

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

ESTADO NUEVA ESPARTA



MUNICIPIO

MANEIRO

DEPÓSITO LEGAL
N° pp o0198807 NE 27

NÚMERO: 907
AÑO: MMXVIII
MES: X
ISSN N° 1317-33-08

GACETA

*"MORAL Y LUCES
SON NUESTRAS
PRIMERAS
NECESIDADES"*

SIMÓN BOLÍVAR

MUNICIPAL

PAMPATAR, 18 DE OCTUBRE DE 2018 – EDICIÓN EXTRAORDINARIA

SUMARIO:

Resolución N° 339. Decretar la existencia de la Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial.

"LAS ORDENANZAS, ACUERDOS, REGLAMENTOS, DECRETOS, RESOLUCIONES Y TODOS AQUELLOS DOCUMENTOS EXPEDIDOS O QUE SE EXPIDIERAN POR CUALQUIER AUTORIDAD DEL MUNICIPIO EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES, TENDRÁN AUTENTICIDAD Y VIGOR DESDE SU PUBLICACIÓN EN LA GACETA MUNICIPAL". LAS AUTORIDADES DEL PODER PÚBLICO Y LOS PARTICULARES EN GENERAL, QUEDAN OBLIGADOS A SU OBSERVANCIA Y CUMPLIMIENTO.-

ARTÍCULO 7° DE LA ORDENANZA SOBRE GACETA MUNICIPAL

PAMPATAR – ESTADO NUEVA ESPARTA

GACETA MUNICIPAL EDICION: EXTRAORDINARIA
MUNICIPIO MANEIRO

GACETA MUNICIPAL

INDICE

		Pág.	
	<u>Resolución N° 339.</u> Decretar la existencia de la Ordenanza sobre Publicidad y Propaganda Comercial.	04 al 32	

**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO NUEVA ESPARTA
CONCEJO MUNICIPAL
MUNICIPIO MANEIRO**



GACETA MUNICIPAL Nro. 907

NOTA DEL EDITOR

La presente publicación de la Gaceta Municipal del Municipio Autónomo Maneiro del Estado Nueva Esparta, en su entrega, consta de doce (12) ejemplares. De estos ejemplares, seis (6) serán remitidos al Departamento de Depósito Legal del Instituto Autónomo Nacional de Bibliotecas Públicas, para su respectivo registro y almacenamiento. De los otros seis (6) restantes, dos (2) ejemplares reposarán en los archivos del Despacho de esta Alcaldía, dos (2) se remitirán para su archivo a la Secretaria de la Cámara Municipal y los otros dos (2) se remitirán para su archivo a la Oficina de Sindicatura Municipal.

**Abg. Oswaldo Martínez
Presidente del Concejo Municipal**



**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO NUEVA ESPARTA
MUNICIPIO MANEIRO
DESPACHO DEL ALCALDE**

**RESOLUCION N°339
MOREL DAVID RODRIGUEZ SALCEDO.**

En ejercicio de las atribuciones que me confiere la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, en los Artículos 88 Ordinal 3 y 54 ordinal 1.

CONSIDERANDO:

Que el Concejo Municipal del Municipio, en Sesión Ordinaria N°24 del 02 de Octubre de 2018, aprobó **LA ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL.**

RESUELVO:

Artículo 1.- Decretar la existencia de la **ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL**, promulgar su ejecutoriedad y ordenar su publicación.

Artículo 2.- Comuníquese y Publíquese.

Dado, Firmado, Sellado en el Despacho del Alcalde del Municipio Maneiro, en Pampatar a los Diez (10) días del Mes de octubre del 2018. Años 208 de la Independencia y 159 de la Federación.

CÚMPLASE

**MOREL DAVID RODRIGUEZ SALCEDO
ALCALDE DEL MUNICIPIO MANUEL PLACIDO MANEIRO.**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVARIANO DE NUEVA ESPARTA
MUNICIPIO MANUEL PLACIDO MANEIRO
CONCEJO MUNICIPAL**

El Concejo del Municipio Manuel Placido Maneiro del Estado Bolivariano de Nueva Esparta, en ejercicio de las atribuciones que le confieren los Artículos 175 y 179, Numeral 2 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en concordancia con los Artículos 56, numeral 2, 160 y 197 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, sanciona la siguiente:

ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1: La presente ordenanza tiene por objeto regular, gravar y controlar la actividad de Publicidad y Propaganda Comercial en medios exteriores, interiores y cines que se lleve a cabo en Jurisdicción del municipio Maneiro del estado Bolivariano de Nueva Esparta.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los efectos de esta ordenanza se A los efectos de este tributo, se entiende por propaganda comercial o publicidad todo aviso, anuncio o imagen dirigido a llamar la atención del público hacia un producto, persona o actividad específica, con fines comerciales.

