

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVARIANO DE MÉRIDA
MUNICIPIO LIBERTADOR



GACETA OFICIAL MUNICIPAL

Las ordenanzas, reglamentos, decretos, acuerdos, resoluciones y otros instrumentos que publique esta gaceta, tiene carácter oficial y su cumplimiento es obligatorio por parte de los particulares y de autoridades nacionales, estatales y locales.

Mérida, 22 de Abril del 2024. Año 214° de la Independencia y 165° de la Federación.

Depósito Legal Nro. PPO198506ME100 Extraordinaria Nro. 39 Año III

SUMARIO

*

ORDENANZAS

ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA
ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR

SUMARIO

*

ORDENANZA

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVARIANO DE MERIDA
MUNICIPIO LIBERTADOR

Años: (213°) de la Independencia, (165°) de la Federación
(25°) de la Revolución Bolivariana.

SUMARIO ORDENANZA

ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA
ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela basada en los principios de legalidad y competencia previstas en la Constitución Nacional, sanciona en fecha 18 de julio de 2023, la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los Estado y Municipios, la cual fue promulgada por el Presidente Constitucional en fecha 10 de agosto de 2023, siendo la misma debidamente publicada en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.755 Extraordinario de la misma fecha; con esta Ley de carácter orgánico tal y como fue debidamente declarado por el máximo Tribunal de Justicia del país al declarar la constitucionalidad de su carácter orgánico, lleva como finalidad: 1. Promover el desarrollo armónico de la economía nacional, con miras a elevar la calidad de vida de la población, generar fuentes de trabajo, crear alto valor agregado nacional y fortalecer la soberanía económica. 2. Favorecer la optimización y eficiencia de los procesos tributarios estatales y municipales y reducir la evasión y elusión fiscal. 3. Procurar la justa distribución de las cargas públicas, según la capacidad económica de la persona contribuyente. 4. Generar certeza y seguridad jurídica sobre los procedimientos tributarios y cargas fiscales aplicables en el territorio nacional.

En este sentido, es fundamental dejar establecido que los principios que inspiran ese instrumento normativo son la legalidad, justicia, equidad, integridad territorial, coordinación, armonización, cooperación, solidaridad, concurrencia, corresponsabilidad, progresividad, generalidad, buena fe, productividad, capacidad contributiva, no retroactividad, no confiscación, eficiencia, eficacia, celeridad,

transparencia, simplicidad y seguridad jurídica; principios estos que de igual forma rigen los destinos de la Administración Pública Municipal.

La Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los Estados y Municipios honra los fines estatales de la promoción de la prosperidad y el bienestar del pueblo, al tiempo de desarrollar los valores superiores del ordenamiento jurídico de la justicia y la igualdad; en correspondencia con lo dispuesto en los artículos 1, 2 y 3 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

En este sentido, es propicio dejar establecido que la legislación en materia municipal otorga una serie de competencias propias y un conjunto diversificado de ingresos a los Municipios de carácter ordinario y extraordinario, entre los cuales se encuentran los ingresos propios producto de la potestad tributaria que goza el Poder Público Municipal, es decir, aquellas fuentes de ingresos percibidos a través de los impuestos municipales.

Dentro de ese abanico de fuentes fundamentales de ingresos, se encuentra el impuesto sobre la propaganda y publicidad comercial realizada en cada jurisdicción, lo cual denota el ámbito de aplicación de este tributo sobre actos o hechos de incidencia local. En este sentido, la finalidad de este impuesto a nivel municipal se fundamenta en objetivos ornamentales, de seguridad pública y fiscales, en atención a regular los medios y formas de propaganda y publicidad comercial en procura de mantener el orden público dentro del ámbito municipal, a los efectos de reorganizar la estructura normativa, para lo cual se definen los elementos de la relación jurídica tributaria del impuesto, sujetos pasivos en calidad de contribuyentes o responsables, sujeto activo, hecho imponible, base imponible o base de medición del impuesto, así como la modificación de la determinación del impuesto de acuerdo al medio publicitario, a saber: valla o panel publicitario, postes publicitarios, aviso o anuncio y publicidad impresa a través de ecuaciones cuyos parámetros obedecen a factores como tipo de propaganda, área útil de la propaganda o publicidad comercial, ubicación (troncales, arteriales, colectoras y locales) en las vías del Municipio Libertador.

Siendo un mandato de ley, de conformidad a la Disposición Transitoria UNICA establecida en la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de las Potestades Tributarias de los Estados y Municipios, el adecuar en consonancia con la novedosa ley los instrumentos jurídicos vigentes en materia de tributos de los Municipios, dentro del plazo establecido, es por lo que presentamos a consideración el Proyecto de **ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR**, bajo la premisa de que la Administración Pública Municipal garantice a través de esta el crecimiento, desarrollo armónico y fortalecimiento de la economía del Municipio, elevando con ella la generación de fuentes de trabajo, favorecer la eficiencia de los procesos tributarios municipales y con esto generar certeza y seguridad jurídica en todos y cada uno de los procedimientos tributarios y cargas fiscales dentro del Municipio, promoviendo así la prosperidad y bienestar del pueblo, teniendo como garantía que su ordenamiento jurídico

se funda en valores éticos, sociales y económicos propios de un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia.

La ordenanza se encuentra conformada por once (11) capítulos, con un total de setenta y tres (73) artículos, a saber: Capítulo I Disposiciones Generales; Capítulo II. Del Registro de Propaganda y Publicidad Comercial y Requisitos para la Inscripción; Capítulo III. Procedimiento para la Tramitación del Permiso. Capítulo IV. de los Distintos Medios Publicitarios y del Impuesto Aplicable; Capítulo V. De los Agentes de Retención; Capítulo VI. De las Exenciones; Capítulo VII. De las Exoneración; Capítulo VIII. De las Prohibiciones; Capítulo IX. De las Sanciones; Capítulo X. De los Recursos; Capítulo XI. Disposiciones Transitorias y Disposiciones Finales.

**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVARIANO DE MERIDA
MUNICIPIO LIBERTADOR**

**El Concejo del Municipio Libertador del Estado
Bolivariano de Mérida**

**ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA
ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR**

El Concejo Municipal del Municipio Libertador del estado Bolivariano de Mérida, en ejercicio de las atribuciones legales conferidas en el Artículo 175 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela; de conformidad con los artículos 54 ordinal 1° y 6°; artículo 95 ordinales 1°, 4° y 23° de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, en concordancia con el artículo 24 de la Ordenanza de Instrumentos Jurídicos Municipales y del artículo 135 del Reglamento Interior y de Debates del Concejo Municipal Libertador del Estado Mérida, publicado en la gaceta Oficial Municipal Extraordinario N° 10 Año I de fecha 23 de Enero de 2014, sanciona la siguiente: **ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR**

Artículo 1°

Se modifica el Artículo 1 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 1°: La presente Ordenanza tiene por objeto regular la propaganda y publicidad comercial que sea instalada, transmitida y exhibida en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles al público y aquella distribuida de manera impresa en las vías públicas o trasladada mediante vehículo dentro de la jurisdicción del Municipio Libertador, con el fin de armonizar esta actividad con la protección, mantenimiento y mejora de los valores del paisaje urbano, de conformidad con lo establecido en la Constitución Nacional y la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.

Se establece la Unidad de Cuenta Dinámica (UCD) que será utilizada a los efectos tributarios en el Municipio Libertador, para el cálculo de los tributos, tasas, accesorios y sanciones, es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, sin perjuicio que las

obligaciones deban pagarse exclusivamente en la cantidad equivalente en bolívares, al tipo de cambio vigente para la fecha del pago de tributos, accesorio o sanción.

A los efectos de la determinación de los tributos, tasas, accesorios o sanción se establece, que el cálculo a los fines de la liquidación de los mismos tendrá una vigencia de diez (10) días continuos, contados desde la fecha de emisión del respectivo estado de cuenta; vencido dicho lapso, a través del sistema automatizado se actualizara de forma inmediata la determinación para la liquidación del tributo, tasas, accesorios y sanciones al tipo de cambio vigente de la moneda con mayor valor para el momento del nuevo cálculo.

Artículo 2.

Se modifica el Artículo 10 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 10: Toda persona natural o jurídica interesada en realizar la actividad de propaganda y publicidad comercial de naturaleza permanente en el Municipio Libertador, deberá inscribirse en el Registro que a tal efecto lleva el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT).

El Registro Municipal de Propaganda y Publicidad Comercial causará una tasa administrativa anual, equivalente a Quince Unidades de Cuenta Dinámica (15 UCD), renovable dentro del primer mes de inicio del ejercicio fiscal, entendiéndose en el transcurso del mes de enero.

Las personas naturales y jurídicas que realicen propaganda y publicidad de manera eventual, no están obligadas en realizar la inscripción en el Registro, solo deberán solicitar permiso en cada oportunidad, cumpliendo a tal efecto con lo previsto en la presente Ordenanza.

Artículo 3.

Se modifica el Artículo 11 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 11: A los efectos de la inscripción ante el Registro de Propaganda y Publicidad Comercial, las personas naturales y jurídicas deberán consignar ante el Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, los siguientes recaudos:

1. Personas Jurídicas:
 - a. Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial indicando datos de identificación y ubicación.
2. Personas Naturales:
 - a. Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial indicando datos de identificación y ubicación.

Artículo 4.

Se modifica el Artículo 14 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 14: Toda persona natural o jurídica interesada en realizar actividades de propaganda y publicidad comercial de naturaleza permanente en el Municipio Libertador deberá presentar solicitud ante el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) a través del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, consignando los siguientes recaudos:

1. Planilla Única de inscripción del Registro de Propaganda y Publicidad Comercial.
2. Registro de Información Fiscal (RIF)
3. Croquis de ubicación y fotografía del entorno donde se pretende instalar el medio publicitario.
4. Maqueta o boceto especificando tamaño, tipo de producto, descripción del anuncio, cartel o cualquier forma de publicidad a instalar en lugares fijos o cualquier otra información necesaria a fin de calcular el impuesto respectivo.
5. Aval otorgado por la Gerencia de Vialidad, Tránsito y Transporte, en caso que aplique.
6. En caso de vallas, la empresa publicitaria deberá obtener el Aval del Departamento de Planificación Urbana, de conformidad con los planos reguladores de zonificación del Municipio.
7. Declaración del representante legal de la empresa publicitaria adquiriendo la obligación de resarcir todo daño causado al medio ambiente por la instalación de vallas y restituir el terreno sobre el cual está instalada la valla a su condición original.
8. En caso de instalación de vallas o medios publicitarios en azoteas o fachadas de edificaciones comerciales o residenciales, la administradora o la junta de condominio, según sea el caso deberá presentar una comunicación suscrita por el 51% de aprobación, como mínimo, de los propietarios o copropietarios del inmueble en referencia.
9. Póliza de seguro de responsabilidad civil. La cobertura de dicha póliza la fijará el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), atendiendo la dimensión de un eventual daño.

En caso de negativa del permiso, el Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial deberá comunicar mediante resolución las causas de su rechazo.

Artículo 5.

Se modifica el Artículo 15 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 15: Toda persona natural o jurídica interesada en realizar actividades de propaganda y publicidad comercial de naturaleza eventual en el Municipio Libertador deberá presentar solicitud ante el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) a través del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, consignando los siguientes recaudos:

1. Planilla Única de solicitud de autorización de Propaganda y Publicidad Comercial.
2. Registro de Información Fiscal (RIF)
3. Croquis de ubicación y fotografía del entorno donde se pretende instalar el medio publicitario.

4. Permiso de CORPOELEC, en caso que aplique.
5. Declaración del responsable adquiriendo la obligación de resarcir todo daño causado.
6. Aval otorgado por la Gerencia de Vialidad, Tránsito y Transporte, en caso que aplique.
7. Póliza de seguro de responsabilidad civil, en caso que aplique. La cobertura de dicha póliza la fijará el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), atendiendo a la dimensión de un eventual daño.

La solicitud de autorización para realizar actividades de propaganda y publicidad comercial de naturaleza eventual causará el pago de una tasa administrativa, equivalente a quince (15) unidades de cuenta dinámica (UCD)

Artículo 6.

