un acto motivado, dictado por el funcionario competente. En todos los casos el procedimiento sancionatorio se indicará mediante el levantamiento de un acta en la cual se hará constar la infracción cometida, con precisión de los actos y hechos que supuestamente constituyen violación de la presente Ordenanza, de la cual se notificará al presunto infractor.

En la notificación se establecerá con precisión la infracción que se le imputa y la oportunidad en la cual el interesado podrá acudir ante la autoridad para prestar los descargos que a bien tuviere.

CAPITULO VI DE LOS RECURSOS Y PROCEDIMIENTOS

ARTICULO 85: Contra las decisiones tomadas en aplicación de la presente Ordenanza podrán intentarse los recursos previstos en el Código Orgánico Tributario o en su defecto en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos según la naturaleza de la decisión y conforme a los procedimientos establecidos en ellos.
Podrán interponerse los recursos a que se refiere este Capítulo, contra toda resolución dictada conforme a la presente Ordenanza.

ARTICULO 86: El Recurso Jerárquico por ante el Alcalde, podrá intentarse contra las resoluciones emanadas de la Administración Tributaria Municipal dentro de un plazo de quince (15) días hábiles, contados a partir de la notificación del Acto Administrativo que se impugne.

ARTICULO 87: El Recurso Jerárquico deberá interponerse por ante el Alcalde, 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 cuatro (4) meses para sustanciar y decidir el Recurso, contados a partir de la fecha de su interposición.

ARTICULO 88: El recurso deberá decidirse mediante resolución motivada. Vencido el término fijado en el artículo anterior sin que hubiere decisión, el Recurso se entenderá denegado.

CAPITULO VIII DISPOSICION TRANSITORIA

ARTICULO 89: La denominación de las Direcciones a la cual se le atribuye funciones en esta Ordenanza, podrá ser sustituida por otra u otras dependencias, mediante Decreto dictado por el Alcalde y publicado en la Gaceta Municipal.

ARTICULO 90: Si en un terreno Municipal se encuentra instalado un número de vallas mayor al permitido por esta Ordenanza, se mantendrán solamente aquellas que llenen los requisitos exigidos en esta Ordenanza y hubieren obtenido el permiso de acuerdo a la legislación vigente, atendiendo al orden prioritario de instalación.

CAPITULO VIII DISPOSICIONES FINALES

ARTICULO 91: La publicidad de cigarrillo, picadura y demás derivados del tabaco, así como las bebidas alcohólicas, anunciadas de conformidad con lo previsto en la presente Ordenanza, pagarán un cincuenta por ciento (50%) adicional sobre el impuesto

establecido. Todo ello sin perjuicio de lo contemplado en las Leyes y Decretos Nacionales que rigen la materia.

ARTICULO 92: Los casos no previstos en este Ordenanza y su Reglamento, serán resueltos por la Cámara Municipal, mediante Acuerdo dictado a tal efecto

ARTICULO 93: Será de la responsabilidad y competencia de la Administración Tributaria Municipal, la vigilancia y cuido y aplicación de esta Ordenanza, así como la fiscalización y recaudación del impuesto en ella establecido, sin perjuicio de las atribuciones del Alcalde, en su condición de máxima autoridad administrativa.-

ARTICULO 94: La presente Ordenanza entrará en vigencia a los sesenta (60) días continuos, contados a partir de la fecha de su publicación.

Imprimase en un solo texto la Ordenanza de Publicidad Comercial con las reformas aquí sancionadas, corrijase la numeración de los artículos y en este texto único sustitúyanse por los de la presente, las fechas, firmas y demás datos de sanción y promulgación de la Ordenanza reformada.

Dado, firmado y sellado en el salón de sesiones del Concejo Municipal del Municipio El Hatillo, del Estado Miranda, a los cinco (05) días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho (1998).

Años 188 de la Independencia y 139 de la Federación.

