REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLIVAR



MUNICIPIO CARONI
GACETA MUNICIPAL

EDICIÓN EXTRAORDINARIA

TODO LO QUE APAREZCA EN LA GACETA MUNICIPAL DE CARONI TENDRÁ AUTENTICIDAD LEGAL Y VIGENCIA A PARTIR DE SU PUBLICACIÓN (ART. Nº 6. ORDENANZA DE GACETA MUNICIPAL) 15/11/90

AÑO: MMXXIII CIUDAD GUAYANA 08/11/2023 Nº 175/2023

- SUMARIO -

REFORMA TOTAL DE LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO CARONÍ DEL ESTADO BOLÍVAR

CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONÍ

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLÍVAR
MUNICIPIO CARONÍ
CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONÍ
213°, 164° Y 24°

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El municipio Caroní del Estado Bolívar, en ejercicio de sus competencias y atribuciones previstos en el artículo 178 y 179 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, en concordancia con el artículo 205 y siguientes de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal y la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de Potestades Tributarias de los Estados y Municipios, esta última publicada en Gaceta Oficial N° 6.755 Extraordinaria, de fecha 10 de agosto de 2023, promueve la discusión, aprobación y promulgación de la "***REFORMA TOTAL DE LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO CARONÍ DEL ESTADO BOLÍVAR"***, con la finalidad de ajustar el ordenamiento jurídico municipal a las regulaciones derivadas de la Armonización Tributaria Nacional, estando dentro de ellas, la simplificación de trámites, armonización de alícuotas tributarias, la implementación del tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicada por el Banco Central de Venezuela (BCV), como unidad de cuenta dinámica para la determinación de tributos, sanciones y accesorios.

La reforma planteada al instrumento, no sólo conlleva la regulación de los aspectos netamente tributarios, sino la instrumentación, dentro del cuerpo normativo de los principios promovidos por la Ley Orgánica de Coordinación y Armonización de Potestades Tributarias de los Estados y Municipios, como lo son: la simplificación de trámites, la no solicitud de solvencias para trámites ante el mismo ente que los emana; la no consignación de documentos o requisitos previamente acreditados ante la Administración Tributaria Municipal o que se encuentren en su poder; la implementación del Registro Único de Información Fiscal (RIF), como medio de identificación de los contribuyentes; entre muchos otros aspectos, que conllevaron a la reforma, adecuación y modificación de la mayoría de los artículos inmersos dentro del texto de la norma, lo que plantea al Concejo Municipal una reforma total del instrumento.

Asimismo, en aras de estar cónsonos con los procesos legales y la innovación jurídica, se profundiza en la aplicación de las prácticas procesales, mediante medios electrónicos, bandera de los procesos de actualización y transparencia en la gestión del municipio Caroní.

La Ordenanza planteada, estará conformada por quince (15) títulos y ciento cuarenta y siete (147), que estarán planteados de la siguiente forma:

CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONI

ÍNDICE

TÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto

Artículo 2. Definiciones

Artículo 3. Idioma

Artículo 4. Prohibición de ejercer la actividad de propaganda o publicidad comercial no autorizada

Artículo 5. Autorización de publicidad en espectáculos públicos

Artículo 6. Policía municipal como órgano auxiliar

TÍTULO II
DE LOS TIPOS DE MEDIOS PUBLICITARIOS
CAPÍTULO I
DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS FIJOS

Artículo 7. Medios fijos

Artículo 8. De los distintos medios publicitarios fijos

Artículo 9. De las vallas

Artículo10. De los avisos luminosos

Artículo 11. De los avisos de identificación o fachadas

Artículo 12. Medios combinados con servicio públicos a la comunidad

CAPÍTULO II
DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS OCASIONALES

Artículo 13. Medios ocasionales

Artículo 14. De los distintos medios publicitarios eventuales

CAPÍTULO III
DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS DE PROYECCIÓN

Artículo 15. Medios de proyección

Artículo 16. Pantallas o pizarras electrónicas

Artículo 17. Proyección en pantallas de salas de cines

TÍTULO III
DEL PERMISO
CAPITULO I
DEL PERMISO DE PUBLICIDAD FIJA

Artículo 18. Requisitos para emitir permiso de publicidad fija

Artículo 19. Requisitos para la obtención de permiso de publicidad en vallas

Artículo 20. Requisitos para el permiso de instalación de vallas sobre techos o azoteas

Artículo 21. Requisitos del permiso de publicidad fija sobre vallas propias al suelo

Artículo 22. Requisitos para obtener la conformidad de instalación de elementos publicitarios

Artículo 23. Del permiso para cambios sobre publicidad fija

Artículo 24. Requisitos para la obtención del permiso para pantallas o pizarras electrónica

Artículo 25. Requisitos para el permiso de murales

Artículo 26. Requisitos para el permiso de avisos luminoso

Artículo 27. Recaudos para el permiso de avisos de identificación o fachadas

Artículo 28. Requisitos para el permiso sobre medios publicitarios combinados con servicio públicos a la comunidad

CAPÍTULO II

DEL PERMISO PARA PUBLICIDAD O PROPAGANDA EVENTUAL

Artículo 29. Lapso de Utilización de los Medios Eventuales

Artículo 30. Solicitud y recaudos para la autorización

CAPÍTULO III

DEL PERMISO PARA PUBLICIDAD O PROPAGANDA PROYECTADA

Artículo 31. De los recaudos para el permiso de publicidad proyectada

CAPÍTULO IV

DEL PERMISO DE MANTENIMIENTO

Artículo 32. Permiso de mantenimiento

CAPÍTULO V

DEL PERMISO DE RETIRO DE PUBLICIDAD

Artículo 33. Permiso de retiro

TÍTULO IV

DE LAS REGULACIONES Y PROHIBICIONES

Artículo 34. Áreas de colocación de vallas

Artículo 35. Identificación de la valla

Artículo 36. Ubicación de las vallas

Artículo 37. Regulaciones sobre vallas sobre techos o azoteas

Artículo 38. Regulaciones sobre vallas con estructura propia al suelo

Artículo 39. Regulaciones sobre medios publicitarios colindantes con vías o autopistas

Artículo 40. Distancias en terrenos no municipales

Artículo 41. Publicidad en parques, plazoletas, islas divisoras de autopistas

Artículo 42. Publicidad en instituciones o instalaciones deportivas

Artículo 43. Obligación de mantenimiento de jardinería u ornato en áreas del dominio público municipal

Artículo 44. Convenio de labores de ornato y mantenimiento

Artículo 45. Vallas de identificación de obras y profesionales

Artículo 46. Vallas con fines institucionales

Artículo 47. Regulaciones sobre los porta-pendones

Artículo 48. Publicidad en aceras públicas

Artículo 49. Señalizadores de farmacias, clínicas o centros de hospitalización

Artículo 50. Señalizadores de seguridad bancaria

Artículo 51. Paradas de transporte público

Artículo 52. Deber de identificación de la empresa productora del medio

Artículo 53. Deber de remoción de publicidad fija

Artículo 54. Prohibiciones

Artículo 55. Prohibición de instalación

Artículo 56. Limitaciones a publicidad en pantallas de salas de cine

Artículo 57. Contravención de normas

TÍTULO V

DE LOS SUJETOS

CAPÍTULO I

DEL SUJETO ACTIVO Y SUJETOS PASIVOS

Artículo 58. Sujeto activo

Artículo 59. Sujetos pasivos

CAPÍTULO II

DE LOS AGENTES DE PERCEPCIÓN

Artículo 60. De los agentes de percepción

TÍTULO VI

DEL REGISTRO DE PUBLICIDAD

Artículo 61. Registro de publicidad

Artículo 62. Requisitos para la inscripción

Artículo 63. Atribuciones de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní

Artículo 64. Funciones de la Dirección de Regulación Urbana

TÍTULO VII

DEL HECHO Y LA BASE IMPONIBLE

CAPÍTULO I

HECHO IMPONIBLE

Artículo 65. Hecho imponible

CAPÍTULO II

DE LA BASE IMPONIBLE

Artículo 66. Base imponible

TÍTULO VIII

DEL IMPUESTO

CAPÍTULO I

MEDIOS PUBLICITARIOS FIJOS

Artículo 67. Publicidad en vallas

Artículo 68. Postes publicitarios

Artículo 69. Publicidad combinada con servicios públicos

Artículo 70. Avisos de identificación y fachadas

Artículo 71. Publicidad en balanzas y máquinas registradoras

Artículo 72. Marquesinas, toldos y sombrillas

Artículo 73. Publicidad en kioscos

Artículo 74. Publicidad en murales, grafitis

Artículo 75. Publicidad interna en vehículos

Artículo 76. Publicidad externa en vehículos

Artículo 77. Solidaridad del propietario del vehículo anunciante

Artículo 78. Otros medios publicitarios fijos no regulados

CAPÍTULO II

PUBLICIDAD OCASIONAL O EVENTUAL

Artículo 79. Publicaciones ocasionales con uso propio

Artículo 80. Suplementos publicitarios por correo, entrega personal o encartados

Artículo 81. Publicidad en, boletos y tickets

Artículo 82. Publicidad en bonos, cupones, etiquetas y tapas

Artículo 83. Publicidad interna y externa

Artículo 84. Stands publicitarios y actividades de promoción eventual

Artículo 85. Publicidad en medios ambulantes

Artículo 86. Mensajes publicitarios por altavoces

Artículo 87. Publicidad por medio de aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos y medios similares

Artículo 88. Publicidad en prendas de vestir

Artículo 89. Publicidad en redes sociales

Artículo 90. Otros medios publicitarios ocasionales no regulados

CAPITULO III

PROYECCIÓN DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL

Artículo 91. Pantallas o pizarras electrónicas

Artículo 92. Publicidad mediante proyección de anuncios

Artículo 93. Proyección en pantallas de salas de cines

CAPÍTULO IV

DEL PAGO

Sección Primera

Del Pago del Impuesto

Artículo 94. Del momento de pago del impuesto

Sección Segunda

De la oportunidad para enterar

Artículo 95. Del período para presentar y enterar las percepciones mensuales

Artículo 96. Del período para presentar y enterar las percepciones trimestrales

Artículo 97. Del período para presentar y enterar las percepciones anuales

Artículo 98. Del período para presentar y enterar el impuesto sobre publicidad eventual

Sección tercera

De los recargos

Artículo 99. Del recargo al uso de idiomas extranjeros

Artículo 100. Del recargo a la publicidad de cigarrillos y bebidas alcohólicas

Artículo 101. Del recargo sobre avisos de identificación y fachadas

TÍTULO IX

CAPÍTULO I

DE LOS DEBERES FORMALES Y MATERIALES

Artículo 102. De los deberes formales

Artículo 103. De los deberes materiales

Artículo 104. De los deberes administrativos

TÍTULO X

DE LOS BENEFICIOS FISCALES

CAPÍTULO I

DE LAS EXENCIONES

Artículo 105. Exenciones de entes oficiales

Artículo 106. Supuestos de exenciones

CAPÍTULO II

DE LAS EXONERACIONES

Artículo 107. Exoneraciones

Artículo 108. Solicitud de Exoneración

CAPÍTULO III

DE LAS REBAJAS

Artículo 109. Publicidad combinada con servicios públicos

TÍTULO XI

DE LAS FISCALIZACIONES

Artículo 110. Facultad de fiscalización y verificación

Artículo 111. Regulación urbana como órgano auxiliar

Artículo 112. Informe fiscal

TÍTULO XII

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO

Artículo 113. Procedimiento sancionatorio

Artículo 114. Procedimiento para la remoción

TÍTULO XIII

DE LAS SANCIONES

Artículo 115. Tipo de sanciones

Artículo 116. Concurrencia

Artículo 117. Sanciones entre dos límites

Artículo 118. Circunstancias agravantes

Artículo 119. Circunstancias atenuantes

Artículo 120. Sanción por acción u omisión
Artículo 121. Falta de registro o renovación
Artículo 122. Registro extemporáneo
Artículo 123. Publicidad no ajustada al permiso
Artículo 124. Publicidad expresada en idioma extranjero
Artículo 125. Falta de permiso
Artículo 126. Incumplimiento de pago
Artículo 127. Falta de mantenimiento de los medios publicitarios
Artículo 128. Incumplimiento de los editores o publicistas
Artículo 129. Modificaciones sin la debida autorización
Artículo 130. La no presentación de la declaración jurada
Artículo 131. Falta de constancia de permiso de espectáculos públicos
Artículo 132. Falta del resarcimiento del daño ambiental
Artículo 133. Falta de colocación de la placa identificadora
Artículo 134. Mensajes contrarios a la moral
Artículo 135. Obstaculización de los funcionarios
Artículo 136. Desacatos a las citaciones
Artículo 137. Incentivos al consumo de bebidas alcohólicas o sustancias prohibidas
Artículo 138. Publicidad al borde de autopistas
Artículo 139. Plazas, parques, plazoletas e instituciones deportivas
Artículo 140. Incumplimiento de otras normas contenidas en esta ordenanza
Artículo 141. Incumplimiento de los deberes formales

TÍTULO XIV
DE LOS RECURSOS

Artículo 142. Actos que determinen tributos y/o sanciones
Artículo 143. Actos que no determinan tributos y/o sanciones

TITULO XV
DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo 144. Carácter supletorio
Artículo 145. Entrada en vigencia
Artículo 146. Derogatoria
Artículo 147. Órganos encargados de dar cumplimiento a la Ordenanza

CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONÍ

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO BOLÍVAR
MUNICIPIO CARONÍ
CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONÍ
213°, 164° Y 24°

REFORMA TOTAL DE LA ORDENANZA DE IMPUESTO SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO CARONÍ DEL ESTADO BOLÍVAR

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Objeto

Artículo 1. La presente Ordenanza tiene por objeto establecer el impuesto sobre propaganda y publicidad comercial, a ser instaladas, transmitida, exhibida o distribuida en la jurisdicción del Municipio Caroní, así como los procedimientos y requisitos que deben cumplir las personas naturales o jurídicas para el ejercicio de las actividades reguladas en esta Ordenanza.

