

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO MIRANDA
MUNICIPIO CHACAO

El Concejo Municipal de Chacao, en ejercicio de las atribuciones legales que le confiere el artículo 76 ordinal 3° de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, sanciona la siguiente:

ORDENANZA NRO. 004-94

REFORMA A LA ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL

Artículo 1.- Se propone modificar el Artículo 2, quedando redactado de la siguiente manera:

Artículo 2.- A los efectos de esta Ordenanza se entiende por publicidad comercial, todo anuncio o mensaje divulgado por cualquier medio destinado a dar a conocer, promover o informar sobre productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de forma directa o indirecta, a consumidores, compradores o usuarios de los mismos.

Parágrafo único: Se entiende por Publicista toda persona natural o jurídica cuya actividad económica sea la de realizar, promover o ejecutar publicidad comercial.

Artículo 2.- Se propone modificar el Artículo 56, quedando redactado de la siguiente manera:

Artículo 56.- A los fines de esta Ordenanza son contribuyentes del impuesto sobre publicidad comercial los publicistas, entendiéndose por tales a las personas naturales o jurídicas definidas en el parágrafo único del Artículo 2 de esta Ordenanza.

Artículo 3.- Se crea un nuevo Artículo, que pasa a ser el artículo 57, redactado de la siguiente manera:

Artículo 57.- Son solidariamente responsables del impuesto establecido en esta Ordenanza y de sus accesorios:

- a) Los anunciados, entendiéndose como tales aquellas personas naturales o jurídicas cuyos productos o servicios se den a conocer a través de cualquier medio publicitario;
- b) Las personas naturales, jurídicas, entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional, que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia de los medios o los elementos publicitarios a través de los cuales se difundan mensajes de publicidad;
- c) Las personas naturales, jurídicas, entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional, que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia de los bienes muebles e inmuebles a los cuales se encuentre

adosado, instalado o colocado el medio o elemento publicitario a los fines de su exhibición.

Artículo 4.- Se crea un nuevo Artículo 99, que pasa a ser el artículo 100, redactado de la siguiente manera:

Artículo 100.- Los sujetos pasivos en calidad de responsables solidarios de la obligación tributaria que contraten la actividad publicitaria con las personas definidas como contribuyentes, sin constatar el cumplimiento de las obligaciones que en materia de publicidad comercial les están atribuidas, serán sancionados conforme a lo establecido en los Artículos 96, 97 y 98 de la presente Ordenanza.

Artículo 5.- Se elimina el Artículo 119

Artículo 6.- De conformidad con el Artículo 5 de la Ley de Publicaciones Oficiales, en concordancia con el Artículo 4 de la Ordenanza sobre Gaceta Municipal, corríjase e imprímase íntegramente en un solo texto la Reforma de la Ordenanza sobre Publicidad Comercial del Municipio Chacao del Estado Miranda, publicada el 7 de junio de 2000 en Gaceta Municipal Extraordinaria N° 3054, precedida de la reforma aquí sancionada, y en ese texto único sustitúyase el texto modificado, fecha y demás datos de sanción y promulgación de la Ordenanza reformada.

Dado firmado y sellado en el Salón de Sesiones del Concejo Municipal de Chacao del Estado Miranda, a los siete (07) días del mes de octubre del dos mil cuatro (2004). Años 194° de la Independencia y 145° de la Federación.

**EVA RAMOS RÁMIREZ
LA VICEPRESIDENTA**

**SUSANA ROJAS
LA SECRETARIA MUNICIPAL**

Despacho del Alcalde, en Chacao, a los 25 días mes de Octubre del dos mil cuatro (2004). Años 194° de la Independencia y 145° de la Federación.

Cúmplase, Publíquese, Ejecútese.

**MARÍA PAOLA BLANCO
LA ALCALDESA (E)**

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
ESTADO MIRANDA
MUNICIPIO CHACAO

El Concejo Municipal de Chacao, en ejercicio de las atribuciones legales que le confiere el artículo 76 ordinal 3° de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, sanciona la siguiente:

REFORMA DE LA ORDENANZA SOBRE PUBLICIDAD COMERCIAL

CAPITULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1: La presente Ordenanza tiene por objeto regular la publicidad comercial que sea editada, instalada, transmitida, exhibida o distribuida en el Municipio Chacao.

