

# REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

## ESTADO ARAGUA MUNICIPIO GIRARDOT

---

### GACETA MUNICIPAL

---

#### ARTÍCULO 6°

Se tendrá como publicados y en vigencia

Las Ordenanzas y demás instrumentos Jurídicos municipales que aparezcan en la Gaceta Municipal salvo disposición Legal en contrario. En consecuencia las autoridades publicas los particulares quedan obligados a sus cumplimientos y observancia. Las Gacetas Municipales sé tendrán como documentos públicos a todos los efectos legales

Ordenanza Sobre Gaceta Municipal de  
Fecha Nueve (9) de Marzo de Mil  
Siete (2007).

#### DEPOSITO LEGAL

*N° p.p. . 91-0054*

*AÑO XXI MARACAY, 27 DE AGOSTO DE 2009 N° 11936 EXTRAORDINARIO*

### ***ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE LA PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL***

**REPÚBLICA BOLIVARIANA  
DE VENEZUELA  
ESTADO ARAGUA  
MUNICIPIO GIRARDOT**

El Concejo del Municipio Girardot del Estado Aragua, en uso de sus atribuciones legales establecidas en el numeral 1 del artículo 54, Artículos 75, 92, Numerales 1 y 4 del Artículo 95, 159, 162 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal en concordancia con el Artículo 1 del Código Orgánico Tributario, **SANCIONA** la siguiente:

**ORDENANZA DE IMPUESTO  
SOBRE LA PROPAGANDA Y  
PUBLICIDAD COMERCIAL**

**TITULO I**

**DISPOSICIONES GENERALES**

**Objeto. Principios de actuación de la Administración Municipal.**

**ARTICULO 1:** La presente Ordenanza tiene por objeto regular y controlar el ejercicio de la competencia municipal sobre propaganda y publicidad comercial realizada en el Municipio Girardot, conforme a lo dispuesto en el

numeral 3 del Artículo 178 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

**PARÁGRAFO PRIMERO:**

Son intereses específicos del Municipio Girardot en materia de publicidad comercial:

1. Establecer y recaudar el impuesto sobre propaganda y publicidad comercial previstos en el Artículo 179 numeral 2 de La Constitución de La República Bolivariana de Venezuela.
2. Determinar las obligaciones y aspectos técnicos exigidos para la realización de la publicidad comercial que sea editada, transmitida, instalada, exhibida o distribuida en jurisdicción en el Municipio Girardot del Estado Aragua, a través de los medios de propaganda y publicidad previstos en la presente ordenanza.
3. Establecer los procedimientos administrativos que deben cumplirse para la obtención de los permisos, remoción o suspensión de medios de propaganda o publicidad,

sea cual fuere su género o contenido, así como las aplicaciones de sanciones administrativas.

4. Establecer los recursos administrativos contra las decisiones emanadas de las autoridades previstas en la siguiente ordenanza

**PARÁGRAFO SEGUNDO:**

Quedan sometidas a las disposiciones de esta Ordenanza, toda publicidad comercial en medios exteriores, interiores y cines, debidamente permitida o no, que se realice o pretenda realizar, dentro de la Jurisdicción del Municipio Girardot del Estado Aragua.

**Concepto de Publicidad Comercial.**

**ARTICULO 2:** A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por **publicidad comercial e Industrial**, todo anuncio o mensaje difundido por cualesquiera de los medios de publicidad previstos en el Título V de esta Ordenanza, con fines de lucro o de remuneración y destinados 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 o compradores de los mismos

**PARÁGRAFO UNICO:**

Asimismo, se entiende por **Publicista:** toda persona natural o jurídica que realice, promueva, ordene o pague la publicidad por su cuenta o por cuenta de terceros, se entiende por **Empresa de**

**Publicidad:** toda persona jurídica, que de manera permanente, instale, cree, transmita, exhiba o distribuya mensajes o anuncios publicitarios, destinados a promover, informar o divulgar, productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores, se entiende por **Medios:** Los canales, vías o espacios creados, manejados, fabricados, instalados, producidos, etc., por cualquier persona natural o jurídica, de manera permanente o

eventual, donde se exhiben o exponen las pautas publicitarias, demostrando los atributos y/o virtudes de los productos o servicios enunciados, con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores usuarios y compradores. **Unidad Publicitaria:** Cualquier objeto, elemento, instrumento, bien, cosa, mecanismo, tecnología o similares que sirvan o se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario. **Conjunto de Medios o Unidades Publicitarias:** Es el conjunto homogéneo o heterogéneo de unidades publicitarias que sirvan o que se usen para la exhibición de productos, marcas, servicios, modelos, bienes o similares dirigidos a atraer la atención del consumidor o usuario.

**Ámbito de aplicación.**

**ARTÍCULO 3:** Toda propaganda o publicidad comercial que pretenda instalarse o exhibirse en Jurisdicción del Municipio Girardot, se registrará por la presente Ordenanza, sin perjuicio de la aplicación del Ordenamiento Jurídico Nacional o Estatal

sancionado o dictado por las autoridades nacionales o estatales en sus respectivos ámbitos de competencias referidos a la publicidad comercial.

Igualmente la presente Ordenanza regulará la instalación de medios de propaganda o publicidad no comercial y sin fines de lucro, sea cual fuere su género o contenido, de conformidad con las competencias municipales sobre ornato, ambiente y arquitectura civil, previstas en la legislación orgánica nacional aplicable al Municipio y regulada en el ordenamiento jurídico municipal.

### **Principio de Veracidad de la Publicidad y en Idioma Castellano.**

**ARTICULO 4:** Toda publicidad comercial deberá ajustarse a la verdad y expresarse en correcto idioma castellano. Se podrán utilizar idiomas extranjeros si se trata de palabras que no tienen traducción, cuando sean nombres propios, marcas de fábrica o denominaciones comerciales debidamente

registradas o cuando sea de interés para grupos específicos. En este último caso debe presentarse a la Administración Tributaria Municipal, la traducción del texto al castellano, certificada por un interprete público. La publicidad en idiomas, dialectos o lenguas indígenas siempre será permitida sin traducción al castellano.

### **Funciones Tributarias.**

**ARTICULO 5:** Son funciones del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM) la fiscalización, recaudación, control y aplicación de la presente Ordenanza y demás disposiciones legales establecidas tanto en la ley Orgánica de Ordenación Urbanística, Ley de Tránsito Terrestre y su Reglamento, así como en la Ley Penal del Ambiente y su Reglamento, aplicables a esta materia, sin perjuicio de las atribuciones conferida al Alcalde en su condición de máxima autoridad, a otros órganos de la Administración Pública Municipal, de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente.

### **Interdependencia de las potestades tributarias.**

**ARTICULO 6:**

Para efectos de los elementos publicitarios colocados antes de la publicación de la presente ordenanza y que no se hubiesen ajustados al dispositivo normativo correspondiente la liquidación del impuesto previsto en esta ordenanza no creara precedentes, ni representa el otorgamiento de los permisos

**PARÁGRAFO UNICO:** Para el cumplimiento de sus atribuciones y funciones, el Servicio Autónomo de tributación Municipal (SATRIM), podrá solicitar toda la colaboración a que haya lugar a la Policía Municipal de Girardot, el cual actuará como órgano auxiliar en las funciones de inspección y fiscalización en el ámbito jurisdiccional del Municipio Girardot a los fines de preservar el cabal y pleno cumplimiento de la presente Ordenanza y su Reglamento.

## **TITULO II**

### **DISPOSICIONES TRIBUTARIAS**

## **CAPÍTULO I DEL IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL**

### **Hecho imponible**

**ARTICULO 7:** A los fines de la aplicación del presente Título los términos propaganda y publicidad tendrán el mismo significado.

**ARTÍCULO 8:** El hecho imponible del impuesto regulado en esta Ordenanza, es la actividad publicitaria comercial en jurisdicción del Municipio Girardot; su realización origina la obligación del pago de los impuestos previstos en ella.

**Límite territorial. Momento en que se considera ocurrido el hecho imponible.**

**ARTÍCULO 9:** Toda publicidad comercial que se realice dentro de la jurisdicción del Municipio Girardot, constituye fuente de obligación tributaria para los sujetos pasivos; la misma, se entenderá realizada a partir del momento en que la publicidad sea exhibida, se dé a conocer, se promueva o divulgue.