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

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

PARÁGRAFO ÚNICO: 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.

ARTÍCULO 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 Superintendencia Tributaria Municipal, la traducción del texto al castellano. La publicidad en idiomas, dialectos o lenguas indígenas siempre será permitida sin traducción al castellano.

ARTÍCULO 4: Será responsabilidad y competencia de la Administración Tributaria Municipal, la fiscalización, verificación, 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 ÚNICO: 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 Maneiro, 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.

ARTÍCULO 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 ÚNICO: 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.

ARTÍCULO 6: A los efectos de esta ordenanza se entiende por:

Anunciante: Se entiende por anunciante la persona cuyo producto o actividad se beneficia con la publicidad. Podrán ser nombrados responsables de este tributo, en carácter de agentes de percepción, las empresas que se encarguen de prestar el servicio de publicidad, los editores o cualquier otro que, en razón de su actividad, participe o haga efectiva la publicidad.

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.

TÍTULO II

DEL REGISTRO DE EMPRESAS O EMPRESARIOS QUE REALIZAN ACTIVIDADES PUBLICITARIAS

ARTÍCULO 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 del municipio Maneiro, deberá estar inscrita en el Registro de Publicidad que al efecto llevará la Administración Tributaria Municipal. Dicha inscripción causará una tasa administrativa equivalente a Dos y Medio Salario Mínimo (2 ½ S.M.), debiendo ser renovada y pagada 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 identificadora colocada en el respectivo equipo o unidad publicitaria, fecha de permiso y número de inspección, unidad y empresa de publicidad, que sea 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.

PARÁGRAFO TERCERO: El reglamento del presente instrumento normativo, preverá las condiciones y regulaciones para el Registro de Empresas o Empresarios que realicen actividades publicitarias en el municipio Maneiro, así como el procedimiento para la tramitación de los permisos correspondientes.

TÍTULO III

DE LOS CONTRIBUYENTES Y RESPONSABLES

ARTÍCULO 8: 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 ÚNICO: 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.

ARTÍCULO 9: 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.

ARTÍCULO 10: Los agentes de percepción deberán presentar trimestralmente ante la Administración Tributaria Municipal, una declaración informativa de los tributos percibidos y enterados.

TÍTULO IV DEL HECHO Y DE LA BASE IMPONIBLE

ARTÍCULO 11: 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 Maneiro.

ARTÍCULO 12: El impuesto sobre Publicidad y Propaganda Comercial se liquidará anualmente y se pagará en forma mensual en los primeros cinco (5) días de cada mes. La falta de pago oportuno, acarreará un recargo del diez por ciento (10%) en el primer mes de mora, un veinte por ciento (20%) en el segundo y un treinta por ciento (30%) en el tercer mes de mora, HASTA UN MAXIMO DEL 100% DEL TRIBUTO OMITIDO

La falta de pago oportuno durante un año civil, acarreará la remoción de la publicidad y cobro ejecutivo, según procedimiento previsto en el Código Orgánico Tributario

ARTÍCULO 13: Cuando se trate de una publicidad cuya realización no vaya a exceder de treinta (30) días continuos, el impuesto será la doceava parte del que hubiere pagado de permanecer exhibido un (01) año.

ARTÍCULO 14: 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.

ARTÍCULO 15: 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 el Salario Mínimo decretado por el Ejecutivo Nacional.

TÍTULO V DE LOS DISTINTOS MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIAS

CAPÍTULO I DE LAS VALLAS

ARTÍCULO 16: 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 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 servicios.

ARTÍCULO 17: 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.

ARTÍCULO 18: 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.

ARTÍCULO 19: 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.

ARTÍCULO 20: 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.
- 4) 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.
- 5) En las edificaciones deportivas, sanitarias y educativas, exceptuando los mensajes publicitarios sobre marcas de licores y cigarrillos.
- 6) 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, en el entendido de que no podrán ser mayores de 128 mts² por cada cara.

ARTÍCULO 21: 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 Superintendencia 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.

ARTÍCULO 22: 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.

CAPÍTULO II DE LOS MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIAS OCASIONALES

ARTÍCULO 23: 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 autorizados, para promociones con una duración máxima de quince (15) días y en los sitios previamente fijados 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 barato, 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.

