



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

ESTADO LA GUAIRA

# GACETA MUNICIPAL

DEL MUNICIPIO VARGAS

DEPOSITO LEGAL N° VA2018000005  
CONTINUIDAD A LA IMPRESA

---

AÑO V, MES VII

LUNES 24 DE ENERO DE 2022

ORDINARIA N° 137-2022

---

## SUMARIO

### ALCALDIA DEL MUNICIPIO VARGAS

EL CONCEJO MUNICIPAL DEL MUNICIPIO VARGAS EN USO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES QUE LE CONFIERE EL NUMERAL 1 DEL ARTÍCULO 54 DE LA LEY ORGANICA DEL PODER PÚBLICO MUNICIPAL SANCIONA LA SIGUIENTE:

**ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD  
COMERCIAL E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO DE VARGAS  
DEL ESTADO LA GUAIRA**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
ESTADO LA GUAIRA  
MUNICIPIO BOLIVARIANO DE VARGAS  
CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE VARGAS  
CIUDAD HISTÓRICA DE LA GUAIRA  
AÑO LEGISLATIVO 2022**



**ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD  
COMERCIAL E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO DE VARGAS  
DEL ESTADO LA GUAIRA**

**18 Enero, 2022**

## EXPOSICION DE MOTIVOS

Por publicidad se entiende, en términos generales, la transmisión de datos, informaciones, noticias o mensajes, con el fin último de ganar seguidores y adeptos a una determinada causa, sea esta de cualquier naturaleza (política, partidista, profesional, académica, comercial, etc.).

Cuando nos referimos a la **publicidad comercial**, describimos básicamente a la actividad que tiene por finalidad sugerir y captar consumidores o usuarios y usuarias de un determinado producto o servicio, por medio de la promoción de las cualidades, características o ventajas de todo tipo que les son inherentes, o a las condiciones concernientes a su precio, fabricación o prestación. Desde una perspectiva mercantil o económica, la publicidad o propaganda comercial puede ser conceptuada como aquella actividad mercantil, cuyo objeto es dar a conocer o comunicar a los destinatarios o destinatarias las distintas ofertas de los comerciantes y las condiciones de éstas, siendo su función abrir las puertas del mercado a las prestaciones de los mismos, haciendo llegar sus principales características a los consumidores y usuarios; esto es, la publicidad entendida como el eslabón que enlaza y pone en comunicación a los comerciantes con la gran masa de consumidores a través de un mensaje mecanizado que trata al mismo tiempo de informar y de persuadir. Y, desde el punto de vista jurídico, la publicidad comercial se definiría como toda forma de comunicación o transmisión de información realizada por una persona natural o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de suscitar de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

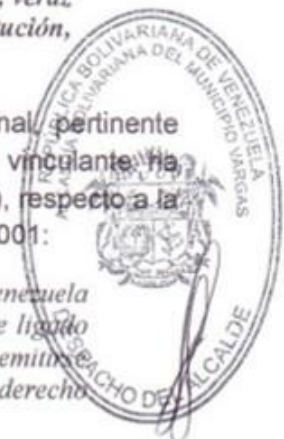
Así las cosas, la publicidad es un elemento que toda empresa comercial o industrial requiere para poner en conocimiento a terceros de su existencia, además de proyectar comercialmente sus productos o servicios. Pero, dada la excesiva publicidad que con clara tendencia indisciplinada logra producirse actualmente, las sociedades se han visto en la necesidad de reglamentar este método de anuncios de productos y servicios, implementando normas legales para regular funcionamiento y establecer regímenes impositivos de acuerdo a los tipos de anuncios, publicidad o propaganda que sean utilizados.

Como está concebido para todo nuestro ordenamiento jurídico, es de nuestra lógica consideración, que las normas rectoras reguladoras de las actividades o hechos de transmisión de datos, informaciones, noticias o mensajes, con el fin de ganar seguidores y adeptos a una determinada causa, sea esta de cualquier naturaleza, las encontramos contenidas en la **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. Así tenemos, que el artículo 58 constitucional, expresa:

*“La comunicación es libre y plural y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, (...).”*

Para ilustrar el alcance del contenido de esta norma constitucional, pertinente resulta expresar en esta exposición de motivos, lo que como doctrina vinculante, ha formulado la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia (SC-TSJ), respecto a la interpretación de este artículo, en Sentencia N° de fecha 12 de Junio de 2001:

*“(...) El artículo 58 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela desarrolla (...), el del **Derecho a la Información**, el cual está íntimamente ligado al de la libertad de expresión, ya que las ideas, pensamientos y opiniones a emitir se forman con base en la información. El derecho a la información es un derecho*



de las personas que se adelanta, entre otras formas de adquirirlo, por los medios de comunicación; (...).

*El artículo 58 eiusdem (...) se refiere (...) a la información de noticias, que no es otra cosa que el suceso (actual o pasado, o sus proyecciones futuras) transmitido a la colectividad por los medios de comunicación social (lo que hasta podría realizarse mediante pantallas públicas de información, por ejemplo), que también incluye a los anuncios que la ley ordena se difundan y a la publicidad en general, la cual no es per se una información de noticias, pero sí sobre la existencia y cualidades de bienes y servicios de toda clase al alcance del público, (...)*

*El manejo masivo de la noticia, que permite a la persona ejercer el derecho a la información oportuna, puede efectuarse por instituciones públicas o privadas, siendo por lo regular estas últimas empresas mercantiles, con fines de lucro, que realizan actos de comercio a tenor del artículo 2° del Código de Comercio, (...), siendo –por lo tanto– las empresas o instituciones de comunicación masiva, un medio para difundir noticias (informaciones) y opiniones, **muchas de las cuales se insertan más en los cánones publicitarios que en el ejercicio de la libertad de expresión strictu sensu**, ya que lo que buscan es vender bienes o servicios de manera interesada, más que expresar ideas, conceptos o pensamientos con fines no comerciales. (...)*

En este mismo orden de ideas, y en el contexto de la definición de los derechos económicos, la Carta Magna en el artículo 117, nos expresa la forma en que debe concebirse la información comercial, determinando que:

*“Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen; a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. (...)*”

En el marco de la protección de los derechos de los autores sobre todas las obras del ingenio de carácter creador, ya sea de índole literaria, científica o artística, cualesquiera sea su género, forma de expresión, mérito o destino, la preconstitucional **LEY SOBRE EL DERECHO DE AUTOR** (G. O. N° 4.638 Extraordinario del 1 de octubre de 1993), en su artículo 42, ya habría establecido una restricción a la actividad publicitaria, al establecer que resultaría ilícita la comunicación, reproducción o distribución total o parcial de una obra sin el consentimiento del autor o, en su caso, de los derechohabientes o causahabientes de éste, siempre y cuando la ley no dispusiere otra cosa.

Sobre la base de las normas constitucionales antes mencionadas, se ha construido todo un régimen jurídico que regula el tema de la información, y, como parte de ella, el ejercicio de la actividad de la publicidad y propaganda comercial. Así tenemos que la **LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISION Y MEDIOS ELECTRONICOS** (G.O. N° 39.610 del 7 de febrero de 2011), en lo relativo a la Difusión de Mensajes, establece un conjunto de condiciones a la actividad publicitaria por estos medios de comunicación, en cuanto a los horarios de transmisión, tiempo de duración y restricciones según el tipo de mensajes y productos o servicios a ser promocionados mediante los mismos. La **LEY ORGÁNICA DE DEPORTE, ACTIVIDAD FÍSICA Y EDUCACIÓN FÍSICA** (G. O. No. 39.741 de fecha 23 de agosto de 2011), establece que publicar bebidas alcohólicas o productos prohibidos por la autoridad correspondiente durante la preparación o realización de actividades deportivas de niños, niñas y adolescentes, está concebido como una infracción. La **LEY DE IMPUESTO SOBRE ALCOHOL Y ESPECIES ALCOHÓLICAS** (G.O. N° 6.151 Extraordinario, del 18 de noviembre de 2014), en el aparte primero de su artículo 5 establece que: “A los fines de limitar la propaganda sobre bebidas alcohólicas, el Ejecutivo Nacional mediante decreto reglamentario dictará las normas de control y vigilancia que considere conveniente..”



siendo, que en razón de ello el **Reglamento de la Ley de Impuesto Sobre Alcohol y Especies Alcohólicas** (G.O. N° 3.665 Extraordinario, del 5 de diciembre de 1.985), en su artículo 268 establece que *"Las empresas publicitarias no podrán admitir ninguna propaganda sobre bebidas alcohólicas si no estuviere autorizada por el Ejecutivo Nacional.* La **LEY DE IMPUESTO SOBRE CIGARRILLOS Y MANUFACTURAS DE TABACO** (G.O. N° 6.151 Extraordinario, del 18 de noviembre de 2014), en su artículo 11 establece que : *"Los cigarrillos, tabacos y picaduras, importados o de producción nacional, destinados al consumo en el territorio nacional, deberán contener en sus envases o envoltorios y cualquier otro tipo de empaque, así como en su publicidad, las advertencias que indique el Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de salud, a través de textos o imágenes acerca de los daños a la salud derivados de su consumo."*

En el ámbito de la promoción, protección y regulación del ejercicio de la competencia económica justa, la **LEY ANTIMONOPOLIO** (G. O. N° 40.549 de fecha 26 de noviembre de 2014), tipifica como una práctica desleal a la **publicidad engañosa**, considerándola como *"Todo acto que tenga por objeto, real o potencial, inducir a error al consumidor o usuario de un bien o servicio, sobre las características fundamentales de los mismos, su origen, composición y los efectos de su uso o consumo. Igualmente, la publicidad que tenga como fin la difusión de aseveraciones sobre bienes o servicios que no fueren veraces y exactas, que coloque a los agentes económicos que los producen o comercializan en desventaja ante sus competidores."* La **LEY ORGANICA DE PRECIOS JUSTOS** (G.O. N° 40.787 del 12 de noviembre de 2015), entre sus fines tiene establecido el proteger al pueblo contra las prácticas de acaparamiento, especulación, boicot, usura, **desinformación** y cualquier otra distorsión propia del modelo capitalista, que afecte el acceso a los bienes y servicios declarados o no de primera necesidad; reconociéndole a ese pueblo una serie de derechos individuales, entre los que se encuentran: el que los proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad; **a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre bienes y servicios ofrecidos en el mercado**, así como los precios, características, calidad y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieran derivarse de su uso o consumo; y a la protección contra la publicidad falsa, engañosa o abusiva y contra los métodos comerciales coercitivos o desleales. También le corresponde el régimen de la navegación y del transporte aéreo, terrestre y acuático, incluidos los ferrocarriles, lo que se observa en leyes como la de Transporte Terrestre (2008), Orgánica de Espacios Acuáticos (2014), Aeronáutica Civil (2009), Transporte Ferroviario Nacional (2008), entre otros; dados que estos elementos mantienen relación con la publicidad y propaganda, por ser medios para su difusión.

Pero, la publicidad y propaganda no solamente se ha quedado en participar hechos concretos, sino que también ha constituido una forma de generar importantes ingresos, fuentes de empleo directo e indirecto, fomento del comercio, educación, entre otros. Por esa razón el legislador la ha incluido como objeto de la tributación.

Dispone la **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela** en sus artículos 168 y 169, que la autonomía del Municipio comprende la elección de sus autoridades, la gestión de las materias de su competencia, **y la creación, recaudación e inversión de sus ingresos**. Así pues, se observa que por disposición Constitucional los Municipios, son entes político territoriales que poseen autonomía no sólo porque pueden dictar sus propias normas -ordenanzas- sino porque también actúan según su libre determinación pero ajustados a lo que establezca la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, las leyes orgánicas nacionales y las leyes estatales. De igual manera la Constitución en su artículo 178 y la **Ley Orgánica del Poder Público Municipal** en su artículo 52, señalan que es competencia de los municipios, el gobierno y la administración de los intereses propios de la vida local, la gestión de las actividades



servicios que requiera la comunidad municipal, de acuerdo con la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y las leyes. En este aspecto, debe considerarse entonces que los municipios gozan de autonomía otorgada por el Texto Constitucional de 1999, siendo uno de sus atributos la creación, recaudación, administración, inversión y control de sus ingresos propios y extraordinario, provenientes de fuentes tributarias y no tributarias, respectivamente.

Así las cosas, el régimen impositivo para las actividades de publicidad y propaganda comercial, viene orientado por disposición constitucional como una potestad tributaria de los Municipios. En efecto, el artículo 179 de la **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela** establece que:

*“Los Municipios tendrán los siguientes ingresos: 1. (...). 2. Las tasas (...); las tasas administrativas por licencias o autorizaciones; los impuestos sobre actividades económicas de industria, comercio, servicios, o de índole similar, con las limitaciones establecidas en esta Constitución; los impuestos sobre inmuebles urbanos, vehículos, espectáculos públicos, juegos y apuestas lícitas, **propaganda y publicidad comercial**; y la contribución especial sobre plusvalías de las propiedades generadas por cambios de uso o de intensidad de aprovechamiento con que se vean favorecidas por los planes de ordenación urbanística. ...”*

Los impuestos, y en el caso que nos ocupa, los **generados sobre la propaganda y publicidad comercial**, forman parte de los ingresos tributarios municipales. Así se deriva de los artículos 138 (2), 160 y 163 y 164 de la **Ley Orgánica del Poder Público Municipal** que expresan:

*“Artículo 138. Son ingresos ordinarios del Municipio: (...)*

*2. Las tasas por el uso de sus bienes o servicios; (...); los impuestos sobre actividades económicas de industria, comercio, servicios o de índole similar, (...); los impuestos sobre inmuebles urbanos, vehículos, espectáculos públicos, juegos y apuestas lícitas, **propaganda y publicidad comercial**; las contribuciones especiales por mejoras sobre plusvalía de las propiedades generadas por cambio de uso o de intensidad de aprovechamiento con que se vean favorecidas por los planes de ordenación urbanística y cualesquiera otros que le sean asignados por ley.*

*5. El producto de las multas y sanciones en el ámbito de sus competencias y las demás que le sean atribuidas. (...).”*

*“Artículo 160. El Municipio a través de ordenanzas podrá crear, modificar o suprimir los tributos que le corresponden por disposición constitucional o que les sean asignados por ley nacional o estatal. (...).”*

*“Artículo 163. No podrá cobrarse impuesto, tasa, ni contribución municipal alguna que no esté establecido en ordenanza.”*

La **Ley Orgánica del Poder Público Municipal** desarrolla este Impuesto en la Subsección Octava, Sección Tercera del Capítulo V. En este sentido, el Artículo 202 establece:

*“El impuesto sobre propaganda y publicidad comercial grava todo aviso, anuncio o imagen que con fines publicitarios sea exhibido, proyectado o instalado en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles por el público, o que sea repartido de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículo, dentro de la respectiva jurisdicción municipal”.*

Por otro lado, el artículo 203 de la Ley define que se entiende por **publicidad comercial** indicando que:



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

Entre las características fundamentales de este Impuesto Sobre Publicidad y Propaganda Comercial, tenemos en primer lugar que se trata de un impuesto al consumo, debe existir con antelación el ánimo de lucro, es decir, al deseo de procurar un ingreso de carácter patrimonial o dinerario, lo que se traduce en un enriquecimiento, es decir, aumento en el patrimonio. Es un impuesto indirecto, porque no toma para su determinación exteriorizaciones directas de capacidad contributiva, como son la renta o el patrimonio, sino manifestaciones indirectas como la actividad publicitaria comercial, que realizan los eventuales sujetos pasivos en un determinado Municipio. También es un impuesto real, porque no toma en cuenta la capacidad contributiva global o general del sujeto obligado, sino una manifestación objetiva de la riqueza, prescindiendo de consideraciones personales.

También es pertinente precisar, que la ordenanza que creen este tributo deberá, regular la actividad de propaganda y publicidad en la jurisdicción del Municipio, tanto en sus aspectos formales como en su contenido, de tal forma que no represente, en ninguna circunstancia, sacrificio para las buenas costumbres, la salud y la educación de las personas, así como riesgos para la seguridad física de transeuntes y conductores de vehículos.

En el **Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira**, este tema de regulación e imposición tributaria de la publicidad y propaganda comercial, se encuentra normado en la vigente **ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL**, publicada en la Gaceta Municipal del Municipio Vargas Extraordinaria N° 026-2018 de fecha **24 de septiembre 2018**; la cual, según su artículo 1:

**ARTÍCULO 1:** La presente Ordenanza, tiene por objeto establecer el régimen jurídico a los fines de regular la Publicidad Comercial e Industrial que sea transmitida, editada, instalada, distribuida, exhibida interna y externamente en el Municipio Vargas del Estado Vargas, así como, el impuesto que grava todo aviso, anuncio o imagen que con fines publicitarios sea exhibido, proyectado o instalado en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada. En efecto la publicidad o propaganda siempre que sean visibles al público o que sea repartido de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículo, dentro de la jurisdicción del Municipio Vargas, las cuales quedarán sujetas a las disposiciones de esta Ordenanza.

Es entonces en este contexto normativo nacional y local donde el Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira, como parte integrante del Estado Democrático y Social de Derecho y Justicia, encuentra asidero para cumplir de manera responsable con el deber insoslayable de implementar acciones y políticas públicas coherentes, relacionadas con la recaudación de ingresos propios derivados del cobro de sus tributos, que tienen a sus ciudadanos y ciudadanas, y a sus comunidades y su entorno como prioridades de las mismas, para la satisfacción eficiente de sus necesidades.

