

GACETA MUNICIPAL DE SAN DIEGO

DEPOSITO LEGAL PP 96-0237

Se tendrá como publicado y en vigencia, las Ordenanzas y demás instrumentos jurídicos municipales publicados en la Gaceta Municipal de San Diego, salvo disposición legal en contrario y en consecuencia, las autoridades públicas y los particulares quedan obligados a su cumplimiento.

(Artículo 9 de la Ordenanza sobre Gaceta Municipal de San Diego)

San Diego, 09 de octubre de 2020

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO CARABOBO
MUNICIPIO SAN DIEGO

EL CONCEJO DEL MUNICIPIO SAN DIEGO
EN USO DE SUS FACULTADES LEGALES

PUBLICA

El Siguierte:

REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO
SAN DIEGO



República Bolivariana de Venezuela
Estado Carabobo
Municipio San Diego
Secretaría de Concejo Municipal

CERTIFICACIÓN

Quien suscribe, **NAIBE YOHANA RODRIGUEZ MEDINA**, venezolana, de estado civil casada, de este domicilio y titular de la cédula de identidad N° **V- 16.401.017**, procediendo en mi carácter de Secretaria del Concejo Municipal de San Diego, designada mediante designada mediante Acuerdo N° 155-2019, publicado en Gaceta Municipal Número Ordinario 2778 de fecha diecinueve (19) de diciembre de 2019, debidamente facultado por el Presidente del Concejo Municipal de San Diego **CONCEJAL JUAN RAMÓN RODRÍGUEZ MATOS**, en la cual se autoriza a este Órgano Auxiliar para su expedición. Certifico que la presente. Reforma a la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio San Diego, copia fiel y exacta de su original que reposa en los archivos del Concejo Municipal de San Diego.

En San Diego, a los ocho (08) días del mes de octubre del 2020.

Atentamente.

NAIBE YOHANA RODRÍGUEZ
SECRETARIA DEL CONCEJO MUNICIPAL
Según Acuerdo N° 155-2019, de fecha 19-12-2019,
Publicado en Gaceta Municipal Número Ordinario 2778



NYR/ejc



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE
VENEZUELA
ESTADO CARABOBO
MUNICIPIO SAN DIEGO

EL CONCEJO MUNICIPAL
DE SAN DIEGO

En uso de sus atribuciones legales

SANCIONA

La siguiente:

**REFORMA A LA ORDENANZA DE
IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL
MUNICIPIO SAN DIEGO**

El Ejecutivo Municipal de San Diego en ejercicio de la atribución contenida en el artículo 88 numeral 12 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal presenta la Reforma a la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio San Diego con la finalidad de modificar la unidad de cálculo para las multas, intereses y demás obligaciones pecuniarias establecidas en esta Ordenanza la cual pasará de Unidad de Cálculo Tributario Municipal (U.C.T.M.) a Petro (PTR), vista la promulgación de la Ordenanza sobre Actividades Económicas de Industrias, Comercio, Servicio o de Índole Similar del Municipio San Diego, la Ordenanza de Impuesto sobre Inmuebles Urbanos del Municipio San Diego, y la Ordenanza sobre Tasas Administrativas del Municipio San Diego, publicadas en Gaceta Municipal de San Diego Números Ordinarios 2971, 2972 y 2973, respectivamente, en fecha dieciocho (18) de septiembre de 2020.

A tal efecto, se adaptan las alícuotas correspondientes a los tipos de publicidad contenidas en la tabla anexa, así como las sanciones respectivas y se incorporan nuevos artículos los cuales reflejan la cotización, las multas en términos

Porcentuales y el tipo de Petro (PTR) aplicable a los periodos impositivos.

ARTÍCULO 1.- Se modifican las alícuotas correspondientes a los tipos de publicidad contenidas en la tabla anexa que se establece en el artículo 29 de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 2.- Se incorpora el contenido de un nuevo artículo, el cual pasa a ser el artículo 72, quedando redactado de la siguiente manera:

Del tipo de cotización

ARTÍCULO 72.- Cuando las multas establecidas en esta Ordenanza estén expresadas en la unidad de cuenta Petro (PTR), se tomará en cuenta el valor publicado para el último día del mes inmediatamente anterior.

ARTÍCULO 3.- Se incorpora el contenido de un nuevo artículo, el cual pasa a ser el artículo 73, quedando redactado de la siguiente manera:

De las multas en términos porcentuales

ARTÍCULO 73.- Las multas establecidas en esta Ordenanza en términos porcentuales, se convertirán al equivalente al tipo de cotización del Petro (PTR) que corresponda al momento de la comisión del ilícito y se pagarán utilizando el valor del Petro que estuviere vigente al momento del pago.

ARTÍCULO 4.- Se incorpora el contenido de un nuevo artículo, el cual pasa a ser el artículo 74, quedando redactado de la siguiente manera:

Del tipo de Petro aplicable a los periodos impositivos

ARTÍCULO 74.- A efectos de la certeza jurídica en el cálculo de las bases de imposición del impuesto contemplado en la presente Ordenanza, así como en la aplicación de las penas pecuniarias a los sujetos pasivos, se habrá de tomar el tipo de cambio del Petro que estuviere vigente para el último día de cada mes, que publicare el



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

ente con competencia para fijar los tipos de cambios de referencia, correspondiéndole a la Dirección de Administración Tributaria el deber de informar oportunamente, al Despacho del ciudadano Alcalde, lo pertinente.

ARTÍCULO 5.- Se reforma el artículo 73, el cual pasa a ser el artículo 76, quedando redactado de la siguiente manera:

Falta de obtención del permiso
ARTÍCULO 76.- Quien efectuar propaganda o publicidad comercial en las zonas industriales o comerciales, sin haber obtenido el permiso correspondiente, se sancionará con multa equivalente a cero coma cero un Petro (0,01 PTR), más el impuesto causado por la publicidad efectuada.

ARTÍCULO 6.- Se reforma el artículo 74, el cual pasa a ser el artículo 77, quedando redactado de la siguiente manera:

Falta de renovación
ARTÍCULO 77.- El que efectuar propaganda o publicidad comercial sin haber renovado el permiso y pagado el impuesto correspondiente, se sancionará con multa equivalente a cero coma cero tres Petros (0,03 PTR), más el impuesto causado por la publicidad efectuada.

ARTÍCULO 7.- Se reforma el artículo 75, el cual pasa a ser el artículo 78, quedando redactado de la siguiente manera:

Ha sido negada la solicitud
ARTÍCULO 78.- Quien proceda a efectuar propaganda o publicidad comercial, a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR), sin perjuicio del impuesto causado y no pagado por la utilización del medio publicitario, y la remoción del mismo, cuyo costo será a cargo del infractor.

ARTÍCULO 8.- Se reforma el artículo 76, el cual pasa a ser el artículo 79, quedando redactado de la siguiente manera:

Propaganda y publicidad
Comercial en lugares prohibidos

ARTÍCULO 79.- El que instale o efectúe propaganda y publicidad comercial en zonas residenciales y lugares prohibidos en acuerdo con lo previsto en la presente Ordenanza, será sancionado con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR), sin perjuicio del impuesto causado y no pagado por la utilización del medio publicitario y la remoción del mismo, cuyo costo será a cargo del infractor.

ARTÍCULO 9.- Se reforma el artículo 77, el cual pasa a ser el artículo 80, quedando redactado de la siguiente manera:

No inscripción en el Registro
ARTÍCULO 80.- Quienes presten servicios de propaganda y publicidad comercial de manera permanente en jurisdicción del Municipio San Diego sin estar inscritos en el Registro de Empresas Publicitarias, serán sancionados con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR), más el impuesto causado por la publicidad efectuada.

ARTÍCULO 10.- Se reforma el artículo 78, el cual pasa a ser el artículo 81, quedando redactado de la siguiente manera:

Falta de consignación de la
Relación mensual
ARTÍCULO 81.- Quienes no consignen dentro del plazo establecido la relación mensual de las salas de cines, proyecciones y similares de propaganda y publicidad comercial serán sancionados con multa de cero coma cero un Petro (0,01 PTR) en cada oportunidad.

ARTÍCULO 11.- Se reforma el artículo 80, el cual pasa a ser el artículo 83, quedando redactado de la siguiente manera:



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

Retiro de calcomanías

ARTÍCULO 83.- Quien retire las calcomanías indicativas de publicidad no autorizada colocadas por la Dirección de

Administración Tributaria sin la debida autorización del órgano respectivo, será sancionado con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR).

ARTÍCULO 12.- Se reforma el artículo 81, el cual pasa a ser el artículo 84, quedando redactado de la siguiente manera:

Falta de póliza de responsabilidad civil

ARTÍCULO 84.- Quienes no tengan vigente la póliza de responsabilidad civil de los medios publicitarios fijos instalados en el Municipio, así como la permisología que garantice la seguridad del medio será sancionado con multa de cero coma cero dos Petros (0,02 PTR).

ARTÍCULO 13.- Se reforma el artículo 82, el cual pasa a ser el artículo 85, quedando redactado de la siguiente manera:

Incumplimiento de deberes formales

ARTÍCULO 85.- La Administración Tributaria Municipal impondrá una multa equivalente a cero coma cero dos Petros (0,02 PTR), a quien incumpla cualquiera de los deberes formales establecidos en esta Ordenanza.

ARTÍCULO 14.- Se reforma el artículo 83, el cual pasa a ser el artículo 86, quedando redactado de la siguiente manera:

Del Pago de las Multas

ARTÍCULO 86.- Las multas impuestas de conformidad con la presente sección, deberán pagarse dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha de la notificación de la Resolución, a través de la cual se imponga ésta. Cuando las multas establecidas en esta Ordenanza estén expresadas en Petros (PTR), se utilizará el

valor del mismo que estuviere vigente para el momento del pago.