ARTÍCULO 24: Para la colocación de los medios publicitarios ocasionales deberá solicitarse, con por lo menos cinco (05) días hábiles de anticipación, la autorización correspondiente 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 "Municipio Maneiro", por la cantidad dineraria equivalente al setenta y cinco por ciento de un Salario Mínimo (75% S.M.) 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 Superintendencia Tributaria Municipal.

CAPÍTULO III DE LA PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD EN SALAS DE CINE

ARTÍCULO 25: 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.

ARTÍCULO 26: Las empresas o empresarios de publicidad cinematográfica deberán liquidar y pagar los impuestos correspondientes en forma mensual y registrarse en la Administración Tributaria Municipal, presentando una relación mensual de la publicidad pautaada en las salas cinematográficas.

ARTÍCULO 27: 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 seis (06) minutos establecidos 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.

ARTÍCULO 28: No serán tomados en cuenta a los efectos de las limitaciones establecidas en el artículo anterior:

- a) Los cortometrajes cinematográficos de producción nacional, aun cuando se haga 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.

ARTÍCULO 29: 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.

ARTÍCULO 30: 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 cinco por ciento de un Salario Mínimo (5% S.M.), por cada minuto de publicidad, por función, por encima del máximo autorizado, o su fracción.

CAPÍTULO IV DE LA PUBLICIDAD COMBINADA CON SERVICIOS A LA COMUNIDAD

ARTÍCULO 31: Son medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, aceptados en el municipio Maneiro:

- 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 fijada por la Dirección de Desarrollo Urbano, 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, compuesto por una estructura vertical que exhiba señales relativas a la delimitación y custodia de la zona Bancaria.
 - e.5 Señalizadores de zonas para personas discapacitadas
 - e.6. Cualquier otra modalidad debidamente aprobada por la Administración Tributaria Municipal.

PARÁGRAFO ÚNICO: 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.

ARTÍCULOS 32: 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 33: 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.

ARTÍCULO 34: 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 ÚNICO: 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 los permisos y autorizaciones otorgadas por la municipalidad.

ARTÍCULO 35: Las papeleras con publicidad comercial instaladas en las aceras se regirán 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 Dirección de Medios o quien haga sus veces.

ARTÍCULO 36: 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).

ARTÍCULO 37: 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 mts).

ARTÍCULO 38: 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 personas discapacitadas.

ARTÍCULO 39: 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 mts).

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.

ARTÍCULO 40: 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.

ARTÍCULO 41: 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, según especificaciones de la regulación nacional correspondiente.

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 (2.20 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 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.

ARTÍCULO 42: Las nomenclaturas viales, se componen de un poste metálico, de 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.

PARÁGRAFO ÚNICO: 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 una anualidad el equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.), el impuesto resultante será dividido en partes iguales y pagada cada porción en los primeros cinco días de cada mes.

TÍTULO VI

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

CAPÍTULO I DE LA PUBLICIDAD IMPRESA

ARTÍCULO 43: 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 el equivalente al Dos por ciento de Un Salario Mínimo (2% S.M.) por cada Mil (1000) ejemplares, o fracción de 1000 si no pasan de 30 cmts² de tamaño.; si sobrepasan este tamaño pagarán dos y medio por ciento de Un Salario Mínimo (2 ½ S.M.) por cada 1000 ejemplares o fracción.

ARTÍCULO 44: 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:

- 1) Hasta 60 cm cuadrados: Dos por ciento de Un Salario Mínimo (2% S.M.)
- 2) De 60 cm cuadrados hasta 80 cm². Tres os por ciento de Un Salario Mínimo (3 % S.M.)
- 3) De 80 cm cuadrados en adelante: Cuatro por ciento de Un Salario Mínimo (4 % S.M.).

ARTÍCULO 45: 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 pagado ante la Administración Tributaria Municipal.

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

ARTÍCULO 46: 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 uno por ciento de Un Salario Mínimo (1% S.M.) 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, pagarán por cada balanza o máquina el dos por ciento anual de Un Salario Mínimo (2% S.M.), por cada mil (1000) ejemplares o fracción que emita cada máquina. En ambos casos se pagará el tributo liquidado, dentro de los primeros cinco días de cada mes.

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 47: 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 equivalente al dos por ciento de Un Salario Mínimo (2% S.M.) por cada Mil (1.000) ejemplares o fracción.