### **Sujeto Activo**

**ARTICULO 10:** Es sujeto activo de la obligación tributaria el Fisco del Municipio Girardot del Estado Aragua.

### **Sujeto Pasivo**

**ARTÍCULO 11:** Son sujetos pasivos de este impuesto, los contribuyentes, en primer lugar, todas las personas naturales o jurídicas que realicen, transmitan, anuncien o exhiban la publicidad comercial y, en algunos casos, lo será el responsable de la realización de la misma, en forma solidaria.

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

**ARTÍCULO 12:** La obligación de pagar el impuesto cesa con el retiro de la publicidad comercial. Los sujetos pasivos del impuesto previsto en la presente Ordenanza, tienen la obligación de notificar a la Administración Tributaria Municipal, el retiro de la publicidad comercial, para poner fin a la obligación impositiva. Caso contrario, el impuesto se continuará

causando hasta la fecha de la respectiva notificación.

### **Cambio de motivo publicitario. Impuesto mayor**

**ARTÍCULO 13:** Cuando el contribuyente cambie el motivo publicitario o le haga publicidad a un producto que implique el pago de un impuesto mayor, sin la debida participación a la Administración Tributaria Municipal, quedará obligado al pago de las diferencias de impuesto, multas y accesorios, además del cumplimiento de las obligaciones correspondientes a la modificación efectuada, previstas en esta Ordenanza.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** En este caso el pago se hará dentro del lapso de quince (15) días continuos siguientes a la modificación del anuncio, de conformidad a lo dispuesto en esta Ordenanza.

### **No Instalación del motivo publicitario.**

**ARTÍCULO 14:** La no instalación del medio publicitario transcurridos ciento veinte (120) días continuos para su colocación dará derecho al Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM) de revocar el

permiso otorgado previa notificación al interesado.

## **CAPITULO II**

### **DE LA DETERMINACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO**

**Base imponible y autodeterminación.**

**ARTICULO 15:** Los sujetos pasivos contemplados en la presente Ordenanza, deberán liquidar el impuesto conforme a los parámetros que al efecto determine cada norma, según el tipo de medio, los metros cuadrados, fracción, unidades, cantidad de ejemplares, etc., multiplicándolos por el valor expresado en las unidades tributarias que señale la respectiva norma.

#### **Determinación Trimestral**

**ARTÍCULO 16:** El impuesto previsto en esta Ordenanza será determinado por trimestres anticipados, contados a partir del día en el que se dio inicio a la exhibición, divulgación,

instalación o publicación de la publicidad.

#### **Oportunidad de pago.**

**ARTICULO 17:** El impuesto establecido en la presente ordenanza deberá pagarse dentro de los primeros quince (15) días continuos del respectivo trimestre, en las oficinas o entidades de recaudación legalmente autorizadas.

#### **Pagos proporcionales.**

**ARTÍCULO 18:** Cuando se trate de una publicidad, cuya exhibición no exceda de treinta (30) días continuos, el impuesto será pagado sobre la base de la tercera parte que hubiere pagado de permanecer exhibida un trimestre.

#### **Declaración Estimada de publicidad.**

**ARTICULO 19:** A los fines de la liquidación del impuesto previsto en esta Ordenanza, las personas naturales o jurídicas que ejerzan la publicidad comercial, deberán declarar por escrito ante la Administración Tributaria Municipal, en el lapso comprendido desde el 01 de Septiembre hasta el 30 de Septiembre de cada año, un listado



de los medios publicitarios que continuaran divulgando, difundiendo o exhibiendo para el año fiscal siguiente, debiendo indicar el código que le fue asignado en el momento que obtuvo el permiso respectivo.

### **Intereses Moratorios.**

**ARTÍCULO 20:** Transcurridos los periodos de pago, los sujetos pasivos que no hayan satisfecho sus obligaciones deberán pagar intereses moratorios a la tasa establecida en el Artículo 66 del Código Orgánico Tributario, aplicada sobre el monto del impuesto exigible y no pagado.

## **CAPITULO III DE LOS DEBERES FORMALES DE LOS SUJETOS PASIVOS**

### **Registro de empresas de publicidad comercial.**

**ARTÍCULO 21:** Las personas naturales o jurídicas que pretendan ejercer la actividad de publicidad comercial en forma permanente, dentro de

la jurisdicción del Municipio Girardot, deberán inscribirse en el registro que a tal efecto llevará la Gerencia de Liquidación, en la Unidad de Publicidad Comercial del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM), indicando en la solicitud lo siguiente:

- 1) Nombre de la persona natural o jurídica.
- 2) Domicilio Fiscal.
- 3) Persona responsable de su administración, copia de la cédula de identidad, dirección, número telefónico y autorización si fuere el caso.
- 4) Copia del Registro de Comercio o Acta Constitutiva de la Empresa o un ejemplar del medio donde conste su publicación.
- 5) Copia del R.I.F. de la Persona Natural o Jurídica, si fuere el caso.
- 6) Copia de la Licencia de Funcionamiento para el ejercicio de actividades económicas de industria, comercio, servicios o de índole similar, para los establecidos dentro del Municipio Girardot,
- 7) Solvencia expedida por la Administración Tributaria Municipal donde tenga su sede permanente.

**PARAGRAFO UNICO:** Las personas naturales o las personas jurídicas que realicen publicidad de manera eventual, no estarán obligadas a inscribirse como empresa, pero deberán solicitar un permiso, en cada oportunidad.

### **Recepción de la solicitud y notificación de las omisiones.**

**ARTICULO 22:** Recibida la solicitud y recaudos señalados en el Artículo precedente, la Unidad de Publicidad Comercial en conjunto con la Gerencia de Liquidación y la Superintendencia, previa revisión de los mismos, procederá dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a expedir al interesado la constancia de inscripción.

Si faltare alguno de los recaudos exigidos, se le notificará de inmediato al interesado, caso en el cual se le otorgará un lapso de diez (10) días hábiles, a los fines de su consignación, transcurrido dicho plazo sin que los hubiere presentado, la Administración

procederá a notificarlo mediante resolución motivada.

### **Efectos de la falta de actualización de datos. Sujeto de sanciones.**

**ARTICULO 23:** Los sujetos pasivos tienen la obligación de informar a la Unidad de Publicidad Comercial adscrita a la Gerencia de Liquidación del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM), cualquier cambio que se produzca en los datos señalados en el artículo 21, dentro de un plazo máximo de un (1) mes de producido. El incumplimiento de esta obligación hará que se consideren como válidos los datos suministrados, a los efectos jurídicos tributarios, así como también dará lugar al establecimiento de la sanción prevista en esta Ordenanza.

### **Requisito para la instalación de la publicidad.**

**ARTÍCULO 24:** No se otorgará el permiso para instalar, transmitir, exhibir o distribuir publicidad en el Municipio Girardot, si la persona natural o jurídica no posee la constancia de inscripción en el Registro de Publicidad Comercial,

de conformidad con los artículos 21 y 22 de la presente Ordenanza, con excepción de las publicidades ocasional .

**Condiciones de los medios publicitarios. Procedimiento en caso de desperfectos.**

**ARTÍCULO 25:** Todo medio o anuncio publicitario deberá mantenerse en adecuadas condiciones de seguridad y conservación, mientras dure su exhibición. En caso de desperfectos del medio publicitario, el responsable o propietario del mismo está en la obligación de repararlos.

El Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM) podrá ordenar al propietario o responsable del medio publicitario, el cumplimiento de la presente disposición, mediante la respectiva resolución motivada, en cuyo caso deberá proceder a la reparación en un lapso de quince (15) días hábiles contados a partir de la notificación de la resolución, transcurrido el mismo y en caso de no haber sido acatada la orden, se procederá a la

remoción del medio conforme al procedimiento establecido en la presente Ordenanza, sin que el propietario o responsable pueda reclamar devolución o reducción del impuesto que hubiere pagado.

Los gastos que ocasione la remoción del medio publicitario serán por cuenta del propietario o responsable del mismo, quien no podrá alegar daños o perjuicios de ninguna índole derivados de tal acción.

**PARÁGRAFO ÚNICO:**

Transcurridos quince (15) días hábiles sin que el responsable hubiere recuperado el elemento removido, la Alcaldía podrá disponer de dicho medio a fin de resarcir los gastos ocasionados.

**Pérdida de la vigencia de los mensajes publicitarios.**

**Concepto**

**ARTÍCULO 26:** Todo medio o anuncio publicitario no podrá contener mensajes que hayan perdido vigencia, mientras permanezca en exhibición.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** A los efectos del presente artículo, se entiende por vigencia del mensaje, la publicidad de productos o

servicios existentes o disponibles en el mercado.

