



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

GACETA MUNICIPAL
DEL MUNICIPIO “JUAN GERMAN ROSCIO NIEVES”
ESTADO GUARICO
ORDINARIO N° 274

TODAS LAS ORDENANZAS, ACUERDOS, DECRETOS Y RESOLUCIONES QUE SE PUBLIQUEN EN ESTA GACETA, TIENEN CARÁCTER OFICIAL Y SON DE OBLIGATORIO CUMPLIMIENTO POR PARTE DE LOS PARTICULARES, LAS AUTORIDADES NACIONALES, ESTADALES Y LOCALES.

AÑO MMXXIII MES XII SAN JUAN DE LOS MORROS, 14 DICIEMBRE DE 2023

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
CONCEJO DEL MUNICIPIO JUAN GERMAN ROSCIO NIEVES
ESTADO BOLIVARIANO DE GUARICO

EN USO DE SUS ATRIBUCIONES GENERALES QUE LE CONFIERE LA LEY ORGANICA DEL PODER PUBLICO MUNICIPAL EN EL ARTÍCULO 54 NUMERAL 2 Y 96 ORDINAL PRIMERO.

Sanciona La siguiente,

**REFORMA TOTAL DE ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
COMERCIAL
DEL MUNICIPIO JUAN GERMAN ROSCIO NIEVES
DEL ESTADO BOLIVARIANO DE GUARICO**

**TÍTULO I
DE LA ORDENANZA**

**CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

Objeto

Artículo 1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular las actividades de Publicidad y Propaganda Comercial que sea editada, instalada, transmitida, proyectada, impresa, exhibida o distribuida permanentemente o temporalmente en jurisdicción del Municipio Juan Germán Roscio Nieves, gravará todo aviso, anuncio o imagen que con fines publicitarios sea exhibido, proyectado e instalado en bienes de dominio Público municipal o inmuebles de propiedad privada, siempre que sean visibles por el público o que sea distribuido de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículo.

Hecho Imponible

Artículo 2.- 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 municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visible por el público o que sea distribuido de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículo dentro de la jurisdicción municipal.

La Propaganda y la Publicidad Comercial que se realice en jurisdicción del municipio Juan German Roscio Nieves, deberá igualmente cumplir con las disposiciones de carácter nacional que regulen la materia.

Competencia municipal

Artículo 3.- La Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, es el órgano competente para velar por el cumplimiento de las disposiciones consagradas en esta Ordenanza y en este sentido deberá ejercer la vigilancia, control y aplicación de la misma y de las demás disposiciones legales aplicables, así como la fiscalización y recaudación del impuesto establecido, sin perjuicio de las atribuciones del Alcalde en su condición de máxima

autoridad del ejecutivo municipal. Será responsabilidad y competencia de la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, autorizar la publicidad que será exhibida en la vía pública a través de postes.

La Dirección de Gestión Urbana, actuando en su carácter de autoridad urbanística otorgará la factibilidad de ubicación de los elementos publicitarios en el Municipio y velará porque los mismos se adapten a las previsiones establecidas en esta Ordenanza, su Reglamento y demás leyes aplicables.

El Instituto Autónomo de Policía Municipal (IAPAT), es el ente encargado de brindar el apoyo necesario a la Administración Tributaria Municipal en el ejercicio de sus competencias, a los fines de velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.

A partir de este articulado se incorporan y modifican todos los demás artículos, quedando redactados como se establece:

Definiciones

Artículo 4.- A los efectos de establecer con claridad en esta ordenanza, se presentan las siguientes definiciones:

1.- **Agente:** las personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a crear, reparar, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante y a cambio de un precio.

2.- **Agente de Percepción:** tiene la facultad atribuida por ley de adicionar al importe que recibe del contribuyente en concepto de pago por la prestación de servicios al monto del tributo que posteriormente debe enterar al Municipio.

3.- **Anunciante:** la persona natural o jurídica cuyo producto o actividad se beneficia con la propaganda o publicidad, es el productor o comercializador de un producto o servicio de venta legal al público o consumidor.

El anunciante es el emisor, inversor, ordenante y responsable de la publicidad, es decir, la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad.

4.- **Áreas de Seguridad:** Las áreas definidas como tales en el respectivo Plan de Desarrollo Urbano Local (PDUL) y de la zonificaciones establecidas, determinadas éstas por la máxima vigilancia, control y supervisión que respecto de ellas se ejerce; en sus áreas de superficie no podrá ubicarse ningún tipo de elemento publicitario.

5.- **Áreas Restringidas:** Las definidas como tales en el respectivo Plan de Desarrollo Urbano Local (PDUL), determinadas éstas conforme a las características y condiciones particulares de cada una de las zonas del Municipio.

6.- **Avisos Luminosos:** es un elemento decorativo eléctrico o electrónico, que a través de la comunicación gráfica y la iluminación destaca determinado mensaje o producto y llamar la atención del consumidor

7.- **Bienes del Dominio Privado:** Son aquellos que se rigen por las normas del derecho privado, salvo disposiciones especiales. Los bienes del dominio privado pueden enajenarse de conformidad con las leyes que les conciernen.

8.- **Bienes del Dominio Público:** Son aquellos que por su naturaleza o destino, sean muebles o inmuebles que no son susceptibles de propiedad privada, así como todos aquellos afectados al funcionamiento de un servicio público. Los bienes del dominio son inalienables, no se pueden enajenar.

9.- **Columnas Informativas:** Elementos anclados que tienen como finalidad informar a la comunidad sobre temas de interés municipal, y que cuentan con áreas para exhibir propaganda o publicidad comercial. Se dará prioridad a la colocación de la unidad publicitaria al primer solicitante, en caso de que en un, mismo espacio hubiere más de una solicitud, transferir o traspasar a otro dominio y pueden ser de uso privado o de uso público del Municipio.

10.- **Contribuyente:** aquella persona natural o jurídica con derechos y obligaciones frente a la administración pública en la cual derivan el pago de los tributos.

11.- **Hecho Imponible:** Es el que se configura por gravar todo aviso, anuncio o imagen que con fines publicitarios debe ser exhibido, proyectado o instalado en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada.

12.- **Medios:** Son 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 y/o virtudes de los

productos o servicios anunciados, con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios y compradores.

13.- **Medios de Publicidad:** Canales, vías, objetos, mecanismos, tecnologías, instrumentos o bienes, 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, tengan finalidad informativa, señalizadora o identificativa, demostrando los atributos, virtudes de los productos o servicios anunciados con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios y compradores.

14.- **Mural Comercial:** Es una técnica de arte figurativo pintada o aplicada directamente sobre un muro o pared, con fines comerciales.

15.- **Parque Infantil:** Es la unidad de recreación más, pequeña en cuanto a superficie de carácter local, con una zona de influencia limitada y donde la recreación es activa y generalmente practicada en aparatos de juego o elementos similares, pudiendo ser de tenencia pública o privada.

16.- **Parque Sectorial:** Zona de recreación mixta, que por su extensión y su carácter sirve a un sector de la ciudad. Los elementos recreativos son canchas deportivas, espacios para representaciones al aire libre, paseos, entre otros.

17.- **Plazas:** Unidades de recreación de uso pasivo y cívico, distribuidas y localizadas en sectores atendiendo en principio a la geografía política tradicional de la ciudad.

18.- **Plazoletas:** Espacios residuales del sistema vial, cuya función es de protección y estética, pero de difícil utilización con fines recreativos.

19.- **Postes Publicitarios:** Elementos anclados, compuestos por una superficie destinada para la exhibición de propaganda o publicidad comercial y elementos que brindan información y servicios a la comunidad.

20.- **Publicidad y Propaganda Comercial:** Todo anuncio o mensaje destinado a dar a conocer, informar, promover o divulgar productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios o compradores de los mismos.

21.- **Publicista:** Toda persona natural o jurídica cuya actividad económica sea la de realizar, promover o ejecutar publicidad comercial, que se encargue de prestar el servicio de publicidad, los editores y cualquier otro que en razón de su actividad participe o haga efectiva la publicidad.

22.- **Responsable Solidario:** Es aquel sujeto distinto al sujeto obligado original, el cual está vinculado de alguna forma a él y se le puede exigir el cumplimiento de obligaciones que corresponden al sujeto obligado original.

23.- **Sujeto Pasivo:** es la persona física o jurídica sobre la que recaen las obligaciones tributarias, bien como responsable último del impuesto o como contribuyente.

24.- **Tributo:** Son ingresos de derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente por el Estado, exigidas por la administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincule en el deber de contribuir.