CAPÍTULO III DE LA PUBLICIDAD EN MARQUESINAS Y TOLDOS

ARTÍCULO 48: Por la publicidad en sombrillas, toldos, marquesinas parasoles, etc., ubicados en sitios abiertos al público, se pagará el equivalente al Cinco por ciento de Un Salario Mínimo (5% S.M.) mensual por cada metro cuadrado o fracción de metro cuadrado de publicidad exhibida en cada unidad.

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

ARTÍCULO 49: 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. mensualmente, el equivalente al cuatro por ciento de Un Salario Mínimo (4% S.M.)

PARÁGRAFO ÚNICO: 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 mensualmente y por cada metro cuadrado, el equivalente al dos por ciento de Un Salario Mínimo (2 % S.M.)

ARTÍCULO 50: 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 y 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 (0,60 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.

CAPÍTULO V DE LOS ANUNCIOS LUMINOSOS DIVERSOS

ARTÍCULO 51: 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 mensualmente, el equivalente al tres por ciento de Un Salario Mínimo (3 % S.M.) por metro cuadrado o fracción.

ARTÍCULO 52: Por las pizarras o estructuras eléctricas o electrónicas, accionadas por control remoto, automático o manual, destinadas a publicidad, pagarán mensualmente, el equivalente al Cuatro por ciento de Un Salario Mínimo (4 % S.M.) por metro cuadrado o fracción, por cada anunciante.

CAPÍTULO VI DE LA PUBLICIDAD A TRAVÉS DE APARATOS CINEMATOGRAFICOS PROYECTORES Y SIMILARES

ARTÍCULO 53: Por la publicidad que se realice mediante proyecciones de anuncios fijos o cambiables en las vías públicas, se pagará pagarán mensualmente, el equivalente al cinco por ciento de Un Salario Mínimo (5 % S.M.) por metro cuadrado o fracción, y por cada proyección o anuncio.

ARTÍCULO 54: Por la publicidad realizada a través de proyecciones cinematográficas o proyectores en pantallas de Cines, se pagará un impuestos pagarán mensualmente, el equivalente al dos por ciento de Un Salario Mínimo (2 % S.M.) por metro cuadrado o fracción. Cuando se trate de proyecciones de videos o anuncios fijos, pagarán mensualmente, el equivalente al cinco por ciento de Un Salario Mínimo (5 % S.M.) por metro cuadrado o fracción, por producto o servicio anunciado, cuando se trate de publicidad filmad.

ARTÍCULO 55: 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.

PARÁGRAFO 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.

CAPÍTULO VII DE LA PUBLICIDAD EN VEHÍCULOS Y OTROS MEDIOS AMBULANTES

ARTÍCULO 56: 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 equivalente al Cinco por ciento de un Salarios Mínimos (5% S.M.) 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.

PARÁGRAFO TERCERO: se prohíbe la publicidad de licores y cigarrillos en medios exentos al pago del impuesto descrito en esta ordenanza.

ARTÍCULO 57: Por la realización de publicidad pintada, colocada o instalada en la parte interna de los vehículos de transporte público de pasajeros, se pagará pagarán mensualmente, el equivalente al Dos y Medio por ciento de Un Salario Mínimo (2 ½ % S.M.) por metro cuadrado o fracción.

PARÁGRAFO ÚNICO: Se prohíbe la publicidad de licores y cigarrillos tanto en la parte interna, como externa de los vehículos de transporte público de pasajeros.

ARTÍCULO 58: 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 el equivalente al Tres por ciento de Un Salario Mínimo (3 % S.M.), por unidad y por día.

CAPÍTULO VIII

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

ARTÍCULO 59: 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 el equivalente al tres por ciento de Un Salario Mínimo (3 % S.M.) por metro cuadrado o fracción, diariamente por un lapso de Quince (15) días. Los que midan más de un metro (1 Mt.) pagarán el equivalente al Dos y Medio por ciento de Un Salario Mínimo (2 ½ % S.M.), 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 ajusta a las disposiciones de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 60: 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 similar, se pagarán los siguientes impuestos:

- 1) Por pendones, y afiches el equivalente al Uno y Medio por ciento de Un Salario Mínimo (1 ½ % S.M.) por unidad y por día.
- 2) Por banderas, al Uno por ciento de Un Salario Mínimo (1 % S.M.) por unidad y por día.
- 3) Por banderines, banderolas y similares, al Uno por ciento de Un Salario Mínimo (1 % S.M.) por unidad y por día, por metro cuadrado y por día.
- 4) Los habladores, ubicados dentro de los locales comerciales pagarán al uno por ciento de Un Salario Mínimo (1 % S.M.) por unidad y por día, 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 Superintendencia 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 Superintendencia Tributaria Municipal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Queda prohibida la colocación de pancartas, así como la instalación de banderines en las calles y avenidas del municipio Maneiro.