Definiciones

Artículo 2. A los efectos de esta Ordenanza se entiende:

1. **Propaganda o publicidad:** Es todo aviso, anuncio, transmisión, proyección o imagen dirigida a llamar la atención del público hacía un producto, persona o actividad especifica, con fines comerciales.
2. **Medio publicitario:** Es todo instrumento empleado para la exhibición, transmisión proyección o instalación de un motivo publicitario.
3. **Motivo publicitario:** Es la imagen o mensaje dirigido al público con sentido comercial, que puede ser expresado por cualquier medio que llame la atención de las personas.
4. **Publicidad regular:** Exhibición, anuncio, promoción, proyección, distribución de propaganda y publicidad comercial de forma continua y cotidiana, durante un ejercicio fiscal. Se incluye la publicidad exhibida mediante vallas, murales, postes, carteleras cinematográficas y de teatro, avisos fijos de fachadas, toldos, estructuras ancladas o adosadas a inmuebles y aquellos medios publicitarios que exhiban propaganda y publicidad comercial de manera permanente en el tiempo.
5. **Publicidad eventual:** Exhibición, anuncio, promoción. proyección, distribución de propaganda y publicidad comercial de forma temporal o extraordinaria, dentro de un ejercicio fiscal. Se incluye la publicidad exhibida a través de medios publicitarios tales como banderas, banderines, banderolas, pendones, volantes, folletos, microperforados, gigantografías, neveras, cocinas, hornos, almanaques, mapas, volantes, guías, anuarios, inflables, spots publicitarios, afiches, habladores, representaciones publicitarias, lanzamientos, y cualquier otro medio publicitario de exhibición temporal.
6. **Anunciante:** Persona natural o jurídica que exhibe, promociona, proyecta o da a conocer con fines comerciales, sus productos, bienes, habilidades o servicios.
7. **Publicista:** Persona natural o jurídica, que desarrolla campañas, estrategias, promociones y pautas publicitarias, para dar a conocer o mantener el posicionamiento de marcas, productos, bienes, servicios, entre otros, con fines comerciales.
8. **Agente de percepción:** Sujeto que tiene la atribución por ley de adicionar al importe que recibe del contribuyente en concepto de pago por la prestación de servicios el monto del tributo que posteriormente debe enterar al Municipio.
9. **Unidad de medida**: Unidad de medida dinámica empleada para el cálculo de tributos, y sanciones, siendo de acuerdo al ordenamiento jurídico nacional, el tipo de cambio de la moneda de mayor valor publicada por el Banco Central de Venezuela (BCV), la cual podrá ser referida en el instrumento como *"TCMMV"*.

Idioma

Artículo 3. La propaganda o publicidad comercial debe ser expresada en correcto y perfecto idioma castellano, y no se permite el uso de idiomas extranjeros, excepto aquellos casos de palabras o de expresiones que no tienen traducción al idioma castellano, o aquellas que se refieran a nombres propios, marcas de fábricas o denominaciones comerciales que estén debidamente registrados.

PARÁGRAFO ÚNICO: La propaganda o publicidad en idioma indígena se permitirá aún sin traducción al castellano.

Prohibición de ejercer la actividad de propaganda o publicidad comercial no autorizada

Artículo 4. No podrá ejercerse la actividad de propaganda o publicidad comercial en la jurisdicción del municipio Caroní, sin que él contribuyente haya obtenido previamente el permiso respectivo y la tasa en correspondiente por su solicitud. El contribuyente, estará sujeto al pago del impuesto causado por la exhibición de propaganda y publicidad comercial, independientemente si ha obtenido o no el permiso, sin menoscabo de las sanciones aplicables en caso de no estarlo.

Autorización de publicidad en espectáculos públicos

Artículo 5. Toda publicidad gráfica en las carteleras de los locales de espectáculos públicos, colocados en sitios donde tengan acceso los menores deberá ser autorizada y sellada por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní. A tal efecto, la empresa o empresarios de espectáculos públicos presentarán oportunamente ante ella una muestra de los textos, fotos, afiches y afines destinados a la publicidad. En la oportunidad en que se haga la solicitud para la autorización de espectáculos públicos, deberá ser presentado el permiso de publicidad eventual o de publicidad proyectada, si correspondiere.

Policía municipal como órgano auxiliar

Artículo 6. La Policía Municipal de Caroní constituye un órgano auxiliar de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní para el cumplimiento de actividades de inspección y fiscalización sobre la propaganda y publicidad comercial.

TÍTULO II

DE LOS TIPOS DE MEDIOS PUBLICITARIOS

CAPÍTULO I

DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS FIJOS

Medios fijos

Artículo 7. Se entiende por medios de propaganda y publicidad comercial fijos aquellas instalaciones o bienes muebles anclados en el suelo, adheridos a bienes inmuebles o a cualquier estructura fija, tales como; vallas, postes publicitarios, columnas informativas, publicidad exhibida en paradas de transporte público, instalaciones para el ejercicio del comercio temporal o eventual, avisos o anuncios de fachada, murales, carteles, equipos de reproducción de sonidos, carteleras de cines, pantallas de proyección de cualquier tipo y similares.

De los distintos medios de publicidad fija

Artículo 8. A los fines de esta ordenanza se entenderán como medios publicitarios fijos los siguientes:

1. Vallas.
2. Postes publicitarios.
3. Avisos de identificación y fachadas.
4. Publicidad combinada con servicios públicos.
5. Publicidad en balanzas y máquinas registradoras.

6. Marquesinas, toldos y sombrillas.
7. Publicidad en kioscos.
8. Publicidad en murales, grafitis.
9. Publicidad interna en vehículos.
10. Publicidad externa en vehículos.
11. Cualquier otro que por su naturaleza o temporalidad pueda considerarse como medio fijo.

De las vallas

Artículo 9. Se entiende por valla toda publicidad en forma de cartel, mural, pantalla electrónica, proyección de anuncios fijos o cambiables en las vías públicas, anuncio o similar, impreso o pintado formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos o signos instalados en lugares fijos y a la vista del público en general, para publicitar una determinada imagen, persona, productos, bienes o servicios, entre otros y que requieren para su instalación de estructuras o soportes.

De los avisos luminosos

Artículo 10. Se entiende por aviso luminosos publicitario, los diseños formados por bombillos o tubos iluminados o cuya iluminación se encuentre en el interior de su estructura o los que se realizan mediante la producción de anuncios fijos o cambiantes en los lugares abiertos.

De los avisos de identificación o fachadas

Artículo 11. Los avisos de identificación o de fachada son aquellos que señalan el nombre de la persona jurídica o del establecimiento y la actividad económica que realiza.

Medios combinados con servicio públicos a la comunidad

Artículo 12. Son medios publicitarios combinados con servicios a la comunidad, en las áreas peatonales:

1. **Casetas techadas de paradas de transporte público.** Son elementos destinados a indicar a usuarios, usuarias, operadores y operadoras el área destinada para abordar o descender del transporte.
2. **Casetas telefónicas.** Son elementos destinados a soportar uno o varios módulos de teléfonos.
3. **Módulos de papeleras.** Son elementos destinados a la recepción de papeles y desechos a fin de facilitar y preservar las labores de limpieza urbana.
4. **Relojes públicos.** Son elementos a contener en su estructura relojes analógicos o digitales para que el público pueda observar la hora a cierta distancia.
5. **Módulos que presten o señalicen un servicio público, tales como:**
   a) **Planos de localización y de información general:** Son elementos destinados a indicar gráficamente al ciudadano o ciudadana, su ubicación dentro del entorno urbano. Podrán servir para cualquier otro tipo de información turística o cultural que el Municipio considere importante, tales como la señalización de edificaciones importantes y espacios urbanos de significación.
   b) **Señalizadores de farmacias:** Son elementos destinados a indicar la proximidad de una farmacia y en qué dirección y a qué distancia se encuentra
   c) **Señalizadores de seguridad bancaria:** Son elementos destinados a indicar que en la zona de seguridad no deben estacionarse vehículos particulares o de servicio público
   d) **Señalizadores de estacionamientos públicos:** Son elementos indicadores de la dirección y la distancia de los estacionamientos públicos.
   e) **Señalización vial:** Son elementos destinados a indicar los nombres o número de calles y avenidas del municipio Caroní.

CAPÍTULO II

DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS OCASIONALES

Medios ocasionales

Artículo 13. Se entiende por medios publicitarios ocasionales, aquellos que por su naturaleza no son permanentes, tales como banderas, banderines, banderolas, pendones, volantes, material pop, y otros de naturaleza similar. El impuesto causado por medios publicitarios ocasionales, deberá ser pagado al momento de recibir el respectivo permiso, previamente tramitado ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.

De los distintos medios publicitarios eventuales

Artículo 14. A los fines de esta ordenanza se entenderán como medios publicitarios fijos los siguientes:

1. Los pendones.
2. Los folletos y demás publicaciones ocasionales.
3. Suplementos publicitarios por correo, entrega personal o encartados.
4. Publicidad en boletos y tickets.
5. Publicidad en bonos, cupones, etiquetas y tapas.
6. Medios de propaganda o publicidad, internos y externos, Las banderolas y las banderas, los habladores o resaltantes ubicados dentro de los locales comerciales para resaltar un producto.
7. Stands publicitarios y actividades de promoción eventual.
8. Mensajes publicitarios por altavoces.
9. Publicidad por medio de aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos y medios similares.
10. Publicidad en prendas de vestir.
11. Publicidad en redes sociales.
12. Cualquier otro que por su naturaleza no sea permanente, o que por su du duración se considere como medio eventual.

CAPÍTULO III

DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS DE PROYECCIÓN

Medios de proyección

Artículo 15. Se entiende por medios de proyección todas aquellas pantallas eléctricas, cinematográficas, salas de cine o cualquier otro medio electrónico utilizado para reflejar, anunciar, difundir o dar a conocer un producto o un servicio.

Pantallas o pizarras electrónicas

Artículo 16. Incluye toda pizarra eléctrica o electrónica, pantallas y similares, cambiables por control automático, remoto o manual destinados a propaganda o publicidad comercial.

Proyección en pantallas de salas de cines

Artículo 17. Se refiere a la realización de actividades promocionales, publicitarias, de propaganda o con fines institucionales, proyectadas a través de pantallas de cine en cualquiera de sus modalidades, cuya finalidad sea la de promocionar bienes, mercancías, productos, servicios o cualquier tipo de actividad desarrollada por el anunciante.

TÍTULO III

DEL PERMISO

CAPITULO I

DEL PERMISO DE PUBLICIDAD FIJA

Requisitos para emitir permiso de publicidad fija

Artículo 18. Toda persona natural o jurídica, antes de la instalar cualquier tipo de publicidad en medios fijos, además de estar solvente con los tributos municipales, deberá solicitar el permiso ante la Superintendencia de Administración Tributaria Municipal del municipio Caroní, quien tendrá un plazo de diez (10) días hábiles para otorgarlo o negarlo. En la solicitud de permiso deberá indicarse:

1. Identificación de la persona que lo solicita y de cualquier otra persona que intervenga en la actividad publicitaria.
2. Registro Único de Información Fiscal (R.IF.) del solicitante.
3. Características y formas de la publicidad y de los medios publicitarios.
4. El tiempo en el cual será exhibida, instalada, distribuida o transmitida, el número de ejemplares, el sitio y el espacio a ocupar.
5. Tipo de estructura, material o forma a utilizar.
6. Comprobante que acredite el pago de la tasa administrativa prevista en la Ordenanza de Tasas Administrativas del Municipio Caroní del estado Bolívar.
7. Plano de ubicación del lugar donde se colocará la unidad publicitaria.
8. Fotomontaje de ubicación que incorpore la unidad publicitaria propuesta a los elementos existentes en su entorno.
9. Fotografía del lugar donde se pretende instalar la unidad publicitaria.
10. Muestra de textos, modelos, afiches, estampas, cartel o cualquier otro medio sobre el cual se realice la publicidad comercial.
11. Croquis de relación de distancias mínimas con inmuebles y otras unidades publicitarias similares o de la misma categoría existentes en el sector, cuando aplique.