Se modifica el Artículo 16 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 16: El ejercicio de las actividades que regula esta Ordenanza obliga al acatamiento de lo siguientes requisitos:

1. Cumplir con lo establecido en la presente Ordenanza y enterar el monto de los impuestos que se generen, se determinen o se causen, en las oficinas receptoras de fondos que indique el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT). En los casos en que un publicista o una empresa publicitaria obtuviese el permiso para actuar en el Municipio e incumpliera la normativa establecida, el anunciante será solidariamente responsable con el publicista o la empresa publicitaria, de la violación del ordenamiento jurídico municipal.
2. Mantener los medios publicitarios y las áreas circundantes en adecuadas condiciones de seguridad y conservación mientras permanezcan en exhibición. En caso de desperfecto, el responsable deberá reparar el deterioro en un plazo de quince (15) días hábiles o de lo contrario serán removidos por el Municipio. El costo por este servicio, le será imputado a la empresa que obtuvo el permiso, o solidariamente al anunciante, quien no podrá alegar daños y perjuicios
3. Al instalar vallas en autopistas o carreteras pavimentadas, tendrán entre si, una distancia mínima de trescientos (300) metros y serán instalados a cincuenta (50) metros del eje de la vía, con una altura no mayor de veinticinco (25) metros a partir del nivel del suelo.
4. Para instalar módulos publicitarios en aceras y que estén relacionados con servicios a la comunidad, tales como: farmacias, postes de señalización vial, estacionamientos, seguridad bancaria, planos, mapas, guías y o paradas de autobús o trolebús, deberán ajustarse al área a ocupar, con las siguientes medidas y recomendaciones:
 - a. Altura libre de 2,10 metros desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.

- b. Separación mínima del borde de la acera de 0,30 metros desde el borde exterior hasta la arista lateral más cercana de la señal.
 - c. La instalación únicamente se realizará en aceras que tengan más de 1,20 metros de ancho
 - d. Cuando se trate de paradas de autobuses, las estructuras deben dejar libres los laterales, cuidando el paso de peatones y personas con discapacidad, por lo cual la publicidad será instalada en el área posterior de dicha estructura.
 - e. Cuidar que los medios de publicidad no se confundan con las señales de tránsito u otras instalaciones destinadas a regular la circulación, reduzcan la visibilidad y la eficacia de las mismas, deslumbren a los usuarios de las vías o distraigan su atención de manera peligrosa para la circulación.
 - f. La instalación estará condicionada, teniendo en cuenta otras instalaciones que precedan a su solicitud, tales como la existencia de entidades bancarias, paradas de autobús o trolebús.
 - g. El contribuyente, bien sea persona natural o jurídica, que pretenda realizar cambios estructurales o de forma en las vallas, avisos, postes o cualquier medio de exhibición, previamente deberá solicitar la autorización del Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), así como la cancelación del impuesto previsto en esta Ordenanza, por parte del solicitante, sin cuyo requisito no podrá permitirse modificación alguna.
 - h. Notificar el retiro de los medios publicitarios y demostrar que se ha restituido a su condición original, el espacio ocupado por ellos. Mientras no se notifique el retiro de los medios publicitarios se continuará causando el impuesto.
 - i. Remitir al Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), en el mes de diciembre, la solicitud de renovación de inscripción y la relación de medios publicitarios que continuarán instalados durante el año siguiente, y así renovar en el mes de enero, el o los permisos otorgados. En caso contrario, el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) considerará que la empresa no tiene interés en seguir utilizando los medios no renovados y procederá a la remoción de dichas estructuras, previa notificación al afectado.
1. Cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso o altura requieran condiciones especiales para su instalación, los publicistas deberán, además, anexas a la solicitud del permiso, un plano a escala de la estructura y cuerpo del aviso y una póliza de responsabilidad civil, cada vez que solicite este tipo de publicidad, con duración mínima de un (1) año, para amparar los eventuales daños o perjuicios que puedan causarse a terceros. La cobertura de dicha póliza la fijará el Servicio Autónomo Municipal de Administración

Tributaria (SAMAT), atendiendo la dimensión de un eventual daño.

Artículo 7.

Se modifica el Artículo 18 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 18. El Alcalde o Alcaldesa, mediante Decreto debidamente motivado podrá prohibir temporal o permanentemente en algunos sectores del Municipio, el otorgamiento de nuevos permisos de propaganda y publicidad comercial, cuando el interés público así lo requiera.

Artículo 8.

Se modifica el Artículo 19 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 19: Toda Propaganda y Publicidad Comercial estará sujeta al pago del impuesto establecido en esta Ordenanza, cuyo pago deberá realizarse en las oficinas receptoras de fondos que indique el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), previo al otorgamiento de la autorización o permiso.

El monto del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial se fija y liquida por anualidad y se pagará en el primer trimestre de cada ejercicio económico financiero. Cuando la publicidad se efectúe en el transcurso del año fiscal se pagará proporcionalmente hasta el final del mismo, en caso de una solicitud por parte del contribuyente de manera formal realizada por escrito, se podrá realizar un fraccionamiento de pago, estableciendo cuotas semestrales o trimestrales durante el ejercicio económico financiero hasta extinguir el monto del tributo anual, de acuerdo a lo previsto en la presente Ordenanza.

En caso de que el contribuyente destine de un tiempo determinado para mantener en exhibición cualquier tipo de propaganda o publicidad comercial de carácter fijo, se podrá realizar el cálculo del impuesto en base al tiempo que la publicidad va a permanecer en exhibición, asimismo, una vez finalizado el tiempo para la exhibición de la publicidad en el establecimiento, se procederá a realizar una fiscalización para verificar la permanencia del mismo, en caso de que la publicidad permanezca exhibida habiéndose terminado el tiempo otorgado, se dará un plazo de diez (10) días continuos para retirar la publicidad, en caso de no haberla retirado se cargara nuevamente la obligación con un recargo adicional del 10% sobre el monto del impuesto.

Los anuncios de profesionales donde se indique nombre, teléfono, profesión, especialidad y dirección, instalados en el inmueble donde ejercen su profesión cuyo tamaño no exceda de cero coma cero cinco (0,05) metros cuadrados pagaran un impuesto anual de dos unidades de cuenta dinámica (2 U.C.D) anual.

La falta de pago del impuesto dentro de los términos establecidos en la presente Ordenanza, acarrea intereses de mora hasta la extinción de la deuda de acuerdo a lo previsto en el Código Orgánico Tributario.

Cualesquiera otros medios de propaganda o publicidad comercial que no sean explícitamente previstos en los artículos siguientes de la Ordenanza, serán establecidos y clasificados de oficio por el Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial.

Artículo 9.

Se modifica el Artículo 20 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 20. El pago de la totalidad del monto del impuesto liquidado para cada año dentro del mes de enero, tendrá un descuento del quince por ciento (15%) sobre el monto del impuesto, de efectuarse en el mes de febrero se aplicará el descuento del diez por ciento (10%).

El Alcalde o Alcaldesa, podrá decretar extensiones de estos plazos u ofrecer plazos especiales de descuentos equivalentes en otros meses del año calendario, atendiendo a condiciones especiales que hayan impedido el pago del beneficio por causas fortuitas o de fuerza mayor, en toda su extensión o en los plazos originalmente establecidos.

Artículo 10.

Se modifica el Artículo 22 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 22: Toda valla o panel publicitario solo podrá ubicarse en los siguientes espacios:

1. En los inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de uso mixto, previsto en las normas urbanísticas del Municipio.
2. En los linderos de las zonas residenciales y en las paredes laterales de edificaciones con uso mixto, cuando los carteles o anuncios o parte frontal de la publicidad, tengan dirigida su visibilidad a las avenidas ubicadas fuera de la zona residencial. Las vallas, a ser instaladas en áreas colindantes con la autopista, en zonas residenciales o de otro uso, no podrán interrumpir la visibilidad, ni la ventilación de las edificaciones propias o vecinas, ni perturbar a los vecinos o vecinas. Al instalar vallas en avenidas o carreteras pavimentadas, tendrán entre sí, una distancia mínima de trescientos (300) metros y serán instalados a cincuenta (50) metros del eje de la vía, con una altura no mayor de veinticinco (25) metros a partir del nivel del suelo.
3. En los kioscos de venta de revistas, periódicos y golosinas, debidamente autorizados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT).
4. En las aceras, cuando se trate de medios o unidades publicitarias combinados con servicios a la comunidad: postes señalizadores o similares, avisos o anuncios, en las paradas de autobuses y taxis y cualquier otro que persiga la misma finalidad.
5. Podrán colocarse medios publicitarios en instituciones educativas o deportivas, públicas o privadas, previa

aprobación de las autoridades municipales y del convenio con los representantes de las comunidades encargadas de las mismas para el mantenimiento de dichas instalaciones.

6. Representantes de las comunidades encargadas de las mismas para el mantenimiento de dichas instalaciones de autobuses y taxis y cualquier otro que persiga la misma finalidad.
7. La publicidad en kioscos o cualquier tipo comercio informal pagaran anualmente un impuesto de una unidad de cuenta dinámica (1 U.C.D) por metro cuadrado

Artículo 11.

Se modifica el Artículo 28 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 28: Si el solicitante no coloca la estructura publicitaria solicitada, dentro de los treinta (30) días continuos a la aprobación de la misma, caducará el derecho de instalación considerándose revocado el permiso. La Administración Tributaria Municipal procederá a conceder el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar, sin derecho a reclamo ni indemnización alguna.

Artículo 12.

Se modifica el Artículo 29 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 29: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante vallas o panel publicitario, que por su estructura puedan ubicarse en los inmuebles con zonificación comercial e industrial previstos en los planos de zonificación del Municipio Libertador, causará el pago del impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIVP = (VA \times FU) \times 12$$

Dónde:

- CIVP:** Cálculo de Impuesto para Vallas Publicitarias
- VA:** Valor de la Valla publicitaria en función del área útil
- FU:** Factor de Ubicación de la Valla

Tabla N° 1. Cálculo del Valor del área útil del a Valla Publicitaria

TIPOS DE VALLAS O PANEL PUBLICITARIO	VA
Valla sin luz (área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	5 UCD x M2
Valla sin luz (área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	10 UCD + 1 UCD x M2
Valla sin luz (área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	14 UCD + 0,5 UCD x M2
Valla luminosa (área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	6 UCD x M2
Valla luminosa (área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	12 UCD + 1 UCD x M2
Valla luminosa (área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	18 UCD + 0.5 UCD x M2

Valla Electrónica (área útil de la publicidad)	6 UCD x M2
Valla electrónica (área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	30 UCD + 4 UCD x M2
Valla electrónica (área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	36,4 UCD + 0,8 UCD x M2

Tabla N° 2. Cálculo del Factor de Ubicación de la Valla Publicitaria

Vallas	Ubicación	FU
	Troncales	1,4
	Arteriales	1,3
	Colectoras	1,2
	Locales	1,1

No podrá ser instalada publicidad mediante vallas en inmuebles situados en lugares de zonificación residencial.

Artículo 13.

Se modifica el Artículo 30 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 30: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante postes publicitarios instalados en aceras con servicios a la comunidad, causará el pago de un impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIPP = (VA \times FU) \times 12$$

Dónde:

- CIPP:** Cálculo de Impuesto de Postes Publicitarios
- VA:** Valor de la publicidad en función del área útil
- FU:** Factor de Ubicación del Poste Publicitario

Tabla N° 3. Cálculo del Valor del Área útil de Postes Publicitarios

ÁREA ÚTIL DEL POSTE PUBLICITARIO	VA
Postes Publicitarios (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2 UCD x M2
Postes Publicitarios (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	7.5 UCD + 1 UCD x M2
Postes Publicitarios (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	9.1 UCD + 0,5 UCD x M2
Postes Publicitarios Luminosos (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2.5 UCD x M2
Postes Publicitarios Luminosos (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	9 UCD + 1,5 UCD x M2

Postes Publicitarios Luminosos (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	11,4 UCD + 0,8 UCD x M2
Poste Publicitario Digital (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	5 UCD x M2
Poste Publicitario Digital (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	10,5 UCD + 4 UCD x M2
Poste Publicitario Digital (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	16,9 UCD + 0,8 UCD x M2

Tabla N° 4. Cálculo del Factor de Ubicación de Postes Publicitarios

Poste Publicitario	Ubicación	FU
	Troncales	1,4
Arteriales	1,3	
Colectoras	1,2	
Locales	1,1	

En caso que los publicistas de dichos medios dejaran de pagar los impuestos, la Administración Tributaria Municipal ejecutará la remoción de los mismos, previa notificación a la empresa, la cual queda obligada en acondicionar las aceras a su estado original.