### **Revocatoria de permiso.**

**ARTÍCULO 27:** El Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM) podrá revocar el permiso que se hubiere expedido, conforme a lo previsto en los artículos anteriores, cuando éste se hubiere otorgado con base a datos falsos suministrados por el interesado y en violación de normas urbanísticas previstas en el ordenamiento jurídico, previo al procedimiento administrativo correspondiente.

### **Autorización para la reubicación o traslado de publicidad.**

**ARTICULO 28:** En caso de traslado o reubicación de un medio publicitario, se considerará que se ocupará un espacio nuevo, debiendo el interesado solicitar un nuevo permiso, conforme a lo dispuesto en la presente Ordenanza.

### **Publicidad en Vías .**

**ARTICULO 29:** Las personas naturales o jurídicas que pretendan colocar o instalar, vallas, anuncios, señales y cualquier otro medio de carácter publicitario, en las vías urbanas, suburbanas o zonas adyacentes que se encuentran en jurisdicción del Municipio Girardot, se regirán por las disposiciones contenidas en el Ordenamiento Jurídico Nacional, Estatal y Municipal.

## **CAPITULO IV**

### **DE LA TRAMITACIÓN DE LOS PERMISOS**

#### **Permiso para instalación.**

**ARTICULO 30:** Sólo podrá exhibirse propaganda o publicidad comercial, cuando previamente se haya obtenido el permiso respectivo de la Administración Tributaria Municipal y la Dirección de Ingeniería Municipal, cuando fuere el caso. A tales efectos, la persona natural o jurídica interesada en la instalación de una estructura para publicidad comercial, la colocación de avisos en locales comerciales o la exhibición de propaganda o publicidad por cualquier medio, en jurisdicción del Municipio Girardot,

deberá presentar ante la **Unidad de Publicidad Comercial del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM)**, escrito en el formato expedido para tal fin, en el cual expondrá las razones de su solicitud.

El escrito deberá estar acompañado de los siguientes recaudos:

- 1) Características y formas del medio y de la unidad publicitaria, así como de la estructura material o forma a utilizar.
- 2) Para medios ocasionales, deberán definir el tiempo en el cual será instalada y exhibida, el sitio y/o espacio a ocupar; para los medios permanentes, sólo bastará especificar que son permanentes e intercambiables y el lugar a ocupar.
- 3) Plano de ubicación del lugar donde se colocará la unidad publicitaria y fotografía de dicho lugar.
- 4) Croquis de ubicación que incorpore la unidad publicitaria propuesta a los elementos existentes en su entorno.
- 5) Proyecto de ornato y mantenimiento, cuando se proponga su ubicación en terrenos no construidos.
- 6) Croquis de relación de distancias mínimas con inmuebles y otras unidades publicitarias similares o de la misma categoría existentes en el sector.
- 7) Fianza de fiel cumplimiento emitida por empresa de seguros o institución financiera de reconocida solvencia, suficiente para responder al Municipio de las obligaciones que ha de asumir la persona natural o jurídica de acuerdo a esta Ordenanza para las unidades publicitarias permanentes (vallas y chupetas); según las tarifas establecidas en el clasificador de actividades y cheque de gerencia, para la

publicidad ocasional según tarifa establecida en el clasificador de actividades. El monto de esta Fianza será determinado en Unidades Tributarias, las cuales se ajustarán a comienzo de cada año en la forma y condiciones previstas en el Artículo 3 Parágrafo Tercero del Código Orgánico Tributario. La duración de esta fianza será de un año (para publicidad permanente) y permanecerá retenida por la Administración tributaria Municipal hasta que venza el permiso, y deberá ser renovada en caso de que la duración del permiso otorgado por la Administración Tributaria Municipal sea extendido. Y para publicidad ocasional según el tiempo permisado.

8) En el caso de las vallas colocadas en kioscos, se deberá presentar,

además de los recaudos anteriores:

- a) Autorización del Municipio para la instalación de la valla en kiosco.
  - b) Comprobante de cancelación de las obligaciones tributarias del kiosco.
- 9) En terrenos de propiedad privada, presentar copia del documento de propiedad, solvencia de inmueble del pago del impuesto de Inmuebles Urbanos y Autorización escrita del propietario para la instalación de la unidad publicitaria, y además autorización expresa de este para que los funcionarios del municipio accedan al inmueble, si ello fuera necesario, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción. En caso de que se coloque una unidad publicitaria en terreno o propiedad privada, sin autorización de la administración tributaria municipal, el propietario del terreno o inmueble será solidariamente responsable,

en conjunto con la empresa de publicidad, en el pago de los impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.

- 10) En caso de publicidad en centros Comerciales (Estacionamiento, Fachada Exterior o cualquier otra área), Autorización escrita del propietario o administradora de condominio para la instalación de la unidad publicitaria, y además autorización expresa de este para que los funcionarios del municipio accedan al inmueble, si ello fuera necesario, para la ejecución forzosa del acto que ordene la remoción. En caso de que se coloque una unidad publicitaria en las instalaciones del Centro Comercial, sin autorización de la administración tributaria municipal, el propietario o administradora de condominio será

solidariamente responsable, en conjunto con la empresa de publicidad, en el pago de los impuestos y en las acciones que deriven por contravención a esta Ordenanza.

- 11) En caso de tratarse de medios publicitarios luminosos, iluminados o electrónicos, debe anexarse la certificación de la empresa suplidora de energía eléctrica sobre la factibilidad del servicio o un estudio técnico avalado por un ingeniero eléctrico debidamente colegiado.
- 12) En caso de tratarse de medios publicitarios colocados en las paredes laterales o azoteas de edificaciones con uso residencial, deberá suministrarse a la Administración Tributaria Municipal el Contrato de Arrendamiento del propietario del inmueble, así como un estudio de un Ingeniero Estructural sobre la posibilidad de la colocación de la unidad publicitaria. Este

estudio deberá ser aprobado por la Dirección de Desarrollo Urbano.

- 13) La entrega de los recaudos a los que refieren los numerales anteriores, quedará asentado en un registro numerado y fechado para tal fin y cuyos datos se entregarán al interesado al momento de recibir y asentar estos recaudos. Se dará preferencia para la colocación de la unidad publicitaria al primer inscrito y/o solicitante, en caso de que un mismo espacio hubiere más de una solicitud.

- 14) En terrenos municipales se deberá presentar, luego de la inscripción, además de los recaudos anteriores los siguientes:

- a) Certificación de la Dirección de Ingeniería Municipal, de que el terreno es de

propiedad municipal, que deberá responder en el término de treinta (30) días hábiles desde su recepción. Si el interesado no ha recibido respuesta, podrá interponer reclamación administrativa por ante el Alcalde por el retardo o incumplimiento en que hubieren incurrido los funcionarios responsables del asunto. La reclamación deberá interponerse en forma escrita y razonada y será resuelta dentro de los quince (15) días siguientes.

- b) Contrato de Arrendamiento suscrito entre la empresa publicitaria y el Alcalde, elaborado por la Sindicatura Municipal. Si la Sindicatura no elabora el Contrato de Arrendamiento dentro de los treinta (30) días continuos a la fecha de recepción de la solicitud de elaboración del



mismo, el interesado podrá interponer igualmente reclamación administrativa ante el Alcalde, en los términos antes indicados. El arrendamiento será cancelado mediante el canon que al efecto fije la Alcaldía o mediante la utilización de espacios en vallas de publicidad para mensajes institucionales, ornatos de jardines, mantenimiento de parques, áreas verdes, plazas, plazoletas o similares de acuerdo al contrato respectivo.

La ausencia de respuesta de las autoridades, no da derecho a la instalación de la unidad publicitaria.

Si el solicitante no coloca la unidad publicitaria dentro de los sesenta (120) días continuos a la aprobación de la solicitud caducará el derecho de preferencia al que se refiere el numeral anterior, pudiendo concederle el espacio a quien lo haya solicitado en segundo lugar.

14. Constancia de inscripción vigente de la empresa, empresario publicitario o persona natural responsable en el Registro correspondiente que al efecto lleva **Unidad de publicidad Comercial del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM)** y comprobante de pago de impuestos o tasas, actualizado.-

Queda entendido que la Administración Tributaria Municipal o quién haga las veces se reserva el derecho a negar cualquier solicitud que a su juicio no responda con los planes de Ordenamiento Urbano de la Alcaldía, sin tener que mediar ninguna respuesta razonada al respecto.