25.- **Valla:** Toda la publicidad en forma de objeto, cartel, anuncio, globo o similar, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos o signos destinados a permanecer a la vista del público. Se clasifican en:

26.- **Valla Digital:** Aquella que permite la exhibición de propagandas o publicidad comercial diversa mediante información digital, publicidad en pantalla Led u otra tecnología

27.- **Valla Móvil:** Instalación publicitaria fija sobre vehículo de tracción mecánica o humana.

28.- **Valla Mecánica:** Aquella que permite la exhibición de distintas propagandas y/o publicidad comercial por medios mecánicos. Las vallas pueden ser con estructuras propias sobre el suelo y vallas en edificaciones.

Las vallas en edificaciones pueden ser con estructuras propias sobre azoteas, o adosadas a fachadas.

Ubicación de vallas

Artículo 5.- Las vallas publicitarias sólo podrán colocarse:

1. En los inmuebles ubicados en áreas no zonificadas como residencial, de acuerdo con los planes de zonificación.
2. Sobre las azoteas y techos de las edificaciones ubicadas en zonas residenciales, previa aprobación del plano arquitectónico de incorporación de la Valla a la construcción, siempre y

cuando la altura de los mismos no sea superior a la aprobada en la reglamentación del Sector, evitando la visualización directa de los elementos estructurales en su cara posterior y fijación a la edificación, manteniéndose el área física de dichas unidades dentro de los linderos del inmueble en referencia. En los frentes de los edificios en cuyo caso, deberán ser instalados de plano y adosado a la fachada del local, su espesor no podrá ser mayor de treinta centímetros (30 cm) y deberán estar colocados a una altura no menor de dos metros veinte (2.20 mts.), contados a partir del borde inferior del aviso a la superficie de la acera o piso, siempre y cuando la fachada del edificio lo permita. Las farmacias, clínicas y estacionamientos podrán colocar dentro del inmueble, perpendicular a la fachada, un anuncio indicativo del servicio que presta, el cual no podrá exceder de un metro (1 mt.) de largo y cuarenta centímetros de ancho (40 cm).

Publicidad combinada

Artículo 6.- Si se trata de publicidad combinada, mensaje con servicios a la comunidad y comercial, deben llenarse los siguientes requisitos:

1. La estructura tendrá un máximo de un metro veinte (1.20 mts) de ancho y dos metros veinte (2.20 mts) de alto, siempre que quede libre el área para el paso de peatones al que se refiere el numeral segundo de este artículo; las dimensiones del mensaje público no podrán ser menores de cuarenta centímetros (40 cm) de alto por el ancho del aviso y las características de ambos deberán ser similares.
 2. Deben ubicarse de manera tal que quede por lo menos un espacio de un metro cincuenta (1,50 mts) para la libre circulación de los peatones.
 3. Deben ser colocadas por lo menos a veinticinco metros (25 mts) de separación entre ellas.
- En las aceras, solo se permitirá la instalación de publicidad combinada con servicios a la comunidad o aquellas que se instalen en chupetas de identificación de calles o avenidas, en recolectores de residuos sólidos o cualesquiera sean la que determine la autoridad competente para la zona.

Publicidad ajustada a la Verdad

Artículo 7.- La Propaganda o la Publicidad Comercial que se haga a cualquier artículo, servicio, empresa y producto, o sobre exhibiciones artísticas de habilidad o destreza, deberá ajustarse a la verdad.

Idioma

Artículo 8.- Toda Publicidad Comercial debe ser redactada correctamente en idioma castellano. Se exceptúan de esta disposición la publicidad que contenga palabras no traducibles al castellano, las que se refieran a nombres propios, marcas de fábrica o denominaciones comerciales debidamente registradas. La publicidad en idiomas indígenas, será permitida aún sin traducción al castellano.

La Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal autorizará la publicidad en idioma extranjero, cuando esté dirigida a promover el turismo.

Fuera de los casos previstos en el párrafo anterior, la Dirección de Administración Tributaria podrá autorizar la publicidad en idioma extranjero, siempre que sea traducida al castellano.

CAPITULO II DEL SUJETO PASIVO

Sujeto Pasivo

Artículo 9.- El contribuyente de este tributo es el anunciante. Podrán ser nombrados responsable de este tributo, en carácter de agente 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.

A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por empresa de publicidad, toda persona natural o jurídica que de manera permanente o eventual asume la creación, edición, instalación, transmisión, exhibición o distribución de carteles, mensajes o anuncios publicitarios, destinados a conocer, promover, informar, divulgar o vender productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

Inscripción en Registro de Empresas de Propaganda y Publicidad Comercial

Artículo 10.- Toda empresa o empresario o persona jurídica que se dedique a realizar propaganda y publicidad comercial, de manera permanente o eventual, en jurisdicción del

municipio Juan German Roscio Nieves, deberá inscribirse en el Registro de Empresas de Propaganda y Publicidad Comercial llevado por la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, igualmente deberá solicitar la Licencia de Actividades Económicas que corresponda.

Las personas jurídicas de derecho público, fundaciones constituidas y dirigidas por personas y las sociedades en las cuales las personas ya mencionadas tengan participación igual o superior al cincuenta y uno por ciento (51%) del capital social, que realicen publicidad de manera permanente o eventual, no requerirán de la inscripción a que se refiere este artículo, pero quedan sometidas a las demás disposiciones de la presente Ordenanza.

Requisitos

Artículo 11.- Las empresas de publicidad comercial, deberán consignar los siguientes recaudos:

1° Acta Constitutiva o su última modificación con dirección exacta, si es persona jurídica

2° Licencia de Actividades Económicas

3° Registro de Información Fiscal (R.I.F)

4° Estar solvente con los impuestos tributarios correspondientes al municipio Juan German Roscio Nieves.

5° Memoria descriptiva de las actividades de publicidad que pretende realizar. Recibida la solicitud y los recaudos señalados en este artículo, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, previa revisión de estos, procederá dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su recibo, a expedir al interesado la constancia de inscripción o en su defecto, comunicarle mediante Resolución motivada las causas del rechazo, como establece el artículo 4 de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

El trámite para la solicitud de inscripción de las empresas señaladas en el artículo 10 de la presente Ordenanza, causará una tasa administrativa equivalente a 10 U.C.D., en su equivalente en Bolívares Soberanos. La constancia de inscripción deberá actualizada anualmente, lo que generará una tasa administrativa a favor del municipio igual al monto indicado para la inscripción.

Inscripción

Artículo 12.- La Administración Tributaria Municipal negará el permiso para instalar, transmitir, exhibir o distribuir publicidad comercial en el municipio Juan German Roscio Nieves, si la empresa o empresario responsable no posee la constancia de inscripción vigente o la Licencia de Actividades Económicas respectiva. Para el caso que la empresa o empresario realice publicidad comercial de manera eventual, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal procederá de igual manera, si no ha obtenido el permiso a que se refiere el Capítulo III de esta Ordenanza.

Obligaciones

Artículo 13.- Corresponde a las personas naturales o jurídicas, publicista, empresa de publicidad, editores y otros que realicen publicidad comercial en jurisdicción de este Municipio:

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 aquellos que no llenan las condiciones estéticas y de seguridad requerida 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 por escrito a la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal el retiro de las vallas o de cualquier medio publicitario para poner fin a la obligación impositiva correspondiente debiendo estar solvente para la fecha, con el impuesto y sus accesorios respectivos.

5° Remover los medios publicitarios que no se ajusten a lo establecido en esta Ordenanza, o en su defecto lo hará el municipio por sus propios medios, y los gastos que estos generen se cargarán a quienes correspondan, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones previstas en esta Ordenanza.

CAPITULO III DE LOS PERMISOS

Solicitud

Artículo 14.- Para hacer la solicitud del permiso, el contribuyente o responsable debe estar inscrito en el Registro de Empresas de Propaganda y Publicidad Comercial. El contribuyente no podrá hacer pública la propaganda o publicidad comercial, sin que antes haya obtenido el permiso respectivo y pagado el valor del impuesto correspondiente en la Dirección de Administración Tributaria Municipal.

En toda publicidad comercial destinada a permanecer a la vista del público, deberá indicarse en forma clara y visible, el número de permiso que le autorice, mediante una placa emanada de la autoridad competente elaborada con cargo al contribuyente de que se trate.

En caso de solicitud de permisos de avisos luminosos, la solicitud deberá estar acompañada de los requisitos generales y de la conformación de la empresa suministradora de energía eléctrica sobre factibilidad del servicio.

Una vez obtenido el permiso, se colocará una placa en el extremo inferior derecho de la cara frontal del medio publicitario. Dicha placa elaborada por el titular del registro, de acuerdo con las indicaciones sobre contenido, dimensiones y demás características que establezca la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal.

Negatoria del Permiso

Artículo 15.- No podrá otorgarse el permiso al que se refiere el artículo precedente, cuando la publicidad no se ajuste a las normas establecidas en la presente Ordenanza, igualmente, cuando esté en contravención con lo previsto en otros instrumentos legales inherentes a la materia objeto de la misma.