Artículo 14.

Se modifica el Artículo 32 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 32: La publicidad comercial en banderas, pancartas, pendones y similares, previo a la ubicación en sitios permitidos, debe ser llevada al Servicio Autónomo de Administración Tributaria (SAMAT), a los fines que les sea impreso el sello correspondiente, así como la fecha de inicio y conclusión de la exhibición de la misma, no debiendo otorgarse permisos por períodos mayores a un mes.

La publicidad comercial por medio de banderas, pancartas, pendones y similares acarrea la consignación de una fianza o depósito equivalente a Setenta Unidades de Cuenta Dinámica (70 U.C.D) cuando fuere menor a tres medios publicitarios, y mayor a tres medios publicitarios Cien Unidades de Cuenta Dinámica (100 U.C.D), a la Administración Tributaria Municipal, como garantía para cubrir los gastos ocasionados al Municipio si el mismo tuviere que removerla; en caso que las mismas no sean retiradas en el lapso establecido en el permiso correspondiente, la Administración Tributaria Municipal procederá a retirarlas, no pudiendo el contribuyente obtener el reintegro del depósito respectivo, el cual pasará a formar parte del fisco municipal como resarcimiento por las labores ejecutadas por el mismo.

El monto del impuesto por propaganda y publicidad comercial a través de pendones, se calculará en base a los días que permanezca exhibida la propaganda, aplicando la fórmula establecida para la publicidad en avisos móviles.

Artículo 15.

Se adiciona un artículo a la ordenanza, quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 33: Las marquesinas, sombrillas, toldos e inflables que se utilicen para fines publicitarios de carácter eventual, pagaran una unidad de cuenta dinámica (1 U.C.D) por metro cuadrado por día, en el caso de utilizar estos mismos medios con carácter fijo cancelaran el impuesto anual de acuerdo al artículo 33, tabla número 5 de la presente ordenanza.

Artículo 16.

Se adiciona un artículo a la ordenanza, quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 34: Los stand publicitarios y demás medios similares que pretendan promocionar, exhibir, publicitar, instalar, distribuir, impulsar, productos y servicios en lugares públicos y privados del municipio deberán cancelar diariamente dos unidades de cuenta dinámica (2 U.C.D).

Artículo 17.

Se adiciona un artículo a la ordenanza, quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 35: En caso de realizar propaganda y publicidad comercial promocionando sus productos o servicios por medios auditivos, a través de altavoces ubicados en el establecimiento o vehículos con parlantes, deberá solicitar una inspección previa por la Unidad de Conservación Ambiental y presentar el aval del consejo comunal. Este medio publicitario deberá cancelar por hora cero coma cinco unidades de cuenta dinámica (0,5 U.C.D)

Artículo 18.

Se adiciona un artículo a la ordenanza, quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 36: Los letreros, anuncios pintados o similares colocados bajo cualquier medio, en el exterior de vehículos particulares, de carga, de reparto, incluso bicicletas, motocicletas y similares pagaran anualmente la cantidad de una unidad de cuenta dinámica (1 U.C.D) por metro cuadrado o fracción por cada anuncio.

Artículo 19.

Se modifica el Artículo 33 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 37: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante Aviso o Anuncio Publicitario, causará el pago de un impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIA = (VA \times FU) \times 12$$

Dónde:

CIA: Cálculo de Impuesto de Aviso o Anuncio

VA: Valor de la publicidad en función del área útil

FU: Factor de Ubicación del Aviso o Anuncio

Tabla N° 5. Cálculo del Valor del área útil del Anuncio o Aviso Publicitario

ANUNCIO O AVISO PUBLICITARIO	VA
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2 UCD x M2
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	3UCD + 1 UCD x M2
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	4,6 UCD + 0.5 UCD x M2
Aviso Publicitario luminoso (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	3 UCD x M2
Aviso Publicitario luminoso (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	4.5 UCD+ 1.5 UCD x M2
Aviso Publicitario luminoso (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	6.9 UCD + 0.8 UCD x M2
Aviso o Anuncio Institucional (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2,2 UCD x M2
Aviso o Anuncio Institucional (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	3,3 UCD + 1 UCD x M2
Aviso o Anuncio Institucional (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	4,9 UCD + 0,8 UCD x M2
Aviso Toldo o Marquesina (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	1,5 UCD x M2
Aviso Toldo o Marquesina (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	2,25 UCD + 1 UCD x M2
Aviso Toldo o Marquesina (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	3,85 UCD + 0,8 UCD x M2

Tabla N° 6. Cálculo del Factor de Ubicación del Anuncio o Aviso Publicitario

Aviso o Anuncio	Ubicación Parroquia	FU
	Antonio Spinetti Dini	1,4
	Arias Alto	
	Caracciolo Parra Pérez	
	Domingo Peña	
	El Llano	
	Gonzalo Picón Febres	
	Juan Rodríguez Suárez	
	Mariano Picón Salas	
	Milla	
	Lasso de la Vega	
	Sagrario	
	Osuna Rodríguez	1,3
	Arias Bajo	
	Jacinto Plaza	
El Morro	1,1	
Los Nevados		

Artículo 20.

Se modifica el Artículo 34 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 38: En caso de Avisos o Anuncio Móviles para recorrer calles o avenidas, que se efectúe mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, portadora de avisos en tableros, cartelones, inflables y otros medios de publicidad, el impuesto se calculará de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIAM= VA \times D$$

Dónde:

CIAM: Cálculo de Impuesto de Avisos Móviles

VA: Valor de la publicidad en función del área útil

D: Días de publicidad

Tabla N° 7. Cálculo del Valor del área útil del Aviso Móvil

PUBLICIDAD EN AVISOS MÓVILES	VA
Aviso o Anuncio Publicitario Móvil (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2 UCD x M2
Aviso o Anuncio Publicitario Móvil (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	3 UCD + 1 UCD x M2
Aviso o Anuncio Publicitario Móvil (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	4.6 UCD + 0.4 UCD X M2

Artículo 21.

Se modifica el Artículo 35 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 39: La publicidad instalada o exhibida en autobuses, taxis, trolebús y demás vehículos de uso

público, pagarán un impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIAM= VA \times 12$$

Dónde:

CIAM: Cálculo de Impuesto del Anuncio en Transporte Público

VA: Valor de la publicidad en función del área útil

Tabla N° 8. Cálculo del Valor del área útil del Anuncio en Transporte

PUBLICIDAD EN TRANSPORTE PÚBLICO	VA
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 0 m ² y 1,5 m ²)	3 UCD x M ²
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 1,6 m ² y 3 m ²)	4,5 UCD + 1,5 UCD x M ²
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad mayor a 3 m ²)	6,9 UCD + 0,8 UCD x M ²

Artículo 22.

Se modifica el Artículo 36 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 40: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante folletos y demás publicaciones de circulación ocasional tales como afiches, almanaques, trípticos, dípticos, volantes, mapas, guías, agendas o similares que lleven publicidad comercial y se ofrezcan gratuitamente o a la venta, causará el pago de un impuesto de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla N° 9. Cálculo de Publicidad Impresa

PUBLICIDAD IMPRESA	IMPUESTO
De 0 a 1000 Unidades	50 UCD
De 1001 a 5000 Unidades	70 UCD.
Mayor de 5001 Unidades	100 UCD.

La empresa editora o distribidora queda obligada a suministrar al Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, dentro de un lapso de tres (3) días hábiles, previo a la distribución de la relación numérica de la publicidad. Toda la publicidad deberá llevar impreso al pie, una leyenda donde se indique el número total de ejemplares impresos y el número de recibo o factura de pago del impuesto respectivo.

Artículo 23.

Se modifica el Artículo 41 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 45.- El impuesto a retener se calculará aplicando al monto de los cobros totales o parciales que debe realizar el Agente de Retención a sus clientes y/o anunciantes, el equivalente en Unidades Tributarias o el porcentaje que corresponda según el tipo de publicidad, de acuerdo a lo establecido en esta ordenanza.

El monto de la retención a efectuarse se realizará tomando como base el monto de lo cobrado o proporcionalmente sobre el monto de lo abonado a cuenta si este fuere el caso.

Artículo 24.

Se modifica el Artículo 43 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 47: Los montos retenidos serán enterados mensualmente a la Administración Tributaria Municipal, en la oficina receptora de fondos municipales anexando la copia correspondiente de los comprobantes de retención, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al mes objeto de la misma.

En el mes de diciembre de cada año, los Agentes de Retención deberán presentar a la Gerencia de Administración Tributaria del SAMAT, una relación detallada donde conste:

1. El número y denominación de las personas objetos de las retenciones.
2. Los conceptos y las cantidades cobradas a los clientes y/o anunciantes.
3. Los impuestos retenidos y enterados a la Administración Tributaria Municipal durante el período de que se trate.

Artículo 25.

Se modifica el Artículo 44 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 48: Los montos retenidos serán enterados mensualmente a la Administración Tributaria Municipal, en la oficina receptora de fondos municipales anexando la copia correspondiente de los comprobantes de retención, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al mes objeto de la misma.

En el mes de diciembre de cada año, los Agentes de Retención deberán presentar a la Gerencia de Administración Tributaria del SAMAT, una relación detallada donde conste:

Artículo 26.

Se modifica el Artículo 46 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 50: El Alcalde o Alcaldesa, podrá conceder las exoneraciones o rebajas parciales de Impuestos a que se refiere la presente ordenanza de acuerdo al art. 170 de la Ley Orgánica del Poder Municipal vigente en los casos siguientes:

1. La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia Venezuela, o dentro del país.

2. La propaganda y publicidad relativa a conciertos instrumentales o vocales, así como las exposiciones en Salas de Arte u oficinas promovidos por instituciones sin fines de lucro.
3. La propaganda y publicidad referente a espectáculos, cuando a juicio de la Administración Tributaria Municipal se consideren de carácter educativo, folklórico, cultural o benéfico.
4. La publicidad de espectáculos organizados en provecho exclusivo de instituciones de beneficencias, caritativas, asistenciales y humanitarias.
5. La publicidad que se realice en establecimientos comerciales que demuestre que el mismo es una actividad de carácter familiar o que sea el único ingreso y como tal demuestre que las ganancias son apenas suficientes para satisfacer las necesidades básicas del núcleo familiar. Esta condición será verificada mediante la presentación del correspondiente estudio social y de los recaudos que a tal efecto solicite el alcalde.

Artículo 27.

Se modifica el Artículo 52 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 56: Las infracciones a las disposiciones contenidas en esta Ordenanza serán sancionadas con multas por la comisión de las siguientes faltas:

1. El desconocer la autoridad del fiscal debidamente identificado en ejecución de sus labores de inspección, será sancionado con multa equivalente a cuarenta unidades de cuenta dinámica (40 U.C.D)
2. Falta o negativa de suministrar información al funcionario fiscal debidamente identificado que la requiera en momentos de la fiscalización de un medio publicitario tanto interno como externo, será sancionado con multa equivalente a sesenta unidades de cuenta dinámica (60 U.C.D).
3. La no comparecencia a las citaciones expedidas por la autoridad fiscal con relación al cumplimiento de esta Ordenanza, será sancionada con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 UCD) a menos que la falta se produzca por razones de fuerza mayor, enfermedad o caso fortuito.
4. La instalación, distribución y exhibición de propaganda y publicidad comercial, sin la debida autorización de la Administración Tributaria Municipal, será sancionada con multa equivalente a cien unidades de cuenta dinámica (100 U.C.D), la remoción de la publicidad, así como el pago de los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
5. El que instale publicidad en zonas residenciales y en los lugares prohibidos, será sancionado con multa equivalente a noventa unidades de cuenta dinámica (90 U.C.D), así como la remoción de la publicidad, el pago de los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
6. El que exhiba publicidad sin haber satisfecho el impuesto anual correspondiente, será sancionada con multa equivalente a setenta unidades de cuenta dinámica (70 UCD), la remoción de la publicidad, así como el pago de los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
7. La persona natural o jurídica que proceda a la instalación de publicidad, habiéndose negado la permisología, será sancionado con multa equivalente a doscientas unidades de cuenta dinámica (200 UCD), la remoción de la publicidad, así como los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
8. La empresa o empresario que altere o modifique las características originales de un medio publicitario al cual se le había otorgado el permiso correspondiente, sin notificarlo a la Administración Tributaria Municipal, será sancionada con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 UCD)
9. Quien reincida en trasgresiones a lo dispuesto en la presente Ordenanza, será sancionado con multa equivalente a trescientas unidades de cuenta dinámica (300 U.C.D).
10. Cuando no se haya retirado la propaganda y publicidad comercial con carácter ocasional en los lapsos previstos, la Administración Tributaria Municipal procederá a cobrar los impuestos causados y sancionará al infractor con multa de ochenta unidades de cuenta dinámica (80 U.C.D)
11. La empresa publicitaria que instale un medio ilegalmente, será sancionada con multa equivalente a cien unidades de cuenta dinámica (100 U.C.D) más el impuesto causado y le será notificada la obligación de remoción, de lo cual serán responsables ante la municipalidad por los daños que ocasione, tanto el publicista como el anunciante. De no proceder a la remoción solicitada, la Administración Tributaria Municipal procederá al desmantelamiento del medio de publicidad utilizado y al cobro respectivo de los costos que esto hubiese acarreado.
12. Quien exhiba propaganda o publicidad con mensajes contrarios al orden público a la moral o a la seguridad y defensa nacional, será sancionado con una multa equivalente a cien unidades de cuenta dinámica (100 U.C.D)
13. Quien pretenda demostrar como inofensivo a la salud el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco o utilice la actividad deportiva aficionada para promover su consumo, será sancionado con multa equivalente a ochenta unidades de cuenta dinámica (80 U.C.D).
14. Quien emplee la simbología de las señales de tránsito en la publicidad y propaganda comercial, será sancionado con

multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D).