PARÁGRAFO PRIMERO: En aquellos casos de publicidad comercial, que conforme a las leyes o normativas nacionales requieren para su promoción permiso previo de alguna autoridad nacional, no se admitirá la solicitud de permiso para presentarla en jurisdicción del municipio Caroní, sin la constancia de haber obtenido la autorización correspondiente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní podrá constatar el estado de solvencia del contribuyente con los impuestos y los servicios domiciliarios municipales, al momento de otorgar el permiso mencionado en este artículo.

Requisitos para la obtención de permiso de publicidad en vallas

Artículo 19. Para la obtención del permiso para instalar la propaganda o publicidad en vallas, además de los requisitos establecidos en el artículo 18, se requerirá presentar por ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, los siguientes recaudos:

1. Pago de la tasa administrativa correspondiente según la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.
2. Autorización del propietario del inmueble.
3. Copia del contrato de alquiler del inmueble, si fuere el caso.
4. Fotocopia de la Cédula de Identidad, en caso de tratarse de personas naturales.
5. Copia del acta constitutiva, en caso de tratarse de persona jurídica.
6. Una muestra de los textos, fotos, afiches, estampas y otros que constituyen los fines publicitarios.
7. Original y copia de la constancia de conformidad de instalación de elementos publicitarios urbanos emitido por la Dirección de Regulación Urbana.
8. Croquis de ubicación del lugar donde se colocará la unidad publicitaria.
9. Fotografías del lugar donde se pretenda instalar la unidad publicitaria.

10. Original y copia de una póliza de responsabilidad civil que ampare daños contra personas y bienes.
11. Cualquier otro recaudo que se le exigiere, siempre y cuando tenga relación con la solicitud formulada.

PARÁGRAFO PRIMERO: Una vez aprobado el permiso para la colocación del aviso debe presentarse copia de la póliza de seguro de responsabilidad civil según el caso.

Requisitos para el permiso de instalación de vallas sobre techos o azoteas

Artículo 20. En el caso del permiso para instalación de vallas con estructuras propias sobre techos y azoteas de edificaciones de uso comercial y/o residencial, además de los requisitos establecidos en los artículos 18 y 19, el contribuyente deberá presentar los siguientes requisitos:

1. Cuando la edificación tenga un único propietario, el interesado o interesada 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 copropietarios, según conste en acta de condominio o según lo establecido en la Ley de Propiedad Horizontal, anexando el contrato de arrendamiento debidamente autenticado.
2. Debe presentarse el proyecto de cálculo y diseño estructural demostrativo que certifique que la edificación resiste la colocación estructural de la valla, el cual deberá estar firmado por un ingeniero civil colegiado, así como de las fotografías del sitio donde se pretende instalar la valla.

Requisitos del permiso de publicidad fija sobre vallas propias al suelo

Artículo 21. Para la emisión del permiso de publicidad fija en el caso de vallas con estructura propia sobre el suelo de terrenos privados, además de los requisitos generales establecido para las vallas en el artículo 19, el contribuyente deberá presentar los siguientes recaudos:

1. Presentar el contrato de arrendamiento debidamente autenticado. En caso de ser varios propietarios deberá obtener la autorización de por lo menos del setenta y cinco por ciento (75%) de los 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 y 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.

PARÁGRAFO ÚNICO: En el caso de vallas propias al suelo, instaladas en vías y autopistas, además de los requisitos ya mencionados, se deberá presentar autorización del Instituto Nacional de Transporte y Tránsito Terrestre o cualquier otro organismo nacional autorizado para tal fin.

Requisitos para obtener la conformidad de instalación de elementos publicitarios

Artículo 22. Para obtener la constancia de conformidad de instalación de elementos publicitarios urbanos, se requiere entregar los siguientes recaudos a la dirección competente de regulación urbana:

1. Croquis con la ubicación del espacio físico en donde se colocará la respectiva valla.
2. Pago de la tasa correspondiente de acuerdo a los establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.
3. Plano de incorporación del referido medio publicitario al medio ambiente, con referencia a su ubicación arquitectónica, y propuesta de las labores de ornato y de mantenimiento, cuando estén ubicadas en terrenos no construidos o baldíos.
4. Tipo de estructura y características.
5. Dimensiones y superficie.
6. Fotografías del lugar donde se instalará la valla.
7. En terrenos municipales se deberá presentar, además de los recaudos anteriores, certificación de la Dirección Municipal de Catastro de que el terreno es propiedad municipal. Al efecto, el

interesado introducirá la solicitud ante dicha dirección, la cual deberá responder dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a su recepción. La ausencia de respuesta de las autoridades en el lapso establecido no da derecho a la instalación de la unidad publicitaria.

8. Carta de compromiso suscrita por el representante legal de la persona jurídica publicitaria, asumiendo la obligación de resarcir e indemnizar todo daño causado al medio ambiente, por la instalación de vallas y de restituir el terreno sobre el cual está instalada la valla a su condición original, en un lapso no mayor de treinta (30) días continuos al cese de la publicidad o propaganda.
9. Si se trata de vallas a ser ubicadas sobre edificaciones exclusivamente comerciales, debe presentarse ante la dependencia competente de la Alcaldía, un estudio de estructura, suscrito por un ingeniero civil especializado en cálculo de estructuras, debidamente colegiado, sobre las características y dimensiones de la valla proyectada, y las del inmueble sobre el cual va ser colocada, para constar así el grado de factibilidad y de seguridad. Si la dirección competente de regulación urbana no da respuesta al solicitante en un plazo de treinta (30) días continuos a la interposición de la solicitud, se entenderá como negada.
10. Presentar el original y entregar copia del registro de inscripción en el municipio Caroní contemplado en el artículo 19 de la presente Ordenanza.
11. Presentar el original y entregar copia de una póliza de responsabilidad civil, que ampare daños contra personas y bienes.

PARÁGRAFO ÚNICO: Para la tramitación de la constancia de conformidad de instalación de elementos publicitarios urbanos, la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní constatará que el inmueble donde se pretenda la colocación de las vallas, se encuentre solvente respecto al pago del impuesto sobre inmuebles urbanos.

Del permiso para cambios sobre publicidad fija

Artículo 23. Toda persona natural o jurídica que, habiendo obtenido un permiso de publicidad fija, requiera realizar cambios de motivos a la misma, deberá obtener un permiso de cambio o modificación de motivos publicitarios. Para ello, deberá presentar los siguientes recaudos:

1. Datos del solicitante.
2. Pago de la tasa correspondiente de acuerdo a los establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.
3. Original de permiso sobre publicidad fija otorgado.
4. Especificación detallada de los cambios a realizar al motivo publicitario autorizado.
5. Muestra del nuevo motivo publicitario a ser fijado.
6. Copia del Registro Único de Información Fiscal (R.I.F.), de la persona natural o jurídica, actualizado.

PARÁGRAFO ÚNICO: A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por cambio o modificación de motivo, la sustitución de la propaganda o publicidad exhibida a través de un medio publicitario fijo, cuando la estructura o tipo de medio, así lo permita.

Requisitos para la obtención del permiso para pantallas o pizarras electrónicas

Artículo 24. Las pantallas o pizarras electrónicas, además de ajustarse a las disposiciones de los artículos 34, 35, 36, 37 y 38 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.

PARÁGRAFO ÚNICO: El Municipio se reserva el derecho para determinar el grado de luminosidad que debe tener la valla.

Requisitos para el permiso de murales

Artículo 25. Para los murales deberá presentarse bosquejo de la publicidad propuesta, a fines de evaluar su impacto visual, así como, carta compromiso de mantenimiento del área a pintar o iluminar.

Requisitos para el permiso de avisos luminosos

Artículo 26. Para solicitar el permiso de la estructura que soporta este medio publicitario, el interesado deberá acompañar a su solicitud, además de los recaudos exigidos en los artículos 19, 34, 35, 36, 37 y 38 de esta Ordenanza, constancia de confirmación de la empresa suplidora de energía eléctrica sobre la factibilidad del servicio y autorización de los propietarios o copropietarios si se tratare de una propiedad horizontal, de conformidad con la normativa legal que rige la materia. La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, para el otorgamiento del permiso permanente o eventual, cumplirá el mismo procedimiento establecido en los artículos 19 y 30 de la presente Ordenanza.

Recaudos para el permiso de avisos de identificación o fachadas

Artículo 27. Para colocar un aviso de identificación o de fachada, se requiere de un permiso otorgado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní. La petición del permiso, debe ser acompañada de los siguientes recaudos:

1. Constancia de pago de la tasa administrativa correspondiente.
2. Croquis de la ubicación del inmueble o establecimiento y del anuncio.
3. Fotografías del inmueble o del establecimiento, con la demarcación exacta del sitio en donde se instalará el anuncio.
4. Diseño o boceto del anuncio indicando las dimensiones de éste.

PARÁGRAFO PRIMERO: Una vez aprobado el permiso para la colocación del aviso debe presentarse copia de la póliza de seguro de responsabilidad civil según el caso.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los anuncios de identificación con profundidad deben cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 19 numeral 8 de la presente Ordenanza y tramitar la constancia de conformidad de instalación de elementos publicitarios urbanos por ante la Dirección de Regulación Urbana.

Requisitos para el permiso sobre medios publicitarios combinados con servicio públicos a la comunidad

Artículo 28. Los distintos medios publicitarios combinados con servicio públicos a la comunidad, que pretendan instalarse en la jurisdicción del municipio Caroní, serán autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, previo informe favorable emitido por las distintas direcciones que regulen los servicios públicos y el ordenamiento jurídico urbano.

CAPÍTULO II

DEL PERMISO PARA PUBLICIDAD O PROPAGANDA EVENTUAL

Lapso de utilización de los medios eventuales

Artículo 29. Los medios publicitarios ocasionales solo podrán ser utilizados para promociones con una duración máxima de treinta (30) días continuos y en los sitios previamente autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria Municipal del municipio Caroní.

Solicitud y recaudos para la autorización

Artículo 30. Para instalar medios ocasionales en jurisdicción del municipio Caroní, la empresa de publicidad, anunciante y/o propietario del medio ocasional, deberá solicitar y obtener la autorización respectiva ante la Superintendencia de Administración Tributaria Municipal del municipio Caroní, con por lo menos cinco (5) días de anticipación al inicio de la propaganda o publicidad, acompañar a su solicitud los siguientes recaudos:

1. Datos del solicitante.
2. Pago de la tasa correspondiente de acuerdo a los establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.
3. Tipo de medio a utilizar con copia o muestra del material pop a exhibir, si procede.
4. Especificación de los sitios donde serán exhibidos.

5. Duración de la exhibición.
6. Dimensiones de los medios a exhibir.
7. Copia del Registro Único de Información Fiscal (R.I.F.), de la persona natural o jurídica, actualizado.
8. Autorización del propietario del establecimiento donde será exhibido el material publicitario, según sea el caso.

PARÁGRAFO PRIMERO: En el caso de la publicidad en redes sociales, el interesado deberá además de los requisitos establecidos en este artículo, adjuntar un modelo de la publicidad o propaganda proyectada o exhibida.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní podrá constatar el estado de solvencia del contribuyente con los impuestos municipales correspondientes, al momento de otorgar el permiso mencionado en este artículo.

CAPÍTULO III

DEL PERMISO PARA PUBLICIDAD O PROPAGANDA PROYECTADA

De los recaudos para el permiso de publicidad proyectada

Artículo 31. Toda persona natural o jurídica, antes de publicar cualquier tipo de publicidad por medios de proyección, deberá solicitar el permiso de publicidad proyectada ante la Superintendencia de Administración Tributaria Municipal del municipio Caroní, el cual se solicitará de manera mensual. La Superintendencia de Administración Tributaria Municipal del municipio Caroní tendrá un plazo de cinco (5) días hábiles para otorgar o negar el permiso a que se refiere este artículo. En la solicitud de permiso deberá indicarse:

1. Datos del solicitante.
2. Pago de la tasa correspondiente de acuerdo a los establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.
3. Tipo de medio a utilizar.
4. Especificación de los sitios donde serán exhibidos.
5. Duración especificada de la exhibición.
6. Dimensiones de los medios a exhibir.
7. Copia del Registro Único de Información Fiscal (R.I.F.), de la persona natural o jurídica, actualizado.
8. Autorización del propietario del medio de proyección donde será exhibido el material publicitario, según sea el caso.

PARÁGRAFO PRIMERO: Quien solicite el permiso de publicidad proyectada deberá presentar dentro de los primeros quince (15) días continuos de cada trimestre, una relación especificada de la publicidad a ser proyectada el trimestre inmediatamente siguiente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní podrá constatar el estado de solvencia del contribuyente con los impuestos municipales, al momento de otorgar el permiso mencionado en este artículo.