Ahora bien, la vigente **ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL**, consideramos se encuentra desfasada e inadaptada al ordenamiento jurídico especial vigente que rige la materia; pero además, su régimen impositivo, ha sufrido una seria desvalorización que hoy día prácticamente la hace inaplicable, estando negado que por esa vía se obtenga efectivamente la satisfacción tributaria como manda la ley. Situación que se debe a que la República Bolivariana de Venezuela sistemáticamente ha venido siendo objeto de una agresión ilegal e inhumana por



parte del Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica y aliados, cuyo principal componente es la aplicación de un bloqueo económico y financiero que ha generado efectos perniciosos en los niveles de precios y en el suministro de bienes de capital y consumo desde el exterior; siendo uno de esos perversos efectos de la guerra económica la crítica situación de hiperinflación inducida que padece el país. Aunado a ello, influyó en esta depreciación los efectos de la reexpresión monetaria sobre los **valores de los tributos, las tasas, tarifas y precios públicos** que en el ámbito del Municipio Vargas se generan y cancelan por la imposición fiscal, habiendo sido ubicadas muy por debajo de los costos de gestión y manejo de dichos tributos. De igual forma, la decisión del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), tomada mediante sucesivas Providencias Administrativas desde el 2018, por las cuales ha reajustado en valor de la Unidad Tributaria (UT) y ha determinado que ese valor "...solo podrá ser utilizado como **Unidad de Medida para la determinación de los Tributos Nacionales...**" de la competencia del SENIAT, "...no pudiendo ser utilizada por otros órganos y entes del poder público para la determinación de beneficios laborales o de tasas y contribuciones especiales derivados de los servicios que prestan."; restringiéndose así que el Municipio pudiera hacer uso del valor referencial de la Unidad Tributaria para ajustar los valores de los montos por los impuestos, tasas, multas y contribuciones especiales que está legalmente llamado a recaudar.

En términos generales, esta situación la están padeciendo todos los municipios del país, y la búsqueda de fórmulas alternativas para prevenir la depreciación de los **valores de los impuestos, las tasas, tarifas y precios públicos** en el ámbito municipal, desbordó la creatividad de algunos cuerpos legislativos municipales que produjeron ordenanzas tributarias, en las que se establecen la creación de unidades de valor fiscal tributaria y sancionatoria anclada en un mercado cambiario distinto al regulado por el Banco Central de Venezuela. La aplicación de las mismas motivó recurrir a la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia para ser impugnadas y solicitadas por amparo cautelar la suspensión inmediata de tales instrumentos jurídicos locales, y quien, como máximo interprete de la Constitución dictó una decisión de carácter vinculante a nivel nacional, entendiendo la necesidad de que exista la coordinación y armonización del ejercicio de las potestades tributarias de los estados y municipios que ordena el Texto Fundamental; siendo ésta la Sentencia N° 0078 del 7 de julio de 2020, que acordó suspender por el lapso de noventa (90) días, la aplicación de cualquier instrumento normativo dictado por los concejos municipales y consejos legislativos de los estados que establezcan algún tipo de tasa o contribución de naturaleza tributaria, así como cualquier decreto o acto administrativo de efectos generales dictado con la misma finalidad, por los alcaldes o gobernadores.

En el contexto de esta decisión, se conformó e instaló una mesa técnica con la Vicepresidencia Sectorial del área Económica, el Ministerio del Poder Popular de Industrias y Producción, el SENIAT, el Banco Central de Venezuela y el **Consejo Bolivariano de Alcaldes y Alcaldesas**, a través de su Secretaría de Economía Productiva y Tributos, a fin de coordinar los parámetros dentro de los cuales los Municipios ejercerán su potestad tributaria. Esta Mesa Técnica arrojó como resultado, un documento denominado "**Acuerdo Nacional de Armonización Tributaria Municipal**" de fecha 29 de julio de 2020, del cual se destaca, a los efectos del tema que nos ocupa, la asunción de los siguientes compromisos:

**Cuarto:** De conformidad con el ordenamiento jurídico venezolano, esta prohibido el cobro de tributos en divisa extranjera. En tal sentido, se aprueba el uso del criptoactivo venezolano **PETRO** como unidad de cuenta para el cálculo dinámico de los tributos y sanciones, cobrando exclusivamente a partir de su equivalente en Bolívares Soberanos pero con el firme propósito de avanzar en su uso como criptoactivo para fortalecer este ecosistema.





**Octavo:** *Formalizar e institucionalizar una instancia de trabajo y comunicación entre la comisión de Economía Productiva y Tributos del Consejo Bolivariano de Alcaldes- Alcaldesas y la Vicepresidencia para el área económica, a fin de coordinar de manera conjunta los estímulos fiscales que tenga a bien aplicar el Gobierno Nacional sobre cualquier rubro de la economía, así como para dar continuidad al proceso para la simplificación, estandarización y modernización del cobro de tasas por servicios (entre ellas la gestión integral de residuos sólidos) junto con el diseño de políticas para reducir la evasión y elusión fiscal.*

**Noveno:** *Exhortar a todos los Concejos Municipales para que se realicen por la vía de emergencia legislativa, las reformas, derogatorias y/o creaciones de las ordenanzas que garanticen el cumplimiento del presente acuerdo en un lapso no mayor a 30 días.*

Sobre la base de todos los argumentos legales expuestos, y en el contexto de esta histórica interacción de los Poderes Públicos del Estado, que revela la conciencia y compromiso de potenciar su funcionamiento fundamentado en los principios de cooperación y coordinación para el logro de sus fines, se plantea la sanción de una nueva ordenanza, que se denominará: **ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO VARGAS DEL ESTADO LA GUAIRA**, que derogará a la vigente **ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL**, publicada en la Gaceta Municipal del Municipio Vargas Extraordinaria N° 026-2018 de fecha 24 de septiembre 2018, a los fines de la actualización de los criterios y las alícuotas aplicables para la determinación de los valores de este tributo en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, tomando en consideración el hecho cierto de que el Petro se ha convertido en una nueva unidad de intercambio económico nacional e internacional y una unidad de cuenta, por tanto, una unidad de referencia para indicar precios y de anclaje para la economía. Por lo que una de las propuestas de esta reforma de ordenanza que se plantea para su aprobación, propone que las alícuotas de determinación de los valores del tributo sean ancladas al valor del Petro según la Cotización del Banco Central de Venezuela, actualizándose sus bases y fórmulas de cálculo, en un proceso justo para nuestro municipio, tal como fue asumido en el Acuerdo Nacional de Armonización Tributaria al que se ha hecho referencia con anterioridad, en cumplimiento de la orientación constitucional del Tribunal Supremo de Justicia.

En tal sentido, atendiendo a estas razones y tomando en consideración lo establecido en los sucesivos Decretos de la Presidencia de la República, mediante el cual se declara el **Estado de Excepción y de Emergencia Económica**, en todo el territorio nacional, dadas las circunstancias extraordinarias en el ámbito social, económico y político, que afectan el orden constitucional, la paz social, la seguridad de la Nación, las instituciones públicas y a las ciudadanas y ciudadanos habitantes de la República Bolivariana de Venezuela, se plantea la nueva ordenanza que se denominará:

**ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO VARGAS DEL ESTADO LA GUAIRA**, que derogará a la vigente **ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL**, una vez publicada en la Gaceta Municipal.

Esta nueva Ordenanza consta Ciento Treinta y Nueve (139) artículos, y tiene la siguiente estructura:



**TITULO I**

DISPOSICIONES GENERALES

**TITULO II**

DEL HECHO IMPONIBLE Y LOS SUJETOS DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

**TITULO III**

DEL REGISTRO DE EMPRESAS Y/O EMPRESARIOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL

**TITULO IV**

DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA PERMISAR LA INSTALACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS

**CAPITULO I**

De los Permisos

**CAPITULO II**

CONDICIONES DE PERMISIBILIDAD DE MEDIOS PUBLICITARIOS

**CAPÍTULO III**

DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS SUJETOS A PERMISOLOGÍA

**Sección Primera**

DE LAS VALLAS PUBLICITARIAS

**Sección Segunda**

DE LA PUBLICIDAD EN LOS KIOSCOS Y PUESTOS DE REVISTAS

**Sección Tercera**

MEDIOS PUBLICITARIOS COMBINADOS CON SERVICIO A LA COMUNIDAD

**TÍTULO V**

DE LA DETERMINACIÓN TRIBUTARIA, BASE IMPONIBLE Y EL PAGO DEL IMPUESTO

**TITULO VI**

DE LAS ALÍCUOTAS IMPOSITIVAS APLICABLES A LOS DIFERENTES MEDIOS PUBLICITARIOS

**CAPÍTULO I**

ALÍCUOTAS A LOS MEDIOS PUBLICITARIOS EN GENERAL

**Sección Primera**

AVISOS FIJOS, VALLAS Y SIMILARES

**Sección Segunda**

PUBLICIDAD EVENTUAL EXTERIOR

**Sección Tercera**

PUBLICIDADES INTERNAS



**Sección Cuarta**

FOLLETOS, VOLANTES, ENCARTES Y SIMILARES

**Sección Quinta**

Material Promocional

**Sección Sexta**

Stands Publicitarios y Actividades de Promoción Eventual

**Sección Séptima**

Proyección de Publicidad en Salas de Cine

**Sección Octava**

Publicidad en Vehículos y Medios Móviles

**CAPÍTULO II**

Tasas

**TITULO VII**

BENEFICIOS FISCALES

**TITULO VIII**

DEL REGIMEN SANCIONATORIO

**CAPITULO I**

De las Prohibiciones

**CAPITULO II**

De las Infracciones y Sanciones

**CAPÍTULO III**

Procedimiento Sancionatorio

**Sección Primera**

Sustanciación del procedimiento.

**Sección Segunda**

De las Notificaciones

**Sección Tercera**

De los Recursos

**CAPÍTULO IV**

De la Prescripción

**TITULO IX**

DE LOS ÓRGANOS COMPETENTES

**TITULO X**

DISPOSICIONES FINALES

**CAPITULO I**

Disposiciones Transitorias y Complementarias

**CAPITULO II**

Disposición Derogatoria y Vigencia





**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
ESTADO LA GUAIRA  
MUNICIPIO BOLIVARIANO DE VARGAS  
CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE VARGAS  
CIUDAD HISTÓRICA DE LA GUAIRA  
AÑO LEGISLATIVO 2022**



EL CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO VARGAS, con el supremo compromiso y voluntad de lograr la mayor eficacia política y calidad revolucionaria en la construcción del socialismo y refundación de la patria, basado en principios humanistas y en las condiciones morales y éticas que persiguen el progreso del país y del colectivo por mandato del pueblo; en ejercicio de la autonomía del municipio, de las competencias municipales y de nuestras atribuciones y funciones, establecidas en los artículos 5, 58, 117, 168, 169, 175, 178.4°, 179.2 y 180 de la **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**; y los artículos 3, 4, 52, 54.1, 56, 75, 92, 95.1, 138.2, 160, 163, 202 y 203 de la **Ley Orgánica del Poder Público Municipal**; en concordancia con los artículos 2, 4, 5, 8, 10 y 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública; y el **"Acuerdo Nacional de Armonización Tributaria Municipal"** de fecha 29 de julio de 2020, sanciona la siguiente:

**ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA  
Y PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO  
VARGAS DEL ESTADO LA GUAIRA**

**TITULO I  
DISPOSICIONES GENERALES**

**Objeto**

**Artículo 1°.** La presente Ordenanza tiene por objeto regular la implementación del impuesto que grava todo mensaje, aviso, anuncio o imagen que, con fines propagandístico o publicitarios comerciales e industriales, que sea difundido, exhibido, proyectado o instalado en bienes del dominio público o privado municipal o de propiedad privada, siempre que sean visibles por el público, que sea repartido de manera impresa en la vía pública, o se traslade mediante rotulaciones en vehículos; en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira.

**Aplicación de Normas Legales Nacionales y/o Estadales**

**Artículo 2°.** La presente Ordenanza regirá sin perjuicio de la aplicación de las disposiciones sobre propaganda y publicidad comercial e industrial sancionadas o dictadas por las autoridades nacionales o estadales en sus respectivos ámbitos de competencia.

**Ámbito de Aplicación Objetiva**

**Artículo 3°.** Quedan sometidas a las disposiciones de esta Ordenanza, toda Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial, que en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, por medio de mensajes, avisos, anuncios o imágenes, sea transmitida, editada, instalada, apostada, distribuida y exhibida, interna y externamente, incluidas las que se realizan a través de medios electrónicos.

**Parágrafo Único:** A los fines de la presente Ordenanza, los términos publicidad y propaganda se entenderán como sinónimos.



### Principio de Legalidad- Armonización Tributaria Municipal

**Artículo 4°.** La presente Ordenanza no podrá tener efectos confiscatorios, ni permitirá la múltiple imposición interjurisdiccional o convertirse en obstáculo para el normal desarrollo de las actividades económicas a las que las mismas se refiere; debiendo cumplir con las normas, principios, parámetros y limitaciones que se preveen en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, así como los postulados del "Acuerdo Nacional de Armonización Tributaria" de fecha 29 de julio de 2020, homologado por la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia, para tales fines.

**Parágrafo Único:** El Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira cooperará con los distintos niveles de la administración tributaria, a través de mesas técnicas permanentes u otros medios de coordinación, para cumplir los objetivos del Plan de la Patria en materia de estandarización, armonización y coordinación tributaria que se promuevan en el marco de un Estado Democrático, Social, de Derecho y de Justicia con carácter Federal Descentralizado.

### Sujetos de Aplicación

**Artículo 5°.** Son sujetos de aplicación de esta Ordenanza, las personas naturales y jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, que por cuenta propia o en nombre y por cuenta de ellas, desarrollen actividades de publicidad o propaganda comercial e industrial, en el territorio del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira.

**Parágrafo Único:** Se exceptúan aquellos sujetos que, por naturaleza propia de la actividad que ejerzan, se rijan por normativa legal especial, así como aquellos sujetos que, de manera expresa, sean excepcionados por el Alcalde o Alcaldesa con ocasión de planes de desarrollo municipal o tratados y convenios válidamente suscritos con el Municipio.

### Fines

**Artículo 6°.** Son intereses y fines específicos del Municipio Bolivariano Vargas, en materia de publicidad o propaganda comercial e industrial:

1. Implementar y recaudar el Impuesto Sobre Propaganda o Publicidad Comercial e Industrial establecido en la Constitución de la República Bolivarian de Venezuela y la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, con la finalidad de implementar acciones y políticas públicas coherentes, que tenga a sus ciudadanos y ciudadanas, y a sus comunidades y su entorno como prioridades de las mismas, para la satisfacción eficiente de sus necesidades.

2. Determinar los criterios, obligaciones, condiciones y los aspectos técnicos exigidos para la realización de la actividad publicitaria comercial e industrial que sea editada, transmitida, instalada, exhibida o distribuida en la jurisdicción del municipio, a través de los medios de propaganda y publicidad regulados en la presente ordenanza.

### Definiciones

**Artículo 7°.** A los fines de la correcta interpretación y aplicación de la presente Ordenanza, se entiende por:

1. **Aviso:** Medio publicitario en forma de objeto, cartel, anuncio, mural, adosado a bienes inmuebles o cualquier estructura fija, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos destinados a permanecer a la vista del público y que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación no requieran condiciones especiales para su instalación.

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



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

**4. Áreas de Seguridad:** Las áreas definidas como tales en los respectivos planos de ordenación urbanística municipal, así determinadas por la máxima vigilancia, control y supervisión que respecto de ellas se ejerce.

**5. Bienes del Dominio Público:** Son aquellos que por su naturaleza o destino, sean muebles o inmuebles, que no son susceptibles de propiedad privada, así como todos aquellos afectados al funcionamiento de un servicio público.

**6. Bienes del Dominio Privado:** Son aquellos que se rigen por las normas del derecho privado, salvo disposiciones especiales.

**7. Contribuyentes:** Las personas naturales o jurídicas con derechos y obligaciones, frente a la administración pública municipal en las cuales derivan el pago de los tributos.

**8. Empresa y/o Empresario de Propaganda o Publicidad Comercial e Industrial:** Toda persona natural, jurídica o entes colectivos a los cuales otras ramas jurídicas atribuyen calidad de sujeto de derechos, que de manera permanente o eventual, asuman la creación, edición, transmisión, exhibición, proyección o la instalación de propaganda y publicidad comercial e industrial.

**9. Medios de Publicidad:** Canales, vías, objetos, mecanismos, tecnologías, instrumentos o bienes, espacios creados, manejados, fabricados, instalados y producidos, por cualquier persona natural o jurídica de manera permanente o eventual donde se exhiben o exponen las pautas publicitarias, tengan finalidad informativa, señalizadora o identificativa, demostrando los atributos, virtudes de los productos o servicios anunciados con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios y compradores.

**10. Mural:** Es una técnica de arte figurativo pintada o aplicada directamente sobre un muro o pared.

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

**12. Publicidad Comercial o Industrial:** Todo anuncio o mensaje difundido por un medio publicitario, que esté destinado a dar a conocer, promover, informar, divulgar o vender, productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, exhibiciones artísticas, de destreza o habilidades; con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios, usuarias o compradores y compradoras.