Potestad de la Dirección de Gestión y Administración Tributaria

Artículo 16.- A los efectos de esta Ordenanza, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal podrá suspender, prohibir, remover cualquier medio publicitario que no se ajuste a las normas de moralidad, ética, lenguaje, cuando se sospeche de peligros que pueda ofrecer su instalación con respecto a emergencias como: cortocircuitos, lluvias, fuego, sismos, vientos o impactos, cuando atente contra el ornato y paisajismo, cuando se efectúe publicidad sobre productos nocivos para la salud sin que el mensaje sobre la advertencia de sus efectos sea incluido o ilegible a distancias menores de veinte (20) metros.

Permiso Intransferible

Artículo 17.- Los permisos otorgados por la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal para la exhibición, colocación o distribución de la publicidad o propaganda comercial son intransferibles, no pueden ser cedidos, vendidos, canjeados, negociados, traspasados y cesa su vigencia al producirse cualquier alteración de las condiciones originales.

Permiso de Propaganda o Publicidad Comercial

Artículo 18.- El Permiso correspondiente deberá solicitarse ante la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, la cual tendrá un plazo de veinte (20) días continuos, para responder. En la solicitud de permiso deberá indicarse:

- 1.- La persona que lo solicita, su identificación y domicilio con indicación de los datos de inscripción como empresa de publicidad, si fuere el caso.
- 2.- Características y formas de la publicidad y de los medios publicitarios a utilizar.
- 3.- El tiempo en el cual será exhibida, instalada, distribuida o transmitida, el número de ejemplares, el sitio y el espacio a ocupar.
- 4.- Cualquier otro dato que la Administración Tributaria Municipal, conforme a la normativa que rige la materia determine pertinente. Igualmente, se debe acompañar los siguientes recaudos:
 - a) Una muestra de textos modelos, afiches, estampas, cartel o cualquier otro medio sobre el cual se realice la publicidad comercial.
 - b) En caso de publicidad fijada en carteles, vallas y similares, fotografías actuales del lugar donde se instalará, plano de situación a escala y diseño; y en caso de anuncios con estructura propia, planos y cálculos firmados por un Ingeniero colegiado.
 - c) Será imprescindible obtener, previamente, el visto bueno de la Dirección de Gestión Urbana, en los casos expresamente señalados en esta Ordenanza, salvo aquellos medios publicitarios que por sus características y naturaleza no requieran de cálculos estructurales.

5) Toda solicitud de permiso de propaganda o publicidad comercial generará el pago de una **tasa administrativa equivalente a DIEZ unidades de cuenta dinámica (10 U.C.D)**, en su equivalente en Bolívares Soberanos.

El trámite a que se refiere este artículo en ningún caso involucra la devolución de lo cancelado por concepto de tasa por servicios administrativos.

Requisitos para la instalación de la publicidad

Artículo 19.- A los efectos del literal b) del artículo que antecede, cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación requieran para su instalación un armazón o estructura determinada, deberá el solicitante del permiso consignar un plano de escala de estructura y cuerpo del aviso, debidamente firmado por un Ingeniero colegiado así como sus cálculos, una póliza de seguro de Responsabilidad Civil cada vez que solicite este tipo de publicidad con duración mínima de un (1) año para amparar los eventuales daños y perjuicios que puedan causarse a terceros. La permanencia periódica de esta póliza deberá ser acompañada en la oportunidad de cancelar los impuestos causados en aplicación de la Ordenanza, por copia de la póliza de seguros. La Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, a su vez, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al recibo de la solicitud del permiso, remitirá a la Dirección de Gestión Urbana los mencionados recaudos para su consideración, aprobación y posterior colocación del anuncio, siempre y cuando se cumpla con los requisitos previstos en la presente ordenanza, autorización notariada del propietario del inmueble o contrato firmado con aquél si es una persona jurídica y si el área donde se colocará la publicidad comercial es privada, contrato o concesión de uso vigente si el área donde se colocará la publicidad comercial, es un terreno ejido municipal.

Autorización Previa

Artículo 20.- En aquellos casos de exhibición de propaganda y publicidad comercial que conforme a las Leyes o Reglamentos Nacionales requieran de permiso previo de alguna autoridad nacional, no se admitirá la solicitud de permiso a que se refiere el artículo 19º de esta Ordenanza, sin la constancia de haber obtenido la autorización correspondiente.

Publicidad Comercial instalada en Bienes del Dominio Público y Dominio Privado

Artículo 21.- Cuando se trate de la instalación de medios publicitarios permanente o eventual en terrenos del dominio privado del municipio, deberá anexarse el contrato de arrendamiento respectivo. En el contrato deberá establecerse, además del tiempo y canon de arrendamiento, la obligación de la empresa de publicidad de efectuar trabajos de jardinería y ornato, así como, el mantenimiento del área empleada. Cuando los medios publicitarios vayan a instalarse en áreas del dominio público del Municipio, deberá igualmente comprometerse el interesado a efectuar trabajos de jardinería y ornato en las zonas circundantes, a criterio de la Alcaldía a través de su órgano competente. Si los medios publicitarios se van a instalar sobre inmuebles cuya propiedad no es del Municipio, del anunciante o de las empresas publicitarias, deberá anexarse la autorización del propietario del inmueble.

Permiso de Propaganda o Publicidad Comercial Eventual

Artículo 22.- El contribuyente o responsable que pretenda instalar, transmitir, proyectar, exhibir o distribuir Propaganda o Publicidad Comercial Eventual deberá presentar una solicitud ante la Dirección de Administración Tributaria la cual tendrá un plazo de veinte (20) días continuos para responder, debiendo anexar los siguientes recaudos:

- a.- Copia del Registro de Información Fiscal (RIF) de la persona natural o empresa;
- b.- Copia de la Licencia de Actividades Económicas si es contribuyente del Municipio Juan German Roscio Nieves.
- c.- En caso de tramitar un tercero: Autorización sellada y firmada, así como copia de la cédula de identidad de la persona que autoriza y del autorizado.
- d.- Estar solvente con los impuestos que tenga lugar en la jurisdicción del Municipio Juan German Roscio Nieves.
- e.- Muestra del material a exhibir: arte, imagen, afiche o foto si fuere el caso, indicando medidas, texto y/o cantidades.
- f.- Autorización del Propietario del establecimiento donde será exhibido el material publicitario, o del organizador del evento según sea el caso.

Toda solicitud de permiso de publicidad comercial generará el pago de una **tasa administrativa equivalente a DIEZ unidades de cuenta dinámica (10 U.C.D.)**, en su equivalente en Bolívares Soberanos.

El trámite a que se refiere este artículo en ningún caso involucra la devolución de lo cancelado por concepto de tasa por servicios administrativos.

Autorización para mantenimiento

Artículo 23.- Aquellos contribuyentes o responsables que pretendan realizar mantenimiento en Vallas, deberán presentar ante la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal una solicitud anexando los siguientes recaudos:

1º Carta explicativa de las labores de mantenimiento que se va a realizar.

2º Copia del Permiso del elemento publicitario.

3º Copia del pago del impuesto del elemento publicitario.

4º Estar solvente con los demás impuestos que tenga lugar en la jurisdicción del municipio Juan German Roscio Nieves.

Toda solicitud de autorización de mantenimiento generará el pago de una tasa administrativa equivalente a **DIEZ unidades de cuenta dinámica (10 U.C.D.)**, en su equivalente en Bolívares Soberanos.

Permiso para Cambio de Motivo Publicitario

Artículo 24.- Aquellos contribuyentes o responsables que pretendan realizar algún cambio de motivo publicitario en Vallas, deberán presentar ante la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal una solicitud anexando los siguientes recaudos:

1. Carta explicativa con las especificaciones del cambio de motivo publicitario que se va a realizar;
2. Copia del Permiso del elemento publicitario;
3. Copia del pago del impuesto del elemento publicitario;
4. Estar solvente con los demás impuestos que tenga lugar en la jurisdicción del Municipio.

Toda solicitud de permiso de cambio de motivo publicidad comercial generará el pago de una tasa administrativa equivalente **CINCO unidades de cuenta dinámica (05 U.C.D.)**, en su equivalente en Bolívares Soberanos, por metro cuadrado del elemento publicitario.

Autorización de retiro

Artículo 25.- Aquellos contribuyentes o responsables que pretendan retirar Propaganda o Publicidad Comercial, deberán presentar ante la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal la solicitud, anexando los siguientes recaudos:

1. Solicitud de permiso de retiro de publicidad o carta explicativa en la que se indiquen las razones.
2. Original del pago de la Tasa Administrativa para solicitud de autorización de retiro equivalente **DIEZ unidades de cuenta dinámica (10 U.C.D.)**, en su equivalente en Bolívares Soberanos.
3. Estar solvente con el Impuesto de Propaganda o Publicidad correspondiente al elemento publicitario que pretende retirar, verificado en el sistema de recaudación.
4. Estar solvente con los demás impuestos que tenga lugar en la jurisdicción del Municipio Juan German Roscio Nieves.