15. Quien utilice materiales que a juicio de las autoridades competentes represente peligro para la visibilidad de los conductores, será sancionado con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D)

Los costos en que incurra la Administración Tributaria Municipal como consecuencia de la remoción de medios publicitarios, serán establecidos de oficio por el Superintendente Municipal Tributario.

Artículo 28.

Se modifica el Artículo 55 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 59: Las infracciones a las disposiciones de la presente Ordenanza que no estén contempladas como sanciones específicas, dará lugar a la imposición de una multa de cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D) y remoción del medio.

Artículo 29.

Se modifica el Artículo 63 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 67: Los Agentes de Retención que omitan la entrega al contribuyente del comprobante de retención y/o la relación de los montos de los impuestos retenidos, serán sancionados con multa equivalente a cuarenta unidades de cuenta dinámica (40 U.C.D).

Artículo 30.

Se suprime el Artículo 67 de la Ordenanza corriendo la numeración

Artículo 31.

Se adiciona un artículo a la Ordenanza, quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 71. La Propaganda y Publicidad, en cualquiera de sus vertientes, en el casco central de la ciudad se regulará por la ordenanza municipal con competencia en la materia, así como de todos aquellos aspectos relativos a la protección del patrimonio arquitectónico de la ciudad y de los elementos naturales o urbanos de interés sin perjuicio de la normativa general aplicable a este tipo de zonas y, en concreto, de las Normas Urbanísticas del Plan de Ordenación Urbana de la Ciudad y de Patrimonio Cultural previstas en la legislación vigente.

Artículo 32.

Se modifica el Artículo 68 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 72: Modifíquese, imprímase y publíquese la Ordenanza de Reforma de la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio Libertador del Estado Bolivariano de Mérida, en un solo texto, con las

reformas aquí aprobadas; quedando derogada la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial, publicada en Gaceta Municipal Extraordinaria N° 63 Año IV de fecha 07 de noviembre de 2017.

Artículo 33.

Se modifica el Artículo 69 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 73: La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial Municipal.

Dada, firmada y refrendada en el Salón de Sesiones "Libertador, Simón Bolívar" del Ilustre Concejo Municipal Libertador del estado Bolivariano de Mérida, a los _____ (____) días del mes de Abril del dos mil veinticuatro (2.024). Años Ducentésimo Décimo Tercero (213°) de la Independencia, Centésimo Sexagésimo Quinto (165°) de la Federación y Vigésimo Quinto (25°) de la Revolución Bolivariana.

**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVARIANO DE MERIDA
MUNICIPIO LIBERTADOR**

**El Concejo del Municipio Libertador del Estado
Bolivariano de Mérida**

**ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA
ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR**

El Concejo Municipal del Municipio Libertador del estado Bolivariano de Mérida, en ejercicio de las atribuciones legales conferidas en el Artículo 175 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela; de conformidad con los artículos 54 ordinal 1° y 6°; artículo 95 ordinales 1°, 4° y 23° de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, en concordancia con el artículo 24 de la Ordenanza de Instrumentos Jurídicos Municipales y del artículo 135 del Reglamento Interior y de Debates del Concejo Municipal Libertador del Estado Mérida, publicado en la gaceta Oficial Municipal Extraordinario N° 10 Año I de fecha 23 de Enero de 2014, sanciona la siguiente:

**ORDENANZA DE REFORMA PARCIAL DE LA
ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y
PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO LIBERTADOR.**

**CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1°

Se modifica el Artículo 1 de la Ordenanza quedando numerado y redactado de la siguiente manera:

Artículo 1°: La presente Ordenanza tiene por objeto regular la propaganda y publicidad comercial que sea instalada, transmitida y exhibida en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles al público y aquella distribuida de manera impresa en

las vías públicas o trasladada mediante vehículo dentro de la jurisdicción del Municipio Libertador, con el fin de armonizar esta actividad con la protección, mantenimiento y mejora de los valores del paisaje urbano, de conformidad con lo establecido en la Constitución Nacional y la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.

Se establece la Unidad de Cuenta Dinámica (U.C.D) que será utilizada a los efectos tributarios en el Municipio Libertador, para el cálculo de los tributos, tasas, accesorios y sanciones, es el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela, sin perjuicio que las obligaciones deban pagarse exclusivamente en la cantidad equivalente en bolívares, al tipo de cambio vigente para la fecha del pago de tributos, accesorio o sanción.

A los efectos de la determinación de los tributos, tasas, accesorios o sanción se establece, que el cálculo a los fines de la liquidación de los mismos tendrá una vigencia de diez (10) días continuos, contados desde la fecha de emisión del respectivo estado de cuenta; vencido dicho lapso, a través del sistema automatizado se actualizara de forma inmediata la determinación para la liquidación del tributo, tasas, accesorios y sanciones al tipo de cambio vigente de la moneda con mayor valor para el momento del nuevo cálculo.

Artículo 2º: A los efectos de la presente Ordenanza se entiende por:

1. Anunciante: Es el productor y/o comercializador de un producto o servicio de venta legal al público, que se beneficia con la publicidad.

2. Aviso Publicitario: Toda escritura, letrero impreso, emblema, dibujo, fotografía u otro medio cuyo propósito sea llamar la atención sobre un producto, artículo, empresa o actividad pública o privada, benéfica o religiosa con o sin fines de lucro, colocado en el interior o exterior de un inmueble o edificación.

3. Aviso o Anuncio Institucional: Cualquiera que identifique o se refiera a una actividad, institución, establecimiento o servicio realizado, ejercido u ofrecido sin fines de lucro.

4. Aviso o Anuncio de Identificación: Cualquier adosado a la fachada del inmueble que contenga exclusivamente como medio de identificación, el nombre o la dirección del edificio, local o establecimiento.

5. Anuncio Móvil: Todo aquello que sea concebido para atraer la atención por la movilidad física del aviso o de alguna de sus partes, incluyendo la rotación, movimiento o la percepción del movimiento.

6. Anuncio de Toldo o Marquesina: Cualquiera que este pintado o fijado sobre un toldo o sobre una marquesina y que no sobresalga por encima o por debajo de la superficie de la misma.

7. Anuncio Portátil: Cualquiera que no tenga fijación permanente a un edificio o al suelo, incluyendo anuncios sobre caballetes, fijados a postes, reflectores, exhibiciones, carteles, afiches y anuncios de actividad económica.

8. Propaganda: Conjunto de medios, métodos y técnicas por medio de los cuales se da a conocer, divulga o difunde un mensaje con el objetivo de atraer seguidores para su causa o de influir sobre la conducta de las personas.

9. Publicidad: Toda forma de comunicación y estrategias realizadas por una persona natural o jurídica, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover en forma directa o indirecta a la contratación o consumo de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

10. Publicidad Dinámica: Aquella forma de publicidad realizada mediante el contacto directo con el público y con el uso preferente de zonas o espacios de dominio público y de zonas privadas de concurrencia o utilización pública.

11. Publicidad Exterior: Es aquella visible desde las vías y espacios públicos siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

12. Publicidad Interior: Consiste en medios visuales colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente.

13. Publicidad Impresa: Es la diseminación de mensajes publicitarios usando ítems visuales que se realizan en medios impresos como panfletos, folletos, catálogos y, en definitiva, sobre papel.

14. Publicidad Eventual u ocasional: Son aquellos que por su naturaleza y duración no son permanentes, tales como banderas, banderines, banderolas, pancartas, pendones, volantes, barras, cupones, folletos y similares.

15. Publicista: Es toda persona natural o jurídica que realice, promueva, ordene o pague la publicidad, por su cuenta o por cuenta de terceros, cualesquiera de las operaciones integradoras de la actividad publicitaria.

16. Medios: Son los canales, vías o espacios creados, manejados, fabricados, instalados, 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.

17. Valla: Es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios.

18. Valla Luminosa: Es aquella cuya iluminación se encuentra en la parte interior de su estructura.

19. Mecánica: Aquella que permite la exhibición de distintas propagandas por medios mecánicos.

20. Valla Móvil: Es una valla publicitaria colocada sobre un vehículo de carga (camioneta, camión o tráiler) mostrando

el mensaje hacia los costados y que circula por avenidas y calles con el único objetivo de exhibir publicidad.

21. Valla Electrónica: Es aquella que exhibe anuncios cambiables accionados por control automático.

22. Postes Publicitarios: Son los medios combinados con servicios a la comunidad, y en cuya estructura se incorporan elementos publicitarios y se promueve o presta un servicio reconocido en forma oficial.

Artículo 3°: La propaganda y publicidad comercial realizada sobre cualquier artículo, servicio o producto o sobre exhibiciones artísticas, de habilidad o destreza, deberá ajustarse a lo previsto en la normativa emanada del Poder Público Nacional, Estatal y Municipal relacionada con la materia, incluyendo la presente Ordenanza.

Artículo 4°: La publicidad comercial que se haga a cualquier artículo, servicio o producto o sobre exhibiciones artísticas, de habilidad o destreza, deberá ajustarse a lo previsto en la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario.

Artículo 5°: El sujeto pasivo de la relación jurídica tributaria que regula la presente Ordenanza, en calidad de contribuyente lo constituye el anunciante.

Son sujetos pasivos responsables de este impuesto, en calidad de agentes de percepción y/o retención, 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.

Artículo 6°: El hecho imponible generador de este impuesto para determinar la obligación tributaria lo constituye la actividad publicitaria, es decir, la propaganda y publicidad comercial que sea instalada, transmitida y exhibida en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles por el público y aquella distribuida de manera impresa en las vías públicas o trasladada mediante vehículo dentro de la jurisdicción del Municipio Libertador.

Artículo 7°: El sujeto activo de la relación jurídica tributaria que regula la presente Ordenanza, lo constituye la Administración Tributaria Municipal.

Artículo 8°: La base imponible del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial atiende a diferentes criterios:

1. Vallas o paneles publicitarios por metros cuadrados y ubicación.
2. Postes Publicitarios por metros cuadrados y ubicación.
3. Avisos Publicitarios por metros cuadrados y ubicación.
4. Avisos o Anuncios Móviles por metros cuadrados y tiempo de ejecución o periodicidad de la publicidad exhibida.

5. Publicidad Impresa por Unidades.

Artículo 9°: Las variables o parámetros considerados para la determinación del impuesto de propaganda y publicidad comercial son:

1. Valor del Área: Entendiendo como el valor del área de la publicidad o propaganda comercial instalada, transmitida y exhibida en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada y/o distribuida de manera impresa en las vías públicas o trasladada mediante vehículo dentro de la jurisdicción del Municipio Libertador establecida por metros cuadrados.
2. Factor de Ubicación: Entendiendo como el valor de la publicidad o propaganda comercial de acuerdo a la ubicación en el Municipio Libertador.
3. Factor Tiempo y/o periodicidad: Lo constituyen los días que permanece la publicidad o propaganda comercial instalada, transmitida y exhibida en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada y/o distribuida de manera impresa en las vías públicas o trasladada mediante vehículo.