**13. Publicidad Combinada:** aquella cuyo contenido no sólo busca divulgar o promover productos o servicios, sino que se encuentra combinada con elementos de interés general, que ofrezcan una utilidad al público.

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

**15. Unidad Publicitaria:** Objeto, elemento, instrumento, bien, mecanismo, tecnología o cosas similares que sirvan y se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o afines, dirigidos a atraer la atención de consumidores, consumidoras, usuarios o usuarias.

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



### **Principios Éticos de la Publicidad Comercial**

**Artículo 8°.** La Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial que, en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, se haga a cualquier artículo, servicio, empresa, producto, o sobre exhibiciones artísticas de talento, habilidad o destreza, deberá:

1. Ajustarse a la verdad.
2. Respetar los principios y condiciones indicados en la Ley referida a la defensa de las personas en el acceso a los bienes y servicios, o cualquier normativa legal que proteja los intereses de las mismas.
3. No deben contener mensajes que inciten al odio, violencia, discriminación de personas por su condición social, raza, sexo, religión, o que irrespeten a las personas o investidura de altos funcionarios o altas funcionarias de los poderes públicos en sus distintas ramas y niveles.
4. Ser previamente autorizada por la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT), a los efectos de la correspondiente tributación.

### **Idioma Castellano**

**Artículo 9°.** Toda Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial debe ser redactada correctamente en idioma castellano o dialecto indígena, si fuere el caso, aún sin traducción al castellano. No se permitirá el uso de idiomas extranjeros, excepto aquellos casos de palabras o expresiones no traducibles al castellano, las que se refieran a nombres propios, marcas de fábrica o denominaciones comerciales debidamente registradas o para intereses turísticos.

La Administración Tributaria Municipal, podrá autorizar la publicidad en idioma extranjero, siempre que sea publicada con su traducción al castellano y la misma sea de interés directo para personas que hablan ese mismo idioma, para lo cual deberá presentarse ante la misma la traducción del texto al castellano.

## **TITULO II**

### **DEL HECHO IMPONIBLE Y LOS SUJETOS DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA**

#### **Fuente de Obligación Tributaria**

**Artículo 10.** Toda Propaganda o Publicidad Comercial e Industrial realizada dentro de la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira, constituye fuente de obligación tributaria acreditable a los sujetos pasivos. La misma será exigible por la Administración Tributaria Municipal a partir del momento en que dicha propaganda o publicidad sea efectivamente exhibida, proyectada o instalada, se dé a conocer, se promueva o se divulgue.

#### **Hecho Imponible**

**Artículo 11.** El hecho imponible del Impuesto Sobre Propaganda o Publicidad Comercial e Industrial, es la publicidad, comunicación o anuncio de un mensaje destinado a informar al público sobre la existencia de productos o servicios, divulgado por un medio emitido con fines comerciales, y, en consecuencia, su realización origina la obligación del pago de los impuestos previstos en esta Ordenanza en forma independiente al cumplimiento de las demás obligaciones en ella establecidas, sin perjuicio de las sanciones que resulten aplicables.

#### **Cese de la Obligación Tributaria**

**Artículo 12.** La obligación de pagar el impuesto que se regula en la presente Ordenanza cesa con el retiro o recogimiento de la publicidad o propaganda comercial e industrial. Los sujetos pasivos del impuesto tienen el deber de notificar a la Administración Tributaria Municipal, el retiro o recogimiento de la publicidad o propaganda comercial, para poner fin a la obligación impositiva. Caso contrario, el impuesto se continuará causando hasta la fecha de la respectiva notificación y/o fiscalización.



### Cambios Publicitarios

**Artículo 13.** Los cambios de pauta de publicidad o propaganda, las modificaciones, variabilidades ó sustituciones en las estructuras, deberán estar previamente autorizadas por la Administración Tributaria Municipal, aún cuando el permiso original para exhibir las mismas no haya vencido. En el caso, que la modificación se refiera a medios publicitarios o productos que generen un impuesto mayor al calculado inicialmente, el contribuyente procederá al pago de la diferencia del impuesto respectivo, en un lapso no mayor de quince (15) días continuos de iniciada la nueva publicidad que origine la alícuota mayor.

### Sujeto Activo

**Artículo 14.** El sujeto activo de la obligación tributaria es el Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira.

### Sujetos Pasivos

**Artículo 15.** Son sujetos pasivos de este impuesto, los contribuyentes y los responsables, en los términos establecidos en la presente Ordenanza.

### Contribuyentes

**Artículo 16.** Son contribuyentes del presente impuesto las personas naturales y jurídicas anunciantes, cuyos productos o actividades se beneficien con la publicidad que se exhibida, proyecte, instale, promueva o divulgue a tales fines.

**Parágrafo Primero:** El uso de marcas registradas o patentadas, que sean exhibidas en el Municipio Bolivariano Vargas, es exclusivo de su legítimo propietario y será éste el sujeto pasivo del impuesto regulado por esta Ordenanza.

**Parágrafo Segundo:** Si en una unidad, medio o elemento publicitario se hiciera publicidad de dos o más productos, artículos o servicios, serán contribuyentes solidariamente responsables del pago del impuesto, accesorios y multas, y al cumplimiento de las obligaciones previstas en esta Ordenanza, todos los anunciantes que figuren en el medio, elemento o unidad publicitaria.

### Responsables

**Artículo 17.** Son responsables solidarios ante el Fisco Municipal:

1. En carácter de agentes de percepción:

a) Las empresas que se encarguen de prestar el servicio de publicidad, los editores o cualquier otro que, en razón de su actividad, participen o hagan efectiva la publicidad.

2. Del pago de los impuestos, accesorios y multas previstas en esta Ordenanza:

a) Las empresas que se encarguen de prestar los servicios de publicidad, los editores o cualquier otro que en razón de su actividad, participen o hagan efectiva la publicidad, cuando esta se efectúe a favor o en nombre de terceros.

b) Las empresas que realiza la publicidad a nombre de diversos anunciantes, si fuera el caso, debiendo pagar el impuesto previsto en esta Ordenanza de cada uno, como si estuviera siendo ejercida la actividad por él sólo.

c) Las personas naturales, jurídicas, entidades o colectividades que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, comodato, posesión o tenencia de los medios o elementos publicitarios a través de los cuales se difundan mensajes de propaganda y publicidad comercial con fines comerciales.

### Obligaciones de los Sujetos Pasivos

**Artículo 18.** Las personas naturales o jurídicas, que en calidad de contribuyentes, responsables o agentes de percepción, realicen actividades publicitarias en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, están obligados a:

1. Pagar y/o enterar por ante las Oficinas Receptoras de Fondos Municipales, o mediante el sistema de información dispuesto para tal fin, los impuestos que se determinen,





generen y/o retengan en razón de la aplicación de esta Ordenanza, en el lugar, fecha y forma que indique la Administración Tributaria Municipal.

2. Mantener en buen estado los medios publicitarios que coloquen o instalen.
3. Solicitar autorización previa de la Administración Tributaria Municipal para la instalación, colocación, o cualquier cambio estructural o de forma que pretendan realizar en las vallas, avisos, postes o cualquier tipo de medios de exhibición.
4. Notificar a la Administración Tributaria Municipal el retiro de los medios publicitarios colocados en su jurisdicción y demostrar que se ha restituido a su condición original el espacio de ubicación de los mismos, debiendo estar solvente para la fecha con el impuesto y los accesorios respectivos.
5. Someterse a los procedimientos sobre verificación y fiscalización establecidos en la presente Ordenanza.
6. Permitir el acceso de los fiscales autorizados de la Administración Tributaria Municipal, a la contabilidad y cualquier otra documentación necesaria, tanto de índole personal como empresarial, y suministrar a estos los documentos e informaciones que le sean requeridos para constatar la veracidad de los ingresos y de los impuestos cancelados, aún cuando la empresa no esté domiciliada en el Municipio.
7. En los casos de agentes de retención, presentar en el primer trimestre de cada año, ante la Administración Tributaria Municipal, una declaración informativa de los tributos percibidos y enterados.
8. Cumplir con las demás obligaciones establecidas en esta Ordenanza y su Reglamento, y normas legales aplicables a la materia.

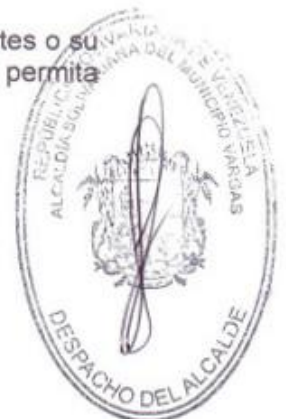
**Parágrafo Único:** Las obligaciones impuestas en la presente Ordenanza a empresas o empresarios de Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial, serán igualmente exigibles a las personas naturales o jurídicas que de manera eventual realicen cualquier tipo de publicidad.

#### **Declaración Estimada de medios publicitarios**

**Artículo 19.** Las empresas publicitarias y aquellas designadas como agentes de percepción, estarán en la obligación de consignar, en el transcurso del mes de noviembre de cada año, ante la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT), una relación jurada que indique los medios publicitarios que continuarán en exhibición durante el año siguiente, de no ser así, se entenderá que no tiene interés en aquellas unidades no mencionadas, las cuales deberán remover dentro de los próximos treinta (30) días continuos contados a partir del vencimiento del lapso previsto para la presentación de la relación a que se refiere este artículo. En caso contrario, la alcaldía del Municipio Bolivariano Vargas, podrá a remover el medio publicitario a costa del infractor y también liquidará el impuesto causado hasta la fecha de remoción.

**Parágrafo Primero:** En el caso que se haya cometido un error en la declaración, cuyo margen supere el cinco por ciento (5%) del monto de impuesto generado por los medios publicitarios declarados, deberá presentar una declaración complementaria incluyendo la identificación de los medios omitidos en la declaración, dentro de un plazo de quince (15) días continuos contados a partir de la fecha de presentación de la declaración inicial a que se refiere el presente artículo.

**Parágrafo Segundo:** Deberá anexarse a estas declaraciones, los permisos vigentes o su renovación y autorización del propietario o propietaria del inmueble que permita usufructuar el mismo.



**TITULO III**  
**DEL REGISTRO DE EMPRESAS Y/O EMPRESARIOS DE PROPAGANDA Y**  
**PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL**

**Registro de Publicidad Comercial e Industrial**

**Artículo 20.** Toda empresa y/o empresario de publicidad que pretenda operar como tal, de manera permanente en el Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira, deberá registrarse por ante la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT), igualmente deberá solicitar la Licencia de Actividades Económicas que corresponda, indicando en la solicitud de registro lo siguiente:

1. Nombre de la empresa o empresario.
2. Dirección exacta, teléfonos y correo electrónico.
3. Personas responsables de su administración.
4. Carta de intención de realizar actividades publicitarias en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas.

Además, deberá consignar copias con vista al original de los siguientes documentos:

1. Acta constitutiva y estatutos de la empresa.
2. Registro de Información Fiscal (RIF).
3. Estados Financieros suscritos por el Contador de la empresa.
4. Licencia de Actividades Económicas y Solvencia Municipal del Municipio donde tenga su sede permanente.
5. Copia de la cédula de identidad del representante de la empresa, y autorización o poder, si fuere el caso.

**Parágrafo Primero:** Las personas naturales o jurídicas que realicen publicidad de manera eventual, no estarán obligadas a inscribirse en el Registro de Publicidad Comercial e Industrial, pero deberán solicitar un permiso, en cada oportunidad del ejercicio de su actividad en el ámbito territorial municipal, cumpliendo con lo previsto en la presente Ordenanza.

**Recepción y Notificación de la Solicitud de Inscripción**

**Artículo 21.** Recibida la solicitud acompañada de los recaudos señalados en el artículo anterior, la Administración Tributaria Municipal, previa revisión de los mismos, procederá dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a expedir al interesado o interesada constancia de su inscripción, o en su defecto notificarle mediante resolución las causas del rechazo.

**Requisito Previo para Permisos**

**Artículo 22.** La constancia de inscripción vigente, expedida por la Administración Tributaria Municipal, se constituirá en requisito previo para el otorgamiento de permisos o autorizaciones para instalar, transmitir, exhibir o distribuir publicidad comercial en el Municipio Bolivariano Vargas.

**Registro Único de Contribuyentes Municipales**

**Artículo 23:** El Municipio Bolivariano Vargas coadyuvará en la creación y actualización del Registro Único de Contribuyentes Municipales que administra el Consejo Bolivariano de Alcaldes y Alcaldesas de Venezuela, por lo que compartirá a este último los datos de su Registro de Publicidad Comercial e Industrial que le sean requeridos, por lo métodos que éste determine, siempre que se garantice la seguridad y confidencialidad de la información de los contribuyentes.



**TITULO IV  
DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA PERMISAR LA INSTALACIÓN  
DE MEDIOS PUBLICITARIOS**

**CAPITULO I  
De los Permisos**

**Permiso de Publicidad**

**Artículo 24.** Solo podrá exhibirse propaganda o publicidad comercial e industrial, o ejercer cualquier tipo de acto relacionado con esta actividad, cuando previamente se haya obtenido el permiso para ello y pagado el impuesto correspondiente ante la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT).

**Requisitos**

**Artículo 25.** A los efectos de la obtención del permiso para la exhibición de propaganda o publicidad comercial e industrial, el solicitante deberá presentar ante la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT), el formulario de solicitud respectivo, acompañado con los siguientes recaudos:

1. Constancia de Inscripción en el Registro de Publicidad Comercial e Industrial.
2. Solvencia de impuestos municipales.
3. Aval de la Dirección de Planeamiento y Control Urbano, en caso que aplique.
4. Plano, foto satelital, o croquis acotado y Fotografía del lugar de ubicación donde se colocará la unidad publicitaria
5. Características y formas del medio y de la unidad publicitaria (bosquejo indicando las medidas)
6. Fotomontaje de ubicación que incorpore la unidad publicitaria propuesta a los elementos existentes en su entorno.
7. Croquis de relación de distancias mínimas con inmuebles y otras unidades publicitarias similares o de la misma categoría existentes en el sector.
8. Autorización del propietario o propietaria del inmueble.
9. Copia del contrato de alquiler del inmueble, si fuere el caso.

**Parágrafo Primero:** En aquellos casos donde se requiera permiso previo de la Autoridad Nacional o Regional competente, no se admitirá la solicitud del permiso al que se refiere los artículos precedentes, hasta no haber consignado conjuntamente con los demás recaudos, el permiso o autorización correspondiente.

**Parágrafo Segundo:** Cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso o altura requieran condiciones especiales para su instalación, los y las solicitantes deberán anexar a la petición del permiso, un plano a escala de la estructura y cuerpo del aviso, debidamente conformado por un Ingeniero colegiado. Asimismo, se exigirá una póliza de seguro de Responsabilidad Civil, cada vez que solicite este tipo de publicidad, con duración mínima de un (1) año, para amparar los eventuales daños o perjuicios que puedan causarse a terceros.

**Violación de Instrumentos Legales**

**Artículo 26.** No podrá otorgarse el permiso para la exhibición de propaganda o publicidad comercial e industrial, cuando la publicidad no se ajuste a las normas establecidas en la presente Ordenanza y cuando esté en contravención con lo previsto en otros instrumentos legales aplicables en la materia.

**Recepción y Notificación de la Solicitud de Permiso**

**Artículo 27.** Recibida la solicitud acompañada de los recaudos señalados en esta Ordenanza, la Administración Tributaria Municipal, previa revisión de los mismos,



procederá dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a expedir al interesado o interesada el permiso correspondiente, o en su defecto, notificarle mediante resolución las causas del rechazo.

#### **Carácter Intransferible de los Permisos**

**Artículo 28.** Los permisos otorgados por la Administración Tributaria Municipal para la exhibición, colocación o distribución de publicidad comercial e industrial son intransferibles, por tanto, no pueden ser cedidos, vendidos, canjeados, negociados, traspasados, y cesa su vigencia al producirse cualquier alteración de las condiciones originales.

#### **Validez de los Permisos**

**Artículo 29.** Los permisos o autorizaciones otorgados para instalación y exhibición de vallas o avisos publicitarios comerciales e industriales en el Municipio Bolivariano Vargas, tendrán validez desde la fecha de su otorgamiento hasta el 31 de diciembre del año en que fueron otorgados.

#### **Suspensión de Permisos a los Medios Publicitarios**

**Artículo 30.** La Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT), podrán suspender, prohibir y remover los permisos a cualquier medio publicitario que no se ajuste a las normas de moralidad, ética o lenguaje; cuando se sospeche de peligro que pueda ofrecer su instalación con respecto a emergencias como: cortocircuitos, lluvias, fuego, sismos, vientos o impactos; cuando atente contra el ornato y paisajismo; cuando se efectúe publicidad sobre productos nocivos para la salud sin que el mensaje sobre la advertencia de sus efectos sea incluido o sea ilegible a distancias menores de veinte (20) metros, o no se ajusten a las normas previstas en esta Ordenanza.