El trámite a que se refiere este artículo en ningún caso involucra la devolución de lo cancelado por concepto de tasa por servicios administrativos.

Traslado de la Publicidad

Artículo 26- En caso de traslado de un espacio publicitario, éste se considerará como espacio nuevo, debiendo el interesado proceder a la tramitación de los permisos de publicidad comercial que la presente Ordenanza. Ninguna publicidad destinada a permanecer fija en un lugar determinado podrá ser trasladada a otro lugar sin la debida autorización de la Dirección de Gestión y Administración Tributaria y la Dirección de Gestión Urbana.

CAPITULO IV DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS

Publicidad en Folletos y Hojas Impresas

Artículo 27.- En caso de publicidad realizada a través de folletos, almanaques, mapas, hojas volantes, tarjetas guías, anuarios, agendas y cualquier otra edición de circulación adicional, cada ejemplar deberá llevar su correspondiente pie de imprenta, con indicación del número total de ejemplares impresos. La empresa editora es responsable de la veracidad de la cifra indicada y deberá exigir a su cliente la presentación del recibo de cancelación de los impuestos respectivos. La empresa editora y distribuidora será solidariamente responsable del pago de los impuestos correspondientes.

Publicidad en Carteles, Avisos y otros Anuncios

Artículo 28.- Sin perjuicio de lo que establezcan las Ordenanzas de Zonificación para colocar anuncios, carteles u otras formas de publicidad comercial, podrán ser colocados en los frentes de edificios, cuando la fachada de estos así lo permita y deberán estar instalados de plano, adosados a la fachada del local, con un espesor no mayor de cuarenta centímetros (40 cm) y una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts) contados a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.

En los estacionamientos de vehículos, farmacias, estaciones de servicio, clínicas y hoteles, previo el visto bueno de la Dirección de Gestión Urbana. La Dirección de Gestión y Administración Tributaria 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 un metro cincuenta centímetros (1,50 mts.) de largo y sesenta centímetros (60 cm) de ancho, comenzando a una altura mínima de dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) desde la arista inferior del suelo.

Señalizadores de Estacionamientos Públicos

Artículo 29.- Los Señalizadores de Estacionamientos Públicos deberán mantener una altura mínima de 2,20 metros, desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal; la separación mínima desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la estructura será de 0,50 metros; estos señalizadores deberán mantener un espacio mínimo libre de circulación interior de 1,20 metros, solamente se instalará un señalizador al frente del acceso del estacionamiento público; y, en ningún caso se permitirá la colocación de otro tipo de señalización descrita para este tipo de ubicación a menos de 10 metros de su límite, a excepción de las señales de seguridad bancaria y paradas de transporte público colectivo, que por su obligatoria ubicación, deban permanecer en dichos lugares.

Los Señalizadores de Farmacias

Artículo 30.- Los señalizadores de farmacias consisten en una estructura de 10 centímetros de ancho, en cuya parte superior se encuentra un panel, cuyas dimensiones máximas no podrán exceder de un metro cuadrado con veinte centímetros (1,20 M2), 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 con veinte centímetros (2,20 mts.) 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 1,20 metros por dos (2) caras de exhibición. Los indicadores de farmacia deben estar ubicados en la acera frente a estas.

Los Señalizadores de Seguridad Bancaria

Artículo 31.- 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 corresponsable 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 competente. El brocal de la acera que conforma el área de prohibición de estacionamiento deberá estar pintado de amarillo tráfico por las empresas publicitarias. En lo que respecta a estos módulos de Seguridad Bancaria y conforme a las Normas dictadas por la División de Ingeniería del Ministerio de

Transporte y Comunicaciones, estas señales deberán estar colocadas frente a las Entidades Bancarias, de acuerdo a lo siguiente:

- a) Mantener una altura libre de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts.), desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.
- b) Mantener una separación mínima de 0,50 centímetros, desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la señal.
- c) Sólo se ubicarán dos señales por fachada en cada Entidad a señalizar, orientadas perpendicularmente al sentido de circulación del tránsito al que sirven. En caso de que la Entidad Bancaria tenga un frente inferior a cinco (5) metros de longitud, solo 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 tráfico.

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 (5) metros de sus límites exteriores.

Publicidad en Plazas y Parques Infantiles

Artículo 32.- La publicidad en las plazas, plazoletas y parques infantiles, se registrará por las siguientes normativas:

1. Solo podrán colocarse mensajes institucionales conducentes a fomentar la conservación ambiental y el turismo nacional, limitándose a la mención del patrocinante o la reproducción de su simbología característica.
2. Solo podrá ubicarse un (1) aviso publicitario por cada plaza, plazoleta o parque infantil.
3. Las dimensiones y características del aviso serán las siguientes:
 - a) En las plazas: un máximo de un metro cuadrado (1 M2) colocado en un poste, a una altura de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts.) medidos desde el suelo al borde inferior del aviso.
 - b) En las plazoletas: un máximo de setenta y cinco centímetros cuadrados (0,75 M2), colocado en un poste a una altura de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts.), medidos desde el suelo al borde inferior del aviso.
 - c) En los parques infantiles: un máximo de un metro con cincuenta centímetros cuadrados (1,50 M2) colocándose a una verja exterior del parque.

Limitaciones

Artículo 33.- La publicidad en los parques sectoriales o metropolitanos deberá ajustarse a los siguientes requerimientos:

- 1º Solo podrá colocarse un (1) aviso publicitario por cada hectárea (1 ha.) de terreno del parque. La ubicación de los avisos será determinada por el organismo administrador del parque.
- 2º Las dimensiones del aviso no podrán exceder de un metro con cincuenta centímetros cuadrados (1,50 M2).
- 3º El contenido del aviso solo podrá versar sobre el fomento a la conservación o el turismo nacional limitándose a la mención del producto o compañía anunciante o la reproducción de su simbología característica.

CAPITULO V DE LOS IMPUESTOS

El Tributo

Artículo 34.- El tributo a establecerse por el uso de los distintos medios o elementos de publicidad comercial descritos en esta Ordenanza, en la jurisdicción de este Municipio, tendrá como base la Unidad de Cuenta Dinámica (U.C.D.) que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, en su equivalente en Bolívars Soberanos.

Los Contribuyentes

Artículo 35.- A los fines de esta Ordenanza los contribuyentes del impuesto sobre publicidad y propaganda comercial son el anunciante, así como los publicistas o cualquier persona natural o jurídica que participe o haga efectiva la publicidad.

Responsables Solidarios

Artículo 36.- Son solidariamente responsables del impuesto establecido en esta Ordenanza y de sus accesorios:

1º Los anunciados, entendiéndose como tales aquellas personas naturales o jurídicas cuyos productos o servicios se den a conocer a través de cualquier medio publicitario;

2º Las personas naturales, jurídicas, entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional, que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia de los medios o los elementos publicitarios a través de los cuales se difundan mensajes de publicidad;

3º Las personas naturales, jurídicas, entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional, que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia de los bienes muebles e inmuebles a los cuales se encuentre adosado, instalado o colocado el medio o elemento publicitario a los fines de su exhibición.

Si un mismo medio publicitario hiciere publicidad a dos (2) o más anunciados, será responsable del pago del impuesto, en primer lugar el que obtuvo el permiso y solidariamente todos los anunciados que figuren.

Liquidación del Impuesto

Artículo 37.- El impuesto previsto en la presente ordenanza se calculará anualmente y su liquidación se hará por año civil, sin embargo cuando la publicidad se inicie durante el curso de éste, el impuesto deberá ser calculado proporcionalmente.

Para los años subsiguientes a la obtención del respectivo permiso, el pago de los impuestos a que se refiere el presente artículo, deberá ser cancelado dentro de los treinta (30) días del mes de enero de cada año.

En caso de que el contribuyente no cancele los impuestos a que está obligado dentro de los términos establecidos en la presente Ordenanza, surge la obligación de pagar intereses de mora hasta la extinción de la deuda.

Las empresas a que se refiere esta Ordenanza, están en la obligación de enviar en el transcurso de la segunda quincena del mes de diciembre de cada año, a la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, una relación donde indiquen los avisos que continuarán en exhibición el siguiente año.

Pago del Impuesto de Publicidad Comercial Eventual

Artículo 38.- El impuesto de propaganda y publicidad comercial en caso de medios publicitarios eventuales, se pagará de manera previa a la oportunidad de recibir autorización para la exhibición, instalación o proyección de la propaganda y publicidad comercial.