Artículo 10: Toda persona natural o jurídica interesada en realizar la actividad de propaganda y publicidad comercial de naturaleza permanente en el Municipio Libertador, deberá inscribirse en el Registro que a tal efecto lleva el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT).

El Registro Municipal de Propaganda y Publicidad Comercial causará una tasa administrativa anual, equivalente a Quince Unidades de Cuenta Dinámica (15 U.C.D), renovable dentro del primer mes de inicio del ejercicio fiscal, entendiéndose en el transcurso del mes de enero.

Las personas naturales y jurídicas que realicen propaganda y publicidad de manera eventual, no están obligadas en realizar la inscripción en el Registro, solo deberán solicitar permiso en cada oportunidad, cumpliendo a tal efecto con lo previsto en la presente Ordenanza.

CAPÍTULO II DEL REGISTRO DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL Y REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN

Artículo 11: A los efectos de la inscripción ante el Registro de Propaganda y Publicidad Comercial, las personas naturales y jurídicas deberán consignar ante el Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, los siguientes recaudos:

1 Personas Jurídicas:

- a. Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial indicando datos de identificación y ubicación.

2 Personas Naturales:

- a. Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial indicando datos de identificación y ubicación.

**CAPÍTULO III
DEL PROCEDIMIENTO PARA LA
TRAMITACION DEL PERMISO**

Artículo 12: No podrá hacerse pública la propaganda y publicidad comercial sin que antes se haya obtenido el permiso respectivo y satisfecho por el contribuyente el valor del impuesto correspondiente. Igualmente, no podrá otorgarse el permiso respectivo, cuando la publicidad no se ajuste a las normas y requisitos establecidos en la presente Ordenanza.

Artículo 13: En toda Propaganda o Publicidad Comercial destinada a permanecer a la vista del público, deberá indicarse en forma clara y visible el número de permiso que se le autorice y el nombre del Contribuyente, mediante una placa o etiqueta autorizada por el Servicio Autónomo Municipal de la Administración Tributaria (SAMAT).

Artículo 14: Toda persona natural o jurídica interesada en realizar actividades de propaganda y publicidad comercial de naturaleza permanente en el Municipio Libertador deberá presentar solicitud ante el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) a través del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, consignando los siguientes recaudos:

1. Planilla Única de inscripción del Registro de Propaganda y Publicidad Comercial.
2. Registro de Información Fiscal (RIF)
3. Croquis de ubicación y fotografía del entorno donde se pretende instalar el medio publicitario.
4. Maqueta o boceto especificando tamaño, tipo de producto, descripción del anuncio, cartel o cualquier forma de publicidad a instalar en lugares fijos o cualquier otra información necesaria a fin de calcular el impuesto respectivo.
5. Aval otorgado por la Gerencia de Vialidad, Tránsito y Transporte, en caso que aplique.
6. En caso de vallas, la empresa publicitaria deberá obtener el Aval del Departamento de Planificación Urbana, de conformidad con los planos reguladores de zonificación del Municipio.
7. Declaración del representante legal de la empresa publicitaria adquiriendo la obligación de resarcir todo daño causado al medio ambiente por la instalación de vallas y restituir el terreno sobre el cual está instalada la valla a su condición original.
8. En caso de instalación de vallas o medios publicitarios en azoteas o fachadas de edificaciones comerciales o residenciales, la administradora o la junta de condominio, según sea el caso deberá presentar una comunicación suscrita por el 51% de aprobación, como mínimo, de los propietarios o copropietarios del inmueble en referencia.
9. Póliza de seguro de responsabilidad civil. La cobertura de dicha póliza la fijará el Servicio

Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), atendiendo la dimensión de un eventual daño.

En caso de negativa del permiso, el Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial deberá comunicar mediante resolución las causas de su rechazo.

Artículo 15: Toda persona natural o jurídica interesada en realizar actividades de propaganda y publicidad comercial de naturaleza eventual en el Municipio Libertador deberá presentar solicitud ante el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) a través del Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, consignando los siguientes recaudos:

- a.- Planilla Única de solicitud de autorización de Propaganda y Publicidad Comercial.
- b.- Registro de Información Fiscal (RIF)
- c.- Croquis de ubicación y fotografía del entorno donde se pretende instalar el medio publicitario.
- d.- Permiso de CORPOELEC, en caso que aplique.
- e.- Declaración del responsable adquiriendo la obligación de resarcir todo daño causado.
- f.- Aval otorgado por la Gerencia de Vialidad, Tránsito y Transporte, en caso que aplique.
- g.- Póliza de seguro de responsabilidad civil, en caso que aplique. La cobertura de dicha póliza la fijará el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), atendiendo a la dimensión de un eventual daño.

La solicitud de autorización para realizar actividades de propaganda y publicidad comercial de naturaleza eventual causará el pago de una tasa administrativa, equivalente a quince (15) unidades de cuenta dinámica (UCD)

Artículo 16: El ejercicio de las actividades que regula esta Ordenanza obliga al acatamiento de lo siguientes requisitos:

- 1.- Cumplir con lo establecido en la presente Ordenanza y enterar el monto de los impuestos que se generen, se determinen o se causen, en las oficinas receptoras de fondos que indique el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT). En los casos en que un publicista o una empresa publicitaria obtuviese el permiso para actuar en el Municipio e incumpliera la normativa establecida, el anunciante será solidariamente responsable con el publicista o la empresa publicitaria, de la violación del ordenamiento jurídico municipal.
- 2.- Mantener los medios publicitarios y las áreas circundantes en adecuadas condiciones de seguridad y conservación mientras permanezcan en exhibición. En caso de desperfecto, el responsable deberá reparar el deterioro en un plazo de quince (15) días hábiles o de lo contrario serán removidos por el Municipio. El costo por este servicio, le será imputado a la empresa que obtuvo el permiso, o solidariamente al anunciante, quien no podrá alegar daños y perjuicios.

3.- Al instalar vallas en autopistas o carreteras pavimentadas, tendrán entre sí, una distancia mínima de trescientos (300) metros y serán instalados a cincuenta (25) metros del eje de la vía, con una altura no mayor de veinticinco (25) metros a partir del nivel del suelo.

4.-Para instalar módulos publicitarios en aceras y que estén relacionados con servicios a la comunidad, tales como: farmacias, postes de señalización vial, estacionamientos, seguridad bancaria, planos, mapas, guías y o paradas de autobús o trolebús, deberán ajustarse al área a ocupar, con las siguientes medidas y recomendaciones:

a. Altura libre de 2,10 metros desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.

b. Separación mínima del borde de la acera de 0,30 metros desde el borde exterior hasta la arista lateral más cercana de la señal.

c. La instalación únicamente se realizará en aceras que tengan más de 1,20 metros de ancho

d. Cuando se trate de paradas de autobuses, las estructuras deben dejar libres los laterales, cuidando el paso de peatones y personas con discapacidad, por lo cual la publicidad será instalada en el área posterior de dicha estructura.

e. Cuidar que los medios de publicidad no se confundan con las señales de tránsito u otras instalaciones destinadas a regular la circulación, reduzcan la visibilidad y la eficacia de las mismas, deslumbren a los usuarios de las vías o distraigan su atención de manera peligrosa para la circulación.

f. La instalación estará condicionada, teniendo en cuenta otras instalaciones que precedan a su solicitud, tales como la existencia de entidades bancarias, paradas de autobús o trolebús.

g. El contribuyente, bien sea persona natural o jurídica, que pretenda realizar cambios estructurales o de forma en las vallas, avisos, postes o cualquier medio de exhibición, previamente deberá solicitar la autorización del Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), así como la cancelación del impuesto previsto en esta Ordenanza, por parte del solicitante, sin cuyo requisito no podrá permitirse modificación alguna.

h. Notificar el retiro de los medios publicitarios y demostrar que se ha restituido a su condición original, el espacio ocupado por ellos. Mientras no se notifique el retiro de los medios publicitarios se continuará causando el impuesto.

i. Remitir al Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), en el mes de diciembre, la solicitud de renovación de inscripción y la relación de medios publicitarios que continuarán instalados durante el año siguiente, y así renovar en el mes de enero, el o los permisos otorgados. En caso contrario, el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) considerará que la empresa no tiene interés en seguir utilizando los

medios no renovados y procederá a la remoción de dichas estructuras, previa notificación al afectado.

j. Cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso o altura requieran condiciones especiales para su instalación, los publicistas deberán, además, anexas a la solicitud del permiso, un plano a escala de la estructura y cuerpo del aviso y una póliza de responsabilidad civil, cada vez que solicite este tipo de publicidad, con duración mínima de un (1) año, para amparar los eventuales daños o perjuicios que puedan causarse a terceros. La cobertura de dicha póliza la fijará el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), atendiendo la dimensión de un eventual daño.

Artículo 17: En caso de reubicación o traslado de un espacio o medio publicitario, este se considerará como nuevo, debiendo el interesado, proceder a la gestión de un nuevo permiso, previo cumplimiento de las normas establecidas en la presente Ordenanza.

Artículo 18. El Alcalde o Alcaldesa, mediante Decreto debidamente motivado podrá prohibir temporal o permanentemente en algunos sectores del Municipio, el otorgamiento de nuevos permisos de propaganda y publicidad comercial, cuando el interés público así lo requiera.

CAPÍTULO IV DE LOS DISTINTOS MEDIOS PUBLICITARIOS Y DEL IMPUESTO APLICABLE

Artículo 19: Toda Propaganda y Publicidad Comercial estará sujeta al pago del impuesto establecido en esta Ordenanza, cuyo pago deberá realizarse en las oficinas receptoras de fondos que indique el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT), previo al otorgamiento de la autorización o permiso.

El monto del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial se fija y liquida por anualidad y se pagará en el primer trimestre de cada ejercicio económico financiero. Cuando la publicidad se efectúe en el transcurso del año fiscal se pagará proporcionalmente hasta el final del mismo, en caso de una solicitud por parte del contribuyente de manera formal realizada por escrito, se podrá realizar un fraccionamiento de pago, estableciendo cuotas semestrales o trimestrales durante el ejercicio económico financiero hasta extinguir el monto del tributo anual, de acuerdo a lo previsto en la presente Ordenanza.

En caso de que el contribuyente destine de un tiempo determinado para mantener en exhibición cualquier tipo de propaganda o publicidad comercial de carácter fijo, se podrá realizar el cálculo del impuesto en base al tiempo que la publicidad va a permanecer en exhibición, asimismo, una vez finalizado el tiempo para la exhibición de la publicidad en el establecimiento, se procederá a realizar una fiscalización para verificar la permanencia del mismo, en caso de que la publicidad permanezca exhibida habiéndose terminado el tiempo otorgado, se dará un plazo de diez (10) días continuos para retirar la publicidad, en

caso de no haberla retirado se cargara nuevamente la obligación con un recargo adicional del 10% sobre el monto del impuesto.

Los anuncios de profesionales donde se indique nombre, teléfono, profesión, especialidad y dirección, instalados en el inmueble donde ejercen su profesión cuyo tamaño no exceda de cero coma cero cinco (0,05) metros cuadrados pagaran un impuesto anual de dos unidades de cuenta dinámica (2 U.C.D) anual.

La falta de pago del impuesto dentro de los términos establecidos en la presente Ordenanza, acarrea intereses de mora hasta la extinción de la deuda de acuerdo a lo previsto en el Código Orgánico Tributario.

Cualquier otro medio de propaganda o publicidad comercial que no sean explícitamente previstos en los artículos siguientes de la Ordenanza, serán establecidos y clasificados de oficio por el Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial.

Artículo 20. El pago de la totalidad del monto del impuesto liquidado para cada año dentro del mes de enero, tendrá un descuento del quince por ciento (15%) sobre el monto del impuesto, de efectuarse en el mes de febrero se aplicará el descuento del diez por ciento (10%).

El Alcalde o Alcaldesa, podrá decretar extensiones de estos plazos u ofrecer plazos especiales de descuentos equivalentes en otros meses del año calendario, atendiendo a condiciones especiales que hayan impedido el pago del beneficio por causas fortuitas o de fuerza mayor, en toda su extensión o en los plazos originalmente establecidos.