## **CAPITULO II**

### **Condiciones de Permisibilidad de Medios Publicitarios**

#### **Plazo para la Instalación del Motivo Publicitario**

**Artículo 31.** Una vez otorgado el permiso para instalación de un elemento publicitario, el interesado o interesada, dispondrá de un plazo máximo de sesenta (60) días continuos, contados a partir de la fecha de expedición del permiso, para la instalación del mismo.

**Parágrafo Único:** Una vez vencido el lapso establecido, quedarán sin efecto los permisos expedidos para los elementos, unidades o medios publicitarios no instalados. Los permisos afectados por lo dispuesto en este parágrafo no podrán ser renovados por los mismos interesados, interesadas o responsables, sino luego de transcurridos treinta (30) días, contados a partir de la fecha de vencimiento del mismo.

#### **Identificación del Medio Publicitario**

**Artículo 32.** En toda Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial, destinada a permanecer a la vista del público, deberá indicarse en forma clara y visible, el número del permiso que lo autoriza, el nombre del contribuyente y el número de Registro de Información Fiscal (RIF) del anunciante, mediante una placa o etiqueta, ubicada en el extremo inferior derecho de la cara frontal del medio publicitario de que se trate. Dicha placa o identificación, será elaborada por el contribuyente de acuerdo a las características que se establezcan por la Administración Tributaria Municipal.

#### **Trabajos de Ornato en Zonas de Dominio Público**

**Artículo 33.** Cuando los medios publicitarios vayan a instalarse en áreas o bienes del dominio público municipal, deberá el interesado o interesada efectuar trabajos de jardinería y ornato en las zonas circundantes al medio publicitado, a criterio de la Alcaldía del Municipio Bolivariano Vargas, a través del órgano competente en materia territorial y de servicios públicos.



#### Publicidad en Fachadas de Edificios

**Artículo 34.** Las publicidades o propagandas en anuncios, carteles y similares, podrán ser colocados en los frentes de los edificios, cuando la fachada de los mismos así lo permita y deberán estar instalados de plano, adosados a la fachada del local y sin tapar ventilaciones ni vista de los locales comerciales, con un espesor no mayor de treinta centímetros (30 cm), y una altura no menor de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts), contados a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.

#### Publicidad en Espacios Declarados Patrimonio Histórico y Cultural

**Artículo 35.** Quienes deseen ejercer actividades de Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial, para ser exhibidas o instaladas en espacios públicos o inmuebles declarados como Patrimonio Histórico y Cultural del Municipio Bolivariano Vargas, deberán obtener previamente la autorización del órgano competente municipal en materia de protección y resguardo de patrimonio histórico, sin la cual la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT) no podrá otorgar el permiso respectivo para la instalación de los medios de publicidad.

**Parágrafo Primero:** La obtención de la autorización del órgano competente municipal en materia de protección y resguardo de patrimonio histórico, no acredita la instalación y exhibición de la Publicidad o Propaganda Comercial sin el cumplimiento del procedimiento establecido en la presente Ordenanza.

**Parágrafo Segundo:** El órgano competente municipal en materia de protección y resguardo de patrimonio histórico, solicitará carta compromiso suscrita por el representante legal de la empresa o empresario publicitaria o publicista, donde se asuma la obligación de resarsir e indemnizar todo daño causado a bienes declarados como Patrimonio Histórico y Cultural del Municipio Bolivariano Vargas, restituyéndolo a su condición original si fuere el caso, en un término no mayor de treinta (30) días continuos.

#### Reubicación o Traslado

**Artículo 36.** Ninguna publicidad destinada a permanecer fija en un determinado sitio, podrá ser reubicada a otros lugares, sin el consentimiento de las autoridades competentes y previo cumplimiento de las normas establecidas en la presente Ordenanza. En todo caso, el traslado de un espacio publicitario, se considerará como un espacio nuevo, debiendo el interesado o interesada proceder a la gestión de un nuevo permiso que esta Ordenanza específica para tales fines.

#### Procedimientos en Caso de Desperfectos

**Artículo 37.** Todo anuncio, unidad o medio publicitario que permanezca en exhibición sin identificación de la empresa, sin motivo publicitario claro o en condiciones de deterioro que contravienen condiciones de seguridad y conservación, deberán ser removidos de su ubicación, por parte del contribuyente o responsable. Si éstos no procedieran a reparar la omisión, desperfecto o el deterioro en un plazo de cinco (5) días hábiles siguientes a su notificación, la Administración Tributaria Municipal podrá ordenar su retiro, sin que el contribuyente pretenda la devolución o reducción del impuesto que hubiere pagado. Los gastos que ocasione la remoción del anuncio o medio publicitario, serán por cuenta del contribuyente o responsable, quien no podrá alegar daños o perjuicios de ninguna índole derivados de tal acción.

#### Retiro por Cambios de Disposiciones Reglamentarias

**Artículo 38.** Cuando el uso de un tipo de publicidad quede prohibido por una nueva disposición legal o reglamentaria para una determinada vía o sector de la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, los avisos o anuncios ya instalados deberán ser retirados y deberán someterse a la nueva reglamentación para ser reinstalados; no pudiendo exigirsele a la Administración Tributaria Municipal, responsabilidad por daños o perjuicios de ninguna índole derivados de tal acción.

#### Permiso para Cambio o Retiro de Motivo Publicitario

**Artículo 39.** Aquellos o aquellas contribuyentes o responsables que pretendan realizar algún cambio de motivo publicitario o retiro de cualquier medio o unidad, deberán



presentar ante la Administración Tributaria Municipal, una solicitud anexando los siguientes recaudos:

1. Carta explicativa con las especificaciones del cambio de motivo publicitario o del retiro del medio o unidad que se va a realizar.
2. Original del pago de la Tasa Administrativa.
3. Copia del Permiso original del elemento publicitario.
4. Copia del pago del impuesto del elemento publicitario.
5. Estar solvente con los demás impuestos que tenga lugar en la jurisdicción del Municipio.

**Párrafo Único:** El trámite a que se refiere este artículo en ningún caso involucra la devolución o compensación de lo cancelado por concepto de tasa por servicios administrativos.

### CAPÍTULO III De los Medios Publicitarios Sujetos A Permisología

#### Sección Primera De las Vallas Publicitarias

##### Clasificación de las Vallas Publicitarias

**Artículo 40.** A los fines de la presente Ordenanza se clasifican a las vallas publicitarias en cinco (5) tipos básicos:

1. Vallas con estructuras propias sobre el suelo, en terrenos privados.
2. Vallas con estructuras propias sobre el suelo, en las inmediaciones de carreteras y autopistas resguardadas por autoridades administrativas de red vial nacional o estatal.
3. Vallas en edificaciones; que pueden ser con estructura propia sobre azoteas, o adosados a las paredes de las mismas
4. Murales, que son aquellos pintados directamente sobre la fachada de las edificaciones.
5. Pizarras o Pantallas Electrónicas

##### Sujeción a Normativa Urbanística sobre Edificaciones

**Artículo 41.** Toda valla publicitaria, será considerada como una construcción, y por ello, tendrá que someterse a la reglamentación de las normas contenidas en leyes u ordenanzas sobre Zonificación, Construcción en general, Arquitectura y Urbanismo vigentes.

##### Acatamiento de Normas Legales para Publicidad en Vías

**Artículo 42.** Las empresas y empresarios o empresarias de Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial que pretendan colocar o instalar vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro medio de carácter publicitario, en las: autopistas urbanas e interurbanas y zonas adyacentes, o divisorias de las mismas; carreteras y puentes y sus zonas adyacentes; ensanches o áreas verdes; y en las áreas destinadas a los servicios auxiliares, de seguridad y mantenimiento; distribuidores, encrucijadas, intersecciones de vías, pasarelas y curvas, que se encuentren en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, se regirán por las disposiciones emanadas de las Leyes y Decretos Nacionales, Estadales y Municipales y demás instrumentos análogos que determinan la materia.

##### Separación de Vallas en Calles y Avenidas

**Artículo 43.** La separación entre las vallas en las calles y avenidas no será menor de cien metros (100 mts), cuando se trate de un elemento publicitario sobre un sólo poste.

##### Separación de Vallas en Autopistas y Vías Rápidas

**Artículo 44.** La separación entre las vallas en las autopistas y vías rápidas no será menor de:



1. Trescientos metros (300 mts) cuando se trate de una (1) sola valla, de una o dos (1 ó 2) caras
2. Quinientos metros (500 mts), cuando se trate de un grupo de una a dos (1 a 2) vallas, de una o dos (1 ó 2) caras.

#### Seguridad y Visibilidad Vial

**Artículo 45.** Para la colocación de cualquier tipo de vallas en calles, avenidas, autopistas, vías rápidas o carreteras, no estará permitido el uso de aquellas estructuras o materiales que las autoridades de tránsito consideren peligrosos, en virtud de la influencia que puedan tener en la visibilidad de los conductores.

**Parágrafo Primero:** No se permitirá la colocación de vallas cuando interfieran o disminuyan la visibilidad de una señal de tránsito. La distancia entre una valla y una señal no podrá ser menor de doscientos metros (200 mts.)

**Parágrafo Segundo:** Las vallas solo podrán colocarse en los tramos rectos de las vías. Su ubicación estará limitada a una distancia no menor de veinticinco metros (25 mts.) del inicio del tramo curvo.

#### Ubicación de las Vallas

**Artículo 46.** Las vallas sólo podrán colocarse:

1. En los inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de usos mixtos previstos en las Ordenanzas de Zonificación y Urbanismo del Municipio Bolivariano Vargas.
2. Sobre las azoteas y techos de las edificaciones cuya zonificación sea de uso comercial o residencial, siempre y cuando: su altura no sea superior a la regulada en la zonificación del sector; que el área física de la valla se mantenga dentro de los linderos de la edificación, evitando la visualización de los elementos estructurales y de fijación de ésta a la edificación; y respete toda la regulación sobre seguridad, corredores y espacios aéreos. A tales efectos, se deberá además, presentar un proyecto de cálculo y de diseño estructural debidamente firmado por un Ingeniero colegiado, que garantice que la edificación resiste la implantación de la valla, así como planos, memoria descriptiva, detalles estructurales y de resistencia al viento de la estructura publicitaria.
3. En las fachadas de las edificaciones, en cuyo caso, deberán ser instaladas en forma plana y adosadas a la misma, siempre y cuando no obstruyan las áreas de ventilación de la edificación, no interrumpan visuales, ni perturben, si son iluminadas, a las edificaciones vecinas; y su grosor no exceda de treinta centímetros (30 cm.). En caso de estar colocadas en áreas que requieran circulación peatonal, deberán estar a una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts) contada a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.
4. En terrenos de construcción, se permitirá la instalación de vallas o cercas publicitarias, por un período igual al tiempo de construcción y venta de la misma, debe presentar carta de compromiso, para su retiro.
5. En las aceras, únicamente cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicio a la comunidad y su colocación sea obligatoria o esencial para la prestación del servicio que se trate y se encuentren obligados a ello, tanto el sector público como privado, por Decretos, Reglamentos, Normas o Leyes Nacionales. Deberán guardar un espacio de un metro con veinte centímetros (1,20 mts) entre el aviso y el límite anterior de la acera para la libre circulación peatonal. En el caso de aceras que tengan una sección menor a un metro veinte centímetros (1,20 mts) se permitirá, excepcionalmente, la colocación de aquellos medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, cuando su colocación sea obligatoria o esencial para la presentación del servicio que se trate. En estos casos, la estructura deberá estar colocada fuera del área de la acera a una altura de dos metros veinte centímetros (2,20 mts) de manera que permita la libre circulación peatonal.



6. En los linderos internos de terrenos privados, de uso comercial – residencial, cumpliendo con la altura regulada en la zonificación del sector, siempre que su altura no exceda de ocho metros (8 mts) y que su relación con la vía sea tal que, en caso de desplazarse o caer por cualquier motivo, no se presente obstrucción de la misma.

#### Vallas Sobre Techos o Azoteas

**Artículo 47.** Las vallas con estructuras propias sobre techos y azoteas de edificaciones de uso comercial – residencial, además de ajustarse a lo previsto en el artículo anterior, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Cuando la edificación tenga un único propietario, el interesado o interesado en pretender el permiso para colocarla, deberá obtener autorización del propietario. En caso, de ser varios propietarios deberá obtener la autorización por lo menos del setenta y cinco por ciento (75%) de los propietarios o copropietarios, según conste en documento de propiedad o acta de condominio, o según lo establecido en la Ley de Propiedad Horizontal; anexando el contrato de arrendamiento debidamente notariado, así como la solvencia municipal correspondiente al inmueble.
2. Únicamente se permitirán en edificaciones de más de cuatro (4) niveles.
3. En las azoteas o terreno de edificaciones con uso comercial - residencial, cuando los carteles o anuncios, tengan dirigida su visibilidad a avenidas o autopistas ubicadas fuera de la zona residencial, y los referidos avisos, anuncios o carteles no sean visibles desde las vías de tránsito o peatonales de la zona residencial, ni interrumpan visuales, ni ventilación, ni perturben, si son iluminadas, a las edificaciones vecinas. Las dimensiones de las vallas serán de una altura que no exceda a la regulada en la zonificación de la parcela de que se trate, con las siguientes consideraciones:
  - a) Altura: como máximo un sexto (1/6) de la altura de la edificación, medidos desde el nivel de la azotea o techo, y en ningún caso más de cinco metros (5 mts.).
  - b) Longitud: la longitud de la fachada de la edificación, menos los retiros subsecuentemente previstos.
  - c) Retiro lateral: no menor de dos metros (2 mts.) medidos desde el plano de la fachada.
  - d) Retiro vertical: no menor de dos metros (2 mts.) medidos el nivel de la azotea o techo.
4. Debe evitarse la visualización de los elementos estructurales y de fijación de ésta a la edificación, ocultando el armazón.
6. Se exigirá igualmente al solicitante, una póliza de seguro de Responsabilidad Civil, cada vez que solicite este tipo de publicidad, con duración mínima de un (1) año, para amparar los eventuales daños y perjuicios que puedan causarse a terceros, siendo la empresa o empresario los únicos responsables. La permanencia periódica de esta póliza, deberá ser comprobada en la oportunidad de cancelar los impuestos causados en aplicación de la Ordenanza.

#### Vallas con Estructura Propia al Suelo

**Artículo 48.** Las vallas con estructura propia sobre el suelo de terrenos privados, además de ajustarse a las estipulaciones contenidas en esta Ordenanza, deberán cumplir con los requisitos siguientes:

1. Presentar el contrato de arrendamiento debidamente notariado, así como la solvencia municipal correspondiente al inmueble. En caso de ser varios propietarios deberá obtener la autorización de por lo menos del setenta y cinco por ciento (75%) de los propietarios o copropietarios, según conste en acta de condominio, o según lo establecido en la Ley de Propiedad Horizontal.
2. Plano o croquis de la valla y su estructura, indicando ubicación, dimensiones, fotografías del sitio donde se instalará.





3. Proyecto de las obras de ornato y mantenimiento que deberá efectuar en el área adyacente al lugar donde se va a colocar la valla.
4. Deberán tener una altura mínima desde el suelo al borde inferior del cartel de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts) y una altura máxima que cumpla con lo regulado en la zonificación del sector, siempre que su altura en relación a la vía sea tal que, en caso de caída o desprendimiento, por cualquier motivo, no se presente obstrucción de la misma; y en ningún caso tener una altura mayor a ocho (8) metros.
5. La separación entre vallas, deberán ajustarse a lo establecido anteriormente en la presente Ordenanza.

#### **Vallas con Estructura Propia al Suelo Instaladas en Autopistas y Vías Rápidas**

**Artículo 49.** Las vallas con estructura propia sobre el suelo, en inmediaciones de carreteras y autopistas resguardadas por autoridades administrativas de red vial nacional o estatal, además de ajustarse a las estipulaciones contenidas en esta Ordenanza, deberán cumplir con los requisitos siguientes:

1. Presentar autorización del Instituto Nacional de Transporte y Tránsito Terrestre (INTTT) o cualquier otro organismo nacional autorizado para tal fin.
2. Presentar autorización del Instituto Municipal de Vialidad y Transporte del Municipio Vargas (IMVITRAV).
3. Deben respetar los retiros, resguardos y derechos de vías contemplados en la Ley de Tránsito Terrestre y decretos, y demás normas o reglamentos aplicables sobre la materia.

#### **Pantallas o Pizarras Electrónicas**

**Artículo 50.** Las pantallas o pizarras electrónicas, además de ajustarse a las disposiciones de los artículos precedentes de la presente Ordenanza, deberán presentar el estudio de luminosidad certificado por un ingeniero especialista en la materia, que certifique que su uso no conlleva peligro alguno para el tránsito automotor ni alteración de zonas vecinas. En todo caso, el Municipio se reserva el derecho para determinar el grado de luminosidad que debe tener la valla.

#### **Murales**

**Artículo 51.** Para la realización de murales de cualquier tipo deberá presentarse bosquejo de la publicidad propuesta, a fines de evaluar su impacto visual, así como, carta compromiso de mantenimiento del área a pintar, decorar o iluminar.

#### **Obligación de Mantenimiento de Jardinería u Ornato**

**Artículo 52:** Las empresas o empresarios de Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial, contribuyentes o responsables solidarios del pago del tributo generado por la colocación de vallas publicitarias, están en la obligación de mantener las áreas verdes circundantes a las mismas, en un radio de dos (2) metros. En caso de incumplimiento de esta obligación, según informe substanciado a tales efectos, el Municipio podrá revocar el permiso otorgado.