ARTÍCULO 15.- Se reforma el artículo 89, el cual pasa a ser el artículo 92, quedando redactado de la siguiente manera:

Vigencia y reforma

ARTÍCULO 92.- La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en la gaceta municipal del municipio san Diego. En consecuencia, queda reformada la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio San Diego, publicada en la Gaceta Municipal de San Diego Número Extraordinario 2635, en fecha diecinueve (19) de diciembre de 2017.

Numeración

ARTÍCULO 16.- Corrijase la numeración de los artículos, en el correspondiente texto único de manera continua y consecutiva.

Un solo texto

ARTÍCULO 17.- Imprimase en un solo texto la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio San Diego con la reforma aquí acordada y sustitúyanse la fecha, firmas y demás datos a que hubiere lugar.

Dada, firmada y sellada en el Salón donde realiza sus sesiones el Concejo Municipal de San Diego, a los ocho (08) días del mes de octubre del año dos mil veinte (2020). Año 210° de la Independencia y 161° de la Federación.

JUAN RAMON RODRIGUEZ MATOS
Presidente del Concejo Municipal
Del Municipio San Diego






REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO



NAIBE YOHANA RODRIGUEZ MEDINA
Secretaria del Concejo Municipal

República Bolivariana de Venezuela
Estado Carabobo. Alcaldía del Municipio
San Diego, a los nueve (09) días del mes
de octubre del año dos mil veinte (2020).
Año 210° de la Independencia y 161° de la
Federación.

PUBLÍQUESE Y EJECÚTESE



ABG. LEÓN JURADO LAURENTÍN
Alcalde del Municipio San Diego





REPÚBLICA BOLIVARIANA DE
VENEZUELA
ESTADO CARABOBO
MUNICIPIO SAN DIEGO

EL CONCEJO MUNICIPAL
DE SAN DIEGO

En uso de sus atribuciones legales

SANCIONA

La siguiente:

**REFORMA A LA ORDENANZA DE
IMPUESTOS SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL
MUNICIPIO SAN DIEGO**

**CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

Objeto

ARTÍCULO 1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular y establecer el impuesto y demás elementos conexos que se generen por concepto de propaganda y publicidad comercial que sea editada, instalada, transmitida, exhibida o distribuida en el Municipio San Diego.

Definiciones

ARTÍCULO 2.- A los fines de la correcta interpretación y aplicación de la presente Ordenanza, se establecen las siguientes definiciones:

Anunciante: Es toda persona natural o jurídica cuyo producto o actividad se beneficia con la publicidad que da a conocer, promover, informar o divulgar de productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, bien sea en forma directa o indirecta, o mediante la contratación de estos servicios con terceros.

Publicista: Es toda persona natural o jurídica cuya actividad económica sea la de realizar, promover, ordenar o pagar la

Publicidad por su cuenta o por cuenta de terceros.

Medios Publicitarios: Los canales, vías o espacios creados, manejados, fabricados, instalados y producidos, por cualquier persona natural o jurídica de manera permanente o eventual donde se exhiben o exponen las pautas publicitarias, demostrando los atributos o virtudes de los productos o servicios anunciados con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios y compradores.

Empresa de Publicidad: Toda persona natural o jurídica, que de manera permanente o eventual, asume la instalación, creación, edición, transmisión, exhibición, distribución de mensajes o anuncios publicitarios, destinados a dar a conocer al público, a promover, informar, divulgar, productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares; con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

Propaganda y Publicidad Comercial: Es aquella cuyo contenido es desplegado o ejercido, a través de todo anuncio o mensaje difundido por cualquier medio destinado a dar a conocer, promover, informar o divulgar productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer, de forma directa o indirecta a consumidores, compradores o usuarios de los mismos.

Valla: Medio publicitario en forma de objeto, cartel, anuncio, mural, anclado en la superficie, adosado a bienes inmuebles o cualquier estructura fija, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos destinados a permanecer a la vista del público y que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación requieran condiciones especiales para su instalación.

Aviso: Medio publicitario en forma de objeto, cartel, anuncio, mural, adosado ha



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

bienes inmuebles o cualquier estructura fija, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos destinados a permanecer a la vista del público y que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación no requieran condiciones especiales para su instalación.

Vallas o Pizarras Electrónicas: Medios publicitarios que permite la exhibición de publicidad ya sea de forma mecánica o digital.

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

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

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

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

Jurisdicción

ARTÍCULO 3.- Toda propaganda y publicidad comercial que pretenda instalarse, transmitirse, distribuirse o exhibirse en jurisdicción del Municipio San Diego, deberá regirse por la presente Ordenanza, ajustarse a las normas, decretos, reglamentos y demás disposiciones legales.

Veracidad

ARTÍCULO 4.- La propaganda y publicidad comercial que se haga a cualquier artículo, servicio, empresa, producto o sobre exhibiciones artísticas de habilidad o destreza, deberá ajustarse a la verdad.

Idioma

ARTÍCULO 5.- Toda propaganda y publicidad comercial debe ser redactada correctamente en idioma castellano. Se exceptúa de esta disposición, la publicidad que contenga las palabras no traducibles al castellano, las que se refieran a nombres propios, marcas de fábrica o denominaciones comerciales.

PARÁGRAFO ÚNICO: La Administración Tributaria Municipal podrá autorizar la publicidad en idioma extranjero cuando esté dirigida a promover el turismo, siempre que sea publicada con su traducción al castellano.

CAPÍTULO II DEL REGISTRO DE LAS EMPRESAS PUBLICITARIAS

Del Registro

ARTÍCULO 6.- Toda persona natural o jurídica, que pretenda ejercer la actividad de propaganda y publicidad comercial de manera permanente en el Municipio San Diego, deberá solicitar y obtener previamente su inscripción en el Registro de Empresas Publicitarias, a través del formulario que a tal efecto suministre la Administración Tributaria Municipal de la Alcaldía del Municipio San Diego, acompañado de los siguientes recaudos:

1. Copia del Registro de Información Fiscal (R.I.F) vigente, de la empresa o persona natural, si fuere el caso.
2. Copia del acta constitutiva y modificaciones, si las hubiere.
3. Autorización y fotocopia de la cédula de identidad del representante legal y del autorizado.
4. Pago de la tasa por inscripción en el registro de propaganda y publicidad comercial.



PARÁGRAFO ÚNICO: Los anunciantes no estarán obligados a inscribirse como empresa, pero deberán solicitar un permiso en cada oportunidad, cumpliendo con lo previsto en la presente Ordenanza.

Los anunciantes o las empresas de publicidad que realicen publicidad de manera eventual no estarán obligados a inscribirse como empresa pero, deberán solicitar un permiso cada vez que pretendan desplegar propaganda o publicidad comercial cumpliendo con lo previsto en la presente Ordenanza.

De la constancia de inscripción

ARTÍCULO 7.- Recibida la solicitud de inscripción del registro de empresas publicitarias y los recaudos exigidos, la Administración Tributaria Municipal, previa revisión, procederá dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes, a expedir al interesado la constancia de inscripción o en su defecto notificarle mediante resolución motivada las causas del rechazo.

De la Tasa

ARTÍCULO 8.- La solicitud de inscripción en el Registro de Empresas Publicitarias causará la tasa establecida en la Ordenanza sobre Tasas Administrativas del Municipio San Diego.

Vigencia del Registro

ARTÍCULO 9.- La inscripción en el registro de empresas publicitarias tendrá vigencia hasta el treinta y uno (31) de diciembre del ejercicio fiscal correspondiente, debiendo renovarse anualmente dentro de los treinta y un (31) días continuos del mes de enero de cada año.

CAPÍTULO III DE LA AUTORIZACIÓN DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL

De la autorización

ARTÍCULO 10.- Toda propaganda y publicidad comercial objeto de regulación a

Través de la presente Ordenanza, deberá ser previamente autorizada por la Administración Tributaria Municipal, a través de la expedición del correspondiente acto administrativo denominado Permiso de Propaganda y Publicidad Comercial.

De la tasa por autorización

ARTÍCULO 11.- La solicitud del permiso de Propaganda y Publicidad Comercial así como su renovación, causará la tasa establecida en la Ordenanza sobre Tasas Administrativas del Municipio San Diego.

Requisitos

ARTÍCULO 12.- Las empresas, empresarios y anunciantes de propaganda y publicidad comercial solicitarán el permiso ante la Administración Tributaria Municipal, a través de los formularios que a tal efecto suministre la misma, debiendo anexar copia de los siguientes recaudos, según corresponda en cada caso:

1. Constancia de inscripción en el registro de empresas publicitarias, si fuere el caso.
2. Solicitud de licencia de actividades económicas o licencia de actividades económicas, si fuere el caso.
3. Croquis de ubicación del lugar donde se colocará el medio publicitario, si fuere el caso.
4. Fotografía o bosquejo del medio publicitario indicando características, tipo y dimensión del medio publicitario, si fuere el caso.
5. Autorización del propietario del inmueble, o copia del contrato de arrendamiento, o documento del que se desprenda el derecho de propiedad, posesión o de uso del inmueble en el que se instalará el medio publicitario.
6. Copia del acta constitutiva y modificaciones y del Registro de Información Fiscal (R.I.F), en caso de publicidad eventual, si fuere el caso.
7. Estar solvente al momento de solicitar el permiso publicitario.



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando se trate de vallas publicitarias que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación requieran condiciones especiales para su instalación, las empresas, empresarios de publicidad o anunciantes deberán anexar:

1. Póliza de responsabilidad civil que ampare daños contra personas y bienes.
2. Proyecto de cálculos y diseño estructural de la valla respaldado por un Ingeniero Colegiado y visado por el mismo
3. Fotografía del lugar donde se instalará la valla publicitaria
4. En Vallas (ya existente) debe presentar proyecto de mantenimiento de estructura y soporte del elemento publicitario en caso de renovación del permiso.
5. Constancias de Variables Urbanas (en caso de proyección de Obras de Construcción)
6. Autorización del Instituto de Vialidad de San Diego (VIALSANDI IAM), si fuere el caso.
7. Autorización o certificación emanada de la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro, si fuere el caso.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En aquellos casos donde se requiera autorización de alguna autoridad nacional o regional, no se admitirá la solicitud del permiso a que se refiere el artículo anterior, hasta no haber consignado conjuntamente con los demás recaudos, el permiso o autorización correspondiente.