La Modificación del Medio Publicitario

Artículo 39.- Cuando un contribuyente cambie de medio publicitario o se haga publicidad a un producto que tenga una tasa impositiva distinta, deberá cancelar el impuesto correspondiente a la modificación efectuada.

Recargo por Publicidad de Cigarrillos, Tabaco y Bebidas Alcohólicas.

Artículo 40.- La publicidad de cigarrillos, picaduras y demás derivados del tabaco, así como de bebidas alcohólicas anunciados de conformidad con lo establecido en la presente Ordenanza, pagará el cincuenta por ciento (50%) más del impuesto que le corresponde al respectivo medio publicitario.

Clasificador de Medios Publicitarios

Artículo 41.- El monto a pagar por concepto del impuesto regulado en la presente Ordenanza, resulta de la determinación de las características específicas de la propaganda, medios o elementos publicitarios por el porcentaje del valor que tendrá como base la Unidad de Cuenta Dinámica (U.C.D.) que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, en su equivalente en Bolívars Soberanos, establecido en el Clasificador de los Medios Publicitarios de acuerdo con sus características, el cual forma parte integrante de la presente Ordenanza.

Publicidad en carteles y otros anuncios

Artículo 42.- Toda publicidad en forma de cartel, aviso impreso, o formado por materiales que representen letras, objetos, símbolos o signos destinados a permanecer a la vista del público, pagarán anualmente un impuesto por metro cuadrado o fracción. Este tipo de publicidad podrá ubicarse:

1. En los inmuebles con zonificación comercial, industrial o mixto previsto en los planos de zonificación de este municipio.
2. Sobre las azoteas, techos y paredes de las edificaciones con zonificación comercial, industrial, o mixto, siempre y cuando la altura de estos no afecte a la aprobada en la reglamentación del sector. Para la aprobación de este tipo de publicidad, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, exigirá la autorización por parte de la Dirección de Gestión Urbana en lo referente a la altura y a las condiciones de seguridad del mismo.
3. En los edificios educativos, bibliotecas, instituciones filantrópicas, asistenciales, culturales, deportivas, sanitarias y similares, sólo podrán instalarse avisos fijos no luminosos siempre que no sean mayores de tres metros cuadrados (3 M²), y únicamente que hagan referencia a la función de instituciones sobre cuyos edificios se están colocando.
4. En el interior de los locales comerciales o en edificios de libre acceso al público, debiendo pagar anualmente un impuesto por metro cuadrado o fracción y por cada elemento publicitario.

Si un mismo cartel o medio publicitario, se hiciera referencia a dos o más anunciados, cada uno de éstos pagará por separado y de acuerdo a los espacios que ocupa la totalidad de su publicidad o aviso, en función de lo previsto en esta Ordenanza.

Cuando se trate de cartel, aviso impreso o anuncio, ubicado en o sobre la fachada de un local o establecimiento comercial, que sólo haga publicidad al local donde está ubicado, pagará anualmente un impuesto por metro cuadrado o fracción y por cada elemento publicitario.

Publicidad en carteles y otros anuncios

Artículo 43.- Los carteles, vallas o cualquier tipo de anuncio cuyo texto estuviere formado por bombillos o tubos luminosos o en casos similares, pagarán el veinticinco por ciento (25%) más del impuesto asignado al medio.

Para calcular la superficie de los anuncios, se considerarán éstos en su conjunto, y no únicamente la parte luminosa o iluminada.

Publicidad en Pizarras

Artículo 44.- Las pizarras eléctricas o electrónicas distintas a las vallas, accionadas por control automático, manual, o programadas bajo cualquier otro mecanismo destinadas a publicidad, pagarán anualmente el impuesto por metro cuadrado o fracción y por cada elemento publicitario.

Publicidad en plazas, parques y paseos peatonales

Artículo 45.- La publicidad en las plazas, plazoletas y parques infantiles, cancelarán a la municipalidad lo correspondiente al medio publicitario. La publicidad comercial en los parques, pagarán anualmente un impuesto por metro cuadrado o fracción y por cada elemento publicitario.

Publicidad por medio de vallas

Artículo 46.- La publicidad comercial exhibida a través de vallas, con estructura propia sobre el suelo o en edificaciones, pagará anualmente un impuesto por metro cuadrado o fracción y por cada elemento publicitario.

Publicidad en los kioscos

Artículo 47.- La publicidad que se coloque en kioscos ubicados en espacios públicos, pagará anualmente un impuesto por metro cuadrado o fracción y por cada elemento publicitario,

quedando terminantemente prohibida la colocación de cualquier tipo de publicidad comercial que no sea la indicada en la presente Ordenanza.

Sólo podrá colocarse publicidad comercial en aquellos kioscos ubicados en espacios públicos que cuenten con la correspondiente Licencia de Actividades Económicas debidamente otorgada por la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal.

Publicidad mediante altavoces internos

Artículo 48.- Cuando en un establecimiento se difundan mensajes publicitarios dentro del local, mediante altavoces, pagará mensualmente el impuesto.

Cálculo de Intereses

Artículo 49.- La falta de pago del impuesto dentro de la oportunidad correspondiente, generará de pleno derecho a favor de la Administración Pública Municipal, los intereses de saldo deudor que haya lugar, los cuales comenzarán a correr y se cargarán a partir del día hábil siguiente al vencimiento del lapso, sin posibilidad de fraccionamiento. Los intereses moratorios a que se refiere este artículo, se calcularán aplicando la normativa vigente del Código Orgánico Tributario, el cual establece a uno punto dos veces la tasa activa bancaria aplicable, por cada uno de las tasas de los períodos en que dichas tasas estuvieron vigente. A los efectos indicados esta tasa será la activa promedio de los seis (6) principales bancos comerciales y universales del país con mayor volumen de depósitos, excluidas las carteras con intereses preferenciales, calculada por el Banco Central de Venezuela para el mes calendario inmediato anterior al vencimiento del plazo establecido para el cumplimiento de la obligación tributaria.

Procedimiento de Intimación de Pago de Impuesto de Propaganda y Publicidad Comercial.

Artículo 50.- Cuando se trate de actos administrativos definitivamente firmes por haberse vencido los lapsos para ejercer los recursos a que haya lugar o porque se haya dictado sentencia definitivamente firme, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, procederá a efectuar la gestión de cobro del monto adeudado, mediante el procedimiento de intimación al pago previsto en la presente Ordenanza.

Intimación

Artículo 51.- Cuando los contribuyentes o responsables incumplan con el pago del impuesto sobre propaganda o publicidad comercial, multas y accesorios, determinados y liquidados, por este tributo la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, a los fines de dar cumplimiento de sus obligaciones tributarias y administrativas, notificará por escrito la situación fiscal al contribuyente o responsable para que en un plazo de tres (3) días hábiles proceda a pagar los tributos, multas y accesorios adeudados o acredite el cumplimiento de las obligaciones tributarias y administrativas mediante los comprobantes de pagos respectivos. En caso contrario, el contribuyente tendrá que cancelar una sanción de hasta Ciento Cincuenta por ciento (150 %) adicional del tributo omitido, según lo establecido por el artículo 112 del Código Orgánico Tributario.

TÍTULO II

De los Distintos Medios Publicitarios

Capítulo I

De Los Impuestos que los Gravan

De los impuestos Anuales, Mensuales y Diarios

Artículo 52.- El impuesto que causará por concepto de Publicidad y Propaganda Comercial, quedará redactada de la siguiente forma: Se establece la Formula para el cálculo correspondiente que es: **Alícuota** en Unidad de Cuenta dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela.

Formula= Alícuota (U.C.D) x M² (Área Bruta Construcción), es decir,

**Formula =
U.C.D x m² (ABC).**

(*)En el caso de la valla publicitaria, el área bruta, va referida a la base y pantalla de la misma.