Artículo 21: Toda valla o panel publicitario con estructura fija sobre el suelo, techos y azóteas, será considerada como una construcción y, por lo tanto, queda sometida a la normativa en materia urbanística vigente.

Artículo 22: Toda valla o panel publicitario solo podrá ubicarse en los siguientes espacios:

1. En los inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de uso mixto, previsto en las normas urbanísticas del Municipio.
2. En los linderos de las zonas residenciales y en las paredes laterales de edificaciones con uso mixto, cuando los carteles o anuncios o parte frontal de la publicidad, tengan dirigida su visibilidad a las avenidas ubicadas fuera de la zona residencial. Las vallas, a ser instaladas en áreas colindantes con las avenidas, en zonas residenciales o de otro uso, no podrán interrumpir la visibilidad, ni la ventilación de las edificaciones propias o vecinas, ni perturbar a los vecinos o vecinas. Al instalar vallas en avenidas o carreteras pavimentadas, tendrán entre sí, una distancia mínima de trescientos (300) metros y serán instalados a cincuenta (50) metros del eje de la vía, con una altura no mayor de veinticinco (25) metros a partir del nivel del suelo.

3. En los kioscos de venta de revistas, periódicos y golosinas, debidamente autorizados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT).
4. En las aceras, cuando se trate de medios o unidades publicitarias combinados con servicios a la comunidad: postes señalizadores o similares, avisos o anuncios, en las paradas de autobuses y taxis y cualquier otro que persiga la misma finalidad.
5. Podrán colocarse medios publicitarios en instituciones educativas o deportivas, públicas o privadas, previa aprobación de las autoridades municipales y del convenio con los representantes de las comunidades encargadas de las mismas para el mantenimiento de dichas instalaciones.
6. Representantes de las comunidades encargadas de las mismas para el mantenimiento de dichas instalaciones de autobuses y taxis y cualquier otro que persiga la misma finalidad.
7. La publicidad en kioscos o cualquier tipo comercio informal pagaran anualmente un impuesto de una unidad de cuenta dinámica (1 U.C.D) por metro cuadrado

Artículo 23: Las vallas de identificación de obras de construcción, así como las de identificación de los profesionales responsables de las mismas, sólo podrán tener un máximo de dieciocho metros cuadrados (18 mts²) y deberán ser colocadas, por lo menos, a cuatro (4) metros del límite exterior de la vía. Estas vallas sólo podrán estar instaladas en el lugar hasta seis (6) meses de concluida la obra, salvo que permanezca la oferta de venta, en cuyo caso, podrá mantenerse un (1) año después de terminada la construcción.

Artículo 24: Si se trata de publicidad combinada con servicios a la comunidad, o sea, estructura destinada a la presentación de un servicio público acompañada de un mensaje comercial, deben llenarse los siguientes requisitos:

1. La estructura tendrá un máximo de 1,20 mts. de ancho, siempre que deje libre para el paso de peatones el espacio al que se refiere el numeral segundo de este Artículo; las dimensiones del medio publicitario no podrán ser mayores que las del medio de presentación de servicios a la comunidad y las características de ambos deberán ser similares.
2. Deben ubicarse de manera tal que quede por lo menos un espacio de 1,50 mts. para la libre circulación de los peatones.
3. Deben ser colocadas, por lo menos, a cien metros de separación entre ellas.
4. En las aceras sólo se permitirán la instalación de publicidad combinada con servicios a la comunidad.

Artículo 25: En los terrenos urbanos no municipales, que no se encuentren a los bordes de la vía ubicados en zonas no residenciales según las Ordenanzas que rigen la materia, sólo se permitirá la instalación de medios publicitarios a una distancia del borde de las mismas, por lo menos igual a dos

(2) veces el ancho del área peatonal adyacente al terreno. Si no existiera dicha área, deberá guardarse una distancia mínima de dos (2) metros del borde de la vía. En cualquier caso, el medio publicitario deberá instalarse a una altura mínima de un metro con ochenta centímetros (1,80 cm) sobre el nivel del suelo, incorporándolo arquitectónicamente al terreno y evitando la visualización directa de los elementos estructurales en su cara posterior y de la fijación al suelo.

Artículo 26: En las plazas, parques, plazoletas, islas divisorias de autopistas y avenidas, calles y veredas, solo se permitirán mensajes de imagen si la empresa patrocinante realiza labores de ornato y mantenimiento, previo convenio celebrado con el Municipio.

Artículo 27: Podrán colocarse medios publicitarios en instituciones educativas o deportivas, públicas o privadas, previa aprobación de las autoridades municipales y del convenio con los representantes de las comunidades encargadas de las mismas para el mantenimiento de dichas instalaciones.

Artículo 28: Si el solicitante no coloca la estructura publicitaria solicitada, dentro de los treinta (30) días continuos a la aprobación de la misma, caducará el derecho de instalación considerándose revocado el permiso. La Administración Tributaria Municipal procederá a conceder el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar, sin derecho a reclamo ni indemnización alguna.

Artículo 29: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante vallas o panel publicitario, que por su estructura puedan ubicarse en los inmuebles con zonificación comercial e industrial previstos en los planos de zonificación del Municipio Libertador, causará el pago del impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

Dónde: $CIVP = (VA \times FU) \times 12$

CIVP: Cálculo de Impuesto para Vallas Publicitarias
VA: Valor de la Valla publicitaria en función del área útil
FU: Factor de Ubicación de la Valla.

Tabla N° 1. Cálculo del Valor del área útil del a Valla Publicitaria

Tabla N° 1. Cálculo del Valor del área útil del a Valla Publicitaria

TIPOS DE VALLAS O PANEL PUBLICITARIO	VA
Valla sin luz (área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	5 UCD x M2
Valla sin luz (área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	10 UCD + 1 UCD x M2
Valla sin luz (área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	14 UCD + 0,5 UCD x M2
Valla luminosa (área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	6 UCD x M2

Valla luminosa (área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	12 UCD + 1 UCD x M2
Valla luminosa (área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	18 UCD + 0,5 UCD x M2
Valla Electrónica (área útil de la publicidad)	6 UCD x M2
Valla electrónica (área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	30 UCD + 4 UCD x M2
Valla electrónica (área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	36,4 UCD + 0,8 UCD x M2

Tabla N° 2. Cálculo del Factor de Ubicación de la Valla Publicitaria

Vallas	Ubicación	FU
	Troncales	1,4
	Arteriales	1,3
	Colectoras	1,2
	Locales	1,1

No podrá ser instalada publicidad mediante vallas en inmuebles situados en lugares de zonificación residencial.

Artículo 30: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante postes publicitarios instalados en aceras con servicios a la comunidad, causará el pago de un impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIPP = (VA \times FU) \times 12$$

Dónde:

CIPP: Cálculo de Impuesto de Postes Publicitarios
VA: Valor de la publicidad en función del área útil
FU: Factor de Ubicación del Poste Publicitario

Tabla N° 3. Cálculo del Valor del Área útil de Postes Publicitarios

Tabla N° 3. Cálculo del Valor del Área útil de Postes Publicitarios

ÁREA ÚTIL DEL POSTE PUBLICITARIO	VA
Postes Publicitarios (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2 UCD x M2
Postes Publicitarios (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	7.5 UCD + 1 UCD x M2
Postes Publicitarios (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	9.1 UCD + 0,5 UCD x M2
Postes Publicitarios Luminosos (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2.5 UCD x M2
Postes Publicitarios Luminosos (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	9 UCD + 1,5 UCD x M2
Postes Publicitarios Luminosos (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	11.4 UCD + 0,8 UCD x M2

Poste Publicitario Digital (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	5 UCD x M2
Poste Publicitario Digital (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	10,5 UCD + 4 UCD x M2
Poste Publicitario Digital (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	16,9 UCD + 0,8 UCD x M2

Tabla N° 4. Cálculo del Factor de Ubicación de Postes Publicitarios

Poste Publicitario	Ubicación	FU
	Troncales	1,4
	Arteriales	1,3
	Colectoras	1,2
	Locales	1,1

En caso que los publicistas de dichos medios dejaran de pagar los impuestos, la Administración Tributaria Municipal ejecutará la remoción de los mismos, previa notificación a la empresa, la cual queda obligada en acondicionar las aceras a su estado original.

Artículo 31: Toda publicidad en forma de cartel, sin luz, aviso impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, objetos, símbolos o signos destinados a permanecer a la vista del público, será instalado de plano y adosado a la fachada del establecimiento, cuando la misma así lo permita, sin obstruir la ventilación ni vista de los locales comerciales, con un espesor no mayor de treinta centímetros (30 cm.) y una altura no menor de dos metros y veinte centímetros (2,20 mts.) contados a partir del borde inferior del aviso, hasta la superficie de la acera o piso.

Artículo 32: La publicidad comercial en banderas, pancartas, pendones y similares, previo a la ubicación en sitios permitidos, debe ser llevada al Servicio Autónomo de Administración Tributaria (SAMAT), a los fines que les sea impreso el sello correspondiente, así como la fecha de inicio y conclusión de la exhibición de la misma, no debiendo otorgarse permisos por períodos mayores a un mes.

La publicidad comercial por medio de banderas, pancartas, pendones y similares acarrea la consignación de una fianza o depósito equivalente a Setenta Unidades de Cuenta Dinámica (70 U.C.D) cuando fuere menor a tres medios publicitarios; y mayor a tres medios publicitarios el equivalente a Cien Unidades de Cuenta Dinámica (100 U.C.D), en la Administración Tributaria Municipal, como garantía para cubrir los gastos ocasionados al Municipio si el mismo tuviere que removerla; en caso que las mismas no sean retiradas en el lapso establecido en el permiso correspondiente, la Administración Tributaria Municipal procederá a retirarlas, no pudiendo el contribuyente obtener el reintegro del depósito respectivo, el cual pasará a formar parte del fisco municipal como resarcimiento por las labores ejecutadas por el mismo.

El monto del impuesto por propaganda y publicidad comercial a través de pendones, se calculará en base a los días que permanezca exhibida la propaganda, aplicando la fórmula establecida para la publicidad en avisos móviles.

Artículo 33: Las marquesinas, sombrillas, toldos e inflables que se utilicen para fines publicitarios de carácter eventual, pagaran una unidad de cuenta dinámica (1 U.C.D) por metro cuadrado por día, en el caso de utilizar estos mismos medios con carácter fijo cancelaran el impuesto anual de acuerdo al artículo 33, tabla número 5 de la presente ordenanza.

Artículo 34: Los stands publicitarios y demás medios similares que pretendan promocionar, exhibir, publicitar, instalar, distribuir, impulsar, productos y servicios en lugares públicos y privados del municipio deberán cancelar diariamente dos unidades de cuenta dinámica (2 U.C.D).

Artículo 35: En caso de realizar propaganda y publicidad comercial promocionando sus productos o servicios por medios auditivos, a través de altavoces ubicados en el establecimiento o vehículos con parlantes, deberá solicitar una inspección previa por la Unidad de Conservación Ambiental y presentar el aval del consejo comunal. Este medio publicitario deberá cancelar por hora cero coma cinco unidades de cuenta dinámica (0,5 U.C.D)

Artículo 36: Los letreros, anuncios pintados o similares colocados bajo cualquier medio, en el exterior de vehículos particulares, de carga, de reparto, incluso bicicletas, motocicletas y similares pagaran anualmente la cantidad de una unidad de cuenta dinámica (1 U.C.D) por metro cuadrado o fracción por cada anuncio.