Plazo

ARTÍCULO 13.- La Administración Tributaria Municipal tendrá un plazo de cinco (05) días hábiles contados a partir de la recepción de la solicitud, para otorgar el permiso o negar el mismo mediante resolución debidamente motivada.

Violación de otros Instrumentos Legales

ARTÍCULO 14.- No podrá otorgarse el permiso de propaganda y publicidad comercial, cuando no se ajuste a las normas establecidas en el presente instrumento o esté en contravención con lo previsto en

Otros instrumentos legales nacionales aplicables.

Suspensión de Medio Publicitario

ARTÍCULO 15.- El Alcalde o Alcaldesa podrá suspender, prohibir o remover cualquier medio publicitario que no se ajuste a lo previsto en la presente Ordenanza y su Reglamento, conforme al procedimiento establecido a tal fin.

Reubicación, traslado o modificación del Medio Publicitario

ARTÍCULO 16.- En caso de reubicación, traslado de un medio publicitario, se considerará como nuevo, debiendo el interesado proceder a la gestión de un nuevo permiso, según las especificaciones contenidas en la presente ordenanza.

PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando el ejercicio de la actividad de Propaganda y Publicidad Comercial autorizada constituya una modificación de la ya existente y aún cuando el permiso para desplegar la misma no haya vencido, ésta deberá igualmente ser autorizada, siempre que dicha modificación se refiera a medios publicitarios, o productos que generen un impuesto mayor, al calculado inicialmente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En el supuesto previsto en el párrafo anterior, el contribuyente procederá al pago de la diferencia del impuesto respectivo, en un lapso no mayor de quince (15) días hábiles de iniciada la nueva publicidad que origine el impuesto mayor.

Denegatoria del permiso

ARTÍCULO 17.- La Administración Tributaria Municipal podrá negar el permiso para instalar, transmitir, exhibir o distribuir propaganda y publicidad comercial en el Municipio San Diego, si la empresa o empresario responsable o el anunciante, no ha renovado la inscripción o el permiso de propaganda y publicidad comercial.

Identificación del medio Publicitario



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

ARTÍCULO 18.- En toda valla publicitaria destinada a permanecer a la vista del público, deberá indicarse el número de permiso, nombre del contribuyente y número de Registro de Información Fiscal (R.I.F.), mediante etiqueta autorizada por la Administración Tributaria Municipal.

Vigencia del Permiso de Propaganda y Publicidad Comercial

ARTÍCULO 19.- El permiso para la instalación y ejercicio de toda actividad de propaganda y publicidad Comercial permanente, tendrá vigencia desde la fecha de su otorgamiento hasta el treinta y uno (31) de diciembre del año correspondiente. La Administración Tributaria Municipal podrá solicitar la renovación de los recaudos presentados que tengan fecha de vencimiento, a fin de mantener actualizados los registros por Propaganda y Publicidad Comercial.

Renovación del Permiso

ARTÍCULO 20.- El permiso por propaganda y publicidad comercial se renovará automáticamente dentro de los treinta y un (31) días del mes de enero del año siguiente con el pago de la tasa y el impuesto que se genere, sin la necesidad de emitir un nuevo permiso siempre y cuando sea la misma propaganda y publicidad comercial ya autorizada.

Denegatoria de renovación

ARTÍCULO 21.- La renovación del permiso por propaganda y publicidad comercial podrá ser negada por resolución motivada en los siguientes casos:

1. Cuando el medio publicitario no se ajuste o adecue a las disposiciones sobre urbanismo, ambiente, u otras leyes vigentes.
2. Cuando el medio publicitario no cumpla con mantenerse en adecuadas condiciones de seguridad y conservación, mientras permanezca en exhibición.
3. Cuando el medio publicitario no cumpla con lo dispuesto en la presente Ordenanza.

4. Cuando la empresa, empresario responsable o el anunciante no se encuentre solvente con el pago de tres (3) o más años por concepto de la tasa y el impuesto sobre propaganda y publicidad comercial, sin perjuicio de las sanciones e intereses correspondientes.

PARAGRAFO ÚNICO: En caso de denegatoria de la renovación el contribuyente deberá hacer la solicitud de un nuevo permiso y presentar los recaudos anteriormente descritos.

Desperfectos en la publicidad

ARTÍCULO 22.- En caso de desperfecto, si el contribuyente o responsable no procediera a reparar el deterioro en un plazo de tres (3) días hábiles siguientes a su notificación, la Administración Tributaria Municipal podrá ordenar su retiro, sin que el contribuyente o responsable pretenda la devolución o reducción del impuesto que hubiere pagado. Los gastos que ocasione la remoción del anuncio o del medio publicitario serán por cuenta de la empresa, empresario, o anunciante, quien no podrá alegar daños o perjuicios de ninguna índole derivados de tal acción.

Cese de la Obligación Tributaria

ARTÍCULO 23.- La obligación de pagar el impuesto cesa con el retiro de la propaganda y publicidad comercial. Los sujetos pasivos tienen la obligación de notificar el retiro en los formularios que para tal efecto suministre la administración tributaria municipal, para poner fin a la obligación impositiva; caso contrario, el impuesto se continuará causando hasta la fecha de la respectiva notificación.

CAPÍTULO IV DEL IMPUESTO Y SUS ELEMENTOS

Del hecho generador

ARTÍCULO 24.- El impuesto sobre propaganda y publicidad comercial grava todo aviso, anuncio o imagen, que con fines publicitarios sea exhibido, proyectado o instalado en bienes del dominio público



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles, repartidos de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículo, dentro de la respectiva jurisdicción municipal.

Del Sujeto Pasivo

ARTÍCULO 25.- Son sujetos pasivos del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial, las personas naturales o jurídicas que conforme a la presente Ordenanza estén obligados al cumplimiento de la prestación tributaria, sean en calidad de contribuyentes o responsables. En calidad de Contribuyente el Anunciante.

Agentes de percepción

ARTÍCULO 26.- Serán 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.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los agentes de percepción están obligados a exigir a los sujetos pasivos de la obligación tributaria regulada en la presente Ordenanza, el pago del monto total del impuesto establecido en este instrumento normativo.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Efectuada la percepción, el agente es el único responsable ante la Administración Tributaria Municipal por el importe percibido. De no realizar la percepción el agente responderá solidariamente con el contribuyente por el impuesto causado y no percibido.

Responsables solidarios

ARTÍCULO 27.- Serán responsables solidarios ante el Municipio del pago de los impuestos y las sanciones a que se refiere esta Ordenanza, 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; y las personas

naturales, jurídicas, entidades o colectividades que por cualquier título tengan dominio, uso, usufructo, comodato, posesión o tenencia de los medios o elementos publicitarios, en los términos previstos en el Código Orgánico Tributario.

Obligaciones

ARTÍCULO 28.- Los sujetos pasivos del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial están obligados a:

1. Cumplir con la obligación tributaria dentro de los lapsos previstos en esta ordenanza, así como los demás deberes formales contemplados en la misma.
2. Mantener en buen estado los medios publicitarios que coloquen, y retirar los que no llenen las condiciones estéticas y de seguridad exigidas o que contengan mensajes que hayan perdido vigencia.
3. Informar inmediatamente a las autoridades competentes cualquier cambio de estructura, de motivo y de forma de los medios publicitarios.
4. Participar en los formularios que a tal efecto suministre la Administración Tributaria Municipal el retiro de vallas o de cualquier otro medio o elemento publicitario, así como la desincorporación de los registros municipales de las empresas publicitarias para poner fin a la obligación impositiva correspondiente debiendo estar solvente para la fecha, con el pago del impuesto, sanciones y los accesorios respectivos.
5. Remover los medios publicitarios que no se ajusten a lo establecido en esta Ordenanza.
6. No publicitar mensajes que hayan perdido vigencia, mientras permanezca en exhibición; entendiéndose por vigencia del mensaje, la publicidad de productos o servicios existentes o disponibles en el mercado.
7. Consignar en el transcurso de la segunda quincena del mes de noviembre de cada ejercicio, ante la Administración Tributaria Municipal, las empresas publicitarias una relación en la que se indiquen los avisos que continuarán en



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

exhibición el siguiente año, indicando tipo de aviso, dimensiones, anunciante o cualquier cambio de tamaño o dimensiones que ocurra en el transcurso del mismo.

De la base imponible

ARTÍCULO 29.- La base imponible para la liquidación anual del monto del impuesto por concepto de propaganda y publicidad comercial, sea ésta permanente o eventual, se determinará y se cuantificará en acuerdo a lo previsto en la tabla anexa y que forma parte integrante de la presente Ordenanza.

De la base imponible por metro

ARTÍCULO 30.- Todo medio publicitario fijo que se determine por metro cuadrado (m^2), generará el impuesto previsto en la tabla anexa de la presente ordenanza por cada metro cuadrado (m^2), o fracción de metro, el cual se obtendrá de medir el alto por el largo del espacio publicitario en su conjunto.

Reglas de cálculos

ARTÍCULO 31.- Asimismo y a los fines de la correcta aplicación de la base imponible por metro cuadrado, se tendrán en cuenta las normas que a continuación se indican:

1. Cuando éstos no estén enmarcados y el texto publicitario, incluyendo logos, marcos, objetos, cubra más del setenta y cinco por ciento (75%) se medirá el alto por el largo de todo el espacio.
2. Cuando el tipo de publicidad mencionada en este artículo no cubra el cincuenta por ciento (50%) de todo el espacio que sirve como fondo del texto publicitario en su conjunto y el color o colores no sea el que identifiquen total o parcialmente a la empresa, industria, oficina o local comercial, se tomará como espacio publicitario en su conjunto.
3. Cuando el tipo de propaganda y publicidad comercial esté enmarcado y el texto publicitario en su conjunto cubra menos del cincuenta por ciento (50%) de todo el espacio que sirve como fondo del mismo, y esté pintado con el color o colores que identifiquen

total o parcialmente a la empresa, industria, oficina o local comercial, se tomará como espacio publicitario generador del tributo, el que resulte de medir el alto por el largo del texto publicitario en su conjunto.