Artículo 2: A los efectos de esta Ordenanza se entiende por publicidad comercial, todo anuncio o mensaje divulgado por cualquier medio destinado a dar a conocer, promover o informar sobre productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de forma directa o indirecta, a consumidores, compradores o usuarios de los mismos.

Parágrafo Único: Se entiende por Publicista toda persona natural o jurídica cuya actividad económica sea la de realizar, promover o ejecutar publicidad comercial.

Artículo 3: La Publicidad Comercial que se realice en jurisdicción del Municipio Chacao, deberá igualmente cumplir con las disposiciones de carácter nacional que regulen la materia.

Parágrafo Único: Es de la responsabilidad y competencia de la Dirección de Administración Tributaria la vigilancia, control y aplicación de la presente Ordenanza y de las demás disposiciones legales aplicables a esta materia, así como su fiscalización sin perjuicio de las atribuciones del Alcalde en su condición de máxima autoridad ejecutiva.

Artículo 4: La Publicidad Comercial que se haga a cualquier Artículo, servicio, empresa y producto, o sobre exhibiciones artísticas, de habilidad o destreza, deberá ajustarse a la verdad.

Artículo 5: Toda Publicidad Comercial debe ser redactada correctamente en idioma castellano. Se exceptúan de esta disposición la publicidad que contenga palabras no traducibles al castellano, las que se refieran a nombres propios, marcas de fábrica o denominaciones comerciales debidamente registradas. La publicidad en idiomas indígenas, será permitida aún sin traducción al castellano.

Parágrafo Primero: La Dirección de Administración Tributaria autorizará la publicidad en idioma extranjero, cuando esté dirigida al y para promover el turismo.

Parágrafo Segundo: Fuera de los casos previstos en el parágrafo anterior, la Dirección de Administración Tributaria podrá autorizar la publicidad en idioma extranjero, siempre que sea publicidad con su traducción al castellano.

Artículo 6: Corresponde a las personas naturales o jurídicas que realicen publicidad comercial en jurisdicción de este Municipio:

1. Cumplir con la obligación tributaria dentro de los lapsos previstos en esta Ordenanza, así como los demás deberes formales contemplados en la misma.
2. Mantener en buen estado los medios publicitarios que coloquen y retirar aquellos que no llenan las condiciones estéticas y de seguridad requerida o que contengan mensajes que hayan perdido vigencia.
3. Informar inmediatamente a las autoridades competentes cualquier cambio de estructura, de motivo y de forma de los medios publicitarios.
4. Participar por escrito a la Dirección de Administración Tributaria el retiro de las vallas o de cualquier medio publicitario para poner fin a la obligación impositiva correspondiente debiendo estar solvente para la fecha, con el impuesto y sus accesorios respectivos.
5. Remover los medios publicitarios que no se ajusten a lo establecido en esta Ordenanza, o en su defecto lo hará el Municipio por sus propios medios, y los gastos que estos generen se cargarán a quienes correspondan, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones previstas en esta Ordenanza.

CAPITULO II DE LAS EMPRESAS DE PUBLICIDAD

Artículo 7: A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por empresa de publicidad, toda persona natural o jurídica que de manera permanente o eventual asume la creación, edición, instalación, transmisión, exhibición o distribución de carteles, mensajes o anuncios publicitarios, destinados a conocer, promover, informar, divulgar o vender productos, Artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

Artículo 8: Toda empresa o empresario de publicidad que pretenda operar como tal, de manera permanente, en jurisdicción del Municipio Chacao, deberá solicitar su inscripción en la Dirección de Administración Tributaria, indicando: nombre de la empresa o empresario, domicilio, personas responsables de su administración, igualmente, deberá consignar copias acompañadas de los originales “ad effectum videndi” del acta constitutiva y estatutos de la empresa, de la licencia de Actividades Económicas correspondiente y del recibo del último trimestre cancelado por este concepto.

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

Parágrafo Segundo: Las personas naturales o las personas jurídicas que realicen publicidad de manera eventual, no estarán obligadas a inscribirse como empresa, pero

deberán solicitar un permiso, en cada oportunidad, de la manera prevista en los Artículos 12 y 14 de esta Ordenanza.