PARÁGRAFO TERCERO: A los fines del cálculo del impuesto a pagar por el contribuyente, la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, requerirá al contribuyente la duración, frecuencia y tiempo de duración de la campaña publicitaria, que será exhibida en las proyecciones a los fines de determinar el impuesto correspondiente.

La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní podrá constituir a las empresas publicitarias, cinematográficas o similares que, proyecte publicidad en medios publicitarios fijos de su propiedad.

CAPÍTULO IV

DEL PERMISO DE MANTENIMIENTO

Permiso de mantenimiento

Artículo 32. Los sujetos pasivos de medios publicitarios fijos, están obligados a realizar mantenimiento preventivo a las instalaciones de propaganda y publicidad comercial, con una periodicidad no inferior a una (1) vez por año. Los mantenimientos deberán ser autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, pudiendo verificar e inspeccionar dichos procesos. La solicitud de mantenimiento, deberá acompañarse de los siguientes requisitos:

1. Número de identificación del elemento, dirección del medio publicitario fijo y memoria descriptiva de los trabajos a desarrollar
2. Original de permiso sobre publicidad fija otorgado.
3. Pago de la tasa correspondiente de acuerdo a los establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.

PARÁGRAFO PRIMERO: Las solicitudes de mantenimiento de medios de publicidad fija deberán realizarse cinco (05) días continuos antes a la materialización de ésta.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní podrá constatar el estado de solvencia del contribuyente con los impuestos municipales correspondientes, al momento de otorgar el permiso mencionado en este artículo.

CAPÍTULO V

DEL PERMISO DE RETIRO DE PUBLICIDAD

Permiso de retiro

Artículo 33. Aquellos contribuyentes o responsables que pretendan retirar propaganda o publicidad comercial, deberán solicitar ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, el permiso correspondiente, para lo cual deberán estar solventes con todos los impuestos del municipio. La solicitud, tendrá anexo los siguientes recaudos:

1. Original del permiso a retirar, o carta explicativa en la que se indiquen las razones de la no presentación del permiso.
2. Pago de la tasa correspondiente de acuerdo a los establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní.

TÍTULO IV

DE LAS REGULACIONES Y PROHIBICIONES

Áreas de colocación de vallas

Artículo 34. Solo se permitirá la colocación de vallas, carteleras y pancartas en aquellas áreas, sectores y puntos específicos autorizados por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, debiéndose respetar los tipos, dimensiones, formas y demás características específicas permitidas en cada caso.

Identificación de la valla

Artículo 35. Una vez obtenido el permiso, la persona natural o jurídica procederá a colocar en la valla una placa con el número asignado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, la cual debe ubicarse en el extremo inferior derecho de la cara frontal del medio publicitario de que se trate y en el mismo extremo inferior señalar el nombre, Registro Único de Información Fiscal (RIF) y número telefónico del responsable de la valla. Dicha placa será elaborada por el contribuyente, de acuerdo a las características que apruebe o indique la Dirección de Regulación Urbana.

Ubicación de las vallas

Artículo 36. 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 Caroní del estado Bolívar.

2. Sobre las azoteas y techos de las edificaciones cuya zonificación sea de uso comercial y/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 esta a la edificación, respetando toda la regulación sobre seguridad, corredores y espacios aéreos.

3. En las azoteas 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.

4. 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 ventilación, 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.

5. En terrenos de construcción, se permitirá la instalación de vallas o cercas publicitarias, por un periodo igual al tiempo de construcción y venta de la misma, debe presentar carta de compromiso, para su retiro.

6. 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 por Decretos, Reglamentos, Normas o Leyes Nacionales tanto el sector público como privado. Siempre y cuando guarde 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.

7. 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.

8. En las farmacias, clínicas y estacionamientos, podría colocarse perpendicularmente a la fachada, un anuncio indicativo del servicio que presentan, y el cual no podrá exceder de un metro (mt.) de largo y cuarenta centímetros (40 cm.) de ancho.

Regulaciones sobre vallas, techos o azoteas

Artículo 37. Las vallas con estructuras propias sobre techos y azoteas de edificaciones de uso comercial/residencial, además de ajustarse a lo previsto en los numerales 1, 2 y 3 del artículo anterior, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Únicamente se permitirán en edificaciones de cuatro (4) niveles o más.

2. 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.

3. Debe evitarse la visualización de los elementos estructurales y de fijación de ésta a la edificación, ocultando el armazón.

Regulaciones sobre vallas con estructura propia al suelo

Artículo 38. 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. 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.
2. La separación entre vallas, deberán ajustarse a lo establecido a las regulaciones establecidas en la presente Ordenanza.

Regulaciones sobre medios publicitarios colindantes con vías o autopistas

Artículo 39. La instalación de medio publicitarios fijos en inmediaciones de carreteras y autopistas resguardadas por autoridades administrativas de red vial nacional o estadal, además de ajustarse a las estipulaciones contenidas en esta Ordenanza, deberán cumplir con los requisitos siguientes:

1. Deben respetar los retiros, resguardos y derechos de vías contemplados en la Ley de Tránsito y Transporte Terrestre y decretos, normas o reglamentos del estado Bolívar.
2. 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.)
3. 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.
4. Se prohíbe 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.
5. En terrenos planos o pendientes graduales, deben guardar una distancia mínima horizontal de cinco metros (5 m.), contados entre el borde de la vía y extremo del anuncio más próximo la misma.
6. En terreno con desniveles abruptos, graduales, muros de contención y similares, quedan sujetos a las siguientes condiciones:

   a. Si la cota es menor de dos a cuatro metros sobre el nivel de la vía, incluyendo las de cota negativa, se aplicarán los parámetros del numeral 1.

   b. Si la cota es de dos (2) a cuatro (4) metros superiores al nivel de las vías, debe guardarse una separación mínima horizontal de cinco (5 m.), contados entre el borde de la vía y el extremo del anuncio más próximo a las mismas.

   c. Si la cota es de cuatro metros (4 m.) o más sobre el nivel de la vía debe guardarse una separación mínima horizontal de tres metros (3 m.) contados entre el borde de la vía y el extremo del anuncio más próximo a la misma.

PARÁGRAFO PRIMERO: En cada uno de los casos señalados en los literales a, b y c, la instalación de las vallas debe hacerse con una separación de doscientos metros (200 mts.) entre ellas. Podrán instalarse grupos de tres (3) vallas con un máximo de veinte metros (20 mts) de ancho, en este caso, la separación será de trescientos metros (300 mts.) entre ellas.

Distancias en terrenos no municipales

Artículo 40. En los terrenos urbanos no municipales que no se encuentren en los bordes de la vía ubicados en zonas no residenciales, conforme a la ordenanza que rige la materia, sólo se permitirá la instalación de medios publicitarios o conjuntos de ellos, a una distancia del borde de los mismos por lo

menos igual a doce (12) veces el ancho del área peatonal adyacente al terreno. Si no existiera dicha área deberá guardarse una distancia mínima de dos metros (2 mts) del borde de la vía.

PARÁGRAFO ÚNICO: En todo caso, el medio publicitario deberá instalarse a una altura mínima de un metro con ochenta centímetros (1.80 mts) sobre el nivel del suelo, incorporándolo arquitectónicamente al terreno y evitando la visualización directa de los elementos estructurales en su cara posterior y de la fijación al suelo.

Publicidad en parques, plazoletas, islas divisoras de autopistas

Artículo 41. En las plazas, parques, plazoletas, islas divisorias de autopistas, avenidas, calles y veredas, sólo se permitirán mensajes de imagen si la empresa patrocinante realiza labores de ornato y mantenimiento, previo convenio celebrado con la Alcaldía del municipio de Caroní, a través de la Cámara Municipal.

Publicidad en instituciones o instalaciones deportivas

Artículo 42. Podrán colocarse medios publicitarios en instituciones o instalaciones deportivas, públicas o privadas, con aprobación de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, previo informe de la Dirección de Regulación Urbana y convenio con los representantes de las comunidades encargadas de los mismos para el mantenimiento de dichas instalaciones, conforme a las exigencias de la presente ordenanza

Obligación de mantenimiento de jardinería u ornato en áreas del dominio público municipal

Artículo 43. La empresa o empresario de publicidad comercial e industrial, que satisfaga el tributo para la colocación de la valla, deberá mantener el área verde circundante a la valla.

PARÁGRAFO ÚNICO: En caso de ausencia de mantenimiento en un metro (1 mts) de radio, según informe substanciado, el Municipio podrá revocar el permiso otorgado.

Convenio de labores de ornato y mantenimiento

Artículo 44. Los particulares podrán asumir labores de ornato y mantenimiento en plazas, parques y otros terrenos municipales, previa celebración de un convenio con el municipio, a cambio de lo cual, quienes hayan asumido tales actividades, podrán instalar avisos de imagen donde se identifique el patrocinante como prestador del servicio de mantenimiento, pero están sujetos a la aplicación de las demás normas de la presente Ordenanza.

Vallas de identificación de obras y profesionales

Artículo 45. Las vallas de identificación de obras de construcción, así como las de identificación de los profesionales responsables de los mismos, sólo podrán tener un máximo de dieciocho metros cuadrados (18 mts2), y no deberán estar menos de cuatro metros (4mts) del límite exterior de la vía. Estas vallas, sólo podrán estar instaladas en el lugar hasta tres (3) meses después de concluida la obra.

Vallas con fines institucionales

Artículo 46. En los casos en que una valla esté ubicada en bienes inmuebles del dominio municipal y no tenga exhibido un motivo publicitario, podrá ocuparse sólo con mensajes de carácter institucional dirigidos a la salud y a la educación de la comunidad.

Regulaciones sobre los porta-pendones

Artículo 47. Los porta-pendones no podrán exceder de las medidas que se mencionan a continuación:

1. En el corredor rápido, se instalarán porta pendones cuyas medidas serán de dos coma tres metros (2.30 mts) de largo x un metro (1 mts) de ancho.
2. Las estructuras a instalarse en las alcabalas deberán tener unas medidas de tres metros (3 mts) de largo x un metro (1 mts) de ancho.
3. Los corredores lentos, tendrán porta pendones de noventa centímetros (0,90 cm.) de largo x sesenta centímetros (0,60 cm.) de ancho.

Publicidad en aceras públicas

Artículo 48. Únicamente se permitirá publicidad en las aceras cuando se trate de los medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad a los que se hace referencia en el artículo 12 de la presente Ordenanza.

Señalizadores de farmacias, clínicas o centros de hospitalización

Artículo 49. 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 50. Los señalizadores de seguridad bancaria, serán dos (2) módulos verticales por fachada de agencia bancaria, en cuya parte superior estará identificada mediante el logo y el nombre de la entidad corresponsable de la custodia de la zona. En la parte inferior del emblema y a todo lo ancho, estará claramente indicada la prohibición de estacionamiento y las palabras *"SEGURIDAD BANCARIA"* en los colores blanco y negro que corresponden a este tipo de indicación vial según normas del Ministerio del Poder Popular para Transporte Terrestre. El brocal de la acera que conforma el área de prohibición de estacionamiento antes descrita, deberá estar pintado de amarillo tránsito, por las empresas publicitarias. En lo que respecta a estos módulos de seguridad bancaria 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 ÚNICO: En caso de existir entidades bancarias colindantes, se limitará el área de seguridad bancaria a un (1) módulo por entidad, y en ningún caso, podrá existir otro tipo de señalización entre módulos de seguridad bancaria, y nunca a menos de cinco metros (5 mts) de sus límites exteriores.

Paradas de transporte público

Artículo 51. Las paradas de transporte público legalmente establecidas, se podrá instalar la publicidad comercial previo visto bueno emitido por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní. Las estructuras de las paradas deberán adaptarse a los lineamientos pautados por la Dirección de Regulación Urbana. Igualmente, se establece como mínimo que el veinte por ciento (20%) del total de este tipo de medio exhiba publicidad institucional.

Deber de identificación de la empresa productora del medio

Artículo 52. Quien realice publicidad a través de medios publicitarios ocasionales tiene la obligación de identificar la empresa productora en cada medio. Igualmente, quien haya obtenido autorización para exhibir o instalar propaganda o publicidad comercial de manera ocasional, deberá removerlos dentro de las 24 horas siguientes al vencimiento del permiso de publicidad fija o concesión de uso de espacios públicos.

Deber de remoción de publicidad fija

Artículo 53. Quienes hayan obtenido autorización para exhibir o instalar propaganda o publicidad comercial fija, removerla dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes al vencimiento del plazo establecido en la autorización respectiva.