Concepto y Liquidación	Gravamen
1-Vallas No Luminosas	8 U.C.D. x MT2 (anual)
2.-Vallas Luminosas	12 U.C.D. x MT2 (anual)
3-Vallas No luminosas en estadios/ campos deportivos	15 U.C.D. x MT2 (anual)
4.- Vallas luminosas en estadios/ campos deportivos	15 U.C.D. x MT2 (anual)
5 Avisos no luminosos	8 U.C.D. X MT2 (anual)
6.- Anuncios luminosos, Neón y otros	12 U.C.D. x MT2 (anual)
7-Pizarras electrónicas	8 U.C.D. (mensuales)
8-Proyección y anuncios fijos cambiables	8 U.C.D. Por cada publicidad proyectada (mensual)
9.-Proyección de anuncios fijos o videos en cine	8 U.C.D. Por cada publicidad
10.- Proyección de anuncios y publicidad filmada.	8 U.C.D. Por cada publicidad proyectada (mensual)
11.-Anuncios pintados en pared (interior).	8 U.C.D. MT2(anual)
12.- Anuncios pintados en pared (exterior)	8 U.C.D. MT2(anual)
13-Anuncios pintados en vehículos (exterior)	8 U.C.D. x mts 2 (anual)
14-Anuncios pintados en vehículos (interior)	8 U.C.D. MT2(anual)
15-Anuncios de identificación de empresas	15 U.C.D. x mts 2 (anual)
16-Banderines o pendones pequeños	4 U.C.D. cada uno (por ocho días)
17.- Pendones y Banderines Grandes	4 U.C.D. cada uno (por 8 días)
18- Vitrinas, exhibidores en via peatonal	4 U.C.D. c/u anual
19-Aviones, globos, dirigibles, etc.	8 U.C.D. c/u anual
20-Globos fijos transportable	8 U.C.D. c/u anual
21.- Chupetas o postes luminosos	8 U.C.D. c/u anual
22.- Chupetas o postes no luminosos	8 U.C.D. c/u anual
23.-Folletos, afiches, hojas impresas	4 U.C.D. x cada 500 unidades

24.- Pancarta.	4 U.C.D. cada una por 8 días
25.-Marquesinas, Toldos y Sombrillas	8 U.C.D. x M2(anual)
26.-Vehiculos Rotulados	12 U.C.D. x M2(anual)
27-Publicidad en Kioscos	12 U.C.D. x M2(anual)
28-Publicidad en Salas de Cine	15 U.C.D. por cada Publicidad mensual
29.- Figura O aparatos electrónicos (ambulante) perifoneó mecánico,	15 U.C.D. por cada día

Artículo 53.- Cuando la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, el Alcalde, Alcaldesa o el funcionario en quien se delegue o autorice, comprobare que los depósitos o pagos de tasas realizados por los contribuyentes u otros, efectuados a través de transferencias, puntos, pagos móviles, entre otros, no se realice la validación por ante el Municipio, durante los tres (3) meses después de realizados dichos pagos, el Municipio procederá a realizar la Liquidación de dichos ingresos en tránsito, al Fisco Municipal; es decir, cuando éstos pagos no sean cargados al sistema Guiriri; procediéndose a realizar liquidación general al rubro de otros ingresos al Fisco Municipal.

CAPITULO II DE LAS EXENCIONES

Exenciones

Artículo 54.- Están exentos del pago de los impuestos a que se refiere esta Ordenanza previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley:

1º Los anuncios fijos de personas naturales indicativos de su profesión, arte y oficio, siempre que solo indiquen el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección; que estén colocados en el inmueble en la cual la ejercen y no excedan de un metro cuadrado (1,00 m²).

2º Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a este fin.

3º Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también los distintivos del concesionario.

4º Las inscripciones de 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 doscientos centímetros cuadrados (200 cm²),

5º Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que ocupen una superficie no mayor de cincuenta centímetros cuadrados (50 cm²).

6º Los letreros que solo indiquen la firma, razón social, denominación comercial o los ramos de una oficina, empresa o negocio cuando hayan sido esculpidos, pintados, o colocados en planos sobre la fachada del edificio que se encuentren situados en el negocio, oficina o empresa y siempre que su superficie no exceda de un metro cuadrado (1,00 m²), debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en la presente Ordenanza.

7º La publicidad sobre prevención de accidentes o de consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud.

8º Las destinadas a las campañas de la salud y prevención de la enfermedad.

9º La publicidad contenida en artículos destinados a prestar servicios a la comunidad, como bolsas ecológicas, de basuras y similares

10º Los folletos y encartes periódicos educativos o que sirvan para expandir conocimientos.

11º La publicidad realizada por Fundaciones sin fines de lucro.

Si los anuncios excedieren de la superficie indicada anteriormente, quedarán sujetos al pago del impuesto por año, por metro cuadrado o fracción y por elemento publicitario.

Para obtener la exoneración del impuesto debe hacerse la solicitud por ante el Alcalde o Alcaldesa del Municipio y éste la remitirá al Concejo Municipal para su respectiva autorización. La exoneración del pago del impuesto en el artículo anterior no exime el cumplimiento de las demás obligaciones que establece esta ordenanza.

Autorización de Exoneración

Artículo 55.- El Concejo Municipal podrá autorizar al Alcalde o Alcaldesa para exonerar del impuesto a que se refiere esta Ordenanza a:

1. La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo dentro del territorio nacional hacia Venezuela.
2. La publicidad relativa a conciertos instrumentales o vocales y de las exhibiciones de artes u oficios sin fines de lucro. En caso de la exoneración deberá destinarse un porcentaje de 5 a 10 % para obras benéficas.
3. La publicidad de espectáculos cuando se consideren de carácter educativo o cultural sin fines de lucro. En caso de aprobarse la exoneración, deberá destinarse un porcentaje de 5 a 10 % para obras benéficas
4. La publicidad contenida en Artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.

Facultades de prohibición o remoción

Artículo 56.- Las exoneraciones contenidas en el artículo anterior, no menoscaban las facultades de la Dirección de Gestión y Administración Tributaria, de prohibir o remover los medios de publicidad utilizados cuando éstos contravengan las normas previstas en la presente Ordenanza.

CAPITULO III DE LAS PROHIBICIONES Y LIMITACIONES

Prohibiciones y limitaciones en la Publicidad y Propaganda y Comercial

Artículo 57.- Queda terminantemente prohibida toda clase de publicidad comercial, en los siguientes casos:

- 1.- Que sea contraria a la moral al orden público, a la seguridad y defensa nacional, o a las buenas costumbres.
- 2.- Que presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud, el consumo de cigarrillos, tabaco, chimo y bebidas alcohólicas.
- 3.- Que utilice los símbolos patrios.
- 4.- Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
- 5.- Que se instale en inmuebles de propiedad particular sin autorización expresa de su propietario.
- 6.- Que utilice materiales que a juicio de las autoridades de tránsito, constituyan peligro en la visibilidad de los conductores.
- 7.- Que incite a los niños, niñas y adolescente a consumir bebidas alcohólicas, participar en juegos de envite y azar, la pornografía, consumo de sustancias de estupefacientes o psicotrópicas entre otras.
- 8.- Que incite al odio o la violencia, atentando contra la paz.

Prohibición de instalar y hacer publicidad

Artículo 58.- Queda prohibido instalar o hacer publicidad comercial en las avenidas, calles, veredas, aceras, postes de alumbrado público, parques, plazas, plazoletas, islas divisorias y en cualquier otra área pública o zonas residenciales, que no se ajuste a las disposiciones

contenidas en la presente Ordenanza. Queda igualmente prohibida la publicidad comercial en aquellos sitios donde su instalación conlleva peligrosidad y obstaculice la visibilidad de señales de tránsito afecte cualquier monumento histórico, artístico o paisajístico. Salvo que obtenga autorización previa del Ministerio respectivo, competente en la materia, así como de la Secretaría de Infraestructura de la Gobernación del Estado Bolivariano de Guárico y Dirección de Gestión Urbana del Municipio Juan German Roscio Nieves.

Prohibición de Instalación de Publicidad

Artículo 59.- Se prohíbe instalar publicidad en:

1. Los caminos y carreteras de forma que dificulte la visión del paisaje, que constituya un factor de degradación ambiental o contribuya a agravar el ya existente u obstaculice el libre tránsito o la seguridad de éste. Los avisos en los caminos y carreteras deberán contener además, mensajes de carácter educacional, cultural o turístico; el espacio ocupado por este tipo de mensajes no causará impuesto alguno.
2. En las áreas designadas como Monumento Natural.
3. En los árboles, piedras, rocas y demás elementos naturales; en los muros, las barandas, defensas, y puentes, y en lugares que por Resolución especial señale el Municipio.
4. En las calles, paseos y caminos por medio de franjas transversales que los crucen, aunque no interfieran el libre tránsito.
5. En el interior y exterior de los museos y teatros de propiedad pública, en Oficinas de Poderes Públicos, Monumentos o Edificios de valor histórico, artístico o religioso, salvo que se trate de publicidad de imagen para promover un espectáculo.
6. En el interior y en las paredes exteriores de los cementerios.
7. En las señales destinadas a regular el tránsito excepto las señaladas en la presente Ordenanza.
8. En el parabrisas y vidrios traseros de los vehículos o en cualquier otro sitio que pueda entorpecer la visibilidad, manejo o libre fluidez del tránsito.
9. Mediante papel colocado en las paredes, con goma o engrudo.
10. A través de megáfonos y altoparlantes, fijos, ambulantes o sobre vehículos, cerca de instituciones educativas y centros asistenciales.
11. En el mobiliario de las plazas, plazoletas y parques infantiles, quedando a salvo las estipulaciones contenidas en esta Ordenanza, referidas a publicidad en los sectores aludidos.
12. En las viviendas particulares en zonas residenciales, sin la autorización del propietario.
13. La Publicidad Comercial bajo la modalidad de murales.