ARTÍCULO 61: Los stands o mostradores publicitarios colocados en el interior o exterior de los locales comerciales, o inmuebles en general pagarán el equivalente del Dos por ciento de Un Salario Mínimo (2 % S.M.) , por unidad y por día.

ARTÍCULO 62: La publicidad en artículo de vestir, tales como sombreros, gorras, delantales, franelas, camisas, bolsos, carteras, sombrillas, pelotas y otros objetos similares de distribución gratuita; pagarán el equivalente del 10 por ciento de Un Salario Mínimo (10 % S.M.) por cada mil (1.000) objetos o fracción.

PARÁGRAFO ÚNICO: 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 fábrica 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.

CAPÍTULO IX DE LOS AVISOS DE IDENTIFICACIÓN Y OTROS MEDIOS DE PUBLICIDAD

ARTÍCULO 63: 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 los impuestos de propiedad inmobiliaria y actividades económicas.
5. Solvencia municipal del impuesto sobre vehículos, de tener la empresa de publicidad algún vehículo registrado a su nombre

ARTÍCULO 64: Por la publicidad realizada a través de los anuncios a los que se refiere el artículo anterior, se pagará el equivalente al quince por ciento de un Salario Mínimo (15% S.M.), por metro cuadrado mensualmente. En el caso de ser luminosos pagarán el equivalente al diez por ciento de un Salario Mínimo (10% S.M.) mensualmente.

CAPÍTULO X DE LA PUBLICIDAD EN MÓDULOS PUBLICITARIOS TALES COMO VITRINAS Y EXHIBICIONES

ARTÍCULO 65: 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 el equivalente a Un Salario Mínimo (1 S.M.), por cada unidad mensual.

CAPÍTULO XI DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO DE AVIONES, HELICÓPTEROS, DIRIGIBLES GLOBOS Y SIMILARES

ARTÍCULO 66: Por toda publicidad que se efectuó por medio de aviones, dirigibles elevados por gas o aire caliente, mediante helicópteros y globos, se pagará se pagará el equivalente a Dos Salarios Mínimos (2 S.M.) por día de exhibición. Si se trata de globos cautivos transportables, se pagará el equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.) mensuales.

ARTÍCULO 67: Los inflables, globos o similares, colocados en forma fija, pero de carácter eventual, pagarán por cada metro de diámetro, se pagará el equivalente al Diez por ciento de un Salario Mínimo (10% S.M.) mensual.

ARTÍCULO 68: La realización de las actividades de publicidad a las que se refiere el presente artículo, deberán ser participadas a la Administración Tributaria, con quince (15) días hábiles de anticipación a su inicio a los fines del permiso y del cobro del impuesto correspondiente. En caso de incumplimiento se entenderá que las mismas fueron iniciadas, tres (3) meses antes de la fecha en la cual se detectó la violación, debiéndose pagar los impuestos por tal período, a menos que en ese momento se demuestre fehacientemente lo contrario.

CAPÍTULO XII DE LA PUBLICIDAD EN VALLAS Y POSTES

ARTÍCULO 69: La publicidad comercial realizada a través de vallas, anuncios o avisos de uso interior o exterior (al descampado) ubicados, en sitios fijos o móviles (vehículos o similares) pagarán por Metro cuadrado (M2) un impuesto mensual equivalente al Dos por ciento de un Salario Mínimo (2% S.M.) (valla no luminosa ni iluminada) y los luminosos, iluminados, o similares pagarán por metro cuadrado (M2) un impuesto mensual equivalente al uno y Medio por ciento de un Salario Mínimo (1 ½ % S.M.)

PARÁGRAFO ÚNICO: Para calcular los Metros cuadrados (M2) de la publicidad señalados en este artículo se considerarán estos en toda su dimensión y no únicamente en el área comercial.

ARTÍCULO 70: Por la publicidad realizada en el interior de estadios, campos deportivos o recreacionales, si no es iluminada se pagará un impuesto mensual equivalente al Uno y Medio por ciento de un Salario Mínimo (1 ½ % S.M.), si es iluminada o luminosa un impuesto mensual equivalente al Uno por ciento de un Salario Mínimo (1 % S.M.) por metro cuadrado (Mt2)

ARTÍCULO 71: Por toda publicidad que se efectúe a través de postes y/o chupetas luminosas, iluminadas, refractarias o similares se pagará un impuesto mensual equivalente al Uno y Medio por ciento de un Salario Mínimo (1 ½ % S.M.) por cara y por metro cuadrado o fracción (Mt2). Para el caso de las no luminosas se pagará un impuesto mensual equivalente al Dos y Medio por ciento de un Salario Mínimo (2 ½ % S.M.)