Artículo 9: Recibida la solicitud y los recaudos señalados en el Artículo anterior, la Dirección de Administración Tributaria, previa la correspondiente revisión de los mismos, procederá dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su recibo, a expedir al interesado la constancia de inscripción, o en su defecto, comunicarle mediante resolución motivada las causas del rechazo. El trámite para la solicitud de inscripción de las empresas señaladas en el Artículo 8 de la presente Ordenanza causará una tasa de veinte Unidades Tributarias (20 U.T.), la cual deberá ser renovada y cancelada cada dos (2) años.

Artículo 10: En la dependencia administrativa respectiva, se llevará un Libro de Registro, foliado y sellado, donde se asentarán las solicitudes recibidas, las constancias emitidas y las Resoluciones que nieguen la solicitud de inscripción.

Artículo 11: El organismo competente negará el permiso para instalar, transmitir, exhibir o distribuir publicidad comercial en el Municipio Chacao, si la empresa o empresario responsable no posee la constancia de inscripción vigente. Para el caso que la empresa o empresario realice publicidad comercial de manera eventual, el Director de Administración Tributaria procederá de igual manera, si no ha obtenido el permiso a que se refiere el Capítulo III de esta Ordenanza.

CAPITULO III DE LOS PERMISOS

Artículo 12: No podrá hacerse pública la publicidad comercial, sin que antes haya obtenido el permiso respectivo y satisfecho por el contribuyente, el valor del impuesto correspondiente en la Dirección de Administración Tributaria.

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

Parágrafo Segundo: A los efectos de la publicidad de bonos, cupones, etiquetas, tapas u otros medios similares (bonos promocionales), la Dirección de Administración Tributaria llevará su registro correspondiente.

Artículo 13: No podrá otorgarse el permiso al que se refiere al Artículo precedente, cuando la publicidad no se ajuste a las normas establecidas en la presente Ordenanza, igualmente, cuando esté en contravención con lo previsto en otros instrumentos legales inherentes a la materia objeto de la misma.

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

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

Artículo 14: El permiso correspondiente deberá solicitarse por ante la Dirección de Administración Tributaria, la cual tendrá un plazo de quince (15) días hábiles, para responder.

En la solicitud de permiso deberá indicarse:

1. La persona que lo solicita, su identificación y domicilio con indicación de los datos de inscripción como empresa de publicidad, si fuere el caso.
2. Características y formas de la publicidad y de los medios publicitarios a utilizar.
3. El tiempo en el cual será exhibida, instalada, distribuida o transmitida, el número de ejemplares, el sitio y/o el espacio a ocupar.
4. Cualquier otro dato que las Autoridades Competentes Municipales, conforme a la normativa que rige la materia, determinen pertinente.

Igualmente, se debe acompañar los siguientes recaudos:

- a) Una muestra de textos modelos, afiches, estampas, cartel o cualquier otro medio sobre el cual se realice la publicidad comercial.
- b) En caso de publicidad fijada en carteles, vallas y similares, fotografías actuales del sitio donde se instalará, plano de situación a escala y diseño; y en caso de anuncios con estructura propia, planos y cálculos firmados por un Ingeniero colegiado.
- c) Será imprescindible obtener, previamente, el visto bueno de la Dirección de Ingeniería Municipal, en los casos expresamente señalados en esta Ordenanza, salvo aquellos medios publicitarios que por sus características y naturaleza no requieran de cálculos estructurales.

Artículo 15: A los efectos del literal b) del Artículo que antecede, cuando se trate de anuncios que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación requieran para su instalación de una armazón o estructura determinada, deberá el solicitante adjuntar a la solicitud de permiso, un plano de escala de estructura y cuerpo del aviso, debidamente firmado por un Ingeniero colegiado, así como sus cálculos, se exigirá igualmente al solicitante, una póliza de seguro de Responsabilidad Civil, cada vez que solicite este tipo de publicidad, con duración mínima de un año, para amparar los eventuales daños y perjuicios que puedan causarse a terceros. La permanencia periódica de esta póliza, deberá ser comprobada en la oportunidad de cancelar los impuestos causados en aplicación de la Ordenanza, copia de esta póliza de seguros se archivará en la Dirección de Administración Tributaria. La Dirección de Administración Tributaria, a su vez, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al recibo de la solicitud del permiso, remitirá a la Dirección de Ingeniería Municipal dichos recaudos para, su consideración en un plazo máximo de treinta (30) días hábiles. En caso de que no hubiere respuesta dentro del referido plazo de los treinta (30) días hábiles, se

entenderá que la Dirección de Ingeniería Municipal, no tendrá objeción alguna para la colocación del anuncio, siempre y cuando se cumpla con los requisitos establecidos.