Prohibiciones

Artículo 54. Se prohíbe la publicidad:

1. Que destaque, realce o en alguna forma atienda a estimular la delincuencia, el odio, la violencia, la discriminación, la guerra, el delito, la injusticia o que por la fuerza o sugestión pueda tener influencia perjudicial en el armónico desarrollo físico o psíquico del individuo, que contenga elementos pornográficos o que expresamente propague o fomente el vicio, la precocidad, adulterio o vulgaridad que atenten contra la seguridad nacional.
2. Que en cualquier forma realice la apología del consumo, tráfico o distribución de drogas o sustancias alienantes o alucinantes.
3. Que pretenda mostrar como inofensivo el consumo de bebidas alcohólicas, cigarrillos y demás derivados del tabaco o que utilicen figuras o modelos que asocien tal consumo con niños o adolescentes.
4. Que presente bajo cualquier modalidad, mensajes de irrespeto a los padres, la familia, la patria, los proceres o que atente contra los principios éticos, morales o a las buenas costumbres.
5. Que instalen o difundan publicidades de bebidas alcohólicas, cigarros y demás derivados del tabaco en un radio menor de doscientos metros (200 mts.) de distancia de planteles educativos oficiales y privados.
6. Adosada a los postes de alumbrado público y bases de semáforos, que vayan en detrimento del ornato de la ciudad.

Prohibición de instalación

Artículo 55. Se prohíbe instalar o hacer publicidad:

1. En cualquier inmueble de propiedad privada, sin autorización de su propietario.
2. En los caminos y carreteras, en forma que dificulten la visión del paisaje, que constituyan factor de degradación ambiental o paisajistas o el libre tránsito y seguridad del mismo.
3. En las aceras, vías peatonales, parques, alamedas, así como en las barandas de los puentes.
4. En árboles, piedras, rocas y demás, elementos naturales.
5. En las azoteas de los edificios que no posean la zonificación establecida en el artículo 36 de la presente Ordenanza
6. En el interior y el exterior de los museos y teatros de propiedad pública, así como en los monumentos o edificios de valor histórico, salvo que se trate de publicidad de imagen para promover un espectáculo, ni en los inmuebles donde funcionen oficinas de poderes públicos.
7. En las paredes interiores y exteriores de los cementerios.
8. En las señales destinadas a regular el tránsito.
9. En los vidrios delanteros de vehículos o en cualquier otro sitio que puede entorpecer su visibilidad y manejo, o que de alguna manera entorpezca el tránsito.
10. Mediante megáfonos o alto parlantes en vehículos de uso colectivo.

Limitaciones a publicidad en pantallas de salas de cine

Artículo 56. La propaganda o publicidad en la pantalla de salas de cine queda sometida a las siguientes limitaciones: sólo se permitirá un máximo de siete (7) minutos de propaganda o publicidad en cada función dos minutos para diapositivas o vistas fijas y cinco (5), minutos para cortos publicitarios. Los noticieros no podrán incluir más del cincuenta por ciento (50%) de propaganda o publicidad. En caso contrario, el excedente se computará como si fuesen siete (7) minutos iguales a los establecidos anteriormente

Contravención de normas

Artículo 57. La Superintendencia de Administración Tributaria del Municipio Caroní no otorgará el permiso de publicidad comercial alguno, cuando las mismas contraviniesen las normas establecidas en el presente título.

TÍTULO V

DE LOS SUJETOS

CAPÍTULO I

DEL SUJETO ACTIVO Y SUJETOS PASIVOS

Sujeto activo

Artículo 58. El sujeto activo de la obligación tributaria es el municipio Caroní del estado Bolívar, a través de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, que será el ente recaudador del tributo regulado en esta Ordenanza.

Sujetos pasivos

Artículo 59. Es sujeto pasivo en calidad de contribuyentes el anunciante. Se entiende por anunciante la persona cuyo producto o actividad se beneficia con la publicidad.

Son sujetos pasivos en calidad de responsables de este impuesto los agentes de percepción definidos en el Capítulo II de este título de la presente Ordenanza.

CAPÍTULO II

DE LOS AGENTES DE PERCEPCIÓN

De los agentes de percepción

Artículo 60. Son responsables directos en calidad de agentes de percepción las personas naturales o jurídicas que se encarguen de prestar el servicio de publicidad, los editores, representantes u operadores de salas de cine y de teatro, los organizadores de espectáculos públicos y de juegos y apuestas lícitas, los concesionarios de transporte público, las asociaciones civiles de transporte público, las administradoras de bienes inmuebles, o cualquier otro que, en razón de su actividad, participe o haga efectiva la publicidad.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los agentes de percepción están obligados a exigir a los sujetos pasivos de la obligación tributaria regulada en la presente ordenanza, el pago del monto total del impuesto establecido en este instrumento normativo. Efectuada la percepción, el agente es el único responsable ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní por el importe percibido. De no realizar la percepción el agente responderá solidariamente con el contribuyente por el impuesto causado y no percibido.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El agente de percepción es responsable ante el contribuyente por las percepciones efectuadas sin normas legales o reglamentarias que lo autoricen. Si el agente enteró a la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, el contribuyente podrá solicitar de ésta la compensación o el reintegro correspondiente.

TÍTULO VI

DEL REGISTRO DE PUBLICIDAD

Registro de publicidad

Artículo 61. La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní deberá llevar un registro de todas las personas jurídicas de publicidad, fabricantes de carteles publicitarios, edificios o cualquier otro que en razón de su actividad participe o haga efectiva la propaganda o publicidad en la jurisdicción del municipio Caroní, el cual debe ser actualizado anualmente, y causa una tasa administrativa, que se determinará de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní del Estado Bolívar.

Las personas jurídicas que exhiban propaganda o publicidad, los editores o editoras, promotores o promotoras o cualquier otro que en razón de su actividad participe o haga efectiva la propaganda o publicidad comercial, serán nombrados o nombradas agentes de percepción de este tributo al momento del registro y en consecuencia serán responsables solidariamente ante el municipio Caroní del pago del impuesto, multas y demás obligaciones previstas en esta Ordenanza.

Requisitos para la inscripción

Artículo 62. Para la inscripción en el registro conforme al artículo anterior, el solicitante deberá estar solvente con todos los impuestos municipales y en los casos que aplique poseer licencia de actividades económicas o registro de contribuyentes sin licencia, vigente. Además, deberá llenar el formato suministrado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní y presentarlo con los siguientes requisitos

1) En el caso de personas jurídicas:

a) Copia del acta constitutiva y estatutos, con las modificaciones correspondientes.

b) Copia de la Cédula de Identidad del representante legal de la persona jurídica interesada.

c) Comprobante que acredite el pago de la tasa administrativa prevista en la Ordenanza de Tasas Administrativas del Municipio Caroní del Estado Bolívar.

d) Copia del Registro Único de Información Fiscal (R.I.F), actualizado.

e) Memoria descriptiva y planos de los medios publicitarios que la persona jurídica pretende comercializar en el Municipio.

f) Documento de propiedad, o en su defecto, contrato de arrendamiento, donde se instalará la propaganda o publicidad comercial.

2) En el caso de personas naturales:

a) Declaración jurada con el nombre, apellido, nacionalidad, estado civil, número de la cédula de identidad, dirección y teléfono, así como la condición de comerciante e intención de dedicarse a actividades publicitarias en jurisdicción del municipio Caroní.

b) Comprobante que acredite el pago de la tasa administrativa prevista en la Ordenanza de Tasas Administrativas del municipio Caroní del Estado Bolívar.

c) Memoria descriptiva y planos de los medios publicitarios que las personas naturales pretenden comercializar en el Municipio.

d) Copia del Registro Único de Información Fiscal (R.I.F), actualizado.

e) Documento de propiedad o en su defecto contrato de arrendamiento, donde se instalará la propaganda o publicidad comercial.

PARÁGRAFO PRIMERO: Para la tramitación de la inscripción en el registro de anunciantes, la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní constatará que el contribuyente, se encuentre solvente respecto al pago del impuesto sobre actividades económicas, si fuere el caso.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Para la renovación se entregarán los documentos requeridos y copia del registro a renovar, con una anticipación de quince (15) días al vencimiento del mismo. La tasa se pagará cada vez que se renueve el permiso.

Atribuciones de la Superintendencia de Administración

Tributaria del municipio Caroní

Artículo 63. Corresponde a la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní:

1. Recibir los recaudos, tramitar las solicitudes y otorgar las autorizaciones relativas al registro sobre la publicidad y propaganda comercial en el municipio Caroní.
2. Recibir los recaudos, tramitar las solicitudes y decidir los permisos para la edición, transmisión, exhibición o distribución de la propaganda o publicidad en el municipio Caroní.
2. Fiscalizar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y administrativas consagradas en la presente Ordenanza.

3. Liquidar, determinar y recaudar los impuestos establecidos en la presente Ordenanza.
4. Aplicar las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.

PARÁGRAFO PRIMERO: La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní podrá exigir a la persona jurídica cinematográfica, cuando lo considere conveniente, la proyección gratuita de películas o videos educativos de duración no mayor de diez (10) minutos. Igualmente podrá exigir la presentación de avisos sobre materia de interés del municipio Caroní y de la institución municipal.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Igualmente podrá suspender, prohibir, remover cualquier medio publicitario que no se ajuste a las normas de ética, lenguaje, cuando se sospeche de peligros que pueda ofrecer su instalación con respecto a emergencias como: cortocircuitos, lluvias, fuego, sismos, vientos o impactos, cuando atente contra el ornato y paisajismo, cuando se efectúe publicidad sobre productos nocivos para la salud sin que el mensaje sobre la advertencia de sus efectos sea incluido o ilegible.

Funciones de la Dirección de Regulación Urbana

Artículo 64. Son funciones de la Dirección de Regulación Urbana:

1. Aplicar las disposiciones de la presente ordenanza, en los asuntos de su competencia.
2. Recibir los recaudos, tramitar las solicitudes y emitir informe técnico de inspección, para decidir la procedencia o no de la instalación de vallas o elementos publicitarios, en espacios públicos del municipio Caroní.

TÍTULO VII

DEL HECHO Y LA BASE IMPONIBLE

CAPÍTULO I

HECHO IMPONIBLE

Hecho imponible

Artículo 65. 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 del municipio Caroní 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.

CAPÍTULO II

DE LA BASE IMPONIBLE

Base imponible

Artículo 66. La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, debe determinar el impuesto conforme a la base imponible que al efecto determine cada renglón, según el tipo de propaganda o publicidad, metros cuadrados, la cantidad de ejemplares o la cantidad de tiempo, multiplicándolos por el valor expresado en el tipo de cambio de moneda de mayor valor (TCMMV) publicada por el Banco Central de Venezuela, según corresponda a la publicidad o propaganda.

TÍTULO VIII

DEL IMPUESTO

CAPÍTULO I

CÁLCULO DEL IMPUESTO PARA MEDIOS PUBLICITARIOS FIJOS

Publicidad en vallas

Artículo 67. Los motivos publicitarios exhibidos en las vallas causarán mensualmente un impuesto, equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) multiplicado por metros cuadrados (mts^2), o fracción.

Los motivos publicitarios exhibidos en las vallas luminosas o iluminadas, causarán mensualmente un impuesto, equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) multiplicado por metros cuadrados (mts^2), o fracción.

Las vallas televisadas o con proyecciones animadas, con dimensiones mayores a un metro cuadrado o a cuarenta y dos pulgadas, causarán un impuesto mensualmente, equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada publicidad o propaganda que emitan, exhiban o transmitan.

Postes publicitarios

Artículo 68. La propaganda o publicidad que se exhibida en postes publicitarios pagará un impuesto, mensual, equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts^2) o fracción.

El poste luminoso o iluminado causará un impuesto mensual, equivalente a tres coma cinco (3,5) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) por metro cuadrado (mts^2) o fracción.

Publicidad combinada con servicios públicos

Artículo 69. La propaganda o publicidad exhibida en medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad en áreas peatonales, pagará un impuesto mensual equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metros cuadrados (mts^2), o fracción.

Avisos de identificación y fachadas

Artículo 70. Los avisos de identificación o fachada referidos en la presente Ordenanza, causarán mensual, un impuesto equivalente a cero coma veinticinco (0,25) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (m^2), o fracción.

Publicidad en balanzas y máquinas registradoras

Artículo 71. Las balanzas, máquinas registradoras o máquinas controladoras de estacionamientos y cualquier medio automático o mecánico que expida boletos con propaganda o publicidad, pagarán un impuesto mensual equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por máquina.

Marquesinas, toldos y sombrillas

Artículo 72. Por cada marquesina, toldo y sombrilla, ubicados en sitios abiertos al público, y que el sujeto pasivo utilice con fines de propaganda o publicidad comercial o promocional, se pagará mensualmente un impuesto equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts^2) o fracción de éste. Si no se encuentra en sitios abiertos al público y solo tienen la identificación del local comercial, pagará un impuesto mensual equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts^2) o fracción.

Publicidad en kioscos

Artículo 73. Cualquier propaganda, publicidad o promoción que se estampe, pinte o exhiba en kioscos debe ser previamente permisada por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, pagando mensualmente un impuesto equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) por metro cuadrado (mts^2) o fracción.