### **Sección Segunda De la Publicidad en los Kioscos y Puestos de Revistas**

#### **Kioscos de Periódicos**

**Artículo 53.** Sólo podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios en los kioscos que se encuentren debidamente permitidos por la Administración Tributaria Municipal, ajustados a las disposiciones de la Dirección de Planeamiento Urbano en cuanto a los inmuebles urbanos. El anuncio o mensaje, se limitará al nombre o símbolo de la publicación, y se ubicará únicamente en las paredes exteriores del kiosco. También podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios distintos a los de las publicaciones de los periódicos, cuando el diseño arquitectónico del kiosco cumpla con los requisitos de adaptación al medio ambiente, enalteciendo su estética y el valor del paisaje.



**Sección Tercera**  
**Medios Publicitarios Combinados con Servicios a la Comunidad**

**Medios Permitidos**

**Artículo 54.** Son medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad, aceptados por el Municipio Bolivariano Vargas, los señalados a continuación:

1. Casetas techadas de paradas de transporte público.
2. Señalizadores de Seguridad Bancaria.
3. Señalizadores de turno de farmacias.
4. Señalizadores de Hospitales ó Clínicas.
5. Señalizaciones de vialidad.

**Parágrafo Primero:** Los distintos medios publicitarios a los que se refiere este artículo, que pretendan instalarse en la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas, serán reglamentados y autorizados por la Administración Tributaria Municipal, en coordinación con las distintas Direcciones de la rama ejecutiva que regulan los servicios públicos y el ordenamiento urbano.

**Parágrafo Segundo:** Todos los medios publicitarios a los que se refiere este artículo, que pretendan exhibirse en la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas y presten un servicio público a la comunidad, deberán estar en perfectas condiciones para su uso, siendo responsabilidad de la empresa o empresario, el mantenimiento permanentemente de los mismos.

**Señalizadores de Farmacias, Clínicas o Centros Hospitalarios**

**Artículo 55.** Los señalizadores de farmacias, clínicas o centros de hospitalización, consistirán en una estructura de diez centímetros (10 cm.) de ancho, en cuya parte superior se encuentra un panel, cuyas dimensiones máximas no podrán exceder de noventa centímetros cuadrados (0.90 Mts.2), el cual se utilizará para identificación de las mismas y en el caso de farmacias incluirá el gabinete iluminado para indicación de turno. Este panel estará ubicado a dos metros con veinte centímetros (2,20 mts) de altura, para no entorpecer el flujo peatonal. La ubicación de los indicadores debe ser en la acera en frente de la misma.

**Señalizadores de Seguridad Bancaria**

**Artículo 56.** Los señalizadores de Seguridad Bancaria, serán dos (2) módulos verticales por fachada de Agencia Bancaria, en cuya parte superior estará identificada mediante el logo y el nombre de la entidad corresponsable de la custodia de la zona. En la parte inferior del emblema y a todo lo ancho, estará indicada la prohibición de estacionamiento y las palabras "SEGURIDAD BANCARIA" en los colores blanco y negro que corresponden a este tipo de indicación vial según normas del Ministerio del Poder Popular para Transporte y Comunicación. El brocal de la acera que conforma el área de prohibición de estacionamiento antes descrita, deberá estar pintado de amarillo tránsito, por las empresas publicitarias.

**Parágrafo Primero:** En lo que respecta a estos módulos de Seguridad Bancaria y conforme a las normas dictadas por la Ley que regule la materia, estas señales deberán estar colocadas frente a las Entidades Bancarias, de acuerdo a lo siguiente:

1. Mantener una altura libre de un metro con veinte centímetros (1,20 mts) desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.
2. Mantener una separación mínima de cincuenta centímetros (0,50 cm.), desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la señal.
3. Sólo se ubicarán dos (2) señales por fachada en cada Entidad a señalizar, orientadas perpendicularmente al sentido de la circulación del tránsito al que sirven. En caso de que la Entidad Bancaria tenga un frente inferior a cinco metros (5 mts) de longitud, sólo se permitirá una señal de seguridad bancaria, ubicada en el extremo opuesto al sentido de la



circulación del tránsito. El resto de la zona de seguridad, se indicará pintando el brocal de la acera de amarillo tránsito.

**Parágrafo Segundo:** En caso de existir Entidades Bancarias colindantes, se limitará el área de seguridad bancaria a un (1) módulo por entidad; y en ningún caso, podrá existir otro tipo de señalización entre módulos de seguridad bancaria, y nunca a menos de cinco metros (5 mts) de sus límites exteriores.

#### **Mantenimiento de Area Pública**

**Artículo 57.** La instalación de los diferentes módulos, casetas u otros medios en que se permita publicidad comercial en las aceras de acuerdo a la presente Ordenanza, así como, su adecuado mantenimiento y actualización, correrán a cargo de las empresas publicitarias o demás personas naturales o jurídicas que exploten ese tipo de publicidad.

#### **Paradas de Transporte Público**

**Artículo 58.** En las paradas de transporte público legalmente establecidas, se instalará la publicidad comercial, previo visto bueno emitido por la Administración Tributaria Municipal. Las estructuras de las paradas deberán adaptarse a los lineamientos pautados por la Dirección de Control Urbano. Igualmente, se establece como mínimo que el veinte por ciento (20%) del total de este tipo de medio exhiba publicidad institucional.

**Parágrafo Único:** En caso de que las casetas techadas de paradas de transporte colectivo sean trasladadas, las empresas publicitarias o demás personas naturales o jurídicas que exploten la publicidad colocada en tales módulos o elementos, tendrán la obligación de dejar en perfecto estado el tramo de acera donde estos se encontraban originalmente.

#### **Publicidad Comercial en Papeleras**

**Artículo 59.** Las papeleras con publicidad comercial colocadas en las aceras, se registrarán por la siguiente normativa:

1. En cuanto a sus formas, materiales de construcción, capacidad y otros elementos característicos de las mismas, se registrará por lo establecido en la Ordenanza de Gestión Integral de la Basura.
2. Las papeleras deberán ubicarse a una distancia del borde de la acera, que la arista más cercana a este, se encuentre a cuarenta centímetros (40 cms.).
3. La distancia mínima entre una papeleras y otra será de treinta metros (30 mts.). Igualmente, no podrá colocarse en una boca calle más de dos (2) papeleras debiendo ser instaladas en forma diagonal de una esquina. Se colocarán un máximo de dos (2) papeleras por acera, salvo cuerdas superiores a los sesenta metros (60 mts.), donde se respetará la norma aludida de mantener como distancia mínima, los treinta metros (30 mts.).
4. El espacio publicitario de las papeleras tendrá una dimensión máxima de 1,20 metros cuadrados (1,20 M2). En las papeleras se colocará un mensaje institucional.
5. El aviso podrá disponer de iluminación interna.

#### **Publicidad en Plazas y Parques Infantiles**

**Artículo 60.** La publicidad en las plazas, plazoletas y parques infantiles, se registrará por las siguientes normativas:

1. Solo podrán colocarse mensajes institucionales para fomentar la conservación ambiental y el turismo nacional, limitándose a la mención del patrocinante o la reproducción de su simbología característica.
2. Solo podrá ubicarse un (1) aviso publicitario por cada plaza, plazoleta o parque infantil.



3. Las dimensiones y características del aviso serán: un máximo de un metro cuadrado (1 M2), colocado en un poste, a una altura de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts.) medidos desde el suelo al borde inferior del aviso.

#### **Medios Publicitarios Análogos**

**Artículo 61.** Toda publicidad efectuada por medios no previstos en esta Ordenanza será revisada y resuelta por la Administración Tributaria Municipal, tomando en consideración referencial los medios análogos establecidos en ella.

### **TÍTULO V DE LA DETERMINACIÓN TRIBUTARIA, BASE IMPONIBLE Y EL PAGO DEL IMPUESTO**

#### **Petro Como Base de Cálculo Tributario**

**Artículo 62.** A los efectos de la determinación y cálculo de las obligaciones tributarias y sus accesorios, correspondientes al período anual, mensual u otro período, se aplicará como referencia el valor del Criptoactivo Petro como unidad de cuenta dinámica, que sea fijado por el Banco Central de Venezuela (BCV) o la Superintendencia Nacional de Criptoactivos y Actividades Conexas (SUNACRIP), para el último día hábil del mes inmediato anterior.

#### **Base Imponible**

**Artículo 63.** La base imponible, a los efectos del cálculo del impuesto para cada período de imposición, dependerá de los diferentes medios o unidades de propaganda o publicidad comercial e industrial, y se fijará por medidas de acuerdo al sistema métrico decimal, por la cantidad de ejemplares o la cantidad del tiempo que dure la publicidad, multiplicándolos por el valor determinado y expresado en Petros.

#### **Periodicidad de la Determinación y Liquidación del Impuesto**

**Artículo 64.** El impuesto previsto en esta Ordenanza será determinado por anualidad (en la primera quincena del mes de enero), mensualidad (dentro de los primeros ocho (8) días hábiles del mes inmediato siguiente), o por fracción de tiempo de duración previsto para cada uno de distintos medios publicitarios, según el caso, contados a partir del día en el que se da inicio a la exhibición, divulgación, instalación, modificación o publicación de la Propaganda o Publicidad Comercial e Industrial.

#### **Pagos Proporcionales**

**Artículo 65.** En aquellos casos en que el impuesto previsto en esta Ordenanza se calcule por anualidades, su liquidación se hará por año civil y deberá satisfacerse mensualmente. Cuando la publicidad se inicie durante el transcurso del año, se pagará proporcionalmente hasta el final del mismo.

**Parágrafo Único:** Cuando se trate de una publicidad cuyo impuesto se calcule anualmente, y cuya exhibición no vaya a exceder de treinta (30) días, la Administración Tributaria Municipal fijará el impuesto en base a la doceava parte del que hubiere pagado de permanecer exhibida un (1) año.

#### **Modificación del Medio Publicitario**

**Artículo 66.** Cuando un contribuyente cambie de medio publicitario o se haga publicidad a un producto que tenga una tasa impositiva distinta, deberá cancelar el impuesto correspondiente a la modificación efectuada.

#### **Incremento del Impuesto**

**Artículo 67.** El monto del impuesto determinado, en aplicación de las alícuotas correspondientes para cada uno de los medios o unidades publicitarias previstos en esta Ordenanza, será incrementado en los siguientes casos:

1. Cuando la publicidad se coloque en terrenos ejidos o de propiedad Municipal, el Veinte por Ciento (20%).



2. Cuando las empresas, empresarios, fabricantes y similares representen productos, marcas, logotipo o diseños gráficos que promuevan o representen en los que se exhiban o muestren publicidad comercial e industrial relativa a la venta o consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, así como de bebidas alcohólicas o cualesquiera otros productos similares, el Cien por Ciento (100%).

3. Cuando la propaganda o publicidad comercial sea realizada en idioma extranjero, el Cincuenta por Ciento (50%).

#### **Intereses Moratorios**

**Artículo 68.** La falta de pago del impuesto respectivo, generará de pleno derecho y sin necesidad de requerimiento alguno por parte de la Administración Tributaria Municipal, intereses moratorios sobre el impuesto adeudado, los cuales comenzaran a correr a partir del día hábil siguiente al vencimiento del lapso previsto para el pago del impuesto respectivo, a la tasa establecida en el Código Orgánico Tributario.

#### **Intimación de Pago**

**Artículo 69.** Cuando los contribuyentes o responsables incumplan con el pago del impuesto sobre propaganda o publicidad comercial, así como las multas y accesorios determinados y liquidados relacionados con este tributo, la Administración Tributaria Municipal, le notificará por escrito su situación fiscal para que en un plazo de tres (3) días hábiles procedan a pagar los tributos, multas y accesorios adeudados o acredite el cumplimiento de las obligaciones tributarias y administrativas mediante los comprobantes de pagos respectivos.

#### **Procedimiento de Intimación de Pago**

**Artículo 70.** Cuando se trate de actos administrativos definitivamente firmes por haberse vencido los lapsos para ejercer los recursos a que haya lugar o porque se haya dictado sentencia definitivamente firme, la Administración Tributaria Municipal procederá a efectuar la gestión de cobro del monto adeudado, mediante el procedimiento para la intimación al pago previsto en la presente Ordenanza.

#### **Automatización de los Procedimientos**

**Artículo 71.** El Alcalde o la Alcaldesa por órgano de la Administración Tributaria Municipal, adoptará las medidas necesarias para la automatización progresiva de los procedimientos establecidos en la presente Ordenanza, utilizando los mecanismos descritos en el ordenamiento jurídico en materia de Infogobierno, de mensajes de datos y firmas electrónicas, a los fines de que los y las contribuyentes puedan dar cumplimiento a sus obligaciones tributarias mediante dichos mecanismos a través del portal fiscal del Municipio y las redes sociales. Igualmente celebrará los convenios que estime necesarios con entidades públicas o privadas, para asegurar una recaudación impositiva más eficiente y cómoda para los sujetos pasivos.

**Parágrafo Único:** Cuando la Administración Tributaria Municipal reciba por medios electrónicos solicitudes, declaraciones, comprobantes de pago, consultas, recursos y otros tramites habilitados para esa tecnología, deberá entregar por la misma vía un certificado electrónico que especifique la documentación enviada y la fecha de recepción, la cual será considerada como fecha de inicio del procedimiento de que se trate.



**TITULO VI  
DE LAS ALÍCUOTAS IMPOSITIVAS APLICABLES A LOS DIFERENTES  
MEDIOS PUBLICITARIOS**

**CAPÍTULO I  
Alicuotas a los Medios Publicitarios en General**

**Sección Primera  
Avisos Fijos, Vallas y Similares**

**Avisos Fijos de Identificación**

**Artículo 72.** Toda publicidad o propaganda comercial e industrial elaborada en forma de cartel, mural, letrero o aviso pintado en pared, sobre vidrio, colocado sobre fachada elaborado en plástico o metal, neón o letreros, pagará anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción, el cual se obtendrá de medir el alto por largo del espacio publicitario en su conjunto.

**Parágrafo Primero:** En aquellos casos en donde el aviso, cartel o letrero pintado sobre pared, vidrio o mural, forjado en metal, no estén enmarcado y el texto publicitario en su conjunto incluyendo logos, marcas, objetos, cubra más del setenta y cinco por ciento (75 %) aproximadamente, pagará anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción, del espacio que le sirve como fondo, midiéndose éste el alto por el largo de todo el espacio.

**Parágrafo Segundo:** Cuando el tipo de publicidad mencionada anteriormente en este artículo no cubra el cincuenta por ciento (50%) de todo el espacio que sirve como fondo del texto publicitario en su conjunto y el color o colores no sean los que identifiquen total o parcialmente a la empresa, industria, oficina o local comercial que se esté anunciando, pagará anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción y se tomará como espacio publicitario generador del tributo el que resulte de medir el alto por el largo del texto publicitario en su conjunto anexándole un metro adicional.

**Parágrafo Tercero:** Cuando el tipo de publicidad o propaganda mencionada anteriormente en este artículo, no estén enmarcada y el texto publicitario en su conjunto cubra menos del cincuenta por ciento (50%) de todo el espacio que sirve como fondo del mismo y esté pintado con el color o colores que identifiquen total o parcialmente a la empresa, industria, oficina o local comercial, pagará anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción y se tomará como espacio publicitario generador del tributo, el que resulte de medir el alto por el largo del texto publicitario en su conjunto mas un metro adicional circundante al mismo.

**Anunciantes Múltiples**

**Artículo 73.** Si un mismo cartel o medio publicitario le hiciere referencia a dos (2) o más anunciados, cada uno de estos por separado, pagarán anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción, de acuerdo a los espacios que ocupan la totalidad de su publicidad o aviso en función de lo previsto en esta Ordenanza.

**Otros Tipos de Publicidad o Avisos Fijos**

**Artículo 74.** Pagarán anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción:

1. La publicidad comercial exhibida a través de vallas, con estructura propia sobre el suelo o en edificaciones.
2. La publicidad comercial exhibida a través de vallas, con estructura propia sobre azoteas o adosadas a fachadas de edificaciones.
3. La publicidad en kioscos ubicados en áreas públicas.



4. Las marquesinas, toldos y sombrillas que se mantengan de forma fija en un local para fines publicitarios.

5. La publicidad realizada tipo mural.

6. Los medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad aceptados por el Municipio Bolivariano Vargas.

7. Toda publicidad comercial de las empresa u oficinas representadas por letreros, objetos, símbolos, signos o marcas, que sólo indiquen el nombre de la firma, razón social o las ramas de servicios o empresa, cuando hayan sido esculpidos, pintados o colocados en el interior de las mismas, con vista al público, destinadas a permanecer en forma permanente y que el área o espacio publicitario en su conjunto sea superior al metro cuadrado (1:00 M2).