CAPÍTULO V

DE LA DETERMINACIÓN, LIQUIDACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO

Liquidación y pago del Impuesto

ARTÍCULO 32.- El impuesto previsto en esta ordenanza se liquidará por anualidades correspondientes a cada ejercicio fiscal. Deberá pagarse en una sola porción, dentro de los treinta y un (31) días continuos del primer mes del respectivo ejercicio fiscal. La falta de pago en el lapso correspondiente generará intereses moratorios de acuerdo a lo establecido en el Código Orgánico Tributario, y las Sanciones aplicables según el caso.

Propaganda y publicidad comercial proyectada en instalaciones comerciales, vías públicas y salas de cine

ARTÍCULO 33.- El impuesto por concepto de propaganda y publicidad comercial proyectado en instalaciones comerciales, vías públicas o en las salas de cine, se liquidará mensualmente y se pagará dentro de los primeros quince (15) días del mes siguiente. Cuando la publicidad se inicie durante el transcurso del mes, se pagará conforme a la liquidación proporcional hasta el fin del mismo, entendiéndose cada porción de mes completo.

Publicidad eventual

ARTÍCULO 34.- El impuesto por concepto de propaganda y publicidad comercial eventual, se determinará de conformidad con lo establecido en la tabla anexa de la presente Ordenanza y se pagará previamente a su exhibición o distribución.

Exhibición menores a 30 días



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

ARTÍCULO 35.- Cuando se trate de una publicidad cuyo impuesto se calcule anualmente y su exhibición no vaya a exceder de treinta (30) días, la Administración Tributaria Municipal, fijará el impuesto sobre la base de la doceava parte del que hubiere pagado, de permanecer exhibida un (1) año.

Del pago

ARTÍCULO 36.- Toda Propaganda y Publicidad comercial generará el pago de impuesto en forma previa a su instalación o realización, conforme a lo dispuesto en esta ordenanza.

Incremento del Impuesto

ARTÍCULO 37.- El monto del impuesto determinado según la tabla anexa a esta Ordenanza, será incrementado en la forma siguiente:

1. Un treinta y cinco por ciento (35%) cuando la publicidad se coloque en terrenos ejidos o de propiedad Municipal.
2. Las empresas, fabricantes y similares que representen productos, marcas, logotipo o diseños gráficos que promuevan o representen la venta o consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, así como de bebidas alcohólicas o cualesquiera otros productos que estén representados por las mismas, logotipo o diseños gráficos, pagarán el cien por ciento (100%) más del impuesto que le corresponde al respectivo medio publicitario indicado en la ordenanza, a las empresas, fabricantes y similares.
3. En el caso de la propaganda y publicidad comercial realizada en idioma extranjero a que se refiere el artículo 5 de esta Ordenanza, el impuesto tendrá un incremento del cincuenta por ciento (50%) sobre el impuesto establecido al medio publicitario de que se trate.

CAPÍTULO VI DE LOS DIVERSOS MEDIOS PUBLICITARIOS

SECCIÓN I DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS FIJOS

Propaganda y publicidad comercial fijos
ARTÍCULO 38.- Se entiende por medios de propaganda y publicidad comercial fijos aquellas instalaciones o bienes muebles anclados en el suelo, adheridos a bienes inmuebles o a cualquier estructura fija, tales como vallas, postes publicitarios, columnas informativas, publicidad exhibida en paradas de transporte público, avisos o anuncios de fachada, micro perforados, murales, carteles, carteleros de cine, pantallas de proyección de cualquier tipo y similares.

Clasificación de las Vallas Publicitarias

ARTÍCULO 39.- A los fines de la aplicación de la presente Ordenanza, las vallas publicitarias se clasifican de la siguiente forma:

1. Vallas con estructuras propias sobre el suelo.
2. Vallas en edificaciones; que pueden ser con estructura propia sobre azoteas.
3. Murales, que son aquellos pintados sobre la fachada de las edificaciones.
4. Vallas electrónicas o pizarras electrónicas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando se trate de vallas publicitaria que requieran de una construcción o estructura adicional a la publicidad que se va a colocar, el solicitante deberá requerir, el visto bueno de la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro, a fin de que esta, emita informe técnico sobre la ubicación, tipología constructiva y altura de la misma para la procedencia o factibilidad de dicha publicidad, la cual debe evaluarse de acuerdo a la envolvente volumétrica del lugar donde va a estar ubicada y en el caso de que la dimensión de la valla requiera de la presentación de cálculos estructurales, estos deben ser consignados por ante la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro de acuerdo a su requerimiento.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las empresas, anunciantes o empresarios de propaganda y publicidad comercial que pretendan colocar o instalar vallas, señales, pancartas, carteles



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

o cualquier otro medio publicitario en: Autopistas urbanas e interurbanas y zonas adyacentes, intersecciones de vías, pasarelas y curvas que se encuentren en jurisdicción del Municipio San Diego, se regirán por las disposiciones de la presente Ordenanza y por las normas contenidas en las leyes nacionales, estatales y demás instrumentos cuyas regulaciones sean aplicables.

Ubicación de las Vallas Publicitarias

ARTÍCULO 40.- Las vallas sólo podrán colocarse:

1. En los inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de usos mixtos, de conformidad con lo previsto en el Plan de Desarrollo Urbano Local del Municipio San Diego.
2. Sobre las azoteas y techos de las edificaciones, siempre y cuando se instalen dentro del área física del terreno o inmueble donde se ubiquen, evitando la visualización de elementos estructurales y de fijación que vulneren espacios públicos. Para dicha instalación se debe contar con la autorización del condominio del inmueble o edificio. En caso de encontrarse dicha valla o cartel colocado en una zona residencial, estas deben tener visual directa hacia avenidas o autopistas, por lo que dichas publicidades no deben tener vista hacia el área residencial o desde las vías de tránsito peatonal de la zona residencial. De igual forma no deben perturbar las luminarias hacia las edificaciones vecinas.
3. En las fachadas de las edificaciones en cuyo caso deberán ser instaladas en forma plana y adosada a la misma, siempre y cuando no obstruyan las áreas de ventilación de la edificación y su grosor no exceda de treinta centímetros (30cm). En caso de estar colocadas en áreas que requieran circulación peatonal, deberán estar a una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm.), contados a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.
4. En terrenos de construcción se permitirá la instalación de cercas publicitarias, por un período igual al tiempo

de construcción de la misma, debiendo presentar carta de compromiso por parte del propietario del terreno y contrato de arrendamiento.

5. En las paredes laterales y azoteas o terreno de edificaciones con uso residencial, cuando los carteles o anuncios, tengan dirigida su visualidad a las avenidas o autopistas ubicadas fuera de la zona residencial, y los referidos avisos, anuncios o carteles no sean visibles desde las vías de tránsito o peatonales de la zona residencial, ni interrumpan para visuales, ni perturben, si son iluminadas a las edificaciones vecinas.

6. En las aceras, únicamente cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, siempre y cuando guarde un espacio de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm) entre el aviso y el límite anterior de la acera para la libre circulación peatonal. En el caso de aceras que tengan una sección menor a un metro veinte centímetros (1,20mts/cm) se permitirá excepcionalmente, la colocación de aquellos medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, cuando su colocación sea obligatoria o esencial para la presentación del servicio que se trate. En estos casos, la estructura deberá estar colocada fuera del área de la cerca a una altura de un metro veinte centímetros (1,20mts/cm) de manera que permita la libre circulación peatonal.

7. En los linderos de terrenos privados siempre que su altura no exceda de ocho metros (8mts).

Otras disposiciones en los tipos de vallas publicitarias

ARTÍCULO 41.- Las vallas, además de ajustarse a las estipulaciones antes referidas, deberán cumplir con lo siguiente:

1. Vallas con estructuras propias sobre el suelo:
 - a) En caso de ser pública o municipal, autorización o convencimiento del organismo competente, firmado por un funcionario autorizado para tal fin.
 - b) Visto bueno por parte del Instituto Autónomo de Función para el Mantenimiento



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

Urbano y Conservación Urbana y Ambiental del Municipio San Diego (I.A.M. FUMCOSANDI), sobre las obras de ornato y mantenimiento que deberá efectuarse en el área adyacente al lugar donde se va a colocar la valla.

c) Ajustarse a las disposiciones de vialidad, urbanismo y ambiente, si fuere el caso.

d) Deberán tener una altura mínima desde el suelo al borde inferior del cartel de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm), y una altura máxima desde el suelo al borde superior del mismo, de nueve metros (9mts.).

e) La separación entre vallas en las calles o avenidas no será menor de cincuenta metros (50mts.), cuando se trate de un conjunto de uno a cuatro (1-4) elementos publicitarios. Cien metros (100mts) cuando se trate de un conjunto de uno a dos (1-2) elementos publicitarios con estructura simple sin más de dos (2) soportes fijados en tierra.

f) La separación entre vallas en las autopistas y vías rápidas no será menor de cien metros (100mts), cuando se trate de un conjunto de uno a cuatro (1-4) elementos publicitarios sobre un solo poste. Doscientos metros (200mts), cuando se trate de un conjunto de uno o dos elementos publicitarios con estructura simple con más de dos soportes fijados en tierra.

g) No se permitirá la colocación de vallas cuando interfieran o disminuyan la visibilidad de una señal de tránsito.

h) Las vallas podrán colocarse en los tramos rectos de la vía.