PARÁGRAFO ÚNICO: Queda entendido que, el otorgamiento de los permisos para desarrollar la actividad publicitaria prevista en este capítulo, quedará sujeto a la certificación, o conformidad de la Dirección de Desarrollo Urbano, para la instalación de dichas unidades o elementos publicitarios.

CAPÍTULO XIII DE LA PUBLICIDAD EN LOS KIOSCOS

ARTÍCULO 72: 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 señalados en la ordenanza sobre actividades económicas, sin menoscabo de las expresamente señaladas en el Código Orgánico Tributario.

PARÁGRAFO ÚNICO: Podrán colocarse anuncios publicitarios en las paredes o lados exteriores de los kioscos cuando se refiera a las publicaciones periódicas, cuyas ventas se realicen en los mismos, y el anuncio se limitará al nombre o símbolo de la publicación, no debiendo pagar impuesto por este concepto.

CAPÍTULO XIV PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y CIGARRILLOS

ARTÍCULO 73: 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 (100%).

CAPÍTULO XV DE LAS EXENCIONES Y EXONERACIONES

ARTÍCULO 74: Estarán exentos del pago del impuesto previsto en esta ordenanza, los contribuyentes o responsables por el ejercicio de las actividades publicitarias que se especifican a continuación:

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

- c. Prevención del delito y difusión de información o promoción de instituciones privadas de reconocida trayectoria en el campo de la beneficencia colectiva.
- d. 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.
- e. La publicidad impresa contenida en artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.
- f. 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: Los sujetos pasivos beneficiarios de estas exenciones, están obligados a solicitar previamente ante la Administración Tributaria Municipal, la autorización correspondiente para la realización de las actividades aquí descritas. En todo caso, en la publicidad objeto del beneficio fiscal, solamente aparecerá el nombre del anunciante. En el reglamento de la ordenanza se establecerá lo concerniente al tamaño y ubicación del mismo.

ARTÍCULO 75: El Alcalde o Alcaldesa, podrá autorizar a la Administración Tributaria, mediante acto administrativo de efectos particulares, la exoneración, total o parcial, del impuesto regulado en la presente ordenanza, al ejercicio de las siguientes actividades:

- a) Publicidad de espectáculos públicos con fines benéficos.
- b) Publicidad con fines de promoción turística o cultural del municipio Maneiro.
- c) Publicidad con fines deportivos que no persiga fines de lucro.
- d) Publicidad de eventos o espectáculos públicos que incentiven la inversión y desarrollo dentro del municipio Maneiro.

PARÁGRAFO PRIMERO: El plazo de las exoneraciones establecidas en este artículo no podrá exceder de tres (03) meses, prorrogable por períodos iguales. La vigencia máxima de las exoneraciones y sus prórrogas, no podrá exceder de seis (06) meses en ningún caso.

ARTÍCULO 76: El acto administrativo que autorice a la Administración Tributaria para conceder el beneficio, deberá ser expreso y guardar las formas previstas en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

ARTÍCULO 77: Las exoneraciones y exenciones serán concedidas con carácter general, a favor de todos los que se encuentren en los presupuestos y condiciones previstos en esta ordenanza. Los acuerdos de exoneración deberán indicar las condiciones, plazos requisitos y controles requeridos a fin de que se logren las finalidades de política fiscal perseguidas de orden coyuntural, sectorial y municipal.

ARTÍCULO 78: La exoneración o exención del pago del impuesto no exime del cumplimiento de las demás obligaciones que establece esta ordenanza.

ARTÍCULO 79: Las exenciones y exoneraciones previstas en este instrumento, no eximen a los sujetos pasivos beneficiados, del cumplimiento de las disposiciones de orden

urbanístico previstas en el ordenamiento legal que rige la materia, ni de las siguientes obligaciones:

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 fábricas 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 (2 Mt²) debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en esta ordenanza.
10. La publicidad indicada como exceptuada, en la presente ordenanza

TÍTULO VII DE LAS REGULACIONES Y PROHIBICIONES

ARTÍCULO 80: 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 ÚNICO: 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.

ARTÍCULO 81: 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 Superintendencia 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, aun 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.