### **Sección Segunda Publicidad Eventual Exterior**

#### **Publicidades Eventuales o Temporales**

**Artículo 75.** Pagarán anualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción métrica, por cada mes o fracción de tiempo de duración, las publicidades temporales o eventuales siguientes:

1. La publicidad o propaganda comercial que se efectúe mediante proyecciones de anuncios fijos o cambiables en las vías públicas.
2. La publicidad o propaganda comercial en banderas, pancartas y similares.
3. Las marquesinas, toldos y sombrillas que contengan publicidad o propaganda comercial colocados de manera ocasional en sitios de acceso al público.
4. Toda publicidad o propaganda comercial que se efectúe por medio de aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos y medios similares, tripulados o no, los globos fijos, inflables, skydancer, dumis y similares.
5. Las pantallas o pizarras eléctricas o electrónicas, accionadas por control automático, manual, o programadas bajo cualquier otro mecanismo destinadas a publicidad o propaganda. Para calcular la superficie de los anuncios, se considerarán éstos en su conjunto, y no únicamente la parte luminosa o iluminada.

### **Sección Tercera Publicidades Internas**

#### **Publicidades Internas**

**Artículo 76.** Pagarán el equivalente a cinco centésimas (0,05) de Petro por metro cuadrado o fracción métrica, por cada mes o fracción de tiempo de exhibición, las publicidades o propagandas colocadas en el interior de los locales, cualquier que sea su forma o tipo, siguientes:

1. La publicidad o propaganda comercial que se encuentre ubicada en el espacio interior de los locales comerciales, industrias o empresas, o en edificios de libre acceso al público, ya sean avisos, carteles, banderas, banderolas, banderines, habladores, afiches, preciaadores, puntas de gondola, exhibidores o resaltadores con publicidad instalada con la finalidad de llamar la atención sobre el producto exhibido, conformándose en medio de promoción para venta; así como, cualquier otro medio publicitario que indiquen remates, ofertas de productos, liquidaciones, promociones y rebajas.
2. La publicidad o propaganda comercial que se encuentre instalada en equipos tales como: neveras, cavas, dispensadores o similares, aún cuando identifiquen la marca de fábrica del equipo, si éste constituye un medio de exhibición o almacenamiento de productos del mismo fabricante del equipo.



3. Toda publicidad o propaganda comercial ya sean en vallas, avisos, carteles, murales, letreros que se encuentren ubicadas dentro de las instalaciones de los locales comerciales, industrias o empresas, tales como: estacionamientos, techos, fachadas, azoteas, pero con vista exterior al público.

**Parágrafo Único:** A los efectos de la aplicación de este artículo, se entenderá como espacio interior, el área que conforma el lugar cerrado y techado donde se encuentra ubicado el local comercial, industria, empresa o edificio de libre acceso al público. Asimismo, a los efectos de la determinación del impuesto podrán totalizarse los metros cuadrados de publicidad indistintamente de su tipo o forma.

#### **Sección Cuarta Folletos, Volantes, Encartes y Similares**

##### **Folletos y Publicaciones Ocasionales Similares**

**Artículo 77.** Pagarán el equivalente a una décima (0,1) de Petro, por cada mil o fracción de ejemplares:

1. La publicidad realizada a través de folletos, almanaques, mapas, guías, hojas de volantes, tarjetas guías, anuncios, agendas, publicaciones y cualquier otra edición de circulación similar y/u ocasional, que contengan datos cronológicos o astronómicos, que lleven publicidad comercial e industrial y se ofrezcan al público en forma gratuita o a la venta.

2. Las hojas, folletos y suplementos publicitarios que se distribuyen con periódicos, revistas o publicaciones similares, así como por correo o por servicio de mensajeros, o se inserten en bolsas o envolturas de los establecimientos comerciales.

3. Toda publicidad o propaganda por medio de bonos, cupones, billetes, boletos, etiquetas, tapas y otros medios promocionales destinados a ser canjeados al público por objetos de valor. Requerirán en cada caso de la autorización de la Administración Tributaria Municipal, quien fijará las condiciones a que debe sujetarse la publicidad.

4. La publicidad o propaganda comercial que se realice en bonos o billetes de autobuses, metro, ferrocarriles o cualquier otro medio de transporte público de pasajeros, en boletos de espectáculos públicos, estacionamientos o en cajetillas de fósforos, estampillas, maquinas expendedoras de boletos u otros medios similares.

**Parágrafo Único:** A los efectos de la aplicación de este artículo, cada ejemplar de los respectivos medios de publicidad o propaganda comercial, deberá llevar su correspondiente pie de imprenta, con indicación del número total de ejemplares impresos. La empresa editora, es la responsable de la veracidad de la cifra indicada. La Administración Tributaria Municipal, utilizará los medios técnicos adecuados para hacer pública la autorización otorgada para este tipo de publicidad.

#### **Sección Quinta Material Promocional**

##### **Publicidad Promocional**

**Artículo 78.** Toda publicidad o propaganda comercial por medio de etiquetas, tapas, gorras, sombreros, delantales, franelas, camisas, prendas de vestir, bolsos, carteras, maletines, vasos, pelotas, bolígrafos, llaveros, popsocket, adornos y otros medios similares, pagarán el equivalente a una décima (0,1) de Petro, por cada quinientos (500) o fracción de unidades.





**Sección Sexta**  
**Stands Publicitarios y Actividades de Promoción Eventual**

**Stands Publicitarios**

**Artículo 79.** Los Stands publicitarios y las actividades de promociones eventuales, se colocarán únicamente sobre terrenos privados o públicos con zonificación comercial o industrial, o dentro de los locales y en áreas comunes de centros comerciales, y pagarán el equivalente a dos décimas (0,2) de Petro por metro cuadrado o fracción, por cada mes o fracción de tiempo de duración de la promoción, por cada stand. Para ello, los o las solicitantes deben presentar los siguientes requisitos:

1. Carta de intención del solicitante.
2. Autorización del dueño del inmueble donde se realizará la instalación o promoción.
3. Autorización de la compañía organizadora o la persona responsable ante la municipalidad.
4. Cualquier otra documentación que la Administración Tributaria Municipal considere conveniente, de acuerdo a la normativa legal vigente.

**Parágrafo Único:** El material publicitario utilizado en las promociones eventuales o stands publicitarios, deberán cancelar el impuesto que les corresponda según lo establecido en la presente Ordenanza.

**Sección Séptima**  
**Proyección de Publicidad en Salas de Cine**

**Publicidad en Salas de Cine**

**Artículo 80.** Por la proyección de publicidad o propaganda con fines comerciales en pantallas de las salas de cines o teatros, se pagará mensualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por cada sala que realice las proyecciones.

**Sección Octava**  
**Publicidad en Vehículos y Medios Móviles**

**Publicidad en Vehículos y Medios Móviles**

**Artículo 81.** Pagarán mensualmente el equivalente a una décima (0,1) de Petro por metro cuadrado o fracción:

1. Toda publicidad móvil (para recorrer calles o avenidas) que se efectúe mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, portadoras de avisos en tableros, cartelones, inflables y otros medios de publicidad.
2. La publicidad pintada, colocada o instalada en la parte interior y exterior de los autobuses y demás vehículos de uso público.
3. Los letreros o anuncios pintados o colocados bajo cualquier medio en el exterior de los vehículos particulares, de carga y de reparto o similares, incluso bicicletas, motocicletas y similares.

**Parágrafo Único:** Los propietarios de los vehículos serán solidariamente responsables de pagar los impuestos dejados de pagar por los anunciantes. Es responsabilidad de los conductores de vehículos anunciantes mantener en su poder la constancia de haber cancelado el impuesto correspondiente. Debiendo igualmente adecuarse a lo establecido en la Ley de Tránsito Terrestre y su reglamento.



## CAPÍTULO II Tasas

### Tasas por Actualización Tributaria en Publicidad Comercial

**Artículo 82.** Todos los anunciantes, publicistas y empresas de publicidad, inscritos en el Registro de Contribuyentes del Impuestos de Propaganda o Publicidad Comercial, obligados a la notificación, renovación, cambios, traslados o retiros de permisos y cualquier otro trámite señalado en la presente Ordenanza, deberán pagar una tasa de servicios administrativos por los mismos, equivalente a dos décimas (0,2) de Petros.

### Tasas por Inscripción en el Registro de Publicidad Comercial

**Artículo 83.** Las empresas o empresarios de publicidad, a fines de tramitar la inscripción en el Registro de Publicidad Comercial e Industrial, deberán cancelar el equivalente a tres décimas (0,3) de Petros, cuando la inscripción sea por primera vez, y el equivalente a quince céntimos (0,15) de Petro, por renovación anual de dicha inscripción.

### Tasa por Distribución de Hojas y Volantes en Vías Públicas

**Artículo 84.** Cuando el anunciante pretenda distribuir en la vía pública la publicidad o propaganda comercial hecha por medio de hojas volantes y hojas impresas, deberá informar a la Administración Tributaria Municipal el lugar y horario de la distribución y cancelar una tasa adicional de una décima (0,1) de Petros por cada mil (1.000) unidades o fracción a repartir en espacios públicos.

## TITULO VII BENEFICIOS FISCALES

### Exención de Vallas de Órganos y Entes Oficiales

**Artículo 85.** Quedan exentos del pago de los impuestos previstos en esta Ordenanza, aquellas vallas o avisos colocados por contratistas, órganos o entes oficiales o gubernamentales, con fines institucionales o destinadas a dar a conocer obras públicas en construcción, conforme a lo establecido en el Reglamento de la Ley de Contrataciones Públicas. No obstante, la instalación de este tipo de publicidad, deberá cumplir con las normas de seguridad previstas en la presente Ordenanza.

### Supuestos para Exenciones

**Artículo 86.** Quedan exentos del pago de los impuestos a que se refiere ésta Ordenanza, aún cuando siempre requieran del respectivo permiso, la siguiente publicidad o propaganda:

1. Los anuncios fijos de personas naturales indicativos de su profesión, arte u oficio, siempre que sólo indiquen el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección; que estén colocados en el inmueble en el cual la ejercen y no excedan de un metro cuadrado (1 m<sup>2</sup>).
2. Los carteles, anuncios y demás publicaciones cuyo contenido sea el de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a ese fin.
3. Los letreros que sólo indiquen la firma, razón social, los ramos de una oficina, empresa o negocio cuando hayan sido esculpidos, pintados o colocados de plano sobre la fachada del edificio en que se encuentren instalados y siempre que su superficie no exceda de un metro cuadrado (1 m<sup>2</sup>), debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en la presente Ordenanza.
4. Las marcas de fábrica comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también las marcas de fábrica de la carrocería y los distintivos del concesionario.



5. Las inscripciones de los autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, lápidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie utilizada para tal fin no exceda de doscientos centímetros cuadrados (200 cm<sup>2</sup>).

6. Las destinadas a campañas de la salud y prevención de las enfermedades.

7. Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que no ocupen una superficie mayor de cincuenta centímetros cuadrados (50 cm<sup>2</sup>).

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

9. La publicidad o propaganda relativa a deportes aficionados, actos culturales y educacionales o la realizada por entes oficiales, con fines institucionales

10. Los anuncios de edificación en la sede de los institutos educativos, inscritos en el Ministerio competente.

11. Los anuncios de iglesias, templos y cultos religiosos, bibliotecas, instituciones culturales y filantrópicas.

12. La publicidad o propaganda que se realice en bonos o billetes de autobuses, metro, ferrocarriles o cualquier otro medio de transporte público de pasajeros, en boletos de espectáculos públicos, estacionamientos o en cajetillas de fósforos, estampillas, maquinas expendedoras de boletos u otros medios similares; cuando dicho medio publicitario lleve impreso solamente la denominación de la empresa que los emite.

#### **Supuestos para Exoneraciones**

**Artículo 87.** El Alcalde o Alcaldesa podrá exonerar, total o parcialmente, del impuesto al que se refiere esta Ordenanza, en los casos siguientes:

1. La publicidad o propaganda destinada exclusivamente a promover el turismo hacia el país y el Municipio Bolivariano Vargas, previa revisión y aprobación de su diseño.

2. La publicidad o propagandada relativa a los espectáculos, cuando se consideren de carácter educativo, deportivo o cultural sin fines de lucro, así como aquellos relacionados con la difusión de los valores multi-étnicos y pluriculturales del país.

3. La publicidad o propagandada contenida en artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.

4. La publicidad o propaganda privada, cuyos anunciantes establezcan convenios con el Municipio para el financiamiento de campañas de educación tributaria, promoción del turismo, la preservación del ambiente, la educación y la cultura diseñadas por el Municipio.

#### **Rebajas**

**Artículo 88.** En los casos en que la periodicidad de la determinación del impuesto al que se refiere esta Ordenanza sea anual, y que los contribuyentes o responsables hayan pagado dentro del primer trimestre del año, tendrán una rebaja del Diez por Ciento (10%) del mismo.

#### **Solicitud de Beneficios Fiscales**

**Artículo 89.** Todo o toda contribuyente que aspire gozar de las exenciones, exoneraciones o rebajas previstas en el presente título dirigirá una solicitud, contentiva de las razones que la justifican, acompañada de los recaudos necesarios al Concejo Municipal, la cual admitirá y la pasará a la Comisión Legislativa competente en la materia y a la Sindicatura Municipal para la elaboración de los correspondientes informes. El Concejo Municipal, decidirá la procedencia o no del beneficio fiscal dentro de la primera Sesión Ordinaria siguiente al recibo de dicho informe, mediante Acuerdo motivado, autorizando al Alcalde a concederlo en caso afirmativo.



#### Acuerdo de Autorización

**Artículo 90.** El Acuerdo que autorice al Alcalde o Alcaldesa para conceder exoneraciones y rebajas, especificará el impuesto regulado por esta Ordenanza, los presupuestos necesarios para que proceda, las condiciones a las cuales está sometido el beneficio y el plazo máximo de duración de aquél. En todos los casos, el plazo máximo de duración no deberá exceder de un (1) año; vencido el término de la exoneración o rebaja, el alcalde podrá renovarla hasta por el plazo fijado en el Acuerdo o, en su defecto, el previsto como máximo en este artículo.

#### Prohibiciones en Materia de Beneficios Fiscales

**Artículo 91.** Los beneficios fiscales a que se refiere este capítulo, solo procederán en los términos y condiciones previstos en las disposiciones legales aplicables a la materia. A tales efectos, el Municipio Bolivariano Vargas, en sus acuerdos o contrataciones no podrá:

1. Obligarse a renunciar al cobro del impuesto a que se refiere esta Ordenanza.
2. Comprometerse contractualmente a obtener la liberación del pago de impuestos nacionales o estatales.

Tales acciones serán nulas de pleno derecho, sin perjuicio de las responsabilidades y sanciones que le sean aplicables a las servidoras públicas y los servidores públicos que incurran en estos hechos, sin que les sirva de excusa órdenes superiores. Tampoco serán aplicables las exenciones o exoneraciones del impuesto regulado por esta Ordenanza, concedidas por el Poder Nacional o los Estados.

#### No Restricción de Facultades

**Artículo 92.** Las exenciones, exoneraciones y rebajas contenidas en los artículos precedentes, no restringen las facultades de la Administración Tributaria Municipal de prohibir o remover cualquier medio de publicidad cuando estos infrinjan las normativas de la presente Ordenanza, ni exime al contribuyente o responsable del cabal cumplimiento de las obligaciones derivadas de la correspondiente infracción.

### TITULO VIII DEL REGIMEN SANCIONATORIO

#### CAPITULO I De las Prohibiciones

#### Uso de Materiales Considerados Peligrosos

**Artículo 93.** En la colocación o instalación de vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro aviso de carácter publicitario, se prohíbe el uso de aquellos materiales que las autoridades de tránsito consideren peligrosos, en virtud de la circulación de vehículos y personas, según lo establecido en la Ley de Tránsito Terrestre y su Reglamento.

#### Prohibición en Zonas Públicas

**Artículo 94.** Queda terminantemente prohibida la colocación o instalación de vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro aviso de carácter publicitario o propagandístico, en:

1. Las pistas de todas las autopistas urbanas e interurbanas y zonas de seguridad o divisoras de las mismas; puentes y sus zonas adyacentes, esquinas donde corresponda la ubicación de la nomenclatura vial, áreas verdes, distribuidores de tránsito, curvas que se encuentran en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas.
2. Los tramos viales calificados por el Ejecutivo Nacional o Regional como vías escénicas excepcionales o sobresalientes.
3. Los cerros, montañas, rocas, piedras y árboles y cualquier otro elemento natural que se encuentre dentro de la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas.



4. Las avenidas, calles, veredas, aceras, postes de alumbrado público, semáforos, parques, plazas, plazoletas y en cualquier otra área pública o zonas residenciales, que no se ajuste a las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza.
5. Los sitios donde su instalación y distribución conlleve peligrosidad, obstaculice la visibilidad de señales de tránsito o libre tránsito vehicular o afecte cualquier monumento histórico o artístico que hubiere en el sitio.
6. Las áreas designadas como Parque Nacional o Reserva Nacional.
7. El interior y exterior de los museos, bibliotecas y teatros de propiedad pública, en las oficinas de los Poderes Públicos, en los monumentos o edificios de valor histórico, artístico o religioso, salvo autorización expresa de la Administración Tributaria Municipal.
8. El interior de los cementerios ni en la parte interior o exterior de sus muros.
9. Los parabrisas y vidrios traseros de los vehículos o en cualquier otro sitio que pueda entorpecer la visibilidad, manejo o libre fluidez del tránsito.
10. Mediante papel pegado a las paredes con goma o engrudo.
11. El mobiliario de las plazas, plazoletas, parques infantiles y paseos peatonales, quedando a salvo las estipulaciones contenidas en esta Ordenanza, referidas a la publicidad en los sectores aludidos.
12. Las viviendas particulares en zonas residenciales, sin la autorización de sus propietarios o propietarias.
13. Otros lugares que por resolución especial señale el Municipio.