15. En caso de tratarse de Vallas Espectaculares (Las que oscilan entre Veinticinco **(25)** y Cuarenta **(40)** M<sup>2</sup> o Súper Espectaculares

(Aquellas de más de Cuarenta **(40)** M<sup>2</sup> se requerirá, además de los requisitos antes mencionados, de la certificación expedida por la Dirección de Ingeniería Municipal, o quien haga sus veces, responsabilidad técnica y cumplimiento de variables urbanas en cuanto al permiso de construcción de las mismas, zonificación y especificaciones técnicas. Quedando entendido que no se permitirán vallas superiores a **setenta y dos (72) M<sup>2</sup>** por cara.

**16. EL REGISTRO DE PUBLICIDAD** tiene por objeto identificar de cada una de las empresas o empresarios y los medios existentes, con determinación exacta del código asignado, número de placa identificatoria colocada en el respectivo equipo o unidad publicitaria, fecha de permiso y número de inscripción, fecha de instalación, ubicación exacta y demás datos y características atinentes al medio, unidad y empresa de publicidad, que sean pertinentes.

17. Será de responsabilidad del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM) a través de la Gerencia de Liquidación en su Unidad de Publicidad Comercial el registro de publicidad, así como el proceso de renovación 30 días antes de su vencimiento, de las inscripciones de las empresas o empresario que realicen actividades publicitarias en jurisdicción del Municipio Girardot del Estado Aragua.

**ARTICULO 31:** La Administración Tributaria Municipal, una vez presentada la solicitud con todos los recaudos exigidos en el Artículo anterior, dejará constancia de ser recibida y procederá a la exhaustiva verificación de que la solicitud cumple a cabalidad con todos y cada uno de los extremos y requisitos previstos en esta Ordenanza, previa inspección del lugar donde se pretenda la colocación del medio publicitario. Solo luego de constatarse de no haber impedimento alguno para la procedencia de la solicitud, se otorgará el respectivo permiso.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** Queda expresamente entendido que la Administración Tributaria Municipal, tendrá plena potestad de practicar la inspección directa y fiscalización

a que haya lugar durante la colocación del medio publicitario de que se trate, para garantizar a cabalidad que este se ajusta a los parámetros y extremos aprobados, contenidos en el respectivo permiso que haya sido otorgado, siendo **obligatoria** la presencia de un fiscal de la Administración Tributaria Municipal al momento de la colocación mencionada.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** A los fines de la verificación, inspección y debido pronunciamiento en cuanto a la aprobación o rechazo de la solicitud de colocación de propaganda o publicidad comercial que alude esta Ordenanza y su Reglamento, la Administración Tributaria Municipal, tendrá un lapso de Veinte (20) días hábiles contados a partir de la fecha en la cual se admite la solicitud. En todo caso, vencido como sea este lapso sin la Administración Tributaria Municipal en referencia se haya pronunciado, se entenderá que ha sido negada la solicitud, quedando

entendido que el interesado tendrá derecho a reclamar ante el Superior Jerárquico del retardo, omisión o incumplimiento del procedimiento, trámite o plazo, conforme a la normativa que rige la materia. La Unidad de Publicidad Comercial llevará un registro cronológico de las solicitudes de permisos y deberá mantener actualizada la información sobre el estado de las solicitudes presentadas. Los interesados tendrán acceso a la información respecto al trámite del permiso. Igualmente, llevará un registro de toda publicidad que se realice en la Jurisdicción del Municipio Girardot en un libro de registro, foliado y sellado donde se asentaran las solicitudes recibidas, las constancias emitidas y las resoluciones que aprueben o nieguen la solicitud de la inscripción y de permisos.

**PARÁGRAFO TERCERO:** Si durante Sesenta (60) días una Unidad Publicitaria permisada, se encontrase sin exhibir publicidad comercial, cumplido el lapso indicado, caducará el permiso otorgado y se aplicará lo referente al derecho de preferencia previsto en el Artículo 20, Numeral 13, Literal B, debiendo en

consecuencia la empresa de publicidad remover a su costo la unidad publicitaria que se encontrare sin exhibir publicidad, en caso de que la empresa no remueva la misma, lo hará el Municipio cargando el costo a la Empresa. Si este último fuera el caso, la Administración Tributaria Municipal no otorgará un nuevo permiso al infractor por el lapso de dos (02) años a partir de esta infracción.

**PARÁGRAFO CUARTO:** La reincidencia en la colocación de publicidad comercial sin la debida autorización del Municipio tendrá como consecuencia la cancelación de la inscripción de la empresa responsable, del Registro de la Empresa de Publicidad que al efecto lleva la Administración Tributaria Municipal en caso de que estuviese inscrito y la prohibición de ejercer la publicidad comercial por lapso de cinco (05) años en la jurisdicción del Municipio Girardot, bien para la empresa en cuestión y para sus directores.

**ARTICULO 32:** La **Superintendencia a través de la Gerencia de Liquidación en su Unidad de Publicidad Comercial del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM)**, negará el permiso para instalar, transmitir, exhibir o realizar la actividad de publicidad comercial en Jurisdicción del Municipio Girardot, si la Empresa o Empresario Publicitario responsable, no detenta la constancia de inscripción vigente como Empresa de Publicidad en el Registro correspondiente que al efecto lleva esa **Unidad**, y no se encuentre solvente en el pago de sus Impuestos Municipales para el momento de la solicitud.

**ARTICULO 33:** Si durante ciento veinte (120) días una valla se encontrara sin exhibir publicidad comercial la misma deberá ser removida por la empresa publicitaria, salvo cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, mientras **esté presente en la valla.**

**ARTICULO 34:** No podrá exhibirse ni mostrarse la publicidad comercial sin que antes haya obtenido el

permiso respectivo y satisfecho por el contribuyente o responsable, el pago de la tasa de tramitación correspondiente.

### **Identificación del medio publicitario.**

**ARTICULO 35:** Una vez obtenido el permiso para colocar publicidad comercial destinada a permanecer a la vista del público, deberá indicársele en el extremo inferior derecho de la cara frontal del elemento publicitario, el número de Registro de Publicidad Comercial y el número del permiso asignado, mediante una placa o etiqueta, que debe ser elaborada por el titular o solicitante de dicho medio.

**PARAGRAFO UNICO:** Los medios publicitarios sin identificación de la empresa, sin motivo publicitario y en condiciones de deterioro serán derribados por el Servicio Autónomo de Tributación Municipal sin previo aviso.

### **Violación de otros instrumentos legales.**

**ARTÍCULO 36:** No podrá otorgarse el permiso cuando la publicidad no se ajuste a las normas establecidas en la presente Ordenanza, así como cuando esté en contravención con lo previsto en otros instrumentos legales aplicables a la materia.

### **Plazo para la instalación del medio o elemento.**

**ARTICULO 37:** El interesado dispondrá de un plazo máximo de noventa (90) días continuos, contados a partir de la fecha de expedición del permiso de instalación para la colocación del elemento o medio publicitario autorizado.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** Una vez vencido el lapso establecido, quedarán sin efecto los permisos expedidos para los elementos publicitarios no instalados.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** En el caso previsto en el Parágrafo anterior, los interesados sólo podrán tramitar un nuevo permiso luego de transcurridos treinta (30)

días siguientes de la fecha del vencimiento del lapso indicado.

### **Duración del permiso.**

**ARTICULO 38:** El permiso para la instalación de un medio publicitario permanente tendrá vigencia hasta de un (1) año, a partir de la fecha de notificación del mismo.

El propietario o responsable del medio publicitario podrá solicitar la renovación del permiso dentro del lapso de quince (15) días hábiles previos al vencimiento del permiso. Caso contrario deberá retirar el medio publicitario.

La solicitud de renovación será expedida dentro de un lapso de diez (10) días hábiles contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud.

### **Permisos anteriores.**

**ARTICULO 39:** En los casos en los cuales el ordenamiento

jurídico, tanto nacional como estatal, exija o requiera el permiso previo de una autoridad nacional o estatal

para la instalación o exhibición de un medio publicitario, no se admitirá la solicitud del permiso hasta tanto el interesado no consigne, junto a los demás recaudos, el permiso o autorización correspondiente expedido por dichas autoridades

## **CAPITULO V**

### **DEL PROCEDIMIENTO EN CASO DE PROHIBICIÓN SOBREVENIDA POR LEY U ORDENANZA**

#### **Adecuación de los medios publicitarios.**

**ARTÍCULO 40:** Cuando en virtud de una disposición contenida en leyes u ordenanzas urbanísticas resulte prohibida o restringida la instalación de medios publicitarios, los que ya estuvieren instalados con su debido permiso deberán someterse a la nueva regulación y removerse o modificarse, según el caso.