Artículo 60.- En los terrenos ubicados no municipales, que se encuentren en los bordes de la vía, ubicados en zonas no residenciales según las ordenanzas que rigen la materia, solo se permitirá la instalación de medios publicitarios a una distancia del borde de la misma, por lo menos igual a dos veces (2) el ancho del área peatonal adyacente al terreno. Si no existiera dicha área, deberá guardarse una distancia mínima de dos metros (2mts) del borde de la vía.

En cualquier caso, el medio publicitario deberá instalarse a una altura mínima de dos metros diez centímetros (2,10 mts) sobre el nivel del suelo, incorporándolo arquitectónicamente al terreno y evitando la visualización directa de los elementos estructurales en su cara posterior y de fijación al suelo.

Artículo 61.- En las plazas, parques, plazoletas, islas divisorias de autopistas y avenidas, calles y veredas, solo se permitirán mensaje de imagen, si la empresa patrocinante realiza labores de ornato y mantenimiento, previo convenio celebrado con el municipio.

Artículo 62.- Podrán colocarse medios publicitarios en instituciones educativas o deportivas, públicas o privadas, previa aprobación de las autoridades municipales y del convenio con los representantes del consejo comunal y el encargado para el mantenimiento de dicha instalación.

Artículo 63.- Los particulares podrán asumir labores de ornato y mantenimiento en parques, plazas y otros terrenos municipales, previo convenio con el municipio, a cambio de lo cual, quienes hayan asumido tales actividades, podrán instalar avisos de imagen donde se identifique el Patrocinante como prestador del servicio de mantenimiento.

Artículo 64.- No se considera Publicidad Comercial la realizada a través de los siguientes medios:

1. Los anuncios fijos sin contenido comercial de personas naturales o jurídicas.
2. Los anuncios fijos de personas naturales indicativos de su profesión, arte u oficio o especialidad y dirección, estén colocados en el inmueble en el cual las ejercen
3. Los carteles, anuncios y demás publicaciones cuyo contenido sea el de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a este fin.
4. Las inscripciones de los autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, lápidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas
5. Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras.
6. Los anuncios destinados a identificar la construcción, reparación o mantenimiento de una obra de utilidad pública.
7. Los anuncios de profesionales donde se indiquen nombre, teléfono, profesión, especialidad y dirección instalados en el inmueble donde ejercen su profesión
8. Las marcas de fábricas comúnmente utilizadas en los vehículos automotores. Los propietarios o responsables de los medios de publicidad indicados en este artículo quedan exentos del pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, pero deberán cumplir con las disposiciones urbanísticas previstas en ellas o en sus reglamentos.

CAPITULO IV DE LAS SANCIONES

Artículo 65. La Dirección de Gestión Urbana y la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, están facultadas para prohibir y remover toda clase de publicidad o propaganda comercial que sea manifiestamente antiestética o que por sus condiciones constituyan peligro para las personas o cosas y las que no hayan cancelado el impuesto correspondiente al Municipio o que violen la presente Ordenanza.

Sanciones

Artículo 66.- Sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones legales, las contravenciones a esta Ordenanza serán sancionadas por la Dirección de Gestión Urbana y la Dirección de Gestión y Administración Tributaria del Municipio Juan Germán Roscio Nieves, de la Forma siguiente:

1. Multas.
2. Paralización temporal por un tiempo no mayor de setenta y dos (72) horas de las actividades publicitarias o propagandísticas objeto de esta Ordenanza.
3. Retiro del medio publicitario.

Sanción por incumplimiento

Artículo 67.- Se impondrá multa equivalente a TREINTA (30 UCD) Unidad de Cuenta dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, en su equivalente en Bolívares Soberanos, por cada uno de los elementos o medios publicitarios exhibidos y remoción del medio publicitario a costa del infractor:

- 1.- Si el mensaje es contrario al orden público, o la seguridad y defensa nacional, a la moral o a las buenas costumbres.
- 2.- Si el mensaje contenido en el medio publicitario no se ajusta a la verdad.
- 3.- Que presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud, el consumo de cigarrillos, tabaco, chimo y bebidas alcohólicas o utilice la actividad deportiva para promover su

consumo.

4.- Que emplee la simbología de las señales de tránsito.

5.- Que utilice materiales que a juicio de las autoridades de tránsito, representen peligro para la visibilidad de los conductores.

6.- Que se instale en cualquier inmueble de propiedad particular, sin autorización de su propietario.

7.- Que distribuya hojas volantes o impresas en la vía pública sin la debida autorización municipal.

8.- El ejercicio de actividades publicitarias en el Municipio si no están inscritas en el Registro de Empresas al que se refiere esta Ordenanza.

9.-El incumplimiento de la obligación de mantener los medios publicitarios en buen estado y retirarlos en los casos que indica esta Ordenanza.

Artículo 68.- El incumplimiento de la obligación de pagar los impuestos que establece esta Ordenanza, será sancionado con una multa igual al duplo del impuesto dejado de pagar.

Artículo 69.- La no comparecencia ante la administración tributaria municipal a las Citaciones practicadas, serán sancionadas con una multa de sesenta (60 UCD) unidades Unidad de Cuenta dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, en caso de reincidencia se aplicará una multa por desacato de veinte (20 UCD) Unidades de Cuenta Dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela.

Sanción por instalación de publicidad comercial sin haber obtenido el permiso correspondiente.

Artículo 70.- El que efectúe publicidad comercial sin habersele otorgado el permiso correspondiente, se sancionará por cada uno de los elementos o medios publicitarios exhibidos, con multa de cincuenta (50 UCD) Unidad de Cuenta dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela. Sin perjuicio del cobro del impuesto y sus accesorios, causados y no cancelados por la utilización del medio publicitario.

El infractor deberá retirar o eliminar el medio publicitario de manera voluntaria, dentro de las setenta y dos (72) horas siguientes a partir de la notificación al interesado, de lo contrario la Municipalidad a través de sus órganos competentes, podrá remover el medio publicitario a costa del infractor, pudiendo además sancionar a la persona natural o jurídica infractora, con el no otorgamiento de ningún otro tipo de todas las piezas aforadas y tipificadas en la presente Ordenanza por un lapso de un (1) año.

Sanción por instalación de publicidad comercial a pesar de haber sido negada

Artículo 71.- Quien proceda a efectuar la publicidad comercial a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con multa noventa (90 UCD) Unidades de Cuenta Dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, por cada uno de los elementos o medios publicitarios exhibidos, sin perjuicio del cobro del impuesto y sus accesorios, causados y no cancelados por la utilización del medio publicitario y la remoción de este, cuyo costo será por cuenta del infractor; sin perjuicio a que el Municipio le sancione por un lapso de un (1) año, al no otorgarle ningún tipo de permisos de todas las piezas aforadas y tipificadas en esta Ordenanza.

Sanción por instalación de publicidad comercial en áreas prohibidas

Artículo 72.- Quien instale publicidad comercial en zonas residenciales o en lugares o áreas prohibidas; o a través de medios no permitidos o con dimensiones no autorizadas, será sancionado con multa de sesenta(60 UCD) Unidad de Cuenta Dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, sin perjuicio de las sanciones contempladas en otras disposiciones contenidas en esta Ordenanza, además de la remoción del medio publicitario y suspensión por un lapso de un (1) año, al no otorgamiento de ningún tipo de permiso respecto de todos los medios

publicitarios tipificados en este dispositivo legal, siendo los costos a que haya lugar, por cuenta del infractor.

Sanción por incumplimiento del pago del impuesto.

Artículo 73.- Quien proceda a efectuar la publicidad comercial sin haber cancelado el impuesto correspondiente, será sancionado con la remoción del medio publicitario y una multa por cada uno de los elementos o medios publicitarios exhibidos, equivalente a cincuenta (50 UCD) Unidades de Cuenta Dinámica (U.C.D.), que es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, sin perjuicio del cobro del impuesto causado y no cancelado por la utilización del medio publicitario, de conformidad con lo establecido en la presente ordenanza.

Remoción del medio publicitario

Artículo 74.- En los casos en que la sanción impuesta incluya la remoción de medios publicitarios, la autoridad competente podrá requerir la colaboración de las asociaciones de empresas publicitarias para la ejecución material de la medida, siempre con la presencia de un funcionario competente.