#### Condiciones Especiales Para Prohibiciones

**Artículo 95.** Queda prohibido la instalación de vallas, anuncios y toda clase de publicidad o propaganda comercial en jurisdicción del Municipio Vargas cuando:

1. Traten sobre anuncios o publicidad de actividades prohibidas por disposiciones legales.
2. Constituyan un factor degradante del medio ambiente.
3. Obstaculicen la visión de valores paisajísticos.
4. El diseño gráfico, la combinación cromática, la luminosidad, los elementos móviles o cualquier otra característica presente en los mismos, pueda distraer a los conductores de vehículos y demás usuarios de la vía.
5. Cuando se confundan con señales de tránsito u otros dispositivos destinados a regular la circulación o interfiera con la visibilidad de los mismos.
6. Sean contraria a la moral, al orden público, a la seguridad y defensa nacional, o las buenas costumbres.
7. Difundan mensajes que inciten al odio, violencia, discriminación de personas, o que irrespeten a las personas o investidura de altos funcionarios o altas funcionarias de los poderes públicos en sus distintas ramas y niveles.
8. Presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud el consumo de cigarrillos o bebidas alcohólicas o cualquier tipo de droga.
9. Se refiera a bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco, en todo tipo de medio de publicidad exterior a menos de doscientos metros lineales (200 Mts.) de planteles educativos públicos o privados donde se imparta la enseñanza a niños, niñas y adolescentes.



10. Que promueva la exposición de la mujer, niña o adolescente, de manera tal que, directa o indirectamente la explote, discrimine, deshonre, humille o que atente contra su dignidad con fines económicos, comerciales, sociales o de dominación.

11. Utilicen inapropiadamente los símbolos patrios.

12. Emplen la simbología de las señales de tránsito.

13. Se instale en inmuebles de propiedad particular, sin la autorización expresa de sus propietarios o propietarias.

#### **Prohibición de Pintar en Aceras y Calles**

**Artículo 96.** Queda prohibido pintar las aceras y las calles para efectos publicitarios.

#### **Prohibición de Medios en Blanco y Obligación de Mensajes Cívicos**

**Artículo 97.** Se prohíbe mantener estructuras publicitarias fijas sin mensajes o en blanco. Cuando las estructuras publicitarias se encuentren sin publicidad, el empresario o empresa deberá fomentar en el área publicitaria, un mensaje cívico y de concientización a la comunidad de acuerdo a las necesidades del Municipio, siendo éstos mensajes de carácter gratuitos.

## **CAPITULO II**

### **De las Infracciones y Sanciones**

#### **De las Sanciones**

**Artículo 98.** Sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones legales, todo acto o acción que omitan o contravengan lo dispuesto en esta Ordenanza, serán sancionados de conformidad con los supuestos previstos en este título, con:

1. Multas.
2. Cancelación o Revocatoria de la autorización, trámite o permisología.
3. Cierre temporal del establecimiento.
4. Remoción del medio publicitario.

La aplicación de estas sanciones y su cumplimiento, en ningún caso dispensan al contribuyente o responsable del pago de los tributos adeudados, su recargo y demás accesorios a que hubiere lugar.

#### **Cancelación Inmediata de Trámites o Permisología**

**Artículo 99.** La violación de cualesquiera de las disposiciones de la presente Ordenanza, causará la cancelación o revocatoria inmediata de la autorización, trámite o permisología para la instalación o construcción de vallas y demás medios publicitarios, quedando facultada la Administración Tributaria Municipal para ordenar la remoción de las mismas, siendo a cargo del contribuyentes o responsable los gastos que por tal motivo se ocasionen, sin perjuicio del pago del impuesto ocasionado y la multa respectiva por la correspondiente infracción.

**Parágrafo Único:** Se ordenará la revocatoria del permiso, 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; asimismo el que falseare, alterare u omitiere la información suministrada para la obtención del permiso de conformidad a lo estipulado en la presente Ordenanza.

#### **Multas y Remoción del Medio Publicitario-Mensajes**

**Artículo 100.** Se impondrá una multa de cinco (5) Petros y remoción del medio publicitario a costa del infractor, sin menoscabo de la aplicación de otras disposiciones legales:

1. Si el mensaje es contrario al orden público o la seguridad y defensa nacional, a la moral o a las buenas costumbres.
2. Si Difunden implícita o explícitamente mensajes que inciten al odio, violencia, discriminación de personas, o que irrespeten a las personas o investidura de altos funcionarios o altas funcionarias de los poderes públicos en sus distintas ramas y niveles.



3. Si el mensaje contenido en el medio publicitario no se ajusta a la verdad.
4. Que presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y tabaco o utilice la actividad deportiva para promover su consumo.
5. Que promueva la exposición de la mujer, niña o adolescente, de manera tal que, directa o indirectamente la explote, discrimine, deshonre, humille o que atente contra su dignidad con fines económicos, comerciales, sociales o de dominación.
6. Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
7. Que utilice materiales que a juicio de las autoridades de tránsito, represente peligro para la visibilidad de los conductores.
8. Que se instale en cualquier inmueble de propiedad particular, sin autorización de su propietario.
9. Que distribuya hojas volantes o impresos en la vía pública sin la previa autorización y cancelación de la tasa.

#### **Multa y Remoción de Medios Publicitarios-Casos**

**Artículo 101:** Se aplicará multa y remoción del medio publicitario, cuyo costo será a cargo del infractor, a quien incurra en los siguientes casos:

1. Quienes procedan a efectuar publicidad comercial a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con una multa equivalente a Dos (2) Petros, sin perjuicio del cobro del impuesto causado y no cancelado por la utilización del medio publicitario; y de que el Municipio le cancele su inscripción en el Registro, decidiendo no otorgarle ningún tipo de permiso por el lapso de dos (2) años.
2. Quienes incumplan con la obligación de presentar la Declaración estimada de medios publicitarios, serán sancionados con multa del equivalente a tres décimas de (0,3) de Petros, la cual será incrementada por el mismo monto por cada nueva infracción hasta un máximo del equivalente a nueve décimas (0,9) de Petros.
3. El que incumpla con la obligación de mantener los medios publicitarios en buen estado y retirarlos en los casos que indica esta Ordenanza, con multa del equivalente a cincuenta centésima (0,50) de Petro, por cada medio publicitario.
4. Cuando en ejercicio de sus actividades publicitarias en el Municipio, no se encuentren inscritas en el Registro de Empresas a que se refiere la presente Ordenanza, con multa del equivalente a una décima (0,1) de Petro.
5. El que instale o efectúe publicidad en zonas residenciales y en lugares no autorizados por esta Ordenanza, incumpliendo por ello las previsiones y extremos estipulados en la misma, serán sancionados con multa equivalente entre un (1) Petro y dos (2) Petros por cada infracción, sin perjuicio de las sanciones contempladas en otras disposiciones legales.
6. Quienes mediante acción u omisión causen una disminución ilegítima de los ingresos de este Impuesto, inclusive mediante el disfrute indebido de exenciones, exoneraciones u otros beneficios fiscales, será sancionado con multa de un quince (15%) hasta el cien por ciento (100%) del impuesto omitido, sin perjuicio de la sanción establecida en el Artículo 116 del Código Orgánico Tributario.
7. Quienes por sí mismo o por interpuestas personas no permitan el acceso a los locales, oficinas o lugares donde deban iniciarse o desarrollarse, las facultades de fiscalización por parte de la Administración Tributaria Municipal, serán sancionados con multa del equivalente a tres décimas (0,3) de Petros, sin perjuicio de lo establecido en el numeral 13 del Artículo 137 del Código Orgánico Tributario.

**Parágrafo Primero:** Aquellos medios publicitarios que estén en contravención con el presente artículo, se les podrá colocar calcomanías con el siguiente texto: **"PUBLICIDAD NO AUTORIZADA"** o **"PUBLICIDAD MOROSA"**.



**Parágrafo Segundo:** El retiro de las calcomanías, sin la debida autorización del órgano respectivo, se sancionará con multa equivalente a Dos (2) Petros, sin perjuicio del cobro del impuesto causado y las sanciones correspondientes.

#### **Sanciones por Desacato a Citaciones**

**Artículo 102.** El desacato a las citaciones expedidas por la Administración Tributaria Municipal o por el Órgano responsable, será sancionado con una multa del equivalente a un (1) Petro. En caso de reincidencia, se aplicará igual monto a cada desacato, hasta un máximo multa del equivalente a tres (3) Petros.

**Parágrafo Único:** Se revocará el permiso, cuando las empresas o empresarios de publicidad comercial e industrial, hicieren caso omiso hasta una tercera citación.

#### **Colaboración para Remoción de Medios Publicitarios**

**Artículo 103.** En los casos en que la sanción impuesta incluya remoción de los medios publicitarios, la autoridad competente podrá requerir la colaboración de las asociaciones de empresas publicitarias para la ejecución material de la medida, siempre con la presencia de un funcionario competente.

**Parágrafo Único:** Quienes incumplan con la obligación de prestar colaboración a la Administración Tributaria Municipal cuando así esta lo requiera por escrito, para la ejecución material de la medida de remoción de medios publicitarios tipo vallas, será sancionado con multa equivalente a tres décimas (0,3) de Petros.

#### **Sanciones a los Agentes de Retención**

**Artículo 104.** Las Empresas o Empresarios de Propaganda y Publicidad Comercial e industrial, en su condición de Agentes de Percepción, esarán sujetas a las sanciones correspondientes, en los siguientes casos:

1. Cuando no cumplan con la obligación de percibir el Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial e industrial en el momento en que este se cause y se haga exigible, con multa equivalente entre el cien y el doscientos por ciento (100% al 200%) del impuesto no percibido.
2. Cuando perciba menos de lo que legalmente corresponda, con multa equivalente entre el cincuenta y cien por ciento (50% al 100%) de lo no percibido.
3. Cuando no enteren al Fisco Municipal, las cantidades percibidas dentro del plazo establecido en esta Ordenanza, con multa equivalente al veinte por ciento (20%) del Impuesto percibido, por cada mes de retraso en su enteramiento, hasta un máximo de doscientos por ciento (200%) del monto de dichas cantidades, sin perjuicio de la aplicación de los intereses moratorios y de la sanción establecida en el artículo 118 del Código Orgánico Tributario.

#### **Cierre Temporal**

**Artículo 105:** Cuando el contribuyente o responsable del pago del impuesto sobre publicidad comercial o industrial, incumpla el pago de dos (2) o más liquidaciones definitivas, se aplicará el cierre temporal del establecimiento o empresa beneficiara del anuncio publicitario, si estuviere domiciliada en jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas y mientras no se haga el pago correspondiente; de acuerdo con los lapsos establecidos en la Ordenanza.

#### **Sanciones Complementarias**

**Artículo 106.** Las infracciones a las disposiciones de la presente Ordenanza a las que no se le contemplen sanciones específicas, darán lugar a la imposición de multa equivalente a una décima (0,1) de Petro, hasta el equivalente a tres décimas (0,3) de Petros, de acuerdo con la gravedad de la infracción.

#### **Sanción por Reincidencia**

**Artículo 107.** Quien reincida en transgresiones a lo dispuesto por la presente Ordenanza, será sancionado con el duplo de la última multa impuesta y, en forma progresiva, hasta un máximo del equivalente a Cinco (5) Petros; sin perjuicio de la responsabilidad en el cual pueda incurrir por concepto de los daños y perjuicios que pueda acarrear al Municipio por tales transgresiones y reincidencia.





### **Responsabilidad Funcionarial**

**Artículo 108.** Los servidores públicos y las servidoras públicas de la Administración Tributaria Municipal, encargados y encargadas de la permisología, inspección y fiscalización de la Publicidad Comercial e Industrial, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o funcionariales a que hubieren lugar, serán sujetos o sujetas de sanciones de multas equivalentes a Un (1) Petros, en los casos siguientes:

1. Cuando otorguen autorización para instalar cualquier medio publicitario, sin que se hayan cumplido con los requisitos exigidos por esta Ordenanza, será sancionados

2. Cuando omitieren voluntariamente o no denunciaren las infracciones cometidas contra lo establecido en esta Ordenanza, o retrasaren sus obligaciones de responder oportunamente cualquier petición al respecto.

### **Plazo para el Pago de Multas**

**Artículo 109.** Las multas deben ser pagadas dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que se hubiera quedado firme la resolución. La falta de pago en el tiempo previsto, obligará al deudor a pagar intereses moratorios a la tasa del Uno por Ciento (1%) mensual, desde el día en que se hizo exigible el cobro ejecutivamente, conforme con la Ley, sin perjuicio del derecho del Municipio de ejercer las acciones judiciales o extrajudiciales para el cobro de las mismas.

### **Compensación**

**Artículo 110.** Cuando por decisión del recurso, al contribuyente o responsable le corresponda pagar un impuesto o tributo menor del fijado y pagado, el exceso no podrá reintegrarse, sólo se permite imputarse al pago de las obligaciones pendientes o futuras determinadas por la Administración Tributaria Municipal.

### **Acciones Penales por Degradación Ambiental**

**Artículo 111.** El Síndico Procurador Municipal está en la obligación de ejercer las acciones penales derivadas de la violación de las disposiciones sobre la conservación, defensa y mejoramiento del ambiente, conforme lo establece la Ley Penal del Ambiente, en razón de la degradación ambiental producida por la instalación de medios publicitarios en zonas no conformes para ellos, según lo establecido en esta Ordenanza.

## **CAPÍTULO III**

### **Procedimiento Sancionatorio**

#### **Sección Primera**

#### **Sustanciación del procedimiento.**

### **Acto-Expediente y Procedimiento**

**Artículo 112.** Las sanciones de multas, remoción de elementos publicitarios u otras que imponga la Administración Tributaria Municipal a los contribuyentes o responsables infractores, por el incumplimiento o violación de las obligaciones y normas tipificadas en esta Ordenanza, deberán estar contenidas en acto administrativo motivado dictado por el Órgano competente, previo el cumplimiento del siguiente procedimiento:

1. El Superintendente Municipal de Administración Tributaria o el funcionario delegado por él para tal fin, dictará un acto de apertura del procedimiento sancionatorio que contendrá en forma clara y precisa, la infracción que se le imputa al presunto infractor y su consecuencia jurídica.

2. La Administración Tributaria cumplirá todas las actuaciones necesarias para el mejor conocimiento del asunto que debe decidir, en este sentido, el expediente abierto recogerá en orden cronológico toda la tramitación a que dé lugar el asunto.

3. El acto, será notificado al presunto infractor, en la forma prevista en la presente Ordenanza. A partir de la fecha de la efectiva notificación, se entenderá abierto un lapso



de ocho (8) días hábiles, para que el presunto infractor exponga alegatos y promueva las pruebas conducentes a su defensa.

4. Culminado ese lapso, y analizados los hechos y los fundamentos de derecho, la Superintendencia Municipal de Administración Tributaria (SUMAT) procederá a emitir la Resolución definitiva dentro de los diez (10) días hábiles siguientes, la cual deberá ser notificada al infractor.

5. Contra esta Resolución procederán los recursos establecidos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y la Ley Orgánica de la Jurisdicción Contencioso Administrativa, según el caso.

#### Medios Probatorios-Principios Procedimentales

**Artículo 113.** Los hechos que se consideren relevantes para la decisión de un procedimiento, podrá ser objeto de todos los medios de prueba previstos en el Ordenamiento

Jurídico vigente y la Administración Tributaria Municipal ajustará su actuación a los principios de economía, eficacia, celeridad e imparcialidad que rigen al Derecho Administrativo y Tributario.

### Sección Segunda De las Notificaciones

#### Contenido

**Artículo 114.** Los Actos Administrativos de efectos particulares que afecten derechos subjetivos de los y las contribuyentes y responsables, o sus intereses legítimos, personales y directos emanados por la Administración Tributaria Municipal en cumplimiento de las disposiciones previstas en esta Ordenanza, deberán ser notificados cumpliendo los extremos legales para que tengan validez y eficacia.

Las notificaciones se practicarán en forma escrita, conteniendo el texto íntegro del acto, los recursos que proceden, con expresión de los plazos para ejercerlos y los órganos o tribunales ante los cuales deban interponerse. A tales efectos, las notificaciones deben contener:

1. El nombre de las Instituciones a que pertenece el órgano que emite el acto.
2. El nombre del órgano que emite el acto.
3. El lugar y la fecha en que el acto es dictado.
4. El nombre del sujeto pasivo a quien va dirigido el acto.
5. La expresión sucinta de los hechos, de las razones que se aleguen, y los fundamentos legales pertinentes.
6. La decisión respectiva.
7. El nombre del Funcionario o Funcionarios que suscriben el acto, con indicación de la titularidad con que actúan.
8. El sello de la oficina.
9. Firma autógrafa del Funcionario o Funcionaria los que suscribe el acto, estampada en el original y copia del respectivo Instrumento Jurídico.