En estos casos, el Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM) propondrá a los propietarios de los medios publicitarios ya instalados y permitidos, dentro de un lapso no mayor de noventa (90) días

hábiles, sitios alternos de igual categoría y condiciones de estelaridad para sustituir los medios publicitarios retirados o removidos.

La proposición a que hace referencia el presente artículo es requisito previo a la remoción de los medios publicitarios.

Notificadas las reubicaciones correspondientes, el propietario o responsable dispondrá de un plazo de treinta (30) días continuos para proceder a la reinstalación de los medios publicitarios afectados por la ley u ordenanza, en el sitio alterno, caso en el cual se le otorgará el permiso de manera inmediata.

## **CAPITULO VI DE LAS EXENCIONES Y EXONERACIONES**

### **Exención del Impuesto de vallas en obras públicas o con fines institucionales.**

**ARTÍCULO 41:** Las vallas colocadas por entes oficiales, con fines institucionales o

destinados a dar a conocer obras públicas en construcción, no causarán el impuesto previsto en esta Ordenanza, deberán expresar en ellas:

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

**PARÁGRAFO ÚNICO:** En todo caso, la instalación de este tipo de publicidad, deberá cumplir con las normas de seguridad y urbanismo previstas en la presente Ordenanza y su Reglamento.

### **Supuestos de exenciones.**

**ARTÍCULO 42:** No causara el impuesto previsto en esta Ordenanza y, en consecuencia quedan exentos del pago, las personas naturales o jurídicas por la colocación de los medios publicitarios que se indican a continuación:

- 1) La publicidad indicada en el artículo anterior.
- 2) Los anuncios fijos sin contenido comercial cuyo tamaño no exceda de Cuatrocientos

- centímetros cuadrados (400 cm<sup>2</sup>).
- 3) Los anuncios fijos de médicos, abogados, ingenieros, odontólogos, agrónomos, arquitectos, pintores, escultores, economistas, y demás profesionales o artistas siempre que solo indique el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección, que estén colocados en el inmueble en el cual ejercen y no exceda de un metro cuadrado (1m<sup>2</sup>).
  - 4) Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a ese fin.
  - 5) Las marcas de fabricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también las marcas de fabrica de la carrocería y los distintivos del concesionario, colocados en los vehículos de esa misma marca.
  - 6) Las inscripciones de los autores, fabricante y fundidores de monumentos, pedestales, lapidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie utilizada para tal fin no exceda de cuatrocientos centímetros cuadrados (400 cm<sup>2</sup>).
  - 7) La publicidad destinada a promover el turismo en el país, efectuada por cualquier ente u organismo oficial sin contenido comercial.
  - 8) Los destinados a campañas de salud, educación y prevención de enfermedades o mensajes institucionales para crear conciencia ciudadana, sin contenido comercial.
  - 9) Los avisos indicadores tanto del ingeniero como del constructor de un edificio y otras obras, siempre que no ocupen una superficie mayor de un metro cuadrado (1 M<sup>2</sup>).
  - 10) Los anuncios de identificación para colegios e institutos inscritos en el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, Gobernaciones o en el Municipio



en caso de Educación Preescolar.

- 11) Los avisos de iglesias, templos y cultos religiosos, bibliotecas, instituciones asistenciales, culturales, deportivas, sanitarias, filantrópicas y similares.
- 12) Los documentales cinematográficos que versen sobre aspectos históricos, culturales, científicos, religiosos, deportivos, o que tengan como objeto mostrar con fines turísticos o folklóricos la fauna, la flora o regiones del país.
- 13) La propaganda y publicidad de carácter no comercial e industrial sea cual fuere su género o contenido.

### **Supuestos de exoneraciones.**

**ARTÍCULO 43:** El Alcalde previa autorización del Concejo

Municipal, podrá exonerar el pago del impuesto a que se

refiere esta Ordenanza a las personas naturales o jurídicas que ejerzan la actividad de publicidad comercial que se expresa a continuación:

1. La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia el Municipio Girardot.
2. La publicidad relativa a espectáculos, conciertos instrumentales o vocales, exhibiciones de arte u oficios y exposiciones en salas de arte, para instituciones sin fines de lucro y que se consideren de carácter educativo y cultural, siempre y cuando el evento sea gratuito y no contenga promoción que implique publicidad a un tercero.
3. La publicidad de espectáculos teatrales de instituciones de carácter benéfico, siempre y cuando el evento sea gratuito.

### **Solicitud de exoneración.**

**ARTÍCULO 44:** Las exoneraciones a que hace referencia el artículo

anterior deberán ser solicitadas ante la Administración Tributaria Municipal, de conformidad con las disposiciones previstas en el reglamento respectivo. Las exoneraciones se otorgarán conforme a lo establecido en la Ordenanza de Impuesto Sobre la propaganda y Publicidad Comercial.

#### **Dispensa del pago. Sujeción de normas técnicas y administrativas.**

**ARTÍCULO 45:** La exención y la exoneración dispensan la totalidad del pago del impuesto, pero no eximen del cumplimiento de las demás obligaciones y deberes formales establecidos en esta Ordenanza, su reglamento y cualquier norma de carácter urbanístico y técnico, para cualquier tipo de publicidad y propaganda.

### **TÍTULO III DE LAS PROHIBICIONES**

#### **Prohibiciones sobre contenido.**

**ARTÍCULO 46:** Queda terminantemente prohibido hacer publicidad cuyo contenido:

- a. Sea contrario a la moral, a las buenas costumbres, al orden público y a la seguridad del Estado.
- b. Presente el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos, estupefacientes y otras sustancias psicotrópicas, como inofensivos a la salud.
- c. Utilice la actividad deportiva, el nombre o imagen de deportistas o atletas como incentivo para promover el consumo de bebidas alcohólicas y/o cigarrillos, o el ejercicio de cualquier actividad que afecte la salud.
- d. Cuando se trate de actividades prohibidas por disposiciones legales y reglamentarias.
- e. Cuando el diseño gráfico, la combinación cromática, la luminosidad, elementos movibles o cualquier otra característica presente en los mismos, pueda distraer de manera peligrosa a los

- conductores de vehículos y demás usuarios de la vía.
- f. Cuando se confunda con señales de tránsito u otros dispositivos destinados a regular la circulación o interfieran con la visibilidad de los mismos.
- g. Constituyan presupuestos de hechos para la comisión de ilícitos penales.
- b) En los puentes y zonas adyacentes.
- c) En las vías públicas no urbanas, en forma distinta a la establecida en el Ordenamiento Jurídico Nacional sobre tránsito.
- d) En los árboles, piedras, rocas y demás elementos naturales.
- e) En las aceras con un ancho menor de un metro veinte centímetros (1,20 mts).

### **Prohibiciones sobre ubicación.**

**ARTÍCULO 47:** Queda terminantemente prohibida la colocación o instalación de vallas, señales, pancartas, carteles y cualquier otro aviso de carácter publicitario, sea cual fuere su género o contenido, en los siguientes lugares:

- a) En la calzada de las autopistas urbanas y suburbanas, tanto en las zonas de seguridad como en las islas divisoras de las mismas.
- f) En las esquinas donde corresponda la ubicación de la nomenclatura vial.
- g) En las calles, paseos y caminos por medio de franjas transversales que la crucen, aunque no interfieran el libre tránsito.
- h) Igualmente queda prohibida la instalación de medios publicitarios que obstaculicen la visión de valores paisajísticos.
- i) En los vidrios delanteros o traseros de los vehículos o en cualquier otro sitio que pueda entorpecer su visibilidad,

- ventilación, manejo o libre fluidez del tránsito.
- imagen para promover un espectáculo.
- j) En los vehículos de uso colectivo, cuando se trate de publicidad sonora por megáfonos o alto parlantes.
- o) En el interior y exterior de las cementerios.
- k) En las aceras cuando se trate de avisos movibles y/ o inflables o globos sin o con movimientos.
- p) y toda aquella que se considerada en detrimento o contrario a la Planificación Urbanística, Seguridad de Estado, y cualesquiera no mencionadas en los numerales anteriores que así lo considere el Alcalde del Municipio Girardot.
- l) Áreas verdes, pasarelas, curvas, islas de las avenidas, franjas verdes de las aceras, tanto la que da hacia el frente de la calzada, como la que va desde el borde inferior de la acera hasta el lindero de parcela.
- PARAGRAFO PRIMERO:** Excepcionalmente podrá instalarse carteles a los fines de exhibir Propaganda y Publicidad Comercial y no Comercial, en las instalaciones de los postes de alumbrado público que se encuentren en la zonas que no están expresamente prohibida en la presente Ordenanza, o en las zonas con limitaciones urbanas las cuales en ningún caso podrán ser instalados sin el cumplimiento del respectivo procedimiento que otorgue la autorización, previsto en el reglamento dictado a tal efecto.
- m) Pintar las aceras y calzadas.
- ñ) En el interior y exterior de los museos y teatros de propiedad pública, en las Oficinas de los Poderes Públicos, en los monumentos o edificios de valor histórico, artístico o religioso, salvo que se trate de publicidad de
- Zonas Prohibidas.**