2. Vallas en edificaciones que pueden ser con estructura propia sobre azoteas, o adosadas a fachadas:

a) Las vallas con estructuras propias sobre techos y azoteas de las edificaciones, podrán tener una altura que no exceda a la regulada en la zonificación del sector de que se trate; igualmente el área física de la valla, deberá mantenerse dentro de los linderos de la edificación y evitarse la visualización de los elementos estructurales y fijación de ésta a la edificación, ocultar con materiales de

armazón. Es indispensable además, que el interesado presente el proyecto de cálculo y diseño estructural donde se demuestre que la edificación resiste la colocación estructural de la valla, el cual deberá estar debidamente firmado por un Ingeniero Colegiado, ante la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro y el Instituto Autónomo de Función para el Mantenimiento Urbano y Conservación Urbana y Ambiental del Municipio San Diego (I.A.M. FUMCOSANDI), que garantice que la edificación resiste la implantación de la valla, siendo la empresa o empresario los únicos responsables de los daños causados a terceros.

3. Murales:

a) Si la Administración Tributaria Municipal lo requiere, el contribuyente o responsable deberá presentar bosquejo de la publicidad propuesta, a los fines de evaluar su impacto visual, así como carta compromiso de mantenimiento del área.

4. Pantallas electrónicas o pizarras electrónicas:

a) Deberán presentar ante la autoridad competente el estudio de luminosidad certificado por especialista en la materia, donde certifique que su uso no conlleva peligro alguno para el tránsito automotor ni alteración de las zonas vecinas.

SECCIÓN II DE LA PUBLICIDAD EN FOLLETOS Y HOJAS IMPRESAS

Propaganda y publicidad comercial En medios impresos

ARTÍCULO 42.- Se entiende por propaganda o publicidad comercial en medios impresos, cuando ésta se realiza a través de folletos, hojas impresas, volantes, almanaques, mapas, tarjetas guías, anuncios, agendas y cualquier otra edición de circulación similar y suplementos publicitarios, bien sea de entrega personal o por correo, así como datos cronológicos o astronómicos, mapas, guías, agendas y similares que lleven publicidad comercial e



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

industrial, los que se distribuyen con la prensa y se ofrezcan al público en forma gratuita o a la venta.

También son medios impresos de publicidad, los que se realicen por medio de afiches, habladores, buzones, mobiliario o similares, bien sea de material de cartón, papel, plástico, lata, y cualquier otro material.

Liquidación según el número de Ejemplares a distribuir

ARTÍCULO 43.- La publicidad en sombreros, delantales, franelas, camisas, bolsos, carteras, maletines, pelotas y otros artículos diversos, aunque su distribución fuere gratuita, se liquidará según el número de ejemplares a distribuir.

SECCIÓN III DE LA PROYECCIÓN DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL, SALAS DE CINES, APARATOS PROYECTORES Y SIMILARES

Salas de cine

ARTÍCULO 44.- El impuesto que se genere por la realización de propaganda y publicidad comercial en pantallas de salas de cine, comerciales de productos, bienes o servicios que se proyecten en las mismas, deberá liquidarse y pagarse mensualmente a la Administración Tributaria Municipal; a tal efecto deberá presentarse a la misma, dentro de los primeros quince (15) días continuos del mes inmediato, una relación mensual de la publicidad proyectada en cada sala.

Pantalla, proyecciones, pizarras electrónicas

ARTÍCULO 45.- La propaganda y publicidad comercial que se efectúe mediante proyecciones, pantallas, pizarras electrónicas, generará el pago del impuesto correspondiente al medio publicitario previsto en la tabla anexa de la presente Ordenanza, y será liquidada y pagada en la forma prevista en el artículo anterior.

SECCIÓN IV DE LA PROPAGANDA O PUBLICIDAD COMERCIAL INTERNA, EN BANDERAS, PANCARTAS, MARQUESINAS, TOLDOS, PRENDAS DE VESTIR Y SIMILARES

Propaganda o publicidad comercial interna

ARTÍCULO 46.- También generará el pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, la propaganda o publicidad comercial que de manera permanente se encuentre ubicada tanto en el interior de los locales comerciales, industriales o empresas, como en los sitios públicos permitidos; ya sean avisos, carteles, banderas, bobina de papel para anaqueles, banderolas, banderines, habladores, afiches, exhibidores o resaltadores, así como cualquier otro medio publicitario similar, colocados en sitios con acceso público, que contengan todo tipo de publicidad, entre las que indique remates, ofertas de productos, liquidaciones o rebajas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Se entenderá como interior el área que conforma el espacio cerrado y techado donde se encuentra ubicado el local comercial.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los medios publicitarios constituidos por pendones, pancartas y similares, serán considerados como tal, cuando su extensión no exceda de seis metros (6mts) de largo.

SECCIÓN V DE LA PROPAGANDA O PUBLICIDAD COMERCIAL EVENTUAL U OCASIONAL

Propaganda o publicidad comercial Eventual u ocasional

ARTÍCULO 47.- Se entiende por propaganda o publicidad comercial eventual u ocasional aquella que por su naturaleza no son permanentes o cuya colocación o realización no exceda de tres (3) meses.

PARÁGRAFO ÚNICO: La colocación de todos los medios publicitarios a que se



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

refiere este artículo y cualquier otro que su colocación sea eventual u ocasional debe ser autorizada por la Administración Tributaria Municipal, con la finalidad de verificar si la misma se adecua a las disposiciones de esta ordenanza.

Folletos, volantes y cualquier otra edición de circulación similar

ARTÍCULO 48.- En el caso de la propaganda o publicidad comercial que de manera eventual u ocasional sea realizada a través de folletos, hojas impresas, volantes, almanaques, mapas, tarjetas guías, anuncios, agendas y cualquier otra edición de circulación similar, así como bonos, rifas, cupones, billetes, boletos, etiquetas, entradas o tickets para espectáculos públicos, y aquella realizada a través de los medios publicitarios a que se refiere el artículo 46 de esta Ordenanza, deberá llevarse una muestra a la Administración Tributaria Municipal, para el sellado respectivo, antes de ser distribuidas o entregadas al público, e instaladas en los sitios permitidos por ésta.

PARÁGRAFO ÚNICO: La propaganda y publicidad comercial regulada en la presente sección, exhibida o distribuida por los medios publicitarios a que se refiere el presente capítulo, cuya exhibición o distribución supere los treinta (30) días continuos, generará el pago del impuesto establecido para el medio publicitario respectivo, señalado en la tabla a anexa a esta Ordenanza, en forma mensual.

SECCIÓN VI

DE LA PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN LOS KIOSCOS, PUESTOS DE REVISTAS, STAND PUBLICITARIOS Y OTROS

Anuncios o mensajes publicitarios En los kioscos

ARTÍCULO 49.- Podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios en los kioscos, puestos de revistas, y otros, únicamente en las paredes exteriores.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los anuncios o mensajes publicitarios sólo podrán colocarse

cuando el diseño arquitectónico del kiosco cumpla con los requisitos de adaptación al medio ambiente, enalteciendo su estética y el valor del paisaje.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Se considerarán dentro de esta clase de medio publicitario, la realizada en stand de promoción, kioscos y puntos de ventas, que estén ubicados en áreas públicas y comerciales.

SECCIÓN VII DE LA PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL EN CARTELES Y OTROS ANUNCIOS

Carteles y otros anuncios

ARTÍCULO 50.- La publicidad de anuncios, carteles y similares podrá ser colocada en los frentes de los edificios, cuando la fachada de los mismos así lo permita, y deberán ser instalados en plano, adosados a la fachada local y sin tapar ventilaciones ni vistas de los locales comerciales, con un espesor no mayor de treinta centímetros (30cm) y una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm) contados a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.

PARÁGRAFO ÚNICO: En los estacionamientos de vehículos, farmacias, estaciones de servicios, clínicas y hoteles, previo la expedición de la conformidad de uso por parte de la Dirección de Desarrollo Urbano y Catastro, la Administración Tributaria Municipal podrá permitir la colocación del aviso indicativo del establecimiento en forma perpendicular al plano de la fachada y en sentido vertical, siempre que no exceda de tres metros treinta centímetros cuadrados (3,30mts/cm²) y comenzando a una altura mínima de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm) desde la vista inferior del suelo.

SECCIÓN VIII DE LA PUBLICIDAD MÓVIL

Propaganda y publicidad comercial móvil



ARTÍCULO 51.- Toda propaganda y publicidad comercial móvil (para recorrer calles o avenidas) será aquella que se efectúe mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, portadoras de avisos en tableros, cartelones, inflables y otros medios de publicidad. La publicidad pintada, colocada o instalada en la parte interior y exterior de los autobuses y demás vehículos de uso público, se considera dentro de esta clase de medio publicitario.

PARÁGRAFO ÚNICO: Se considera también publicidad móvil, la efectuada a través de portavoces, megáfonos o altoparlantes.

Otra publicidad móvil

ARTÍCULO 52.- Se encuentra también dentro de la clasificación prevista en la presente Sección, la propaganda o publicidad comercial realizada a través de letreros o anuncios pintados en el exterior de los vehículos de carga y de reparto, incluso bicicletas, motocicletas y similares cuando se refieran a una empresa o firma distinta de la propietaria del vehículo, o servicios o productos no expedidos por ella.

Aviones, helicópteros, globos Dirigibles o aerostáticos

ARTÍCULO 53.- También se considerará publicidad móvil, aquella que se efectúe por medio de aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos, globos fijos y medios similares, tripulados o no.