#### Forma y Oportunidad

**Artículo 115.** Las notificaciones se practicarán en día y horas hábiles; si fuesen efectuadas en día inhábil, se tendrán como realizadas el primer día hábil siguiente.

La notificación se practicará en algunas de las siguientes formas:



1. Personalmente, entregándola contra recibido al interesado. Se tendrá también por notificado legalmente el interesado o representante que realice cualquier actuación que implique el conocimiento inequívoco del acto, desde el día en que se efectuó dicha actuación.
2. Por correspondencia postal certificada o telegráfica, dirigida al interesado a su domicilio, con acuse de recibo por la Administración Tributaria Municipal, del cual se dejará copia del destinatario, en donde conste la fecha de entrega.
3. Por constancia escrita entregada por los funcionarios fiscales de la Administración Tributaria en el domicilio del interesado; esta notificación se hará a cualquier persona que habite o trabaje en dicho domicilio, quien deberá firmar el correspondiente recibo, del cual se dejará copia al interesado de esta circunstancia.
4. Por el buzón, correo electrónico fiscal, o cualquier otro medio digital, que haya sido informado a la Administración Tributaria Municipal, conforme a la ley aplicable en la materia.

Cuando resulte imposible hacer la notificación a los interesados o interesadas, en forma prevista en los ordinales anteriores, el acto se publicará en Gaceta Municipal, o en un periódico de circulación regional. En estos casos, el lapso para recurrir comenzará a partir del décimo (10°) día continuo siguiente a la fecha de la publicación, circunstancia esta que se advertirá en forma expresa.

#### **Notificación de Representantes Legales**

**Artículo 116.** Los Presidentes, Vice-Presidentes, Gerentes, Directores, o Administradores u otros de cualquier persona jurídica, corporación o responsables solidarios, se entenderán facultados para ser notificado a nombre de esas entidades, no obstante, cualquier limitación establecida en los estatutos o actas constitutivas de las referidas entidades.

### **Sección Tercera De los Recursos**

#### **Recursos Administrativos Tributarios**

**Artículo 117.** Contra las decisiones tomadas por los Órganos competentes, en aplicación de esta Ordenanza, los interesados o sus representantes tendrán el pleno derecho de ejercer o interponer los recursos a que hubiere lugar, según lo establecido en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y en el Código Orgánico Tributario, en cuanto le sea aplicable.

#### **Lapso-Autotutela-No Suspensión de Efectos**

**Artículo 118.** Los recursos contra los actos que produzcan efectos particulares o generales emanados de los órganos administrativos, legales y tributarios en aplicación de las disposiciones de esta Ordenanza, deben intentarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación del acto que se impugna. El órgano, dirección o funcionario ante el cual se interponga un recurso podrá, en virtud del principio de autotutela administrativa, sea de oficio o a petición de parte interesada, corregir los errores materiales, de cálculo u otros en que hubiese incurrido en la configuración de los actos, o reconocer la nulidad absoluta de los mismos.

La interposición de los recursos previstos en esta Ordenanza, no suspende los efectos ni la ejecución del acto objeto del mismo, salvo previsión legal en contrario; no obstante, el órgano, dirección o funcionario o funcionaria del Municipio, ante el cual se recurra, podrá de oficio o a petición de parte acordar la suspensión del acto impugnado, en el caso de su ejecución pudiera causar un grave perjuicio al interesado o si la impugnación se fundamentare en la nulidad absoluta del acto, siempre y cuando se constituya garantía suficiente a satisfacción del Municipio.



#### Requisitos de Interposición

**Artículo 119.** Los interesados podrán interponer los recursos a que se refiere este capítulo, por sí o por medio del representante designado en el escrito correspondiente, o acreditado por documento público, contra todo acto administrativo de carácter tributario que ponga fin a un procedimiento. El recurso administrativo deberá interponerse por escrito, previo cumplimiento de las disposiciones establecidas en las normas legales respectivas y haciendo constar lo siguiente:

1. Lugar y fecha.
2. Órganos, Departamentos, Direcciones o Funcionarios del Municipio al cual está dirigido.
3. Identificación del interesado y en su caso, de la persona que actúe como su representante, con indicación de los nombres y apellidos, domicilio, nacionalidad, estado civil, profesión y número de la cédula de identidad o pasaporte. Dirección exacta del lugar donde se hará las notificaciones pertinentes.
4. Los fundamentos de hecho, derecho y procedimientos correspondientes, expresando con toda claridad la materia objeto del recurso.
5. Referencias de los anexos que lo acompañan, si tal es el caso.
6. Cualesquiera otras circunstancias que exijan las normas legales reglamentarias.
7. Firma del o los interesados.

El recurso interpuesto que no cumpla los requisitos exigidos, será declarado inadmisibles, mediante decisión motivada que será notificada al interesado, el cual tendrá un lapso de diez (10) días hábiles siguientes a su notificación para interponer nuevamente el recurso, bajo pena de caducidad.

#### De la Solicitud de Información

**Artículo 120.** El Municipio por intermedio de sus órganos o servidoras y servidores con competencia en el área legal o tributaria, podrá solicitar a los interesados o terceros, otras informaciones que considere necesarias y ordenar las averiguaciones que fueren procedentes.

#### Recurso de Reconsideración

**Artículo 121.** Los Actos Administrativos dictados por la Administración Tributaria Municipal en aplicación de la presente Ordenanza, podrán ser objeto del Recurso de Reconsideración tributario por ante el servidor público o servidora pública que lo dictó, quien deberá decidir dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la admisión del mismo.

Contra esta decisión solo podrá interponerse el Recurso Jerárquico por ante el Alcalde o la Alcaldesa del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira.

Cuando el acto hubiere sido dictado por el Concejo Municipal, solo procederá el recurso de reconsideración ante el mismo, y deberá ser decidido dentro del lapso de treinta (30) días hábiles siguientes, contados a partir de la fecha de su admisión. Contra esta decisión podrán interponerse el o los Recursos jurisdiccionales consagrados en la normativa vigente.

#### Recurso Jerárquico

**Artículo 122.** Para ejercer el Recurso Jerárquico, se requiere que previamente se haya agotado el Recurso de Reconsideración, salvo que el acto impugnado hubiere sido dictado por el Alcalde o al Alcaldesa en primera instancia, en cuyo caso solo procederá el Recurso de Reconsideración.

Cuando se trate de actos administrativos que impongan multas, recargos u otros similares, para el ejercicio del Recurso Jerárquico se requiere del depósito previo, en la Tesorería Municipal, del monto correspondiente en cada caso; o afianzarlos a través de empresas de seguros o instituciones bancarias domiciliadas o con agencias en la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira. La fianza otorgada sólo garantizará los efectos de la decisión administrativa a favor del Fisco Municipal o del sujeto pasivo, según el caso.



El Alcalde o la Alcaldesa deberá decidir el Recurso Jerárquico, dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la fecha de su admisión.

En caso de negación del recurso interpuesto, el Fisco Municipal hará efectivo de inmediato el acto a que se refiere el artículo anterior, ejecutando las garantías otorgadas.

La decisión del Alcalde o la Alcaldesa, debidamente notificada al contribuyente agota la vía administrativa, pudiendo ejercerse el Recurso Contencioso Administrativo o Recurso Contencioso Tributario, según sea el caso, por ante los Tribunales competentes.

#### **Prórroga de Decisión**

**Artículo 123.** Si el Órgano, Dirección o funcionario o funcionaria competente, que este conociendo del Recursos de Reconsideración Tributario, o el Alcalde o la Alcaldesa en el caso del Recurso Jerárquico o del ejercicio del Recurso de Reconsideración, si fuere el caso, consideran necesario un lapso mayor de tiempo para decidir el Recurso respectivo, deberá notificar de tal circunstancia al sujeto pasivo, con la indicación expresa que el lapso no excederá en ningún momento de treinta (30) días más.

#### **Revisión de los Actos**

**Artículo 124.** Fuera de los Recursos indicados en este capítulo, no se oirá ni se admitirá ningún otro. No obstante, los órganos, direcciones o funcionarios y funcionarias que hayan dictado un acto o sus superiores jerárquicos podrán de oficio y en cualquier momento, basados en el principio de auto tutela administrativa, corregir los vicios de dicho acto.

#### **Silencio Negativo**

**Artículo 125.** La falta de decisión del Concejo Municipal, del Alcalde o la Alcaldesa o de la Administración Tributaria Municipal dentro de los lapsos o prórrogas establecidos en el presente capítulo, se considerará como la negación del recurso.

### **CAPÍTULO IV De la Prescripción**

#### **Lapso de Prescripción**

**Artículo 126.** Los créditos a favor del Fisco Municipal, derivados de la aplicación de la presente Ordenanza prescriben a los seis (6) años, contados a partir de la fecha en la cual el pago se hizo exigible.

#### **De la Interrupción**

**Artículo 127.** El curso de la prescripción se interrumpe:

1. Por la declaración del hecho imponible.
2. Por la determinación del tributo, sea esta efectuada por la Administración Tributaria Municipal o por el Contribuyente, tomándose como fecha la notificación o autoliquidación respectiva.
3. Por el reconocimiento inequívoco de la obligación por parte del deudor.
4. Por el pedido de prórroga u otras facilidades de pago.
5. Por el acta de reparo emitida por la Administración Tributaria, respecto al monto de los tributos derivados de los hechos específicos a que ella se contrae.
6. Por todo acto Administrativo o actuación judicial, que se realice para efectuar el cobro de la obligación tributaria ya determinada y de sus accesorios, para obtener la repetición del pago indebido de los mismos, que haya sido legalmente notificado al deudor.



7. Por requerimiento de cobro hecho personalmente o mediante la publicación en la Gaceta Municipal o en cualquier periódico de circulación local, regional o nacional.
8. Por la admisión del recurso judicial.
9. Por cualquiera otra causa legalmente establecida como mecanismo para interrumpir la prescripción.
10. Cualquier otro supuesto establecido en el Código Orgánico Tributario.

**Parágrafo Único:** La obligación del Fisco Municipal por órgano de la Administración Tributaria Municipal de compensar el pago indebido de tributos y sus accesorios, o de lo pagado y no debido, prescriben al año.

#### Remisión al Código Orgánico Tributario

**Artículo 128.** Lo no previsto en este capítulo y que afecte a la prescripción de la obligación tributaria y sus accesorios, así como la interrupción de aquella, se regirán por el Código Orgánico Tributario.

### TITULO IX DE LOS ÓRGANOS COMPETENTES

#### Órgano Ejecutor

**Artículo 129.** Queda encargada de dar ejecución a la presente Ordenanza, la Administración Tributaria Municipal, a través del órgano competente para ello, siendo su responsabilidad y competencia ejercer amplias facultades de fiscalización, vigilancia, investigación, verificación y control en la aplicación de la misma y de las demás disposiciones legales aplicables a esta materia, sin perjuicio de las atribuciones del Alcalde o Alcaldesa en su condición de máxima autoridad ejecutiva municipal.

#### Registro y Control

**Artículo 130.** La Administración Tributaria Municipal, a través del órgano competente para ello, creará un catastro de toda la publicidad comercial e industrial, con el propósito de conocer y llevar el control sobre la totalidad de la publicidad que se realice con carácter permanente en la jurisdicción del Municipio Bolivariano Vargas. Asimismo, llevará control de la publicidad que se realice de manera eventual.

**Parágrafo Único:** La Administración Tributaria Municipal, a través del órgano competente para ello, llevará un libro de Registro, foliado y sellado, donde se asentarán las solicitudes de vallas y demás elementos publicitarios recibidas, las constancias emitidas y las resoluciones que aprueben o nieguen la solicitud de inscripción.

#### Competencia de Ingeniería Municipal y Planeamiento Urbano

**Artículo 131.** La Dirección de Ingeniería Municipal y de Planeamiento Urbano de la Dirección General Territorial y de los Servicios Públicos de la Alcaldía, actuando en su carácter de autoridad urbanística, otorgará la factibilidad de ubicación de los elementos publicitarios en el Municipio, y velará porque los mismos se adapten a las previsiones establecidas en esta Ordenanza, su Reglamento y demás leyes aplicables.

#### Policía Administrativa Municipal

**Artículo 132.** El Instituto Autónomo de Policía Municipal es el ente encargado de brindar el apoyo necesario a la Administración Tributaria Municipal en el ejercicio de sus competencias, a los fines de velar por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.



**TITULO X  
DISPOSICIONES FINALES**

**CAPITULO I  
Disposiciones Transitorias y Complementarias**

**Renovación de Registro**

**Artículo 133.** Las personas naturales o jurídicas que se encuentren inscritas en el Registro de Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial que se lleva en la Administración Tributaria Municipal al momento de entrar en vigencia esta Ordenanza, deberán solicitar la renovación de su registro dentro de los sesenta (60) días a su publicación.

**Ajuste de Anuncios**

**Artículo 134:** Las empresas y los empresarios o empresarias de Publicidad o Propaganda Comercial e Industrial, tendrán un plazo de sesenta (60) días siguientes a la publicación en Gaceta Municipal de la presente Ordenanza, para ajustar sus anuncios o avisos a las disposiciones establecidas en la misma, concluido dicho lapso, y no se hubiere cumplido con lo aquí pautado, se aplicarán las sanciones correspondientes.

**Automatización Progresiva**

**Artículo 135.** La Administración Tributaria Municipal adoptará las medidas necesarias para la automatización progresiva de los procedimientos establecidos en la presente Ordenanza, cumpliendo con los estándares de certificación del Consejo Bolivariano de Alcaldes y Alcaldesas de Venezuela para la creación y actualización de los sistemas automatizados de Administración Tributaria. A tales efectos, el Alcalde o la Alcaldesa celebrará los convenios que estime necesarios con entidades públicas, así como suscribirá los contratos con proveedores certificados que aseguren una recaudación impositiva más eficiente y cómoda para los sujetos pasivos.

**Reglamentación**

**Artículo 136.** El Alcalde o la Alcaldesa del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira, podrá reglamentar total o parcialmente la presente Ordenanza, así como distar los decretos complementarios que sean necesarios para su cabal aplicación.

**Normas Complementaria**

**Artículo 137.** En todo lo no previsto en la presente Ordenanza se aplicará de manera complementaria o supletoria las normas legales y/o actos administrativos municipales o nacionales afines con la materia regulada en la presente Ordenanza, entre ellas la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, el Código Orgánico Tributario y la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

**CAPITULO II  
Disposición Derogatoria y Vigencia**

**Disposición Derogatoria**


**Artículo 138.** Se deroga la **Ordenanza de Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial**, que fuese aprobada por el Concejo Municipal Bolivariano del Municipio Bolivariano Vargas del Estado Vargas, en fecha 20 de septiembre de 2.018 y publicada en la Gaceta Municipal del Municipio Vargas Extraordinaria N° 026-2018 de fecha 24 de septiembre 2018; así como todas aquellas normas o disposiciones legales y/o actos administrativos municipales que colidan o sean contrarias a la presente Ordenanza.




**Vigencia**

**Artículo 139.** La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir del día de su publicación en Gaceta Municipal, sobre la base del actual Estado de Emergencia Económica y Sanitaria decretada por el Ejecutivo Nacional, en razón del Bloqueo Económico y la Pandemia por el Covid-19, y la Emergencia Legislativa establecida en el Acuerdo Sobre Armonización Tributaria y homologada por el Tribunal Supremo de Justicia en Sala Constitucional, con el fin la obtención célere de recursos financieros para garantizar bienes o suministros esenciales para la atención de la salud, la alimentación y el sostenimiento de servicios públicos esenciales en todo el territorio municipal.

Dada, firmada y sellada en el Palacio Legislativo Municipal, donde sesiona el Ilustre Concejo Municipal Bolivariano del Municipio Bolivariano Vargas del Estado La Guaira, con sede en la histórica ciudad de La Guaira, a los dieciocho (18) días del mes de enero de dos mil veintidos (2022). Años: 211° de la Independencia, 162° de la Federación y 22° de la Revolución Bolivariana.

  
**CALI LILIANA RIVAS**  
**PRESIDENTA DEL CONCEJO MUNICIPAL**  
**DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO DE VARGAS**



  
**STEFANY RODRIGUEZ**  
**SECRETARIA DEL CONCEJO MUNICIPAL**  
**DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO DE VARGAS**



Promulgación de la **ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO BOLIVARIANO VARGAS DEL ESTADO LA GUAIRA**, de conformidad con lo previsto en el artículo 88.12 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.

Palacio del Ejecutivo Municipal, Despacho del Alcalde del Municipio Bolivariano de Vargas, con sede en la histórica ciudad de La Guaira, a los dieciocho (18) días del mes de enero del año dos mil veintidos (2022).

**Cúmplase.**

  
**JOSE MANUEL SUAREZ MALDONADO**  
**Alcalde del Municipio Bolivariano de Vargas**





---

# GACETA MUNICIPAL

## DEL MUNICIPIO VARGAS

Artículo 2 - La Leyes, Decretos, Resoluciones y todos los documentos expedidos o que se expedieren por cualquier autoridad de las del Gobierno del Municipio Vargas en ejercicio de sus funciones, tendrá autenticidad y vigor desde que aparezca en la GACETA MUNICIPAL.

---

AÑO V, MES VII

LUNES 24 DE ENERO DE 2022

ORDINARIA N° 137-2022

---