Artículo 16: En aquellos casos de publicidad que conforme a las Leyes o Reglamentos Nacionales requieran de permiso previo de alguna autoridad nacional, no se admitirá la solicitud de permiso a que se refiere el Artículo 14 de esta Ordenanza, sin la constancia de haber obtenido la autorización correspondiente.

Artículo 17: Cuando se trate de la instalación de medios publicitarios en terrenos del dominio privado del Municipio, deberá anexarse el contrato de arrendamiento respectivo. En dicho contrato deberá establecerse, además del tiempo y canon de arrendamiento, la obligación de la empresa de publicidad de efectuar trabajos de jardinería y ornato, así como, el mantenimiento del área empleada. Cuando los medios publicitarios vayan a instalarse en áreas del dominio público del Municipio, deberá igualmente comprometerse el interesado a efectuar trabajos de jardinería y ornato en las zonas circundantes, a criterio de la Alcaldía a través de su órgano competente.

Único: Si los medios publicitarios se van a instalar sobre inmuebles cuya propiedad no es del Municipio, del anunciado o de las empresas publicitarias, deberá anexarse la autorización del propietario del inmueble.

Artículo 18: Las personas naturales o jurídicas que realicen publicidad de manera eventual, deberán solicitar el permiso conforme a lo establecido en los Artículos precedentes de esta Ordenanza, cada vez que vayan a hacer pública la publicidad comercial. En la solicitud deberá indicarse la persona responsable ante la Administración, quien necesariamente deberá suscribir dicha solicitud, salvo que sea persona jurídica, en cuyo caso lo hará su representante legal, quien deberá consignar copia del Acta Constitutiva y Estatutos de la Empresa, Licencia de Actividades Económicas correspondiente y recibo del último trimestre cancelado por este concepto.

Artículo 19: En caso de traslado de un espacio publicitario, este se considerará como espacio nuevo, debiendo el interesado proceder a la tramitación que la presente Ordenanza especifica al efecto.

Parágrafo Primero: Ninguna publicidad destinada a permanecer fija en un lugar determinado podrá ser trasladada a otro lugar.

Parágrafo Segundo: En caso de retiro de acuerdo a lo previsto en esta Ordenanza.

CAPITULO IV DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS

SECCION I DE LA PUBLICIDAD EN FOLLETOS Y HOJAS IMPRESAS

Artículo 20: En caso de publicidad realizada a través de folletos, almanaques, mapas, hojas volantes, tarjetas guías, anuarios, agendas y cualquier otra edición de circulación adicional, cada ejemplar deberá llevar su correspondiente pie de imprenta, con indicación del número total de ejemplares impresos. La empresa editora es responsable de la veracidad de la cifra indicada y deberá exigir a su cliente la presentación del recibo de cancelación de los impuestos respectivos. La empresa editora y distribuidora será solidariamente responsable del pago de los impuestos correspondientes.

La Dirección de Administración Tributaria utilizará los medios técnicos adecuados para hacer pública la autorización otorgada para este tipo de publicidad.

SECCION II DE LA PUBLICIDAD EN BONOS, BILLETES O CUPONES

Artículo 21: Toda publicidad por medio de bonos, cupones, etiquetas, tapas u otros medios similares, denominados bonos promocionales, destinados a ser canjeados al público por objetos de valor, requerirán en cada caso de la autorización de la Dirección de Administración Tributaria, quien fijará las condiciones a que debe sujetarse la publicidad.

SECCION III DE LA PUBLICIDAD EN CARTELES Y OTROS ANUNCIOS

Artículo 22: Sin perjuicio de lo que establezcan las Ordenanzas de Zonificación para colocar anuncios, carteles u otras formas de publicidad comercial, podrán ser colocados en los frentes de edificios, cuando la fachada de los mismos así lo permita y deberán estar instalados de plano, adosados a la fachada del local, con un espesor no mayor de cuarenta centímetros (40 cm), y una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts), contados a partir del borde inferior del aviso, hasta la superficie de la acera o piso.