Artículo 37: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante Aviso o Anuncio Publicitario, causará el pago de un impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIA = (VA \times FU) \times 12$$

Dónde:

CIA: Cálculo de Impuesto de Aviso o Anuncio **VA:** Valor de la publicidad en función del área útil

FU: Factor de Ubicación del Aviso o Anuncio

Tabla N° 5. Cálculo del Valor del área útil del Anuncio o Aviso Publicitario

ANUNCIO O AVISO PUBLICITARIO	VA
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2 UCD x M2
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	3UCD + 1 UCD x M2
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	4,6 UCD + 0.5 UCD x M2
Aviso Publicitario luminoso (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	3 UCD x M2

Aviso Publicitario luminoso (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	4.5 UCD+ 1.5 UCD x M2
Aviso Publicitario luminoso (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	6.9 UCD + 0.8 UCD x M2
Aviso o Anuncio Institucional (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2,2 UCD x M2
Aviso o Anuncio Institucional (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	3,3 UCD + 1 UCD x M2
Aviso o Anuncio Institucional (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	4,9 UCD + 0,8 UCD x M2
Aviso Toldo o Marquesina (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	1,5 UCD x M2

Aviso Toldo o Marquesina (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	2,25 UCD + 1 UCD x M2
Aviso Toldo o Marquesina (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	3,85 UCD + 0,8 UCD x M2

Tabla N° 6. Cálculo del Factor de Ubicación del Anuncio o Aviso Publicitario

Aviso o Anuncio	Ubicación Parroquia	FU	
	Antonio Spinetti Dini	1,4	
	Arias Alto		
	Caracciolo Parra Pérez		
	Domingo Peña		
	El Llano		
	Gonzalo Picón Febres		
	Juan Rodríguez Suárez		
	Mariano Picón Salas		
	Milla		
	Lasso de la Vega		
	Sagrario		
	Osuna Rodríguez		1,3
	Arias Bajo		
	Jacinto Plaza		
	El Morro	1,1	
	Los Nevados		

Artículo 38: En caso de Avisos o Anuncio Móviles para recorrer calles o avenidas, que se efectúe mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, portadora de avisos en tableros, cartelones, inflables y otros medios de publicidad, el impuesto se calculará de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIAM= VA \times D$$

Dónde:

CIAM: Cálculo de Impuesto de Avisos Móviles

VA: Valor de la publicidad en función del área útil

E: Días de publicidad

Tabla N° 7. Cálculo del Valor del área útil del Aviso Móvil

Tabla N° 7. Cálculo del Valor del área útil del Aviso Móvil

PUBLICIDAD EN AVISOS MÓVILES	VA
Aviso o Anuncio Publicitario Móvil (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	2 UCD x M2
Aviso o Anuncio Publicitario Móvil (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	3 UCD + 1 UCD x M2
Aviso o Anuncio Publicitario Móvil (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	4.6 UCD + 0.4 UCD X M2

Artículo 39: La publicidad instalada o exhibida en autobuses, taxis, trolebús y demás vehículos de uso público, pagarán un impuesto de acuerdo a la siguiente ecuación:

$$CIAM= VA \times 12$$

Dónde:

CIAM: Cálculo de Impuesto del Anuncio en Transporte Público

VA: Valor de la publicidad en función del área útil

Tabla N° 8. Cálculo del Valor del área útil del Anuncio en Transporte Público

Tabla N° 8. Cálculo del Valor del área útil del Anuncio en Transporte Público

PUBLICIDAD EN TRANSPORTE PÚBLICO	VA
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 0 m2 y 1,5 m2)	3 UCD x M2
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad entre 1,6 m2 y 3 m2)	4,5 UCD + 1,5 UCD x M2
Aviso Publicitario (Área útil de la publicidad mayor a 3 m2)	6,9 UCD + 0,8 UCD x M2

Artículo 40: La propaganda y publicidad comercial realizada mediante folletos y demás publicaciones de circulación ocasional tales como afiches, almanaques, trípticos, dípticos, volantes, mapas, guías, agendas o similares que lleven publicidad comercial y se ofrezcan gratuitamente o a la venta, causará el pago de un impuesto de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla N° 9. Cálculo de Publicidad Impresa

PUBLICIDAD IMPRESA	IMPUESTO
De 0 a 1000 Unidades	50 UCD
De 1001 a 5000 Unidades	70 UCD.
Mayor de 5001 Unidades	100 UCD.

La empresa editora o distribuidora queda obligada a suministrar al Departamento de Propaganda y Publicidad Comercial, dentro de un lapso de tres (3) días hábiles, previo a la distribución de la relación numérica de la publicidad. Toda

la publicidad deberá llevar impreso al pie, una leyenda donde se indique el número total de ejemplares impresos y el número de recibo o factura de pago del impuesto respectivo.

CAPÍTULO V DE LOS AGENTES DE RETENCION

Artículo 41: Serán responsables de este tributo, en carácter de agentes de retención, las empresas que se encarguen de prestar el servicio de publicidad comercial, los editores o cualquier otro que, en razón de su actividad, participe o haga efectiva la publicidad.

El cobro de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial, se realizará a través de los Agentes de Retención tipificados como tales en esta Ordenanza, así no tengan sede fija en la jurisdicción del Municipio.

Artículo 42: La Retención del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial, será obligatorio para las personas indicadas en la presente Ordenanza, como Agentes de Retención cuando se den las siguientes condiciones:

1. Que el Agente de Retención deba cobrar cantidades de dinero a personas naturales o jurídicas, por concepto de prestación de servicio de publicidad, que éstos hayan realizado en la jurisdicción de este Municipio.
2. Que las personas naturales o jurídicas, a la cual se le efectuará la retención del impuesto, este o no domiciliada en jurisdicción del Municipio.

Artículo 43: No se efectuará la retención en aquellos casos cuando el pago se origina por la realización de prestación de servicio de publicidad, exento o exonerado del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial. No obstante, lo previsto en este Artículo, el Agente de Retención notificará por escrito al Superintendente del SAMAT, el monto, concepto y fecha del cobro efectuado a quien se encuentre exonerado o exento del pago del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial.

Artículo 44: Los Agentes de Retención están obligados a realizar la retención del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial, en el momento en que realice el cobro total o abono a cuenta de sus clientes y/o anunciantes. El monto retenido deberá ser enterado al Fisco Municipal, dentro de los lapsos y formalidades establecidas en esta Ordenanza.

Artículo 45: El impuesto a retener se calculará aplicando al monto de los cobros totales o parciales que debe realizar el Agente de Retención a sus clientes y/o anunciantes, el equivalente en Unidades Tributarias o el porcentaje que corresponda según el tipo de publicidad, de acuerdo a lo establecido en esta ordenanza.

El monto de la retención a efectuarse se realizará tomando como base el monto de lo cobrado o proporcionalmente sobre el monto de lo abonado a cuenta si este fuere el caso.

Artículo 46: Los Agentes de Retención están en la obligación de entregar al contribuyente un comprobante, firmado y sellado, por cada retención efectuada; el comprobante de retención

debe ser emitido por triplicado, de los cuales el original corresponde al contribuyente y las copias a el agente de retención y a la Administración Tributaria Municipal respectivamente.

Artículo 47: Los montos retenidos serán enterados mensualmente a la Administración Tributaria Municipal, en la oficina receptora de fondos municipales anexando la copia correspondiente de los comprobantes de retención, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al mes objeto de la misma.

En el mes de diciembre de cada año, los Agentes de Retención deberán presentar a la Gerencia de Administración Tributaria del SAMAT, una relación detallada donde conste:

1. El número y denominación de las personas objetos de las retenciones.
2. Los conceptos y las cantidades cobradas a los clientes y/o anunciantes.
3. Los impuestos retenidos y enterados a la Administración Tributaria Municipal durante el período de que se trate.

Artículo 48: Los Agentes de Retención y los sujetos pasivos responsables del pago del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial, están obligados a suministrar los recaudos e informaciones que requiera la Administración Tributaria Municipal.

Si como resultado de la verificación realizada por la Administración Tributaria Municipal, se determinara una diferencia a favor del Municipio, el contribuyente estará en la obligación de pagarla al momento de ser exigida por este.

CAPÍTULO VI DE LAS EXENCIONES

Artículo 49: Están exentas de pleno derecho del pago de los impuestos que se establecen en esta Ordenanza:

1. Las vallas, postes señalizadores y carteles colocados por entes oficiales, con fines institucionales o destinados a dar a conocer obras públicas en construcción.
2. La publicidad contenida en mapas y planos de bolsillo, así como la contenida en folletos de información turística, histórica, cultural y deportiva.
3. La publicidad destinada exclusivamente a prevenir accidentes, el consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud; así como la recomendación de adoptar medidas o actividades relacionadas con la salud y la educación de la comunidad.
4. La publicidad destinada exclusivamente a dar información turística o histórica, y propaganda de conciertos, exposiciones y espectáculos artísticos y eventos deportivos a beneficio de instituciones sin fines de lucro.
5. La publicidad contenida en artículos destinados a prestar servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.

6. Las marcas de fábrica comúnmente utilizadas en los vehículos automotores.
7. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de oferta o demanda de trabajo, referidos exclusivamente a ese fin.
8. 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 un metro cuadrado (1 Mt²).
9. Lápidas indicadoras del ingeniero constructor y arquitecto del edificio y otras obras, siempre que no ocupen una superficie mayor de un metro cuadrado (1 mt²).
10. Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que no ocupen una superficie mayor a cincuenta centímetros cuadrados. (50 cm.2)
11. La publicidad proyectada en las salas de cine mediante documentales que versen sobre aspectos históricos, culturales, científicos, educativos, deportivos o que tengan como objeto mostrar con fines turísticos o folklóricos, la flora y fauna o regiones del país.
12. Las pizarras eléctricas o electrónicas utilizadas exclusivamente para anunciar noticias periodísticas o de difusión del bienestar turístico de la región.
13. La publicidad efectuada por Organismos Oficiales que promuevan e informe las acciones de bienestar para la comunidad.
14. Los avisos esculpidos o grabados en los bancos de plazas, jardines y avenidas cuando ellos sean construidos gratuitamente por el anunciante y previo permiso de la Administración Tributaria Municipal.

CAPÍTULO VII DE LAS EXONERACIONES

Artículo 50: El Alcalde o Alcaldesa, podrá conceder las exoneraciones o rebajas parciales de Impuestos a que se refiere la presente ordenanza de acuerdo al art. 170 de la Ley Orgánica del Poder Municipal vigente en los casos siguientes:

1. La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia Venezuela, o dentro del país.
2. La propaganda y publicidad relativa a conciertos instrumentales o vocales, así como las exposiciones en Salas de Arte u oficios promovidos por instituciones sin fines de lucro.

3. La propaganda y publicidad referente a espectáculos, cuando a juicio de la Administración Tributaria Municipal se consideren de carácter educativo, folklórico, cultural o benéfico.
4. La publicidad de espectáculos organizados en provecho exclusivo de instituciones de beneficencias, caritativas, asistenciales y humanitarias.
5. La publicidad que se realice en establecimientos comerciales que demuestre que el mismo es una actividad de carácter familiar o que sea el único ingreso y como tal demuestre que las ganancias son apenas suficientes para satisfacer las necesidades básicas del núcleo familiar. Esta condición será verificada mediante la presentación del correspondiente estudio social y de los recaudos que a tal efecto solicite el alcalde.

Artículo 51: Las exoneraciones contenidas en el artículo anterior, no menoscaban las facultades del SAMAT de prohibir o remover los medios de publicidad utilizados, cuando estos contravengan las normas de la presente ordenanza.

Artículo 52: Para obtener la exoneración del impuesto deberá hacerse la solicitud ante el SAMAT, quien la remitirá al Alcalde o Alcaldesa a los fines legales consiguientes.

Artículo 53: La exoneración del pago de impuestos en los artículos anteriores no exime del cumplimiento de las demás obligaciones que establece esta Ordenanza.

CAPÍTULO VIII DE LAS PROHIBICIONES

Artículo 54: Queda terminantemente prohibida, en zonas públicas, la colocación o instalación de vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro aviso de carácter publicitario, en las calzadas de todas las avenidas urbanas e interurbanas, zonas de seguridad, zonas verdes y/o divisorias de las mismas; puentes y sus zonas adyacentes, curvas y semáforos que se encuentren en jurisdicción del Municipio.