ARTÍCULO 82: 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 ÚNICO: 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 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; de no hacerlo, se les 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.

ARTÍCULO 83: Quedan prohibidos los avisos luminosos publicitarios y las pizarras eléctricas en el casco histórico de Pampatar y zonas tradicionales del municipio Maneiro.

TÍTULO VIII DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

CAPÍTULO I DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS

ARTÍCULO 84: Todo aquel que sin cumplir previamente los requisitos y extremos previstos, por esta ordenanza y su reglamento; instale o haya instalado sin cumplir con los requisitos exigidos, 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 equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.), 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.

ARTÍCULO 85: 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 a Dos y Medio Salarios Mínimos (2 ½ S.M.). 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 remoción, 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 pagado este último caso, se aplicará lo previsto en esta ordenanza y su reglamento.

ARTÍCULO 86: Será sancionado con multa equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.), 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, islas 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.

ARTÍCULO 87: Serán sancionados con multa equivalente a Seis Salarios Mínimos (6 S.M.), los que contravengan lo dispuesto en los Artículos 7 y 80 de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 88: Será sancionado con multa equivalente a Diez Salarios Mínimos (10 S.M.), el que contravenga lo dispuesto en el Artículo 81, Ordinal 1º de la presente Ordenanza. En este caso también se ordenará la remoción de la Unidad publicitaria.

ARTÍCULO 89: 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.

ARTÍCULO 90: Todo incumplimiento de esta Ordenanza que no contemple sanción en forma específica, acarreará una multa equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.), según su gravedad y recurrencia.

ARTÍCULO 91: 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.

ARTÍCULO 92: 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 Cinco Salarios Mínimos (S.M.) y no podrán instalar nuevas piezas publicitarias en la jurisdicción del municipio, durante un lapso de dos (2) años.

ARTÍCULO 93: La Administración Tributaria Municipal está 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.

CAPÍTULO II DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES TRIBUTARIAS

ARTÍCULO 94: 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 pago total.

ARTÍCULO 95: 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 a Uno y Medio Salarios Mínimos (1 ½ S.M.).
2. Negarse a suministrar los documentos e informaciones que les sean requeridos por los funcionarios autorizados, se les sancionará con multa equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.).
3. Negarse a firmar las actas fiscales, sin perjuicio del cumplimiento de lo dispuesto en la el Código Orgánico Tributario a los fines de practicar la notificación, se les sancionará con multa equivalente a Dos Salarios Mínimos (2 S.M.).
4. Negarse a permitir las fiscalizaciones por parte de los funcionarios autorizados, se les sancionará con multa equivalente a Cinco Salarios Mínimos (5 S.M.).
5. Negarse a recibir las citaciones o notificaciones realizadas formalmente por la Administración Tributaria Municipal, se les sancionará con multa equivalente a Dos y Medio Salarios Mínimos (2 ½ S.M.).
6. Por la presentación de documentos falsos o forjados, ante la Administración Tributaria Municipal, se les sancionará con multa equivalente a Seis Salarios Mínimos (6 S.M.), sin perjuicio de la aplicación de las sanciones establecidas en el ordenamiento jurídico vigente.
7. Multa equivalente a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.) a quien instale, exhiba, distribuya, coloque, encarte y similares, por sí 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.

PARÁGRAFO PRIMERO: A los contribuyentes que colocaren cualquier tipo de Unidad Publicitaria, sin la debida autorización de la Administración Tributaria Municipal, 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 a Tres Salarios Mínimos (3 S.M.), la cual deberá pagar 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 pague 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.

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 estado Bolivariano de Nueva Esparta, en cuyo caso se considerará por notificado el interesado diez (10) días hábiles después de la publicación, circunstancia que se advertirá en forma expresa.

ARTÍCULO 96: 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 a la cantidad del impuesto omitido como producto de la infracción, más una cantidad igual a la omitida.

ARTÍCULO 97: 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.

ARTÍCULO 98: 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.

ARTÍCULO 99: los agentes de percepción que percibieren cantidades menores a las establecidas en esta ordenanza, serán sancionados con multas equivalentes al doble del monto del tributo no percibido.

ARTÍCULO 100: 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 imponer sanción pecuniaria de diez Salarios Mínimos (10 S.M.) sin menoscabo de la remoción de la unidad publicitaria, previa notificación al interesado y ejercidos los recursos que la ley prevé.

ARTÍCULO 101: 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 de los procedimientos establecidos en el Código Orgánico Tributario.

ARTÍCULO 102: 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 válidamente y los órganos competentes ante los cuales deban imponerse.