**ARTÍCULO 48:** Queda terminantemente prohibido instalar publicidad de cualquier clase en los siguientes sitios o bienes:

1. Las Áreas consideradas como Parque Nacional ó Reserva Nacional; Monumentos y sitios históricos:

- **Plaza Bolívar.**
- **Plaza Girardot.**
- **Catedral de Maracay**
- **Palacio de Gobierno del Estado Aragua.**
- **Obelisco de Maracay.**
- **Parque Santos Michelena.**
- **Parque Las Cocuizas.**
- **Parque Metropolitano de Maracay.**
- **Sede de los poderes públicos del estado**

**PARÁGRAFO PRIMERO:** El Alcalde mediante reglamento podrá declarar zonas especiales de uso publicitario, en función de la protección del ornato, medio ambiente y arquitectura civil

urbana.

## **TITULO IV**

### **DE LOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**Actos administrativos tributarios o no tributarios.**

**ARTICULO 49:** Contra todo acto administrativo de carácter no tributario, dictado por las autoridades previstas en la presente Ordenanza, podrán interponerse los recursos administrativos correspondientes, conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos. Los actos administrativos de carácter tributario se tramitarán y decidirán conforme a las disposiciones del Código Orgánico Tributario. En ambos casos la decisión del Alcalde agotará la vía Administrativa.

## **TITULO V**

### **DE LOS DIVERSOS MEDIOS PUBLICITARIOS Y SUS IMPUESTOS**

#### **CAPÍTULO I**

## **DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS EN GENERAL**

### **Del Impuesto de los medios publicitarios en general.**

**ARTICULO 50:** Toda publicidad realizada en el Municipio Girardot causará un impuesto según lo establecido en el clasificador de actividades publicitarias. El cual se anexa

### **De la Publicidad Eventual u Ocasional.**

**ARTICULO 51:** Se entiende por medios publicitarios ocasionales aquellos que por su naturaleza no son permanentes, entre otros: pancartas, estandartes, material P.O.P, banderines, banderolas y similares, así como los carteles o cartelones para eventos o espectáculos públicos.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** Los medios publicitarios señalados en este artículo y cualesquier a otro que su colocación sea

eventual u ocasional solo podrán instalarse paralelos a la vía y por período máximo de quince (15) días continuos.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Se entiende por Material P.O.P. a los fines de esta ordenanza; las especialidades de publicidad que comprende una categoría miscelánea de pequeños Artículos, con el nombre o logo de una compañía impreso, bordado, etc., y que los productores y/o intermediario regala o vende a los consumidores y/o posible clientes.

**PARÁGRAFO TERCERO:** Para la aplicación de este artículo se consideran responsables tanto la persona que realice publicidad en nombre propio o de un tercero, como los propietarios o responsables de los locales comerciales e industriales que se anuncien en el medio publicitario.

**PARÁGRAFO CUARTO:** A los fines de la liquidación del impuesto, la persona que realice publicidad en nombre propio o de un tercero le notificará a la Unidad de Publicidad Comercial, adscrita a la Gerencia de Liquidación del Servicio Autónomo de Tributación

Municipal (SATRIM) con cinco días hábiles de anticipación por lo menos de la utilización de los medios publicitarios a que se refiere el artículo anterior, Si no lo participare oportunamente, la Alcaldía presumirá que para la fecha de inspección ya se han utilizado dichos medio por un período igual a quince (15) días continuos, debiéndose pagar los impuestos causados por tal período.

#### **Del Depósito y Retiro del medio Publicitario.**

**ARTICULO 52:** Los interesados en realizar publicidad comercial en pancartas, estandartes y similares, antes de su realización, deberán presentar deposito equivalente al cien por ciento (50%) del monto del impuesto a pagar según el tipo de publicidad y por cada elemento publicitario, ante la Administración Tributaria Municipal, como garantía de que dicha publicidad será retirada en el plazo establecido. El responsable del medio publicitario está en la obligación de retirarlo a los dos

(2) días siguientes vencimiento de la fecha autorizada. A los fines del reintegro del depósito señalado en este artículo, o la renovación del permiso, el interesado deberá presentar ante Administración Tributaria Municipal los elementos publicitarios, caso contrario la Administración Tributaria Municipal procederá al retiro de los medios publicitarios indicados y ejecutará el depósito respectivo.

#### **Dimensión del Medio Publicitario.**

**ARTICULO 53:** Las pancartas, estandartes y similares no podrán exceder en su medida de cinco metros (5 mts) de largo por un metro (1 mt) de ancho. La distancia mínima entre cada uno de estos medios será de mil metros (1000 mts), y solo podrán ser colocadas en las zonas que dicte la Administración Tributaria Municipal

#### **Concepto de anuncio, avisos y similares.**

**ARTICULO 54:** Se entiende por anuncio, todo aviso que se publicite a través de los medios de comunicación social y/o empresas dedicadas al ramo.

## **Publicidad en anuncios, avisos y similares.**

**ARTICULO 55:** La publicidad en anuncios, avisos y similares, podrá ser colocada 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 ductos de aire, ni vista de los locales comerciales, con un espesor no mayor de treinta centímetros (30 cms) / una altura de no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts), contados a partir del borde inferior del aviso, hasta la superficie de la acera o piso.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** En los estacionamientos de vehículos, farmacias, estaciones de servicio, clínicas y hoteles, la Dirección de Ingeniería Municipal podrá permitir la colocación del aviso indicativo del establecimiento en forma perpendicular al plano de la fachada y en sentido vertical, siempre que no exceda de tres metros treinta centímetros cuadrados

(3,30 mts<sup>2</sup>), desde la arista inferior del cartel hasta la acera o piso, previo el visto bueno de la Autoridad Urbanística Municipal competente.

## **Avisos de identificación.**

**ARTÍCULO 56:** Se entiende por avisos de identificación, los anuncios que están colocados en el frente o puerta del establecimiento que publicite el nombre de la empresa o la actividad que ejerza, realizados mediante la proyección de anuncios fijos o variables en los lugares abiertos al público.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Los avisos de identificación podrán ser metálicos, luminosos, iluminados o pintados directamente en la pared, este tipo de publicidad causará un impuesto por metro cuadrado o fracción de acuerdo a lo establecido en el clasificador de actividades publicitarias..

Para calcular los metros cuadrados (m<sup>2</sup>) de los avisos señalados, se considerará únicamente como área publicitaria la parte luminosa, o iluminada, en su conjunto, o sólo el área abarcada por el mensaje publicitario.



**Publicidad en salas de cine a través de aparatos, proyectores y similares.**

**ARTICULO 57:** La proyección de publicidad comercial que se realice en la pantalla de las salas de cine, causará un impuesto según lo establecido en el clasificador de actividades publicitarias.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** Los propietarios o encargados de las salas de cine en las cuales se proyecte la publicidad contemplada en esta sección, serán responsables directos, en calidad de agentes de percepción del impuesto previsto en esta Ordenanza. Asimismo, deberán presentar la relación tiempo y forma, a que se hace referencia en el siguiente párrafo.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** El impuesto por la publicidad realizada a través del medio previsto en este Artículo, se liquidará mensualmente; a cuyo efecto, la persona que en nombre propio o de terceros realice dichas publicidades, deberá presentar por ante la

Administración Tributaria Municipal, una relación de la publicidad ordenada por ellos y proyectada en las salas de cine del Municipio en el mes anterior.

**Deber formal de las agencias de publicidad cinematográficas.**

**ARTICULO 58:** Las agencias de publicidad cinematográficas deberán pagar el impuesto indicado en el clasificador de actividades publicitarias en forma trimestral, presentando al efecto ante la Administración Tributaria Municipal una relación mensual de la publicidad comercial y sobre las cuñas o pautas publicitarias a proyectarse en las salas cinematográficas del Municipio Girardot.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** La presente disposición no se aplicará a la publicidad contenida en los documentales exentos, de conformidad a lo señalado en el numeral 12 del artículo 42 de esta Ordenanza.