CAPÍTULO VII DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS COMBINADOS CON SERVICIOS A LA COMUNIDAD

Medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad

ARTÍCULO 54.- Son medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad aceptados por el Municipio San Diego, los señalados a continuación:

1. Casetas telefónicas.
2. Módulos de papeleras.

3. Tanques de agua en autopistas.
4. Relojes públicos.
5. Planos guía.
6. Señalización de Estacionamientos Públicos.
7. Señalizadores de Seguridad Bancaria.
8. Nomenclaturas Viales.
9. Otros módulos que las Autoridades Municipales determinen pertinente permisarlas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los distintos medios publicitarios a los que se refiere el presente artículo, que pretendan instalarse en la jurisdicción del Municipio San Diego, serán reglamentados y autorizados por el Alcalde o Alcaldesa, a través de las distintas Direcciones de la rama ejecutiva que regulan los servicios públicos y el ordenamiento urbano, de que se traten.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Todos los medios publicitarios a los que se refiere el presente artículo, que pretendan exhibirse en la jurisdicción del Municipio San Diego y presten un servicio público a la comunidad, deberán estar en perfectas condiciones para su uso, siendo responsabilidad de la empresa el mantenimiento de los medios publicitarios permanentemente.

Publicidad en las aceras

ARTÍCULO 55.- Se permitirá propaganda o publicidad comercial en las aceras cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad.

PARÁGRAFO PRIMERO: Sólo se permitirá la instalación de elementos o módulos publicitarios combinados con servicios a la comunidad en las aceras, cuando estén compuestas de cuatro (4) caras, y una de ellas esté destinada para promover mensajes comunitarios.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La instalación de los diferentes módulos, casetas, u otros medios en que se permita publicidad comercial en las aceras de acuerdo a la presente ordenanza, así como su adecuado mantenimiento y actualización, correrán a



cargo de las empresas publicitarias o demás personas naturales o jurídicas que exploten ese tipo de publicidad.

Peligro a la circulación

ARTÍCULO 56.- Sé prohíbe el uso de aquellos materiales que las autoridades de tránsito consideren peligrosos, en virtud de la circulación del tránsito peatonal o vehicular.

Tanques de agua

ARTÍCULO 57.- Los tanques de agua en autopistas, son estructuras contenedoras de agua, cuya finalidad será la de surtir este recurso a los automovilistas. Sus dimensiones serán no mayores de un metro cincuenta centímetros (1,50mts.) por arista, montados sobre un cubo menor de cincuenta centímetros (50cm.) de arista, el cual se encuentra fijado sobre una fundación de cemento en las principales autopistas enclavadas en el Municipio San Diego y principalmente, en los módulos de auxilios viales y retiros apropiados, en los cuales puedan detenerse los vehículos accidentados y los camiones cisternas. Los tanques de agua, tendrán una llave de corte automático y el servicio de agua debe ser apropiado, en los cuales puedan detenerse los vehículos accidentados y los camiones cisternas. Los tanques de agua tendrán una llave de corte automático y el servicio de agua debe ser pagado por la empresa que presta el servicio y éste deberá ser permanente. Adosado a uno de los frentes del contenedor de agua deberá tener un mensaje educativo relativo al servicio, siguiendo las pautas que al efecto, establezca el Municipio San Diego. Los tanques de agua podrán tener espacios destinados a propaganda y publicidad comercial, en afiches reflectantes que estarán ubicados en las dos caras que enfrentan la vía, una de ellas visible al público, debe estar destinada a un mensaje institucional.

Relojes publicitarios

ARTÍCULO 58.- Los relojes publicitarios deben tener en su posición más elevada, un

reloj luminoso visible a distancia, en perfecto funcionamiento permanente y estarán acompañados de un espacio publicitario cuyas dimensiones máximas serán un metro cincuenta centímetros cuadrados (1,50m²).

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando el reloj que presta el servicio no funciona correctamente se le notificará a la empresa responsable de tal desperfecto y ésta deberá corregir la falla en un lapso no mayor de quince (15) días hábiles a partir de la notificación; si la empresa no repara el desperfecto en el lapso estipulado, la Administración Tributaria Municipal procederá a la remoción del medio publicitario y los gastos que ocasione tal acción serán a cargo del contribuyente sin perjuicio al pago del impuesto correspondiente.

Planos guías

ARTÍCULO 59.- Los planos guías, se instalarán en las zonas de mayor tránsito peatonal y en aceras con un mínimo de un metro ochenta centímetros (1,80mts.) de ancho respetando el paso en las esquinas de las rampas de acceso al minusválido. Se colocarán en las esquinas, en caso de no ser posible esa ubicación, se podrá autorizar en otro sitio de la acera. Sólo se autorizará un Plano Guía por cuadra. Deberán tener en el lugar más alto la indicación del norte magnético que corresponde al observador que está ubicado frente al mismo. A continuación, debe aparecer el mapa esquemático del sector, con delimitación del área a destacar en forma ampliada, con los nombres o números de las calles allí representadas. Los equipos tendrán un tamaño de pantalla de noventa centímetros (90cm) por un metro veinte centímetros (1,20mts), colocados sobre una base de setenta centímetros (70cm) de altura, recubiertos por acrílicos e instalación luminosa, prestarán un servicio de 24 horas y tendrán una presentación elegante y armónica con el medio ambiente del sector donde se instale. En todo caso las medidas podrán ser objeto de variación, según la ubicación y forma establecidas por la autoridad competente.



Señalizadores de farmacias

ARTICULO 60.- Los señalizadores de farmacias, consistirán en una estructura de diez centímetros (10cm) de ancho, en cuya parte superior se encuentra un panel, cuyas dimensiones máximas no podrán exceder de un metro veinte centímetros cuadrados (1,20m²), el cual se utilizará para espacio publicitario. En la parte inferior dispondrá de un espacio donde estarán indicadas las farmacias más cercanas, y un calendario con el turno de las mismas.

Tales estructuras tendrán también un pequeño gabinete que se iluminará cuando la farmacia esté de turno, la pantalla de servicio y publicidad estará ubicada a dos metros veinte centímetros (2,20mts) de altura, para no entorpecer el flujo peatonal. Las estructuras verticales que soportan los componentes descritos tendrán un espacio publicitario cuyas dimensiones máximas son de un metro veinte centímetros (1,20mts) por dos caras de exhibición. La ubicación de los indicadores de farmacias, debe estar en la acera enfrente de la misma.

Señalizadores de Seguridad Bancaria

ARTICULO 61.- Los Señalizadores de Seguridad Bancaria, serán dos (2) módulos verticales por fachada de Agencia Bancaria, en cuya parte superior estará identificada mediante el logo y el nombre de la entidad correspondiente de la custodia de la zona.

En la parte inferior del emblema y a todo lo ancho, estará claramente indicada la prohibición de estacionamiento y las palabras "SEGURIDAD BANCARIA" en los colores blanco y negro que corresponden a este tipo de indicación vial según normas del Ministerio del Poder Popular para el Transportes Terrestre. El brocal de la acera que conforma el área de prohibición de estacionamiento antes descrita, deberá estar pintado de amarillo tránsito, por las empresas publicitarias. En lo que respecta a estos módulos de Seguridad Bancaria estas señales deberán estar colocadas frente a las Entidades Bancarias, de acuerdo a lo siguiente:

1. Mantener una altura libre de un metro veinte centímetros (1,20mts) desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.
2. Mantener una separación mínima de cincuenta centímetros (50cm) 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 Bancaria, orientadas perpendicularmente al sentido de la circulación del tránsito al que sirven. En caso de que la Entidad Bancaria tenga un frente inferior a cinco metros (5mts) de longitud, sólo se permitirá una 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 ÚNICO: En caso de existir entidades bancarias colindantes, se limitará el área de seguridad bancaria a un (1) módulo por entidad y en ningún caso, podrá existir otro tipo de señalización entre módulos de seguridad bancaria, y nunca a menos de cinco metros (5mts) de sus límites exteriores.

Nomenclaturas Viales

ARTÍCULO 62.- Las nomenclaturas viales, se compondrán de un poste angosto metálico, en cuya parte superior a dos metros veinte centímetros (2,20mts) de altura, se encontrará un panel indicativo de las calles y avenidas en cuyas esquinas se encuentra instalado el mismo, deben ser iluminados y los nombres de las calles deberán ser realizados en material reflejante. También contendrán, un mensaje publicitario el cual financiará los costos de electricidad, mantenimiento y reposición de elementos que se dañen. Los postes de estos señalamientos viales para no entorpecer el tráfico peatonal, serán de cuatro por cuatro pulgadas (4x4") y el área de servicio y publicidad, no mayor de un metro de ancho por un metro veinticinco centímetros (1 x 1,25mts) de altura, todo ello



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

a una altura de los dos metros veinte centímetros (2,20mts) aludidos en este mismo artículo.

Papeleras

ARTÍCULO 63.- Las papeleras con propaganda o publicidad comercial colocadas en las aceras, se regirán por la siguiente normativa:

1. Sólo podrán colocarse papeleras en aceras, dejando un espacio libre, como mínimo de un metro veinte centímetros (1,20mts) para la circulación.
2. Las papeleras estarán compuestas por elementos verticales que soportan un contenedor de desecho, tendrán un mecanismo que permita utilizar las bolsas plásticas para ser colocadas por las empresas que prestan el servicio de aseo urbano.
3. Los contenedores de proyecciones rectangular o circular de las papeleras, tendrán una capacidad máxima de 60 litros.
4. Las papeleras deberán ubicarse a una distancia del borde de la acera, y que la arista más cercana a éste se encuentre a cuarenta centímetros (40cm).
5. La distancia mínima entre una papeleras y otra será de treinta metros (30mts). Igualmente, no podrán colocarse en una boca calle más de dos (2) papeleras debiendo ser instaladas en forma diagonal de una esquina, ni entorpecer una boca de acceso de las estaciones del Metro. Se colocarán un máximo de dos (2) papeleras por acera, salvo cuerdas superiores a los sesenta metros (60mts) donde se respetará la norma aludida de mantener como distancia mínima los treinta metros (30mts).
6. El espacio publicitario de las papeleras tendrá una dimensión máxima de un metro cuadrado (1mt²). En las papeleras se colocará un mensaje institucional.
7. El aviso podrá disponer de iluminación interna.