Publicidad en murales, grafitis

Artículo 74. Los murales, grafitis y otros medios similares o conexos, pagarán un impuesto mensual, equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts^2), o fracción.

Publicidad interna en vehículos

Artículo 75. Cada cartel y anuncio fijo o pintado en el interior de un vehículo destinado al servicio de transporte de pasajeros, de uso particular o privado, pagará anualmente, un impuesto equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Publicidad externa en vehículos

Artículo 76. La propaganda o publicidad pintada, colocada o instalada en la parte exterior de los vehículos de transporte público de pasajeros o pasajeras, privados o de uso particular, así como los letreros y anuncios pintados en la parte exterior de los vehículos de carga o de reparto, incluyendo las motos y similares, pagarán anualmente un impuesto equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts^2) o fracción.

Solidaridad del propietario del vehículo anunciante

Artículo 77. El impuesto previsto en los artículos 75, 76 y 87, será pagado por el anunciante ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní. El propietario o propietaria del vehículo sea sujeto residente, domiciliado, domiciliada, asimilado o asimilada, será responsable en forma solidaria, por el pago de estos impuestos y deberá asegurarse que en el vehículo repose copia del pago de los mismos, a los fines de la verificación.

Otros medios publicitarios fijos no regulados

Artículo 78. Toda publicidad comercial cuyas características, medios y circunstancias de ejecución que no se encuentren señalados de forma específica en esta ordenanza, pero sea considerando u medio publicitario fijo, pagará un impuesto mensual equivalente a una (1) vez el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

CAPÍTULO II

PUBLICIDAD OCASIONAL O EVENTUAL

Publicaciones ocasionales con uso propio

Artículo 79. Los folletos y demás publicaciones ocasionales, que tienen uso propio, distinto al mensaje comercial o promocional que trasmiten, tales como: almanaques, guías, agendas, y similares, bien sea de distribución gratuita u onerosa, por cada un mil (1.000) ejemplares o fracción, pagarán un impuesto equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Suplementos publicitarios por correo, entrega personal o encartados

Artículo 80. Los medios de propaganda o publicidad, tales como folletos, hojas, impresos y suplementos publicitarios, bien sea de entrega personal o por correo, así como los incluidos en algunas publicaciones periódicas, como encartes, pagaran, desde un (1) ejemplar hasta mil (1.000) ejemplares o fracción, un impuesto equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Publicidad en, boletos y tickets

Artículo 81. La propaganda o publicidad comercial mediante boletos o billetes de autobús, o de cualquier otro medio de transporte público o privado de pasajeros o pasajeras, así como los tickets de estacionamiento, los boletos de espectáculos públicos, las cajas de fósforos, las estampillas, las calcomanías o papeles autoadhesivos u otros similares, por cada mil (1.000) ejemplares o fracción, pagarán un impuesto equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Publicidad en bonos, cupones, etiquetas y tapas

Artículo 82. La propaganda o publicidad comercial realizada mediante bonos, cupones, etiquetas, tapas u otros medios similares, destinados a ser cambiados por objetos de valor, requerirán previamente la autorización de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, y pagarán un

impuesto equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), desde un (1) ejemplar hasta mil (1.000) ejemplares o fracción de mil.

Publicidad interna y externa

Artículo 83. Los medios de propaganda o publicidad, internos y externos, indicadores de subastas, remates, realizaciones, liquidaciones o promociones temporales y similares, causan los siguientes impuestos:

1. Las banderolas y las banderas, pagarán un impuesto de equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por unidad.
2. Los habladores o resaltantes ubicados dentro de los locales comerciales para resaltar un producto, pagarán mensualmente un equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada cien (100).

Stands publicitarios y actividades de promoción eventual

Artículo 84. Los stands o mostradores publicitarios colocados en el interior o exterior de los locales comerciales, o inmuebles en general pagarán un impuesto equivalente a diez (10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), cada uno por un término de exhibición de quince (15) días, o fracción.

Publicidad en medios ambulantes

Artículo 85. La propaganda o publicidad que se efectúe mediante medios ambulantes, tales como aparatos, figuras mecánicas, eléctricas o electrónicas y similares, paga un impuesto equivalente a diez (10) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada unidad.

Mensajes publicitarios por altavoces

Artículo 86. La persona jurídica que disponga de altavoces para difundir menciones o mensajes publicitarios dentro de locales comerciales, pagará el equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por día.

Publicidad por medio de aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos y medios similares

Artículo 87. Toda propaganda o publicidad comercial que se efectúe por medio de aviones, dirigibles, globos, helicópteros y medios similares, pagará un impuesto equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), diaria por cada unidad. Los globos estáticos e inflables, pagarán por semana o fracción un impuesto equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts^2) o fracción.

Publicidad en prendas de vestir

Artículo 88. La propaganda o publicidad en prendas de vestir, tales como sombreros, delantales, franelas, camisas o cualquier objeto de utilidad práctica y que tengan un mensaje publicitario, promocional o de un patrocinante, aunque su distribución o uso fuese gratuita, paga un impuesto equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada cien (100) unidades o fracción.

Publicidad en redes sociales

Artículo 89. En caso de uso de publicidad en redes sociales se pagará el equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada video o publicación.

Otros medios publicitarios eventuales no regulados

Artículo 90. Toda publicidad comercial cuyas características, medios y circunstancias de ejecución que no se encuentren señalados de forma específica en esta ordenanza, pero sea considerando u medio publicitario eventual, pagará un impuesto equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por día.

CAPITULO III

PROYECCIÓN DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL

Pantallas o pizarras electrónicas

Artículo 91. Las pizarras eléctricas o electrónicas, pantallas y similares, cambiables por control automático, remoto o manual destinados a propaganda o publicidad comercial, con una dimensión igual o mayor a un metro cuadrado o cuarenta y dos pulgadas, causarán trimestralmente un impuesto equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada motivo publicitario exhibido y los menores de un metro pagan un impuesto equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Publicidad mediante proyección de anuncios

Artículo 92. La propaganda o publicidad comercial, que se efectúe mediante proyección de anuncios fijos o cambiables en las vías públicas, pagarán mensualmente o por fracción, un impuesto equivalente a tres (3) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada motivo publicitario exhibido.

Proyección en pantallas de salas de cines

Artículo 93. Por la proyección de propaganda o publicidad en la pantalla de salas de cine se pagará trimestralmente la cantidad al equivalente a una coma cinco (1,5) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada cuña que se exhiba en cada función que no exceda de un (1) minuto. Cuando en un noticiero se nombre o se enfoque un producto comercial, se considera como cuña publicitaria y debe pagar a equivalente a una coma cinco (1,5) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por cada cuña y/o función que se exhiba.

CAPÍTULO IV

DEL PAGO

Sección Primera

Del Pago del Impuesto

Del momento de pago del impuesto

Artículo 94. El impuesto de propaganda y publicidad comercial, se pagará en los plazos establecidos de la siguiente manera:

1. En el caso de la publicidad, que se determine y liquide por períodos mensuales, se pagará en la oportunidad de recibir el permiso respectivo para la exhibición, instalación o proyección de la propaganda y publicidad comercial. Para los meses subsiguientes a la obtención del respectivo permiso, el pago de los impuestos a que se refiere este artículo, deberá ser pagado dentro de los diez (10) días continuos siguientes de cada mes.
2. Cuando el impuesto se determine y liquide por períodos trimestrales, el impuesto deberá ser pagado al momento de la solicitud del permiso respectivo y en los meses subsiguientes, dentro de los quince (15) primeros días continuos del trimestre respectivo.
3. Cuando el impuesto se determine y liquide por períodos anuales, el momento del pago será en al momento de la solicitud del permiso, y para los años subsiguientes se deberá pagar dentro del mes de enero de cada año.
4. El impuesto de publicidad y propaganda comercial eventual, se pagará de al momento de la obtención del permiso respectivo.

PARÁGRAFO ÚNICO: En los casos previstos en este artículo, la Administración Tributaria Municipal no podrá entregar el permiso respectivo, hasta tanto el contribuyente pague el impuesto correspondiente.

SECCIÓN SEGUNDA

DE LA OPORTUNIDAD PARA ENTERAR

Del período para presentar y enterar las percepciones mensuales

Artículo 95. El agente de percepción deberá presentar dentro de los primeros cinco (5) días continuos de cada mes, una declaración jurada informativa en la cual se dejará constancia de los medios publicitarios exhibidos, instalados o proyectados en jurisdicción del municipio Caroní durante el mes inmediatamente anterior, a favor de los anunciantes cuyos productos o actividades se han beneficiado con la publicidad y el monto del impuesto percibido. En la oportunidad en que sea presentada la declaración a que alude este artículo, el agente de percepción enterará al Municipio el monto total del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial que resulte de la declaración jurada presentada.

Del período para presentar y enterar las percepciones trimestrales

Artículo 96. En el caso de los impuestos percibidos de forma trimestral, el agente de percepción deberá presentar dentro de los primeros diez (10) días continuos de cada trimestre, una declaración jurada informativa en la cual se dejará constancia de los medios publicitarios eventuales exhibidos, instalados o proyectados en jurisdicción del municipio Caroní durante el trimestre inmediatamente anterior, a favor de los anunciantes cuyos productos o actividades se han beneficiado con la publicidad y el monto del impuesto causado. En la oportunidad en que sea presentada la declaración a que alude este artículo, el agente de percepción enterará al Municipio el monto total del impuesto sobre propaganda y publicidad eventual que resulte de la declaración jurada presentada.

Del período para presentar y enterar las percepciones anuales

Artículo 97. En el caso de los impuestos percibidos de forma anual, el agente de percepción deberá presentar dentro de los primeros cinco (5) días continuos del mes de enero, una declaración jurada informativa en la cual se dejará constancia de los medios publicitarios eventuales exhibidos, instalados o proyectados en jurisdicción del municipio Caroní durante el año inmediatamente anterior, a favor de los anunciantes cuyos productos o actividades se han beneficiado con la publicidad y el monto del impuesto causado. En la oportunidad en que sea presentada la declaración a que alude este artículo, el agente de percepción enterará al Municipio el monto total del impuesto sobre propaganda y publicidad eventual que resulte de la declaración jurada presentada.

Del período para presentar y enterar el impuesto sobre publicidad eventual

Artículo 98. En el caso de los impuestos percibidos por la realización de publicidad eventual, el agente de percepción deberá enterar el impuesto percibido al momento de la entrega del permiso para la exhibición, instalación o proyección de la publicidad.

PARÁGRAFO ÚNICO: En el caso previsto en este artículo, será agente de percepción, el publicista, empresa de publicidad o similares, que soliciten o representen al anunciante, al momento de la solicitud del permiso eventual.

SECCIÓN TERCERA

DE LOS RECARGOS

Del recargo al uso de idiomas extranjeros

Artículo 99. Por vía de excepción a los establecidos en el artículo 3, de la presente Ordenanza, podrá utilizarse adicionalmente la traducción de un texto a un idioma extranjero, cuando ésta pueda ser de interés directo para personas que hablan ese mismo idioma. En este caso el impuesto a pagar, tendrá un recargo de un cincuenta por ciento (50%).

Del recargo a la publicidad de cigarrillos y bebidas alcohólicas

Artículo 100. Los impuestos previstos en esta Ordenanza serán incrementados en un cien por ciento (100%) cuando se refiera a cigarrillos o bebidas alcohólicas, siempre que cuenten con la autorización municipal.

Del recargo sobre avisos de identificación y fachadas

Artículo 101. Los avisos de identificación o fachada a que se refiere referidos en la presente Ordenanza, que posean iluminación tendrán un recargo cincuenta por ciento (50%) del tributo correspondiente.

TÍTULO IX

CAPITULO I

DE LOS DEBERES FORMALES Y MATERIALES

De los deberes formales

Artículo 102. A los efectos de la presente Ordenanza, se consideran obligaciones formales tributarias:

1. Presentar ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, al momento de la solicitud del permiso de publicidad eventual, una relación de medios publicitarios eventuales a exhibir en el municipio Caroní, la cual fungirá como declaración jurada única.
2. Presentar ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, una declaración jurada donde se indique los medios publicitarios fijos que se encontraron operativos y la propaganda o publicidad comercial exhibida en ellos, durante en el semestre inmediatamente anterior. En esa misma oportunidad, el sujeto pasivo deberá declarar los medios publicitarios fijos que continuarán operativos y la publicidad programada para el semestre siguiente.

   La falta de presentación de la declaración jurada o la omisión de alguna propaganda o publicidad comercial se entenderá como que el contribuyente no tiene interés en aquellas unidades no mencionadas, las cuales podrán ser removidas por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní a costo del contribuyente.
3. Presentar ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní las declaraciones informativas mensuales sobre las percepciones.
4. Comparecer ante la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní cuando así sea requerido.
5. Permitir el acceso de los fiscales autorizados de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, a la contabilidad y cualquier otra documentación necesaria, tanto de índole personal como empresarial y suministrar a éstos los documentos e informaciones que le sean requeridos para constatar la veracidad de la propaganda y publicidad comercial y de los impuestos generados y pagados, aun cuando la persona natural o jurídica no esté domiciliada en el municipio.
6. Cualquier otra establecida en la presente Ordenanza o en otros instrumentos normativos nacionales o municipales, se entienda de naturaleza formal.