Artículo 55: Queda terminantemente prohibida toda clase de propaganda y publicidad:

1. Que sea contraria al orden público, la seguridad social, la defensa nacional, la moral y las buenas costumbres.
2. Que atente contra la formación y salud psíquica de los niños, niñas y adolescentes o que inciten a la violencia de cualquier tipo.
3. Que emplee mensajes discriminatorios y/o denigrantes de los géneros.
4. Que presenten ofensas contra las autoridades nacionales, estatales, municipales o someta al escarnio público a estas o cualquier otro ciudadano o ente.
5. Que pretenda mostrar como inofensivo o beneficioso para la salud, el consumo de bebidas alcohólicas,

- sustancias psicotrópicas, estupefacientes, cigarrillos y demás derivados del tabaco.
- 6. Que utilice los símbolos patrios.
- 7. Que se instale en inmuebles de propiedad particular, sin autorización expresa de su propietario.
- 8. Que utilice la actividad deportiva aficionada como incentivo para promover el consumo de cigarrillos o bebidas alcohólicas.
- 9. Que constituyan un factor degradante del ambiente.
- 10. Que obstaculicen la visión de valores paisajísticos.
- 11. Que puedan distraer a los conductores de vehículos y demás usuarios de la vía, debido al diseño gráfico, la composición cromática, la luminosidad, los elementos móviles o cualquier otra característica que presente en los mismos.
- 12. Que se confundan con señales de tránsito u otros dispositivos destinados a regular la circulación o interfiera con la visibilidad de los mismos.
- 13. Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
- 14. Mediante pinturas sobre aceras y calles.

CAPÍTULO IX DE LAS SANCIONES

Artículo 56: Las infracciones a las disposiciones contenidas en esta Ordenanza serán sancionadas con multas por la comisión de las siguientes faltas:

- 1. El desconocer la autoridad del fiscal debidamente identificado en ejecución de sus labores de inspección, será sancionado con multa equivalente a cuarenta unidades de cuenta dinámica (40 U.C.D)
- 2. Falta o negativa de suministrar información al funcionario fiscal debidamente identificado que la requiera en momentos de la fiscalización de un medio publicitario tanto interno como externo, será sancionado con multa equivalente a sesenta unidades de cuenta dinámica (60 U.C.D).
- 3. La no comparecencia a las citaciones expedidas por la autoridad fiscal con relación al cumplimiento de esta Ordenanza, será sancionada con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D) a menos que la falta se produzca por razones de fuerza mayor, enfermedad o caso fortuito.
- 4. La instalación, distribución y exhibición de propaganda y publicidad comercial, sin la debida autorización de la Administración Tributaria Municipal, será sancionada con multa equivalente a cien unidades de cuenta dinámica (100 U.C.D), la remoción de la publicidad, así como el pago de los costos generados por ello sin

- perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
- 5. El que instale publicidad en zonas residenciales y en los lugares prohibidos, será sancionado con multa equivalente a noventa unidades de cuenta dinámica (90 U.C.D), así como la remoción de la publicidad, el pago de los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
- 6. El que exhiba publicidad sin haber satisfecho el impuesto anual correspondiente, será sancionada con multa equivalente a setenta unidades de cuenta dinámica (70 U.C.D), la remoción de la publicidad, así como el pago de los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
- 7. La persona natural o jurídica que proceda a la instalación de publicidad, habiéndose negado la permisología, será sancionado con multa equivalente a doscientas unidades de cuenta dinámica (200 U.C.D), la remoción de la publicidad, así como los costos generados por ello sin perjuicio de exigir el pago del impuesto causado por la publicidad exhibida.
- 8. La empresa o empresario que altere o modifique las características originales de un medio publicitario al cual se le había otorgado el permiso correspondiente, sin notificarlo a la Administración Tributaria Municipal, será sancionada con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D)
- 9. Quien reincida en trasgresiones a lo dispuesto en la presente Ordenanza, será sancionado con multa equivalente a trescientas unidades de cuenta dinámica (300 U.C.D).
- 10. Cuando no se haya retirado la propaganda y publicidad comercial con carácter ocasional en los lapsos previstos, la Administración Tributaria Municipal procederá a cobrar los impuestos causados y sancionará al infractor con multa de ochenta unidades de cuenta dinámica (80 U.C.D)
- 11. La empresa publicitaria que instale un medio ilegalmente, será sancionada con multa equivalente a cien unidades de cuenta dinámica (100 U.C.D) más el impuesto causado y le será notificada la obligación de remoción, de lo cual serán responsables ante la municipalidad por los daños que ocasione, tanto el publicista como el anunciante. De no proceder a la remoción solicitada, la Administración Tributaria Municipal procederá al desmantelamiento del medio de publicidad utilizado y al cobro respectivo de los costos que esto hubiese acarreado.
- 12. Quien exhiba propaganda o publicidad con mensajes contrarios al orden público a la moral o a la seguridad y defensa nacional, será sancionado con una multa

equivalente a cien unidades de cuenta dinámica (100 U.C.D)

13. Quien pretenda demostrar como inofensivo a la salud el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco o utilice la actividad deportiva aficionada para promover su consumo, será sancionado con multa equivalente a ochenta unidades de cuenta dinámica (80 U.C.D)
14. Quien emplee la simbología de las señales de tránsito en la publicidad y propaganda comercial, será sancionado con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D)
15. Quien utilice materiales que a juicio de las autoridades competentes represente peligro para la visibilidad de los conductores, será sancionado con multa equivalente a cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D)

Los costos en que incurra la Administración Tributaria Municipal como consecuencia de la remoción de medios publicitarios, serán establecidos de oficio por el Superintendente Municipal Tributario.

Artículo 57: Se ordenará la revocatoria del permiso y remoción del medio, a las empresas o empresarios de publicidad, que incumplan con el pago de sus obligaciones tributarias en un período mayor de treinta (30) días de mora; así mismo el que falseare, alterare u omitiere información suministrada para la obtención del permiso de acuerdo a lo estipulado en la presente Ordenanza.

Artículo 58: El Síndico Procurador Municipal está en la obligación de ejercer las acciones penales derivadas de la violación de las disposiciones sobre conservación, defensa y mejoramiento del ambiente, conforme a lo establecido en la Ley Penal del Ambiente, en razón de la degradación ambiental producida por la instalación de los medios publicitarios en zonas no conformes para ello según lo establecido en esta Ordenanza, así como cualquier otra violación a los dispositivos legales correspondientes.

Artículo 59: Las infracciones a las disposiciones de la presente Ordenanza que no estén contempladas como sanciones específicas, dará lugar a la imposición de una multa de cincuenta unidades de cuenta dinámica (50 U.C.D) y remoción del medio.

Artículo 60: La aplicación de estas sanciones y su cumplimiento, en ningún caso dispensa al contribuyente del pago de los tributos adeudados y de los intereses moratorios.

Artículo 61: Las sanciones que se impongan a los infractores, por violación de la presente Ordenanza, deberán estar contenidas en acto administrativo, dictado por la Administración Tributaria Municipal, previo cumplimiento de las formalidades y requisitos de ley. A tal efecto se formará el expediente y mediante un informe se dejará constancia de la infracción en forma clara y precisa, indicando los hechos que constituyan la violación.

Artículo 62: La notificación que se haga a los interesados, debe contener en forma clara y precisa la infracción que se le imputa y se le concederá un plazo de quince (15) días continuos para que exponga sus alegatos y promuevan las pruebas conducentes a su defensa.

Artículo 63: Las multas deberán ser satisfechas por el infractor, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que se hubiera aceptado o quedado firme la resolución en vía Administrativa. La falta del pago en el tiempo previsto, obligará al deudor a pagar intereses moratorios equivalentes a la tasa activa promedio de los seis (6) principales bancos del país, incrementada en 3 puntos porcentuales, aplicable respectivamente por cada uno de los períodos en que dichas tasas tuvieran vigencia, sin perjuicio del derecho del Municipio de ejercer las acciones que considere pertinentes para el cobro de las mismas.

Artículo 64: Las multas o sanciones impuestas en la presente Ordenanza a empresas o empresarios de Propaganda y Publicidad Comercial, serán igualmente exigibles a las personas naturales o jurídicas que de manera eventual realicen cualquier tipo de publicidad.

Artículo 65: Quien no entere las cantidades retenidas o percibidas en las oficinas receptoras de fondos municipales dentro del plazo establecido en las normas respectivas, será sancionado con multa equivalente al cincuenta por ciento (50%) de los tributos retenidos o percibidos, por cada mes de retraso en su enteramiento, hasta un máximo del 500% del monto de dichas cantidades, sin perjuicio de la aplicación de los intereses moratorios.

Artículo 66: El Síndico Procurador Municipal está en la obligación de ejercer las acciones penales contra las personas que con intención no enteren las cantidades retenidas o percibidas de los contribuyentes, responsables o terceros, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al mes objeto de la retención y obtengan para sí o para un tercero un enriquecimiento indebido.

Las acciones penales que se iniciaren con ocasión de ilícitos cometidos contra el patrimonio municipal, no se suspenderán, en virtud de controversias suscitadas en la tramitación de los recursos administrativos y judiciales previstos en esta Ordenanza, en el Código Orgánico Tributario y la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos en cuanto sea aplicable.

Artículo 67: Los Agentes de Retención que omitan la entrega al contribuyente del comprobante de retención y/o la relación de los montos de los impuestos retenidos, serán sancionados con multa equivalente a cuarenta unidades de cuenta dinámica (40 U.C.D).

CAPÍTULO X DE LOS RECURSOS

Artículo 68: Contra las decisiones de los organismos o funcionarios competentes, en la aplicación de esta Ordenanza, los interesados o representantes tendrán el pleno derecho de ejercer o interponer los recursos a que hubiere lugar, según lo establecido en el Código Orgánico Tributario y en forma

supletoria, en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos en cuanto le sea aplicable.

Artículo 69: En cuanto a los recursos a que hubiere lugar, como consecuencia de la aplicación de esta Ordenanza, se regirán por las disposiciones de Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y el Código Orgánico Tributario.

CAPÍTULO XI DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo 70: Si en un terreno Municipal se encuentra instalado un número de Vallas mayor del permitido por esta Ordenanza, se mantendrán solamente aquellas que hayan obtenido permiso de acuerdo a la legislación vigente para la fecha de su instalación y llene los requisitos exigidos en esta Ordenanza.

Artículo 71: La Propaganda y Publicidad, en cualquiera de sus vertientes, en el casco central de la ciudad se regulará por la ordenanza municipal con competencia en la materia, así como de todos aquellos aspectos relativos a la protección del patrimonio arquitectónico de la ciudad y de los elementos naturales o urbanos de interés sin perjuicio de la normativa general aplicable a este tipo de zonas y, en concreto, de las Normas Urbanísticas del Plan de Ordenación Urbana de la Ciudad y de Patrimonio Cultural previstas en la legislación vigente.

Artículo 72: Corrijase, imprímase y publíquese la Ordenanza de Reforma de la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio Libertador del Estado Bolivariano de Mérida, en un solo texto, con las reformas aquí aprobadas; quedando derogada la Ordenanza de Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial, publicada en Gaceta Municipal Extraordinaria N° 63 Año IV de fecha 07 de noviembre de 2017.

Artículo 73: La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Oficial Municipal.

Dado, firmado, sellado y refrendado en el Salón de Sesiones Libertador Simón Bolívar del Ilustre Concejo Municipal Libertador del Estado Bolivariano de Mérida, a los Nueve (09) días del mes de Abril del Dos Mil Veinticuatro (2024). Años: Bicentésimo Décimo Tercero (213°) de la Independencia, Centésimo Sexagésimo Quinto (165°) de la Federación y Vigésimo Quinto (25°) de la Revolución Bolivariana.

**CJAL. JOSÉ LUIS SCIOSCIA
PRESIDENTE DEL CONCEJO MUNICIPAL**

REFRENDADO,

**LCDA. DELHI C. OLIVEROS RINCÓN
SECRETARIA(E) MUNICIPAL**

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA – ESTADO
BOLIVARIANO DE MÉRIDA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO
LIBERTADOR A LOS VEINTIDOS (22) DÍAS DEL MES DE
ABRIL DEL AÑO DOS MIL VEINTICUATRO. AÑOS:
BICENTÉSIMO DÉCIMO CUARTO (214°) DE LA
INDEPENDENCIA, CENTÉSIMO SEXAGÉSIMO QUINTO
(165°) DE LA FEDERACIÓN Y VIGÉSIMO QUINTO (25°) DE
LA REVOLUCIÓN BOLIVARIANA.**

Publíquese y Ejecútese

**LCDO. JESÚS ALBERTO ARAQUE RUIZ
ALCALDE BOLIVARIANO DEL MUNICIPIO LIBERTADOR
DEL ESTADO BOLIVARIANO DE MÉRIDA**
Según Acta N° 44, Juramentación y toma de posesión de fecha 02/12/2021
Gaceta Oficial Municipal Extraordinaria N° 1, Año I de fecha 02/12/2021