Parágrafo Único: En los estacionamientos de vehículos, farmacias, estaciones de servicio, clínicas y hoteles, previo el visto bueno de la Dirección de Ingeniería Municipal. La Dirección de Administración Tributaria podrá permitir la colocación del aviso indicativo del establecimiento en forma perpendicular al plano de la fachada y en sentido vertical, siempre que no exceda de un metro cincuenta centímetros (1,50 mts.) de largo, y sesenta centímetros (60 cm) de ancho, comenzando a una altura mínima de dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) desde la arista inferior del suelo.

SECCION IV DE LA PUBLICIDAD EN LAS SALAS DE CINE

Artículo 23: La publicidad en la pantalla de salas de cine, quedará sometida a las siguientes limitaciones: se permitirá un máximo de siete (7) minutos de publicidad en cada función; dos (2) 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 publicidad. En caso contrario, el excedente de ésta deberá computarse dentro de los siete (7) minutos establecidos anteriormente.

SECCION V DE LA PUBLICIDAD EN EL METRO DE CARACAS Y SU AREA DE INFLUENCIA

Artículo 24: Todo lo relacionado con publicidad en las estaciones, trenes y demás áreas internas y elementos externos del Sistema Metro, deberá ser autorizado por la Compañía Anónima Metro de Caracas, rigiéndose por las normas y reglamentos establecidos al efecto por dicha Compañía. En consecuencia, no se admitirá la solicitud de permiso a que se refiere el Artículo 12 de esta Ordenanza, sin la constancia de haber obtenido la autorización correspondiente de la Compañía Anónima Metro de Caracas.

Único: No podrá hacerse pública la publicidad en las estaciones, trenes y demás áreas internas y elementos externos del Sistema Metro, sin que se hayan cubierto los extremos establecidos en el Artículo 12 de esta Ordenanza.

Artículo 25: No podrá ubicarse ningún tipo de elemento publicitario en las áreas de seguridad de las estaciones del Metro.

Parágrafo Único: Para cada estación en particular, tanto las áreas de seguridad como las restringidas, estarán definidas como tales, en los respectivos planos de la Compañía Anónima Metro de Caracas, determinadas éstas, conforme a las características, condiciones particulares de cada una de las bocas de acceso de las distintas estaciones que conforman el Sistema Metro.

Artículo 26: Para la colocación de elementos publicitarios en las áreas restringidas, adyacentes a las bocas de acceso de cada una de las estaciones del Metro, definidas éstas en los respectivos planos de la Compañía Anónima Metro de Caracas, deberán los solicitantes del permiso, obtener el visto bueno de la Dirección de Ingeniería Municipal, previa opinión favorable de la Compañía Anónima Metro de Caracas, debiendo respetarse en todo caso el libre acceso peatonal a las respectivas bocas de las distintas estaciones que conforman el Sistema Metro.

Único: En los casos de estaciones localizadas en boulevares o paseos peatonales, no se aplicará lo preceptuado en el Artículo que antecede, en estos casos, la ubicación de elementos publicitarios en las aceras, requerirá el visto bueno de la Dirección de Ingeniería Municipal.

SECCION VI DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS COMBINADOS CON SERVICIOS A LA COMUNIDAD

Artículo 27: Son medios publicitarios combinados con servicios públicos a la comunidad aceptados por el Municipio Chacao, los señalados a continuación:

- a) Casetas techadas de paradas de transporte público.
- b) Casetas telefónicas.
- c) Módulos de papeleras.
- d) Tanques de agua en autopistas.
- e) Relojes públicos.
- f) Módulos que presten o señalicen un servicio público, tales como:
 - Planos Guía
 - Señalizadores de Estacionamientos Públicos.
 - Señalizadores de Farmacias.
 - Señalizadores de Seguridad Bancaria.
 - Nomenclaturas Viales.

Otros módulos que las Autoridades Municipales determine pertinente permisarlas.