Módulos de teléfonos

ARTÍCULO 64.- Los elementos destinados a soportar uno o varios módulos de teléfonos, tendrán una estructura, en ningún caso

mayor de dos metros veinte centímetros (2,20mts) de altura, que podrá contener un área publicitaria no mayor de un metro cincuenta centímetros cuadrados (1,50mts²) por módulo, cuya instalación y número de teléfonos que contenga, será determinada por la empresa telefónica. Su colocación en las vías peatonales, deberá permitir el paso libre de al menos un metro veinte centímetros (1,20mts), igualmente, no podrán colocarse estas estructuras a distancias menores de cien metros (100mts), en todo caso no más de uno por cuadra, salvo aquellos casos que se trate de extensas cuerdas que hagan obligante su colocación para ofrecer un mejor servicio a la comunidad.

CAPÍTULO VIII DE LA FISCALIZACIÓN

De la Fiscalización

ARTÍCULO 65.- La Administración Tributaria Municipal tendrá amplias facultades de fiscalización, verificación e investigación de todo lo relativo a la aplicación de esta Ordenanza.

Carnet de Identificación

ARTÍCULO 66.- Los fiscales o auditores portarán un carnet de identificación que los acredite como funcionarios adscritos a la Administración Tributaria Municipal de la Alcaldía del Municipio San Diego.

CAPÍTULO IX DE LAS NOTIFICACIONES Y RECURSOS

De la Notificación

ARTÍCULO 67.- La notificación es requisito necesario para la eficacia de los actos emanados de la administración, cuando estos produzcan efectos individuales. Las notificaciones se practicarán de conformidad a lo dispuesto en el Código Orgánico Tributario.

De los Recursos

ARTÍCULO 68.- Los Recursos contra los actos de efectos particulares, dictados por la administración, en aplicación de la presente



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

ordenanza, se interpondrán y tramitarán conforme a la ley.

CAPÍTULO X DE LAS PROHIBICIONES Y SANCIONES

SECCIÓN I DE LAS PROHIBICIONES

De las prohibiciones

ARTÍCULO 69.- Está prohibido hacer propaganda y publicidad comercial:

1. Que sea contraria al orden público, a la seguridad, las buenas costumbres y que ofenda la moral.
2. Que presente o que pretenda demostrar como inofensivo a la salud, el consumo de bebidas alcohólicas o cigarrillos y estupefacientes y otras sustancias psicotrópicas.
3. Que utilice la actividad deportiva o el nombre o imagen de deportistas o atletas como incentivo para promover el consumo de bebidas alcohólicas o cigarrillos o el ejercicio de cualquier actividad que afecte la salud.
4. Cuando trate de actividades prohibidas por disposiciones legales.
5. Cuando obstaculice la visión de los valores paisajísticos.
6. Cuando el diseño gráfico, la combinación cromática, la luminosidad, elementos móviles o cualquier otra característica presente en los mismos, puedan distraer de manera peligrosa a los conductores de vehículos y demás usuarios de la vía.
7. Cuando se confundan con señales de tránsito u otros dispositivos destinados a regular la circulación o interfiera con la visibilidad de las mismas.

Prohibición en Vías y Lugares

ARTÍCULO 70.- Está prohibido la colocación o instalación de vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro aviso de carácter publicitario en las siguientes vías y lugares:

1. Pistas de todas las autopistas urbanas y suburbanas y tanto en zona de

seguridad como islas divisorias de las mismas.

2. Puentes y zonas adyacentes.

3. Áreas verdes, pasarelas, curvas, islas de las avenidas, franjas blancas o amarillas de las aceras de ambos lados.

4. En las vías públicas no urbanas en forma distinta a la establecida en el ordenamiento jurídico nacional sobre tránsito.

5. Los árboles, piedras, rocas y demás elementos naturales.

6. Aceras con un ancho menor de un metro veinte centímetros (1,20mts).

7. La esquina donde corresponda la ubicación de la nomenclatura vial; no se permitirá otro elemento diferente a éste.

8. En los muros, postes de alumbrados público, semáforos.

9. En las calles, paseos y caminos por medio de franjas transversales que la crucen, aunque no interfieran el libre tránsito.

10. En las vías públicas, cuando se trate de publicidad comercial por medio de volantes u hojas impresas.

11. Pintar las aceras y calzadas.

12. En inmuebles de propiedad particular, sin la autorización expresa de su propietario.

Prohibición de instalación

ARTÍCULO 71.- Está prohibido instalar propaganda y publicidad comercial de cualquier clase en los siguientes sitios o bienes:

1. Las áreas denominadas como zona histórica y puestos de la ciudad.

2. Las áreas designadas como Parque Nacional, Parque Metropolitano, Reserva Nacional, Monumento Natural, Zona de Aprovechamiento Agrícola, entre otros y similares.

3. El interior y exterior de los museos y teatros de propiedad pública, así como los monumentos o edificaciones de valor histórico, artístico o religioso, salvo que se trate de publicidad de imagen para promover espectáculos. En los inmuebles donde funcionen oficinas de los Poderes Públicos.



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

4. El interior o exterior de las paredes de los cementerios.
5. En los parques, plazas, plazoletas y en cualquier otra área pública que no se ajuste a las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza.
6. En los vidrios delanteros o traseros de los vehículos, o en cualquier otro sitio que pueda entorpecer su visibilidad, manejo o libre fluidez de tránsito.
7. En los vehículos de uso colectivo, cuando se trate de publicidad sonora por megáfonos o alto parlante.

SECCIÓN II DE LAS SANCIONES Y LA UNIDAD DE CÁLCULO

Del tipo de cotización

ARTÍCULO 72.- Cuando las multas establecidas en esta Ordenanza estén expresadas en la unidad de cuenta Petro (PTR), se tomará en cuenta el valor publicado para el último día del mes inmediatamente anterior.

De las multas en términos porcentuales

ARTÍCULO 73.- Las multas establecidas en esta Ordenanza en términos porcentuales, se convertirán al equivalente al tipo de cotización del Petro (PTR) que corresponda al momento de la comisión del ilícito y se pagarán utilizando el valor del Petro que estuviere vigente al momento del pago.

Del tipo de Petro aplicable a los periodos impositivos

ARTÍCULO 74.- A efectos de la certeza jurídica en el cálculo de las bases de imposición del impuesto contemplado en la presente Ordenanza, así como en la aplicación de las penas pecuniarias a los sujetos pasivos, se habrá de tomar el tipo de cambio del Petro que estuviere vigente para el último día de cada mes, que publicare el ente con competencia para fijar los tipos de cambios de referencia, correspondiéndole a la Dirección de Administración Tributaria el deber de informar oportunamente, al

Despacho del ciudadano Alcalde, lo pertinente.

Violación de cualquiera de las disposiciones

ARTÍCULO 75.- La violación de cualquiera de las disposiciones de la presente Ordenanza causará la suspensión inmediata de la autorización, trámite o permisología para la instalación o construcción de vallas o demás medios publicitarios. La Administración Tributaria Municipal ordenará la remoción o sustitución de vallas o demás medios publicitarios, a efectuarse mediante procedimiento que será establecido en el respectivo Reglamento dictado por el ciudadano Alcalde o Alcaldesa. Todos los gastos que por tal motivo se ocasionen serán por cuenta del propietario de vallas o demás medios publicitarios, sin perjuicio del pago del impuesto ocasionado y la multa respectiva por tal acción.

PARÁGRAFO ÚNICO: Aquellos medios publicitarios que estén en contravención con la presente Ordenanza, se les podrá colocar calcomanías con los siguientes textos en caso de encontrarse en los siguientes supuestos: "Publicidad No Autorizada" o "Publicidad Morosa".

Falta de obtención del permiso

ARTÍCULO 76.- Quien efectúe propaganda o publicidad comercial en las zonas industriales o comerciales, sin haber obtenido el permiso correspondiente, se sancionará con multa equivalente a cero coma cero un Petro (0,01 PTR), más el impuesto causado por la publicidad efectuada.

Falta de renovación

ARTÍCULO 77.- El que efectúe propaganda o publicidad comercial sin haber renovado el permiso y pagado el impuesto correspondiente, se sancionará con multa equivalente a cero coma cero tres Petros (0,03 PTR), más el impuesto causado por la publicidad efectuada.



Ha sido negada la solicitud

ARTÍCULO 78.- Quien proceda a efectuar propaganda o publicidad comercial, a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR), sin perjuicio del impuesto causado y no pagado por la utilización del medio publicitario, y la remoción del mismo, cuyo costo será a cargo del infractor.

**Propaganda y publicidad
Comercial en lugares prohibidos**

ARTÍCULO 79.- El que instale o efectúe propaganda y publicidad comercial en zonas residenciales y lugares prohibidos en acuerdo con lo previsto en la presente Ordenanza, será sancionado con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR), sin perjuicio del impuesto causado y no pagado por la utilización del medio publicitario y la remoción del mismo, cuyo costo será a cargo del infractor.

No inscripción en el Registro

ARTÍCULO 80.- Quienes presten servicios de propaganda y publicidad comercial de manera permanente en jurisdicción del Municipio San Diego sin estar inscritos en el Registro de Empresas Publicitarias, serán sancionados con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR), más el impuesto causado por la publicidad efectuada.

**Falta de consignación de la
Relación mensual**

ARTÍCULO 81.- Quienes no consignen dentro del plazo establecido la relación mensual de las salas de cines, proyecciones y similares de propaganda y publicidad comercial serán sancionados con multa de cero coma cero un Petro (0,01 PTR) en cada oportunidad.

Quienes no enteren el impuesto percibido

ARTÍCULO 82.- Quienes enteren el impuesto percibido por propaganda y publicidad comercial fuera del término previsto en esta Ordenanza, serán sancionados con multa del cinco por ciento (5 %) del tributo percibido por cada día de

retraso en su enteramiento hasta un máximo de cien (100) días.