**Publicidad en vehículos y similares.**

**ARTICULO 59:** La publicidad pintada, colocada e instalada en la parte interior o exterior de los vehículos de transporte público de pasajeros, causará un impuesto según lo establecido en el clasificador de actividades publicitarias.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** El Instituto Nacional de Transporte y Tránsito Terrestre (I.N.T.T.T) cooperará con la Administración Tributaria Municipal, a los fines del control de los medios publicitarios previstos en este Artículo.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Los medios publicitarios a que hace referencia este Artículo en ningún caso podrán impedir la visibilidad y ventilación del conductor o de los pasajeros, de conformidad a lo dispuesto en el Reglamento de la Ley de Tránsito y Transporte Terrestre y el Ordenamiento Jurídico Municipal.

### **Publicidad en los puestos de revistas, kioscos o similares.**

**ARTICULO 60:** Podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios en los puestos de revistas, cuando se refiera a las publicaciones cuyas ventas se realicen en los mismos. El anuncio o mensaje se limitará al nombre o anuncio del producto y se ubicará en las paredes exteriores del puesto de revistas. Igualmente podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios, en los kioscos de ventas de comida rápida ubicadas en las áreas públicas.

### **Medios publicitarios combinados con servicio a la comunidad.**

**ARTÍCULO 61:** Se consideran medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad los siguientes:

- 1) Paradas techadas de transporte público.
- 2) Casetas telefónicas.
- 3) Módulos de papeleras.
- 4) Señalizadores de estacionamientos públicos.
- 5) Señalizadores de farmacias.

- 6) Señalizadores de seguridad bancaria.
- 7) Nomenclaturas viales.
- 8) Columna anunciadora.
- 9) Planos Guías.
- 10) Módulos Indicativos.
- 11) Tanques de agua en autopistas.
- 12) Otros mobiliarios urbanos que las Autoridades Municipales determinen, por considerarlos, según el diseño, como elementos de mobiliario urbano.

Los medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, causarán un impuesto por metro cuadrado o fracción según lo establecido en el clasificador de actividades publicitarias.

## **CAPITULO II**

### **DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO DE VALLAS**

#### **Concepto de vallas.**

**ARTICULO 62:** A los fines de la presente Ordenanza se entiende por vallas, toda publicidad en forma de objeto fijo, cartel, anuncio o similar, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos, o signos destinados a permanecer a la vista del público, para dar publicidad a un bien o servicio.

#### **Sujeción a normativa urbanística sobre edificaciones.**

**ARTICULO 63:** Toda valla publicitaria con estructura propia sobre el suelo, techos y azoteas, será considerada como una edificación y por lo tanto queda sometida a las disposiciones urbanísticas vigentes.

#### **Adecuación a zonificación urbanística.**

**ARTICULO 64:** Las vallas solo podrán ubicarse en áreas cuya zonificación urbanística permita el uso comercial, industrial o combinado. Su colocación queda sujeta al permiso urbanístico previo, expedido por la Dirección Ingeniería Municipal.

### **Ubicación.**

**ARTICULO 65:** Las vallas con estructura propia podrán ser instaladas sobre techos, azoteas o sobre el suelo.

### **Requisitos.**

**ARTÍCULO 66:** La solicitud de permiso para publicidad a través de vallas deberá ser acompañada de los recaudos que al efecto determina el Título II del Capítulo IV de esta Ordenanza.

### **Impuesto por vallas.**

**ARTICULO 67:** La realización de publicidad por medio de vallas colocadas en el interior de los locales de espectáculos públicos, y la colocada sobre la fachada de las edificaciones representada con letras, objetos, símbolos o signos y destinada a permanecer a la vista del público en el exterior de las edificaciones, causará un impuesto establecido en el clasificador de actividades por metro cuadrado (m<sup>2</sup>) o fracción, por cara y por piso.

### **Impuestos sobre murales internos o externos.**

**ARTÍCULO 68:** La publicidad realizada por medio de murales con denominaciones comerciales debidamente registradas, y representada con letras, objetos, símbolos o signos y destinada a permanecer a la vista del público en el exterior de las edificaciones o colocadas en la totalidad de las fachadas y en el interior de los locales de espectáculos públicos, o edificaciones de libre acceso al público, causará un impuesto según lo establecido en el clasificador de actividades publicitarias por metro cuadrado (m<sup>2</sup>) o fracción.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** En el caso que el mural sea pintado en el interior de locales de espectáculos públicos o en edificaciones de libre acceso al público se consideran responsables del pago a los propietarios de los locales comerciales e industriales donde se pinte el mural.

### **Impuesto sobre proyección de anuncios.**

**ARTICULO 69:** La publicidad que se efectúe mediante proyecciones de anuncios fijos o variables en las vías públicas, causará un impuesto según el clasificador de actividades publicitarias por metro cuadrado o fracción.

**Impuesto sobre pantallas o pizarras eléctricas o electrónicas.**

**ARTÍCULO 70:** Las pantallas o pizarras eléctricas o electrónicas accionadas por control automático o manual, destinadas a publicidad, causarán un impuesto según el clasificador de actividades publicitarias por metro cuadrado o fracción, multiplicado por el número de anuncios a ser exhibidos en ellas.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** Cuando las pizarras o pantallas eléctricas o electrónicas accionadas por control automático o manual, destinadas a publicidad estén combinadas con anuncios publicitarios fijos, causarán un impuesto distinto al establecido en la valla

descrita en este artículo por metro cuadrado o fracción del anuncio publicitario fijo.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Ningún elemento de la valla podrá emitir luces directas hacia el usuario o sonidos que produzcan molestias en las zonas adyacentes.

Quedan excluidos de esta disposición las luces de neón y reflectores de cuarzo, siempre y cuando no produzcan molestias.

**Vallas de identificación de obras.**

**ARTICULO 71:** En los terrenos en proceso de urbanización o edificación conforme a la normativa vigente, las vallas de identificación de la obra, así como las que indiquen los profesionales responsables de la misma y la oferta de venta, si fuere el caso, solo podrán estar instaladas en el terreno donde se desarrolla la obra, hasta seis (6) meses luego de concluida la misma; salvo que permanezca la oferta de venta, en cuyo caso, podrá mantenerse un (1) año después de terminada la construcción.

## TÍTULO VI

## **DE LA INSPECCION Y FISCALIZACION**

### **Derecho de fiscalización.**

**ARTICULO 72:** La publicidad comercial será objeto de fiscalización e inspección por parte de la Dirección de Ingeniería Municipal, solamente en el aspecto urbanístico.

### **Normativa aplicable.**

**ARTICULO 73:** Los procedimientos de fiscalización, determinación de tributos, notificación, recursos y sanciones tributarias, los realizará la Administración Tributaria Municipal y se aplicarán las normas del Código Orgánico Tributario.

### **Principio de globalidad de la decisión.**

**ARTÍCULO 74:** El acto administrativo que decida el asunto, resolverá todas las cuestiones planteadas, tanto inicialmente como durante la tramitación. La decisión se notificará a los interesados,

debiendo contener la misma el texto íntegro del acto, indicándoles los recursos que procedan, con expresión de los términos para ejercerlos y los órganos ante los cuales deben interponerlos.

### **Notificaciones.**

**ARTICULO 75:** Las notificaciones de los actos administrativos se practicarán conforme al procedimiento establecido en La Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos y los actos de carácter tributario por el Código Orgánico Tributario.

## **TÍTULO VII**

### **DE LAS SANCIONES**

#### **Publicidad comercial sin permiso.**

**ARTICULO 76:** Quien efectuare publicidad en las zonas industriales o comerciales sin haber obtenido el permiso correspondiente, será sancionado con multa de cuarenta (40) a cien (100) unidades tributarias. Igualmente deberá pagar el impuesto causado por la publicidad efectuada.

### **Publicidad comercial con permiso negado.**

**ARTÍCULO 77:** Quien proceda a efectuar publicidad, a pesar de haberle negado el permiso, será sancionado con una multa de sesenta unidades tributarias (60 U.T), sin perjuicio del cobro de impuestos causados y no pagados, por la utilización del medio publicitario y la remoción del mismo, cuyo costo será a cargo del infractor.