CAPITULO V DE LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

Procedimiento Sancionatorio

Artículo 75.- Las sanciones que imponga la Dirección de Gestión y Administración Tributaria a los contribuyentes o responsables, por el incumplimiento de las obligaciones de carácter administrativo tipificadas en esta Ordenanza, deberán estar contenidas en un acto motivado, conforme a Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos (LOPA), previo el cumplimiento del siguiente procedimiento:

El Director o Directora de Gestión y Administración Tributaria o el funcionario o funcionaria delegado por él para tal fin, dictará un acto de apertura del procedimiento que contendrá en forma clara y precisa, la infracción que se le imputa al presunto infractor, y su consecuencia jurídica. El acto, será notificado al presunto infractor, en la forma prevista en Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, y a partir de ese momento, se entenderá abierto un lapso de diez (10) días hábiles, para que el presunto infractor exponga alegatos y promueva las pruebas conducentes a su defensa. Culminado ese lapso, y analizados los hechos y los fundamentos de derecho, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria procederá a emitir la Resolución definitiva dentro de los veinte (20) días hábiles siguiente, la cual deberá ser notificada al infractor. Contra esta Resolución procederán los recursos establecidos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y la Ley Orgánica de la Jurisdicción Contencioso Administrativa.

Procedimiento de Remoción de Elementos Publicitarios

Artículo 76.- Cuando la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, imponga la sanción de remoción de los elementos publicitarios ilegales, prevista en esta Ordenanza, procederá conforme al siguiente procedimiento:

El Director o Directora de Gestión y Administración Tributaria o el funcionario o funcionaria delegado por él para tal fin, dictará un acto de apertura del procedimiento que contendrá en forma clara y precisa, la infracción que se le imputa al contribuyente o responsable según sea el caso y su consecuencia jurídica. El acto será notificado al presunto infractor en la forma prevista en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y a partir de ese momento se entenderá abierto un lapso de diez (10) días hábiles para que el presunto infractor exponga alegatos y promueva las pruebas conducentes a su defensa.

Culminado ese lapso, y analizados los hechos y los fundamentos de derecho, la Dirección de

Gestión y Administración Tributaria Municipal procederá a emitir la Resolución definitiva dentro de los diez (10) días hábiles siguientes, la cual deberá ser notificada al infractor. Una vez notificada la Resolución, la Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, procederá a ejecutar la remoción de los elementos ilegales.

Contra esta Resolución procederán los recursos establecidos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y la Ley Orgánica de la Jurisdicción Contencioso Administrativa.

Sustanciación del procedimiento

Artículo 77.- La Dirección de Gestión y Administración Tributaria Municipal, cumplirá todas las actuaciones necesarias para el mejor conocimiento del asunto que debe decidir y en el mismo orden, el Director o Directora de Gestión Urbana, respecto a las atribuciones y deberes que le competen en aplicación de esta Ordenanza. El expediente abierto recogerá toda la tramitación a que dé lugar el asunto.

Medios Probatorios

Artículo 78.- Los hechos que se consideren relevantes para la decisión de un procedimiento podrán ser objeto de todos los medios de prueba previstos en el Ordenamiento Jurídico Vigente y ajustará su actuación a los principios de economía, eficacia, celeridad e imparcialidad que rigen el Derecho Administrativo.

CAPITULO VI DE LOS RECURSOS

Recursos Administrativos

Artículo 79.- De las decisiones a que se refiere esta Ordenanza podrán ejercerse los Recursos Administrativos siguientes:

a) Contra los actos de efectos particulares emanados de los órganos o funcionarios en aplicación de las disposiciones de esta Ordenanza, relacionados con la expedición o negativa de los permisos para la exhibición de publicidad comercial o suspensión de los mismos, así como contra la decisión que se adopte en el caso del supuesto de hecho regulado en esta Ordenanza y los previstos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

b) Recurso Jerárquico directamente ante el Alcalde en todas las demás materias, sanciones y tributos dispuestos en la presente Ordenanza, no expresamente señalados en el literal anterior, con arreglo a los plazos y formalidades previstas en el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Código Orgánico Tributario. En ambos casos la decisión del Alcalde agotará la vía Administrativa.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera- Las empresas que, con anterioridad a la entrada en vigencia de esta Ordenanza, se hayan inscrito en el Registro de Empresas de Propaganda y Publicidad Comercial deberán solicitar la renovación de su registro.

Segunda- Dentro de los noventa (90) días hábiles siguientes a la fecha de entrada en vigencia de esta Ordenanza, las Empresas Publicitarias, deberán informar al Municipio, a través de la Dirección de Gestión y Administración Tributaria y a la Dirección de Gestión Urbana Municipal, los medios publicitarios instalados que no se adecuan a los requisitos establecidos en esta Ordenanza. El incumplimiento del citado deber en el plazo antes señalado conllevaría al retiro de los medios publicitarios.

Los medios publicitarios instalados y no Permisados que no se adecuan además a los requisitos establecidos en la Ordenanza, deberán ser retirados en el plazo de los noventa (90) días hábiles siguientes a la fecha de entrada en vigencia de esta Ordenanza. Al efecto es obligación de las Empresas Publicitarias informar a la Autoridad Competente de estos

medios publicitarios instalados y no Permisados, dentro de los noventa (90) días hábiles siguientes a la fecha de entrada en vigencia de esta Ordenanza. Para la tramitación del retiro de los medios publicitarios a que haya lugar, se actuará conforme a las estipulaciones contenidas en este dispositivo legal.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Única: La entrada en vigencia de la presente ordenanza deroga la **Ordenanza de Publicidad y Propaganda Comercial** del Municipio Juan German Roscio Nieves, publicada en Gaceta Municipal Ordinario N° 190 de fecha 22 de diciembre del 2014, sus respectivas reformas y cualquier otra disposición que se haya dictado al respecto y colide con la presente.

DISPOSICIONES FINALES

Primera: La presente Ordenanza entrara en vigencia a partir de la fecha de su publicación en gaceta Municipal del Municipio Juan Germán Roscio Nieves

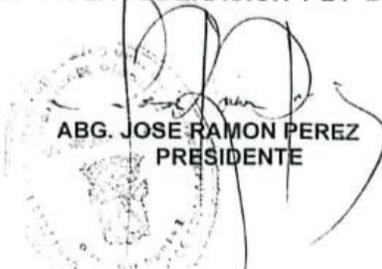
Segunda: De conformidad con lo establecido en el artículo 5 de la Ley de Publicaciones Oficiales, imprimase un solo texto el ante proyecto de Reforma de la **Ordenanza de Publicidad y Propaganda Comercial** del Municipio Juan Germán Roscio Nieves, con las reformas aquí sancionadas y en el correspondiente texto íntegro, corrija la enumeración y sustitúyase las fechas, firmas y demás datos de sanción y promulgación.

Tercera: Los casos no previstos en esta Ordenanza se registrarán por lo dispuesto en las leyes que regulen la materia.

Cuarta: Las empresas que prestan servicio de propaganda y publicidad exterior en el municipio Juan German Roscio Nieves, a través de vallas, carteles y otros, destinarán una parte de sus espacios a la divulgación de mensajes institucionales.

Quinta: El Alcalde o Alcaldesa adoptara las medidas que estimare necesarias para asegurar su más amplia difusión y conocimiento.

DADO, SELLADO Y FIRMADO EN EL SALON DONDE CELEBRA SUS SESIONES EL CONCEJO MUNICIPAL DEL MUNICIPIO "JUAN GERMAN ROSCIO NIEVES" DEL ESTADO BOLIVARIANO DE GUARICO, A LOS CATORCE (14) DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO DOS MIL VEINTITRES (2023). AÑOS 212° DE LA INDEPENDENCIA, 163° DE LA FEDERACION Y 24° DE LA REVOLUCION BOLIVARIANA.

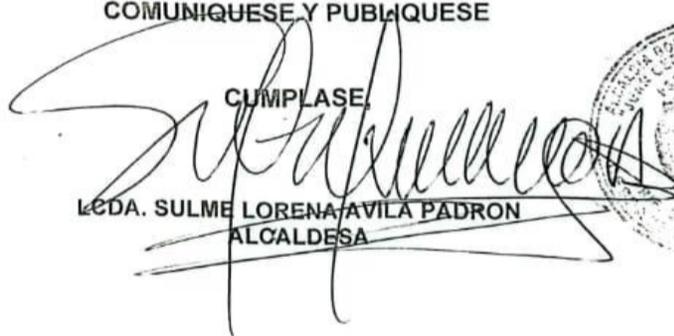

ABG. JOSÉ RAMÓN PÉREZ
PRESIDENTE


ABG. DANIEL ALEXIS CONTRERAS
SECRETARIO MUNICIPAL

DADO, FIRMADO Y SELLADO EN EL DESPACHO DE LA ALCALDESA DEL MUNICIPIO "JUAN GERMAN ROSCIO NIEVES", A LOS CATORCE (14) DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO DOS MIL VEINTITRES (2023).

COMUNIQUESE Y PUBLIQUESE

CUMPLASE


LCDA. SULME LORENA AVILA PADRON
ALCALDESA