ARTÍCULO 103: La Administración Tributaria Municipal, ajustará su actuación a los Principios Constitucionales que rigen tanto al Derecho Tributario, como al Derecho Administrativo.

TÍTULO VIII DE LOS DEBERES FORMALES, PROCEDIMIENTOS Y RECURSOS

ARTÍCULO 104.- Los sujetos pasivos subrogados en este instrumento, deberán cumplir con los deberes formales establecidos en código Orgánico Tributario, en cuanto les sea aplicado, sin menoscabo de los expresamente señalados en esta ordenanza y su reglamento.

ARTÍCULO 105.- La Administración Tributaria Municipal, para garantizar el cumplimiento de los deberes materiales y formales de los contribuyentes sujetos al pago de los tributos previstos en esta Ordenanza, hará uso de todos procedimientos previstos en el Código Orgánico Tributario y La Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, sin menoscabo de los que señalen este instrumento y su reglamento.

ARTÍCULO 106.- Todo sujeto pasivo subrogado en el presente instrumento normativo, tendrá derecho a ejercer los recursos previstos en Código Orgánico Tributario y La Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos

TÍTULO IX DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS, DEROGATORIAS Y FINALES

CAPÍTULO I DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA. La presente Ordenanza deberá ser reglamentada por el Alcalde, sin alterar su espíritu, propósito y razón.

SEGUNDA. Toda publicidad efectuada por medios no previstos en esta ordenanza y en sus reglamentaciones, será revisada y resuelta por la Administración Tributaria.

TERCERA. 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.

CUARTA. 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.

QUINTA. Los medios o unidades publicitarias que a partir de la fecha de publicación en Gaceta, de esta ordenanza no cumplan con los requisitos establecidos en este instrumento y su reglamento tendrán un lapso de sesenta (60) días continuos, contados a partir de dicha fecha para adecuarse a ella. Si cumplido el lapso señalado, no se

cumplieren las regulaciones aquí señaladas, la Administración Tributaria procederá a removerlos, trasladando el costo operativo a los propietarios de los referidos medios o unidades publicitarias.

SEXTA. Hasta tanto sea aprobado el **PLAN DE UBICACIÓN DE MEDIOS O UNIDADES PUBLICITARIOS Y SE ELABORE EL ANEXO DESCRIPTIVO**, el Superintendente Municipal Tributario, tendrá atribución para decidir sobre los sitios de ubicación de dichos medios o unidades publicitarias.

SÉPTIMA. Si en un terreno o edificación se encontrara 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. 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.

CAPÍTULO II DISPOSICIONES DEROGATORIAS

PRIMERA. Quedan expresamente derogadas todas las disposiciones que contravengan esta Ordenanza.

SEGUNDA. Queda derogada la Ordenanza de Impuesto sobre Publicidad y Propaganda Comercial de fecha de , publicada en la Gaceta Municipal N° XX de fecha XX de de.

CAPÍTULO III DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA. Lo no previsto en esta Ordenanza se regirá por las disposiciones contenidas en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, el Código Orgánico Tributario y la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, en cuanto le sean aplicables.

SEGUNDA. La denominación de Administración Tributaria Municipal utilizada en este instrumento, será entendida como Servicio Desconcentrado de Administración Tributaria (SEDEMATRI).

TERCERA. Toda publicidad que difunda, promueva, o incite al consumo de tabacos, o especies alcohólicas, será gravada o sancionada, según sea el caso, con el doble de la cantidad dineraria establecida en esta ordenanza.

CUARTA. Será de responsabilidad y competencia de la administración tributaria municipal la vigencia, cuidado y aplicación de esta ordenanza, así como la fiscalización, verificación, liquidación y recaudación del impuesto en ella establecido, sin perjuicio de la colaboración que deberá prestar el Instituto de Policía Municipal del municipio Maneiro.

QUINTA. Esta Ordenanza entrará en vigencia a partir su publicación en la Gaceta del municipio Maneiro del estado Bolivariano de Nueva Esparta

Dado, firmado y sellado en el Salón de Sesión del Concejo Municipal del Municipio Manuel Placido Maneiro, a los 02 días del mes de octubre de 2018. Años: 208 de la Independencia y 159 de la Federación

ABG. OSWALDO ENRIQUE MARTÍNEZ CONTRERAS
PRESIDENTE DEL CONCEJO MUNICIPAL

ABG. ANDRY JOSÉ FIGUEROA MARCANO
SECRETARIA DEL CONCEJO MUNICIPAL