### **Publicidad en zona residencial**

**ARTÍCULO 78:** El que efectúe o instale publicidad cualquiera que sea su género o contenido en zonas o lugares expresamente prohibidos conforme a la presente Ordenanza, serán sancionados con multas equivalentes a quince unidades tributarias (15 U.T) por cada infracción.

### **Responsabilidad de funcionarios.**

**ARTÍCULO 79:** Los funcionarios Municipales que de conformidad al

Ordenamiento Jurídico de la presente Ordenanza, que ejercieren funciones de inspección, fiscalización y cualesquiera otras actividades reguladas, que omitieren voluntariamente, o no denunciaren las infracciones cometidas contra la presente Ordenanza y su Reglamento, o retrasaren sus obligaciones de responder dentro de los lapsos previstos, serán sancionados, con multa de diez unidades tributarias (10 U.T), sin menoscabo de las sanciones establecidas en la Ordenanza sobre Administración de Personal, Ley Contra la Corrupción y demás que procedieren según el caso.

### **Funcionarios que autorizan publicidad en contravención de la presente Ordenanza.**

**ARTÍCULO 80:** El funcionario que otorgare autorización para instalar o realizar cualquier medio publicitario, en contravención a lo dispuesto en la presente Ordenanza, será sancionado con multa equivalente a diez unidades tributarias (10 U.T); así como la aplicación del procedimiento disciplinario correspondiente.

La Contraloría Municipal velará por el cumplimiento de esta disposición.

### **Evasión del impuesto. Sanción**

**ARTICULO 81:** Todo aquel que efectúe publicidad sin haber satisfecho el impuesto correspondiente, será sancionado con multa de treinta (30 U. T.) unidades tributarias, sin perjuicio del pago del impuesto causado y sus accesorios.

### **Remoción por impuestos no pagados.**

**ARTICULO 82** El impuesto que no fuere pagado dentro de los lapsos legales establecidos para ello, dará lugar a la remoción del medio publicitario utilizado, previo cumplimiento del procedimiento establecido en el presente Título y sin perjuicio de obtener el pago por la vía judicial.

### **Violación de la Ley Orgánica del Ambiente. Denuncia del Alcalde.**

**ARTICULO 83:** Todos los ciudadanos están en la obligación de denunciar daños contra el ambiente, tanto la Alcaldía como el Concejo Municipal deberán ejercer las acciones correspondientes derivadas de la violación de las disposiciones sobre conservación, defensa y mejoramiento del ambiente, conforme lo establece la Ley Orgánica del Ambiente en relación a la degradación ambiental producida por la instalación de medios publicitarios, en zonas no conforme para ello, según lo establecido en esta Ordenanza.

A tales fines el Alcalde o el Concejo Municipal ordenarán lo conducente al Sindico Procurador Municipal.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Lo dispuesto en el presente artículo, se aplicará sin perjuicio de las facultades de los ciudadanos y los consejos comunales, para la defensa del ambiente, caso en el cual las autoridades municipales deberán prestar la colaboración requerida para el ejercicio de los derechos ambientales vulnerados.

### **Remoción de medios publicitarios.**

**ARTICULO 84:** Las contravenciones a la presente Ordenanza, referidas a la



instalación de medios publicitarios sin permiso, así como la contravención a las disposiciones del Título III, serán sancionadas con la remoción del medio publicitario, lo cual estará a cargo del responsable o propietario del mismo, conforme a lo dispuesto en esta Ordenanza.

Las resoluciones firmes de remoción de medios publicitarios, podrán ser objeto de ejecución a cargo de la Administración Tributaria Municipal, en cuyo caso los gastos que ello ocasione, serán del responsable o propietario y se adicionarán a la multa respectiva.

### **Remoción efectuada por la Alcaldía.**

**ARTICULO 85:** Cuando la remoción de un medio publicitario sea efectuada por la Administración Tributaria Municipal, los materiales removidos serán depositados a la orden del responsable o propietario durante un lapso que no excederá de quince (15) días continuos, transcurrido, el cual, el

Municipio no responderá por la devolución de los materiales removidos y podrá disponer convenientemente de los mismos.

Para el retiro de los materiales removidos, el responsable o propietario del medio publicitario, deberá pagar los impuestos y sus accesorios, así como las multas y gastos de remoción correspondientes.

### **Procedimiento aplicable.**

**ARTÍCULO 86:** Las sanciones previstas en la presente Ordenanza se aplicarán conforme al procedimiento siguiente:

- a. Si se trata de la aplicación de sanciones estrictamente pecuniarias o de orden tributario, regirá el procedimiento previsto en el Código Orgánico Tributario.
- b. Si se trata de sanciones referentes a la remoción de los medios publicitarios instalados, en contravención a la presente Ordenanza, regirá lo establecido en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

En todo caso, las sanciones de remoción de medios publicitarios y

de multas, se aplicarán mediante procedimientos separados y a través de las respectivas resoluciones motivadas y debidamente notificadas.

**PARÁGRAFO UNICO:** La Administración Tributaria Municipal, podrá tomar medidas preventivas o anticipadas en los procedimientos administrativos cuando exista riesgo inminente del daño al interés público urbanístico y en especial a los fines de proteger preventivamente y durante la tramitación de dichos procedimientos el ornato, ambiente y arquitectura civil urbanística.

#### **Pago de multas.**

**ARTICULO 87:** Las multas deberán ser pagadas en las oficinas receptoras de fondos municipales, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha de su notificación.

### **TÍTULO VIII**

#### **DISPOSICIONES FINALES**

#### **Reglamentación.**

**ARTICULO 88:** La presente Ordenanza será reglamentada por el Alcalde sin alterar su espíritu, propósito y razón.

#### **Base de cálculo.**

**ARTICULO 89:** La unidad tributaria a que hace referencia la presente Ordenanza, representa el valor en bolívares, conforme con lo determinado por el Poder Nacional.

#### **Entrada en vigencia.**

**ARTICULO 90:** La presente Ordenanza entrara en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Municipal.

#### **Derogatoria.**

**ARTICULO 91:** Queda derogada la Ordenanza de Publicidad Comercial publicada en la Gaceta Municipal Extraordinaria N° 1.961, de fecha 05 de Noviembre de 2.002. No obstante, las disposiciones de carácter tributario de la Ordenanza derogada, continuarán aplicándose hasta tanto entren en vigencia las disposiciones tributarias indicadas en el artículo anterior.

**TÍTULO IX**  
**DISPOSICIONES**  
**TRANSITORIAS**

**Renovación del registro**

**ARTICULO 92:** Las personas naturales y jurídicas que se encuentren inscritas en el Registro de Publicidad comercial que lleva la Gerencia de Liquidación del Servicio Autónomo de Tributación Municipal (SATRIM), al momento de entrar en vigencia esta Ordenanza, deberán solicitar la renovación de su registro dentro de los sesenta (60) días a su entrada en vigencia.

**Adecuación de los medios publicitarios.**

**ARTICULO 93:** Las empresas y los empresarios de publicidad comercial, tendrán un plazo de ciento veinte (120) días siguientes a la fecha de la publicación en Gaceta Municipal de la presente Ordenanza, para ajustarse a las disposiciones establecidas en la misma, transcurrido este

lapso sin que se hubiere cumplido con lo establecido, serán objeto de aplicación de la sanción correspondiente.

**Adecuación al Régimen Legal.**

**ARTICULO 94:** La publicidad instalada para el momento de la promulgación de esta Ordenanza, deberá ajustarse a las nuevas disposiciones contenidas en el presente instrumento jurídico, para lo cual, el publicista tendrá un plazo de ciento veinte (120) días contados a partir de su vigencia para adecuarse al nuevo régimen legal. Transcurrido dicho plazo, sin que se hubiere producido la adecuación, Administración Tributaria Municipal, procederá a imponer las sanciones respectivas y removerá el medio publicitario.

Dado, firmado, refrendado y sellado en el lugar donde celebra sus Sesiones el Concejo del Municipio Girardot del Estado Aragua, en Maracay a los veintiséis (26) días del mes de Agosto del año dos mil nueve. (2009)

**CJAL. JUAN CARLOS CÉCERE**  
**PRESIDENTE**

**CJAL. JUAN VICENTE  
GOMEZ SECRETARIO  
MUNICIPAL**

**REPUBLICA BOLIVARIANA  
DE VENEZUELA  
ESTADO ARAGUA  
MUNICIPIO GIRARDOT**

Alcaldía,

Maracay, 26 de Agosto del 2009

**PUBLÍQUESE Y EJECÚTESE**

**PEDRO ANTONIO BASTIDAS  
ALCALDE**