PARÁGRAFO ÚNICO: En el caso de la declaración jurada sobre medios fijos exhibidos y por exhibir, señalada en el numeral 2 de este artículo, la misma deberá ser presentada de manera semestral dentro de los veinte (20) primeros días continuos del mes de enero y julio.

De los deberes materiales

Artículo 103. A los efectos de la presente Ordenanza, son obligaciones materiales tributarias:

1. Pagar el impuesto determinado según las declaraciones juradas mensuales, dentro de los plazos legalmente establecidos.
2. Pagar las multas y los accesorios a los que hubiere lugar.
3. Percibir el impuesto correspondiente, bajo la condición de agente de percepción.
4. Enterar correctamente las percepciones de acuerdo a lo establecido por los instrumentos legales y dentro de los plazos para ellos.
5. Cualquier otra establecida en la presente Ordenanza que por sus características se entienda de naturaleza tributaria material.

De los deberes administrativos

Artículo 104. A los efectos de la presente Ordenanza, son obligaciones de carácter administrativo:

1. Obtener el permiso de publicidad respectivo otorgado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.
2. Obtener la renovación del permiso respectivo otorgado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.
3. Obtener el permiso de cambio de motivo de medios publicitarios, en caso de ser aplicables.
4. Mantener los medios y motivos publicitarios instalados, en el mismo estado en que fueron permisados, y proceder a retirar aquellos que no reúnan las condiciones estéticas y de seguridad mínimas requeridas, o que contengan mensajes que hayan perdido vigencia. De lo contrario serán removidos por el municipio, cargando el costo a la persona natural o jurídica que obtuvo el permiso o solidariamente al anunciante.
5. Retirar los medios publicitarios instalados cuando la dirección competente de regulación urbana o la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní lo requieran, en los casos establecidos en esta Ordenanza, así como aquellos que no llenen las condiciones estéticas y de seguridad requeridas.
6. Solicitar autorización a la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní para cualquier cambio estructural o de forma que pretendan realizar en las vallas, avisos, postes o cualquier tipo de medios de exhibición, no pudiendo colocarlos sin la previa autorización y cancelación de los impuestos que se establezca por la nueva unidad de propaganda y publicidad.
7. Notificar a la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní el retiro de los medios publicitarios y demostrar que se ha restituido a su condición original el espacio de ubicación de los mismos.
8. En caso que se produzca un deterioro evidente del medio publicitario por caso fortuito o fuerza mayor, tendrá la obligación de, en un lapso de treinta (30) días hábiles restaurar o reponer el medio publicitario en las mismas condiciones en que fue aprobado. De lo contrario, la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní tendrá las más amplias facultades para ordenar su remoción, con o sin notificación del interesado, en razón de la seguridad y el orden público.
9. Obtener el permiso de mantenimiento de medios publicitarios, el cual será de manera anual o cuando dicho mantenimiento sea solicitado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.
10. Obtener el permiso de retiro de medios publicitarios por ante ia Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.
11. Cualquier otra que por su naturaleza se entienda como administrativa.

TÍTULO X

DE LOS BENEFICIOS FISCALES

CAPÍTULO I

DE LAS EXENCIONES

Exenciones de entes oficiales

Artículo 105. Están exentos del impuesto establecido en esta Ordenanza los distintos medios publicitarios utilizados por entes oficiales con fines institucionales o destinados a dar a conocer obras públicas en construcción.

PARÁGRAFO ÚNICO: En todo caso la instalación de este tipo de propaganda o publicidad, debe cumplir con las normas de seguridad y arquitectura previstas en las ordenanzas municipales, además de obtener por escrito el respectivo permiso emanado por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní

Supuestos de exenciones

Artículo 106. Se declaran exentos del impuesto establecido en la presente Ordenanza, los medios publicitarios siguientes:

1. Los anuncios fijos de médicos, médicas, abogados, abogadas, ingenieros, ingenieras, odontólogos, odontólogas, agrónomos, agrónomas, arquitectos, arquitectas, pintores, pintoras, escultores, escultoras, economistas, y demás profesionales o artistas siempre que indiquen el nombre, teléfono, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección, que estén ubicados en el inmueble en el cual ejercen y cuyo tamaño no exceda de dos metros cuadrados (2,00 m²). A partir de esta dimensión se considera como propaganda o publicidad y causará los impuestos correspondientes.
2. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a ese fin, y cuyo tamaño no debe exceder de dos metros cuadrados (2,00 m²).
3. Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también las marcas de fábrica de la carrocería y los distintivos del concesionario, colocados en los vehículos de esa misma marca.
4. Las inscripciones de los autores, autoras, fabricantes y fundidores o fundidoras de monumentos, pedestales, lápidas, cruces, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie utilizada para tal fin no exceda de doscientos centímetros cuadrados (200 cm.), a partir de esta dimensión se considera como propaganda o publicidad comercial y causará los impuestos correspondientes.
5. La propaganda o publicidad destinada a promover el turismo en el país, efectuada por cualquier ente u organismo oficial, sin contenido comercial.
6. Los letreros que sólo indiquen razón social, denominación Comercial o los ramos de una oficina, persona jurídica o negocio, cuando hayan sido esculpidos o pintados, que se encuentre instalado en el negocio, oficina o persona jurídica, siempre que su superficie no exceda de un metro cuadrado (1,00 mts). A partir de esta dimensión se considera como propaganda o publicidad comercial y causará los impuestos correspondientes.
7. Los destinados a campañas de salud y prevención de enfermedades o mensajes institucionales para crear conciencia ciudadana, sin contenido comercial.
8. Los avisos de los indicadores tanto del ingeniero o ingeniera como del constructor constructora de un edificio y otras obras, siempre que no ocupen una superficie mayor de un metro cuadrado (1,00 mts). A partir de esta dimensión se considera como propaganda o publicidad comercial, y causará los impuestos correspondientes.
9. Los anuncios de identificación en la propia sede de colegios e institutos educativos, inscritos en el Ministerio competente.
10. Los avisos de iglesias, templos y cultos religiosos, bibliotecas, instituciones asistenciales, culturales, deportivas, sanitarias, filantrópicas y similares, ubicados en sus propias sedes.

Las exenciones aquí establecidas, dispensan la totalidad del pago del impuesto, no obstante, el interesado o responsable debe cumplir con las disposiciones urbanísticas y técnicas previstas en las ordenanzas municipales, así como solicitar por escrito el permiso correspondiente a la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.

CAPÍTULO II

DE LAS EXONERACIONES

Exoneraciones

Artículo 107. Se podrá solicitar la exoneración del impuesto previsto en esta Ordenanza en los siguientes casos:

1. Por la propaganda o publicidad contenida en mapas y planos de bolsillo, así como la contenida en folletos de información turística e histórica.

2. Por la propaganda o publicidad contenida en artículos destinados a prestar servicios a la comunidad, como bolsas de basura y similares.
3. Por la propaganda o publicidad que acompaña mensajes de:
   a) Prevención de accidentes o de consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud.
   b) Medidas o actividades relacionadas con la salud y la educación de la comunidad.
   c) Información turística o histórica.
   d) Propaganda o publicidad de conciertos, exposiciones, espectáculos artísticos y eventos deportivos a beneficio de instituciones sin fines de lucro.

PARÁGRAFO ÚNICO: En los casos de los numerales 1 y 3, debe acompañarse la opinión favorable de la autoridad administrativa que corresponda en razón de la materia, para determinar que el contenido del mensaje se adecua a los criterios generales por ella asumidos.

Solicitud de Exoneración

Artículo 108. Para obtener la exoneración prevista en el artículo anterior se debe presentar una solicitud ante la Superintendencia de Administración Tributaria Municipal del municipio Caroní, firmada por algún miembro de la institución solicitante, especificando lo siguiente:

1. Tipo de propaganda o publicidad.
2. Fechas en las cuales se colocará o distribuirá la propaganda o la publicidad.
3. Cantidad de afiches, volantes, vallas, etc.
4. Lugares donde serán colocadas o distribuidas.
5. Razones que fundamentan la solicitud.
6. Aval del órgano competente o institución beneficiaria.

La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, analizará y comprobará el cumplimiento de los requisitos anteriormente de ley y remitirá al Concejo Municipal, en un lapso no mayor de quince (15) días, para que, mediante acuerdo de cámara, con el voto de las dos terceras (2/3) partes de sus miembros autorice al Alcalde a otorgar la exoneración solicitada.

CAPÍTULO III

DE LAS REBAJAS

Publicidad combinada con servicios públicos

Artículo 109. La propaganda o publicidad exhibida en medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad en áreas peatonales, que ya cuenten con servicio de iluminación, tendrán una rebaja equivalente al cincuenta por ciento (50%) del monto total del impuesto a pagar.

TÍTULO XI

DE LAS FISCALIZACIONES

Facultad de fiscalización y verificación

Artículo 110. La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, podrá verificar o fiscalizar la publicidad y propaganda en cualquier momento, a través de funcionarios acreditados, a los fines de determinar el efectivo cumplimiento de los deberes formales y materiales de los contribuyentes, así como a las empresas de publicidad que hagan uso de la publicidad o propaganda, de manera directa o indirecta.

Regulación urbana como órgano auxiliar

Artículo 111. La Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní a través de la Dirección de Regulación Urbana, realizará las fiscalizaciones e inspecciones pertinentes, a los fines de dar cumplimiento a las normativas urbanísticas vigentes, así como lo establecido en la presente Ordenanza.

Informe fiscal

Artículo 112. Cuando de la actuación realizada, según lo que se establece en el artículo 110 y 111 resultare que él contribuyente no ha cumplido con sus respectivos deberes formales, materiales y técnicos debe levantarse un informe fiscal, en el cual se deja constancia de lo siguiente:

1. Lugar y fecha de emisión del informe fiscal.
2. Identificación del contribuyente.
3. Identificación del funcionario o funcionaria actuante.
4. Identificación del o la representante legal del contribuyente.
5. Relación detallada de los hechos constatados en el lugar.
6. Firma del funcionario o funcionaria actuante y del contribuyente.

De la actuación anteriormente descrita se entregará copia al contribuyente, firmando éste o ésta el respectivo acuse de recibo, quedando de inmediato notificado o notificada de la actuación y se remitirá a la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.

TÍTULO XII

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO

Procedimiento sancionatorio

Artículo 113. Las sanciones que imponga la Administración Tributaria Municipal por las infracciones de obligaciones de carácter administrativo tipificadas en la presente ordenanza, deberán estar contenidas en un acto administrativo motivado, previo cumplimiento del siguiente procedimiento:

Con fundamento en un informe levantado por un funcionario fiscal de la Administración Tributaria Municipal, el Superintendente, dictará un acto de apertura de procedimiento administrativo que contendrá en forma clara y precisa la infracción que se le imputa al contribuyente y su consecuencia jurídica. Dicho acto administrativo será notificado al contribuyente, y a partir de este momento se entenderá abierto un plazo de diez (10) días hábiles para que el contribuyente exponga sus alegatos y promuevan las pruebas conducentes a su defensa. Culminado este lapso, y analizados los hechos y los elementos de derecho, la Administración Tributaria Municipal procederá a emitir la resolución definitiva dentro de los cuarenta (40) días hábiles siguientes, la cual deberá ser notificada al interesado. Contra esta resolución procederán los recursos administrativos establecidos en Título XIII de esta ordenanza.

Procedimiento para la remoción

Artículo 114. Para proceder a la remoción de un medio de publicidad fijo, el municipio iniciará el procedimiento sancionatorio establecido en el artículo anterior. En los casos en que la sanción impuesta incluya la remoción de medios publicitarios, además de requerir la colaboración de las direcciones competentes, la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, podrá requerir la colaboración de las asociaciones de empresas de publicidad para la ejecución material de la medida, siempre con la presencia de un funcionario competente.

TÍTULO XIII

DE LAS SANCIONES

Tipo de sanciones

Artículo 115.

Las infracciones a la presente ordenanza, se sancionarán de la forma siguiente:

1. Multas.

2. Suspensión, paralización o prohibición de la exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial.
3. Exclusión del registro de medios publicitarios.
4. Remoción de los medios publicitarios ilegales.
5. Clausura del establecimiento comercial.

Concurrencia

Artículo 116. Cuando concurran dos o más ilícitos administrativos o tributarios sancionados con multa, se aplicará la sanción más grave, aumentada con la mitad de las otras sanciones. Si las sanciones son iguales, se aplicará cualquiera de ellas aumentada con la mitad de las restantes. Cuando concurran dos o más ilícitos administrativos o tributarios sancionados con multa, suspensión, paralización o prohibición de la exhibición, proyección e instalación de la propaganda o publicidad comercial o cualquier otra sanción que por su heterogeneidad no sean acumulables, se aplicarán conjuntamente.