Artículo 28: Únicamente se permitirá publicidad en las aceras cuando se trate de medios publicitarios combinados con mensajes institucionales a la comunidad, debiendo en este caso anexar a la solicitud de permiso a la que se refiere el Artículo 14 de esta Ordenanza, autorización expedida por la Oficina Local de Planeamiento Urbano (O.L.P.U.), a los fines de ajustarse a las regulaciones sobre esta materia.

Parágrafo Único: Aquella publicidad que no cumpla con los requisitos antes señalados, será removida por los órganos municipales competentes en la materia, como la Dirección de Ingeniería Municipal, Policía Municipal y/o Policía de Tránsito.

Artículo 29: Se prohíbe en las aceras la instalación de elementos o módulos publicitarios de más de dos (2) caras siempre y cuando una de las caras esté destinada para promover mensajes comunitarios.

Artículo 30: Se prohíbe el uso de aquellos materiales que las autoridades de tránsito consideren peligrosos, en virtud de la influencia que puedan tener en la visibilidad de los conductores.

Artículo 31: Los Tanques de Agua en autopistas: son estructuras contenedoras de agua, cuya finalidad será la de surtir este recurso a los automovilistas. Sus dimensiones serán de 1,20 metros por arista, montados sobre un cubo menor de 50 centímetros de arista, el cual se encuentra fijado sobre una fundación de cemento en las principales autopistas enclavadas en este Municipio Chacao, y principalmente, en los módulos de auxilios viales y retiros apropiados, en los cuales puedan detenerse los vehículos accidentados y los camiones cisternas. Los tanques de agua, tendrán una llave de corte automático y el servicio de agua debe ser pagado por la empresa que presta el servicio. Adosado a uno de los frentes del contenedor de agua, deberá tener un mensaje educativo relativo al servicio, siguiendo las pautas que al efecto, establezca el Municipio Chacao. Los tanques de agua podrán tener espacios destinados a publicidad comercial, esta área será de 1,20 por 1,20 metros en afiches reflectantes que estarán ubicados en las dos caras que enfrentan la vía, una de ellas visible al público, debe estar destinada a un mensaje institucional.

Artículo 32: Los Relojes publicitarios deben tener en su posición más elevada, un reloj luminoso visible a distancia; y estarán acompañados de un espacio publicitario cuyas dimensiones máximas serán un metro cuadrado con cincuenta centímetros (1.50 M²).

Artículo 33: Los Planos Guías, se instalarán en las zonas de mayor tránsito peatonal y en aceras con un mínimo de 1,80 metros de ancho respetando el paso en las esquinas de las rampas de acceso al minusválido.

Se colocarán en las esquinas, en caso de no ser posible esa ubicación, se podrá autorizar en otro sitio de la acera.

Solo se autorizará un Plano Guía por cuadra.

Los Planos Guías deberán tener en el lugar más alto la indicación del norte magnético que corresponde al observador que está ubicado frente al mismo. A continuación, debe aparecer el mapa esquemático del sector, con la delimitación del área a destacar en forma ampliada, con los nombres o números de las calles allí representadas. Los equipos tendrán un tamaño de pantalla de 1,50 metros por 1,20 metros, colocados sobre una base de 0,70 metros de altura, recubiertos por acrílicos e instalación luminosa, prestarán un servicio de 24 horas, y tendrán una presentación elegante y armónica con el medio ambiente del sector donde se instale.

En todo caso las medidas podrán ser objeto de variación, según la ubicación y forma establecidas por la autoridad competente.

Artículo 34: Los Señalizadores de Estacionamientos Públicos deberán mantener una altura mínima de 2,20 metros, desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal; la separación mínima desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la estructura, será 0,50 metros; estos Señalizadores deberán mantener un espacio mínimo libre de circulación interior de 1,20 metro, solamente se instalará un señalizador al frente del acceso del estacionamiento público; y, en ningún caso se permitirá la colocación de otro tipo de señalización descrita para este tipo de ubicación a menos de 10 metros de su límite, a excepción de las señales de seguridad bancaria y/o paradas de transporte público colectivo, que por su obligatoria ubicación, deban permanecer en dichos lugares.