Retiro de calcomanías

ARTÍCULO 83.- Quien retire las calcomanías indicativas de publicidad no autorizada colocadas por la Dirección de Administración Tributaria sin la debida autorización del órgano respectivo, será sancionado con multa de cero coma cero cuatro Petros (0,04 PTR).

Falta de póliza de responsabilidad civil

ARTÍCULO 84.- Quienes no tengan vigente la póliza de responsabilidad civil de los medios publicitarios fijos instalados en el Municipio, así como la permisología que garantice la seguridad del medio será sancionado con multa de cero coma cero dos Petros (0,02 PTR).

Incumplimiento de deberes formales

ARTÍCULO 85.- La Administración Tributaria Municipal impondrá una multa equivalente a cero coma cero dos Petros (0,02 PTR), a quien incumpla cualquiera de los deberes formales establecidos en esta Ordenanza.

Del Pago de las Multas

ARTÍCULO 86.- Las multas impuestas de conformidad con la presente sección, deberán pagarse dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha de la notificación de la Resolución, a través de la cual se imponga ésta. Cuando las multas establecidas en esta Ordenanza estén expresadas en Petros (PTR), se utilizará el valor del mismo que estuviere vigente para el momento del pago.

**CAPÍTULO XI
EXENCIONES Y EXONERACIONES**

Vallas colocadas por entes oficiales

ARTÍCULO 87.- Están exentas del pago de los impuestos previstos en esta Ordenanza, aquellas vallas colocadas por entes oficiales, con fines institucionales o destinados a dar a conocer obras públicas en construcción, siempre y cuando se limiten, en este último caso a expresar en ellas:



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

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

PARÁGRAFO ÚNICO: La instalación de este tipo de propaganda y publicidad, deberá cumplir con las normas de seguridad previstas en la presente Ordenanza.

Exenciones

ARTÍCULO 88.- No causará el impuesto previsto en esta Ordenanza y en consecuencia quedan exentos los propietarios o responsables de los medios publicitarios que se indican a continuación:

1. Los anuncios fijos sin contenido comercial cuyo tamaño no exceda de cuatrocientos centímetros cuadrados (400cm²).
2. Los anuncios fijos de profesionales o artistas siempre que sólo indiquen el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección que estén colocados en el inmueble en el cual ejercen y no excedan el metro cuadrado (1mt²).
3. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a ese fin.
4. Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también las marcas de fábrica de la carrocería y los distintivos del concesionario, colocados en los vehículos de esa misma marca.
5. 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 (400cm²).
6. La publicidad destinada a promover el turismo en el país, efectuada por cualquier ente u organismo oficial sin contenido comercial.
7. Los letreros que sólo indiquen la firma, razón social, denominación comercial

o los ramos de una oficina, empresa o negocio cuando hayan sido esculpidos, pintados o colocados de plano sobre la fachada del edificio en que se encuentre instalado el negocio, oficina o empresa, y siempre que su superficie no exceda de dos metros cuadrados (2mts²).

8. Los destinados a campañas de salud y prevención de enfermedades o mensajes institucionales para crear conciencia ciudadana, sin contenido comercial.

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

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

Exoneraciones

ARTÍCULO 89.- El Alcalde o Alcaldesa, a solicitud de las partes interesadas y previa aprobación dada por el Concejo Municipal de San Diego, mediante Acuerdo aprobado por las dos terceras (2/3) partes de sus integrantes, podrá acordar la exoneración, total o parcial, del pago del impuesto en los siguientes casos:

1. La propaganda y publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia el Municipio San Diego, o dentro del país por personas naturales o jurídicas.
2. La propaganda y publicidad relativa a espectáculos, conciertos, exhibiciones de artes u oficios y exposiciones, para instituciones sin fines de lucro. La publicidad contenida en artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad como bolsas de basura y similares.
3. La propaganda y publicidad de espectáculos teatrales cuando sea instituciones de carácter benéfico.

De las Exenciones y Exoneraciones

ARTÍCULO 90.- Las exenciones y exoneraciones establecidas en los artículos anteriores, eximen el pago del tributo, no obstante el publicista deberá cumplir con los



REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO

deberes formales y disposiciones previstas
en la presente Ordenanza.

CAPÍTULO XII
DISPOSICIONES FINALES

De la Jerarquía
ARTÍCULO 91.- Queda expresamente
establecido que la potestad jerárquica en
materia tributaria, será ejercida por el
ciudadano Alcalde o Alcaldesa del Municipio
San Diego.

Vigencia y reforma
ARTÍCULO 92.- La presente Ordenanza
entrará en vigencia a partir de su publicación
en la gaceta municipal del municipio san
Diego. En consecuencia, queda reformada
la Ordenanza de Impuesto sobre
Propaganda y Publicidad Comercial del
Municipio San Diego, publicada en la Gaceta
Municipal de San Diego Número
Extraordinario 2635, en fecha diecinueve
(19) de diciembre de 2017.

Dada, firmada y sellada en el Salón donde
realiza sus sesiones el Concejo Municipal de
San Diego, a los ocho (08) días del mes de
octubre del año dos mil veinte (2020). Año
210° de la Independencia y 161° de la
Federación


JUAN RAMON RODRIGUEZ MATOS
Presidente del Concejo Municipal
Del Municipio San Diego


NAIBE YOHANA RODRIGUEZ MEDINA
Secretaria del Concejo Municipal

República Bolivariana de Venezuela
Estado Carabobo. Alcaldía del Municipio
San Diego, a los nueve (09) días del mes
de octubre del año dos mil veinte (2020).
Año 210° de la Independencia y 161° de la
Federación.

PUBLÍQUESE Y EJECÚTESE


ABG. LEÓN JURADO LAURENTÍN
Alcalde del Municipio San Diego



**REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO**

TIPO DE PUBLICIDAD	Base Imponible		OBSERVACIÓN
	ALÍCUOTA EN PETROS	BASE	
Valla, Aviso (colocado sobre fachada o no), mural, retrero, microperforado, Postes Publicitarios, Columnas informativas y otros medios publicitarios similares.	0,01	Mts ² Anual	Sin iluminación
	0,02		Con iluminación
Anuncios o mensajes publicitarios en los kioscos.	0,01	Mts ² Anual	
Casetas telefónicas, módulos de papeleras, tanques de agua en autopistas, relojes públicos, planos guías, señalizaciones de estacionamientos públicos, señaladores de seguridad bancaria, nomenclaturas viales y similares.	0,01	Mts ² Anual	
Publicidad Interna Permanente.	0,25	Anual	Publicidad interna: Avisos, carteles, banderas, bobinas de papel para anaqueles, banderolos, banderines, habladores, afiches, exhibidores o resaltadores. Cuya exhibición sea permanente
Pantalla, Proyecciones o pizarra electrónica.	0,04	Por comercial por mes.	Relación mensual de la publicidad comercial en dichas pantallas o pizarras ya sea en instalaciones o establecimientos comerciales o en vías públicas.
Publicidad en pantallas de salas de cine.	0,03	Por comercial por mes	Relación mensual de la publicidad en cada sala.
Pancartas, banderas, banderolas, banderines y otros medios similares.	0,01	Por mts lineal mensual	Mayores a un mes de exhibición.
Pancartas, banderas, banderolas, banderines y otros medios similares.	0,01	Por mts lineal diario.	Que no exceda de un mes de exhibición.
Volantes, encartes, folletos y demás publicaciones de circulación ocasional, de entrega personal o a través de correo, distribuidos en prensa, de forma gratuita o a la venta.	0,05	Cada mil (1000) ejemplares o fracción menor.	A ser distribuidos generalmente.
Afiches, Habladores, Exhibidores, Buzones, mobiliario o similar, Carteles, banderas, bobina de papel para anaqueles, banderolas, banderines, habladores, marquesinas y otros medios similares.	0,06	Ejemplares x 1000 o fracción menor	Siempre que sea publicidad interna y externa, que su tiempo de exhibición no sea mayor a un mes.
	0,05		Mayor a un mes.
Bonos, rifas, cupones, billetes, boletos, etiquetas, tapas, ticket de acceso a espectáculos públicos u otro instrumento similar.	0,05	Ejemplares x 1000 o fracción menor	Se exceptúa del pago del impuesto cuando dicho medio publicitario lleve impreso solo la denominación de la empresa que los emite.



**REFORMA A LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN DIEGO**

Publicidad móvil.	0,01	por mts x unidad x día	Que se efectúe mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, cartelones, inflables y otros medios de publicidad similar.
Toda publicidad efectuada por altavoces, corneta de sonido o similar.	0,05	Por mes o fracción menor	Queda excluido de este supuesto, si la reproducción es desde el interior de áreas de uso privado y hacia el interior de éstas.
Stand de promoción, kioscos y puntos de ventas, que estén ubicados en áreas públicas o comerciales.	Hasta 9 mts = 0,05	Por unidad por mes	Por instalación
	Hasta 18 mts = 0,06		
	Hasta 27 mts = 0,07		
	Hasta 36 mts = 0,08		
	Hasta 45 mts = 0,09		
	Hasta 90 mts = 0,10		
	Hasta 120 mts = 0,11		
	> 120 mts = 0,12		
Toldos, sombrillas y similares.	0,06	Por unidad	Según su tiempo de exhibición
La publicidad en sombreros, delantales, franelas, camisas, bolsos, carteras, maletines y otros artículos diversos.	0,01	Por unidad	Deberán llevar impreso en el objeto publicitario el nombre o razón social de la empresa ya sea de forma gratuita o la venta
Exhibición a través de inflables, globos o similares.	0,01	Por unidad x día	
Aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos y medios similares tripulados o no.	0,05	Por unidad x día	
Exhibición de publicidad por medio de promotores o promotoras.	0,02	Por unidad x día	
Otras no especificados.	0,05	Mensual	Que no estén establecidos en la Ordenanza.