Sanciones entre dos límites

Artículo 117. Cuando la sanción a aplicar se encuentre entre dos límites se aplicará el término medio obtenido de sumar la sanción mínima y la máxima y dividirla entre dos; se la reducirá hasta el límite inferior o se le aumentará al superior, según el mérito de las respectivas circunstancias atenuantes o agravantes que concurran en el caso en concreto, debiendo compensárselas cuando las haya de una u otra especie.

PARÁGRAFO ÚNICO: Cuando la sanción a aplicar no se encuentre entre dos límites, se aplicará ésta sin considerar atenuantes y/o agravantes.

Circunstancias agravantes

Artículo 118. Constituyen circunstancias agravantes para la imposición de sanciones:

1. La reincidencia.
2. La condición de funcionario o empleado público, que tengan sus coautores o partícipes.
3. La magnitud monetaria del perjuicio fiscal y la gravedad del ilícito.

PARÁGRAFO ÚNICO: Habrá reincidencia, cuando el imputado después de una sentencia o resolución definitivamente firme, cometiera uno o varios ilícitos tributarios de la misma índole, durante los seis (6) años contados a partir de aquellos.

Circunstancias atenuantes

Artículo 119. Constituyen circunstancias atenuantes para la imposición de sanciones:

1. El grado de instrucción del infractor.
2. La conducta que el autor asuma en el esclarecimiento de los hechos.
3. La presentación de la declaración y pago de la deuda, para regularizar el crédito tributario.
4. El cumplimiento de los requisitos omitidos, que puedan dar lugar a la imposición de la sanción.
5. Las demás circunstancias atenuantes que resulten de los procedimientos administrativos o judiciales, aunque no estén previstas expresamente por la ley.

Sanción por acción u omisión

Artículo 120. El contribuyente o responsable que mediante acción u omisión cause una disminución ilegítima de los ingresos tributarios, inclusive mediante el disfrute indebido de beneficios fiscales, será sancionado con multa de cien por ciento (100%) hasta el trescientos por ciento (300%) del tributo omitido.

Falta de registro o renovación

Artículo 121. Las personas jurídicas dedicadas a la publicidad, los editores, editoras o cualquier otro u otra que en razón de su actividad participe o haga efectiva la propaganda o publicidad comercial en la jurisdicción del municipio Caroní y no se registre o no renueve de manera voluntaria y sin requerimiento por parte de la Superintendencia de Administración Tributaria, será sancionado o

sancionada con una multa equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Registro extemporáneo

Artículo 122. Las personas jurídicas de publicidad, los editores, editoras o cualquier otro u otra, que en razón de su actividad participe o haga efectiva la propaganda o publicidad comercial en la jurisdicción del municipio Caroní y se registre de manera voluntaria y sin requerimiento por parte de la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní fuera del plazo establecido en la presente Ordenanza, será sancionado o sancionada con una multa equivalente a cincuenta (50) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Publicidad no ajustada al permiso

Artículo 123. La propaganda o publicidad comercial o promocional, que no se ajuste estrictamente al producto o servicio aprobado por los órganos competentes, se le impondrá una multa equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), y podrá ser suspendida o removida por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.

Publicidad expresada en idioma extranjero

Artículo 124. La propaganda o publicidad que se exprese en idiomas extranjeros, incumpliendo lo estipulado en artículo 3 de la presente Ordenanza, se le impondrá una multa equivalente cincuenta (50) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), debiendo ser removido el medio o motivo publicitario.

Falta de permiso

Artículo 125. El que efectuare propaganda o publicidad sin habérsele otorgado el permiso correspondiente se sancionará por cada uno de los elementos, medios publicitarios o facción, exhibidos, con multa que será determinada de la siguiente manera:

1. Por la exhibición de publicidad o propaganda fija, la cantidad al equivalente a ciento cincuenta (150) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).
2. Por la exhibición de publicidad o propaganda eventual, la cantidad al equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).
3. Por la exhibición de publicidad o propaganda proyectada, la cantidad al equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Asimismo, debe retirar o eliminar el medio publicitario de manera voluntaria, dentro de las setenta y dos (72) horas siguientes a la notificación del interesado o interesada, de lo contrario el Municipio podrá remover el medio o motivo publicitario a costo del contribuyente.

Incumplimiento de pago

Artículo 126. El incumplimiento del pago del impuesto previsto en esta Ordenanza, por cada tipo de medio publicitario, causará la aplicación de una multa de cero coma veintiocho por ciento (0,28%) por cada día de retraso, hasta un máximo de un cien por ciento (100%).

Falta de mantenimiento de los medios publicitarios

Artículo 127. A quien realice o permita propaganda o publicidad dentro de la jurisdicción del municipio Caroní, que no se mantenga de acuerdo a lo establecido en el artículo 104 numeral 4 y 8 de la presente Ordenanza, se le impondrá una multa equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), por metro cuadrado (mts2).

Incumplimiento de los editores o publicistas

Artículo 128. Las personas jurídicas de publicidad, los editores, editoras o cualquier otro u otra que en razón de su actividad participen o hagan efectiva la propaganda o publicidad comercial e incurran en cualquiera de las sanciones previstas en la presente Ordenanza y no proceda al retiro del medio publicitario en la oportunidad indicada en la respectiva notificación de desincorporación; serán sancionados con cierre temporal del establecimiento hasta tanto efectúe la remoción del medio publicitario.

Modificaciones sin la debida autorización

Artículo 129. Cuando un sujeto pasivo cambie el motivo publicitario, haga modificaciones, realice cambios en la estructura o le haga propaganda o publicidad a un producto que implique el pago de un impuesto mayor, sin la debida autorización de la Superintendencia de la Administración Tributaria del municipio Caroní y la Dirección de Regulación Urbana, según sea el caso, se le impondrá una multa equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

La no presentación de la declaración jurada

Artículo 130. Las personas naturales o jurídicas dedicadas a ejercer la actividad de propaganda o publicidad comercial, que no cumplan con lo establecido en el artículo 102 de la presente Ordenanza, referente a las declaraciones juradas, se les impondrán una multa equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), más una multa de cierre del establecimiento por diez (10) días hábiles.

Falta de constancia de permiso de espectáculos públicos

Artículo 131. Las personas naturales o jurídicas dedicadas a ejercer actividades en los medios de comunicación social, públicos o privados, que realicen por más de una vez la propaganda, publicidad o promoción sobre actos, eventos o espectáculos, sin exigir al anunciante, promotor o interesado la constancia de trámite del espectáculo y del pago de los impuestos respectivos, incluido el de publicidad, serán solidariamente responsables en el pago de este último y se les impondrán una multa equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

PARÁGRAFO ÚNICO: No constituirá excusa el señalar la participación de los referidos medios de comunicación social en la promoción de los actos, eventos o espectáculos.

Falta del resarcimiento del daño ambiental

Artículo 132. El deterioro ambiental previsto en el artículo 104, numeral 8 de esta Ordenanza será constatado por la Dirección de Regulación Urbana y de demostrarse que no ha sido restituido el terreno a su condición original, en el lapso establecido, se impondrá al infractor una multa equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Falta de colocación de la placa identificadora

Artículo 133. La persona natural o jurídica, pública o privada, que no coloque la placa o las menciones indicadas en el artículo 35, de esta Ordenanza, será sancionada con multa equivalente a setenta y cinco (75) el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), debiendo proceder de inmediato a colocar la misma, so pena de nueva sanción.

Mensajes contrarios a la moral

Artículo 134. Los mensajes de propaganda o publicidad realizados en cualquier medio publicitario o de comunicación, que incumplan lo establecido en el artículo 54 numeral 1 de esta Ordenanza, conllevarán una multa, aplicable por igual al medio y al patrocinante o interesado, un equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), con el deber de suspender o remover el mensaje.

Obstaculización de los funcionarios

Artículo 135. Será sancionará con multa equivalente a trescientas (300) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV), a quien obstaculizare el ejercicio de fiscalización de la Superintendencia de la Administración Tributaria del municipio Caroní para la ejecución de las normas previstas en esta Ordenanza.

Desacatos a las citaciones

Artículo 136. El desacato a las citaciones expedidas por la dirección en regulación urbana o la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, salvo que exista una causa justificada, será sancionado con multa equivalente a doscientas (200) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Incentivos al consumo de bebidas alcohólicas o sustancias prohibidas

Artículo 137. La inobservancia de las prohibiciones establecidas en los artículos 54, numerales 2,3,4,5,6 y artículo 55 de la presente Ordenanza, será sancionado o sancionada con multa equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) y debe remover la propaganda o publicidad comercial en el lapso establecido para ello por la Administración Tributaria

Publicidad al borde de autopistas

Artículo 138. La inobservancia de las regulaciones establecidas en el artículo 39, de la presente Ordenanza será sancionado o sancionada con multa equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV).

Plazas, parques, plazoletas e instituciones deportivas

Artículo 139. El incumplimiento de la normativa establecida en los artículos 40, 41, 42 de la presente ordenanza, será sancionado o sancionada con multa equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) y debe remover la propaganda o publicidad comercial en el lapso establecido para ello por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.

Incumplimiento de otras normas contenidas en esta ordenanza

Artículo 140. El incumplimiento de las otras normas establecidas en la presente ordenanza, será sancionado o sancionada con multa equivalente a setenta y cinco (75) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el Banco Central de Venezuela (BCV) y debe remover o suspender la propaganda o publicidad comercial en el lapso establecido para ello, por la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní.

Incumplimiento de los deberes formales

Artículo 141. El incumplimiento de cualquier otro deber formal o material sin sanción especifica en la presente Ordenanza, será sancionado de conformidad al Código Orgánico Tributario.

TÍTULO XIV

DE LOS RECURSOS

Actos que determinen tributos y/o sanciones

Artículo 142. Los actos de la Superintendencia de Administración Tributaria del Municipio Caroní de efectos particulares que determinen tributos y/o sanciones de naturaleza tributaria solo podrán ser impugnados o recurridos por quien tengan interés legítimo, personal y directo mediante los recursos previstos en el Código Orgánico Tributario vigente.

Actos que no determinan tributos y/o sanciones

Artículo 143. Los actos administrativos de la Superintendencia de Administración Tributaria del Municipio Caroní que no determinen tributos y/o sanciones de naturaleza tributaria solo pueden ser impugnados o recurridos mediante los recursos establecidos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

TITULO XV

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Carácter supletorio

Artículo 144. Lo no previsto en esta Ordenanza en materia tributaria se regirá por la Ley Orgánica de Cooperación y Armonización de Potestades Tributarias de los Estados y Municipios, Ley Orgánica del Poder Público Municipal, el Código Orgánico Tributario, y en materia administrativa por las disposiciones previstas en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos vigentes.

Entrada en vigencia

Artículo 145. La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en Gaceta Oficial.

Derogatoria

Artículo 146. Se deroga la Reforma de la Ordenanza De Impuesto Sobre Propaganda y Publicidad Comercial Del Municipio Caroní Del Estado Bolívar, publicada en Gaceta Municipal Número 095/2020, del 22 de Mayo de 2020 y cualquier otra disposición que la contradiga.

Órganos encargados de dar cumplimiento a la Ordenanza

Artículo 147. Queda encargado de la ejecución y cumplimiento de la presente Ordenanza la Superintendencia de Administración Tributaria del municipio Caroní, debiendo todas las autoridades administrativas, policiales y de seguridad ciudadana prestar su colaboración a la misma, dada su condición de órgano rector de la política tributaria en el Municipio.

Dada, firmada y sellada en la Sala Bicentenario de Sesiones del Poder Popular "Simón Bolívar", del Municipio Caroní del Estado Bolívar, donde celebra sus Sesiones el Concejo Municipal Bolivariano de Caroní del estado Bolívar, a los ocho del mes de noviembre de dos mil veintitrés (2023). Año 213° de la Independencia, 164° de la federación y 24° de la Revolución Bolivariana.

CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONÍ ESTADO BOLÍVAR PRESIDENCIA

Conc. MAYURVIS E. ALCALÁ
Presidenta del Concejo Municipal
Bolivariano de Caroní

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA ESTADO BOLÍVAR MUNICIPIO CARONÍ CONCEJO MUNICIPAL BOLIVARIANO DE CARONÍ SECRETARÍA MUNICIPAL

JESÚS A. VASQUEZ
Secretario (E) del Concejo Municipal
Bolivariano de Caroní

En el Despacho del Alcalde del Municipio Caroní del Estado Bolívar, a los ocho días del mes de noviembre del año Dos Mil Veintitrés (2023). 213° de la Independencia, 164° de la Federación y 24° de la Revolución.

Cúmplase, Publíquese y Ejecútese.

TITO JOSÉ OVIEDO
ALCALDE DE CARONÍ

ALCALDÍA BOLIVARIANA DE CARONÍ ALCALDE