Artículo 35: Los Señalizadores de Farmacias, consistirán en una estructura de 10 centímetros de ancho, en cuya parte superior se encuentra un panel, cuyas dimensiones máximas no podrán exceder de un metro cuadrado con veinte centímetros (1,20 M2), el cual se utilizará para espacio publicitario. En la parte inferior dispondrá de un espacio donde estarán indicadas las Farmacias más cercanas, y un calendario con el turno de las mismas. Tales estructuras tendrán también un pequeño gabinete que se iluminará cuando la Farmacia esté de turno, la pantalla de servicio y publicidad estará ubicada a dos metros con veinte centímetros (2,20 mts.) de altura, para no entorpecer el flujo peatonal. Las estructuras verticales que soportan los componentes descritos tendrán un espacio publicitario cuyas dimensiones máximas son de 1,20 metros por dos (2) caras de exhibición. La ubicación de los indicadores de Farmacia, deben ser en la acera en frente de la misma.

Artículo 36: 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 de Transporte y Comunicaciones. 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 División de Ingeniería del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, estas señales deberán estar colocadas frente a las Entidades Bancarias, de acuerdo a lo siguiente:

- a) Mantener una altura libre de dos metros con veinte centímetros (2,20 mts.) desde el nivel de la acera hasta la arista inferior de la señal.
- b) Mantener una separación mínima de 0,50 centímetros, desde el borde exterior de la acera hasta la arista lateral de la señal.
- c) Sólo se ubicarán dos señales por fachada en cada Entidad a señalar, orientadas perpendicularmente al sentido de circulación del tránsito al que sirven. En caso de que la Entidad Bancaria tenga un frente inferior a cinco (5) metros de longitud, solo se permitirá una señal de seguridad bancaria, ubicada en el extremo opuesto al sentido de la circulación del tránsito. El resto de la zona de seguridad se indicará pintando el brocal de la acera de amarillo 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 (5) metros de sus límites exteriores.

Artículo 37: Las Nomenclaturas Viales, se compondrán de un poste angosto metálico, en cuya parte superior a dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) de altura se encontrará un panel indicativo de las calles y avenidas en cuyas esquinas se encuentra instalado el mismo, deben ser visible de día y de noche, los mismos deben ser iluminados y los nombres de las calles deberán ser realizados en material reflectante. También contendrán, un mensaje publicitario el cual financiará los costos de electricidad, impuestos municipales, mantenimiento y reposición de elementos que se dañen. Los postes de estos señalamientos viales para no entorpecer el tráfico peatonal, serán de diez centímetros (10 cms.); y el área de servicio y publicitarios, no mayor de un metro (1 mt.) de ancho por un metro veinticinco centímetros (1,25 mts.) de altura, todo ello a una altura de los dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) aludidos en este mismo Artículo.

Artículo 38: La instalación de los diferentes módulos, casetas u otros medios en que se permita publicidad comercial en las aceras de acuerdo a la presente Ordenanza, así como su adecuado mantenimiento y actualización, correrán a cargo de las empresas publicitarias o demás personas naturales o jurídicas que exploten ese tipo de publicidad.

Artículo 39: Todo Módulo, Caseta u otro medio en que se permita publicidad comercial en las aceras, de acuerdo a la presente Ordenanza, deberá estar identificado mediante una placa de la Autoridad Municipal competente elaborada con cargo al contribuyente de que se trate.

Artículo 40: Las Paradas de Transporte Público, son de dos (2) tipos o clases. Las Tipo "A", son aquellas compuestas por un elemento destinado a prestar protección a seis (6) usuarios contra el sol y la lluvia, en cuya estructura se encuentran expuestos los logos e información relativos al servicio; y, las paradas tipo "B", que son aquellos compuestos por una estructura que solo exhibe los logos e información relativos al servicio.

Los dos tipos de paradas especificadas en este Artículo deberán exhibir posición elevada, visible a distancia un logo ilustrado conforme al diseño determinado por la Autoridad Municipal competente especificando además los números de las rutas que sirven.

Las estructuras de las paradas deberán adaptarse a los lineamientos pautados por la Oficina Local de Planeamiento Urbano.

Parágrafo Primero: La Dirección de Ingeniería Municipal podrá gestionar en casos excepcionales, la instalación de casetas techadas de paradas de transporte público en aceras, con medidas distintas a las especificadas en cuyo caso, se procederá a diseñar un módulo especial que se someterá a acondicionamientos especiales.

Parágrafo Segundo: Sin perjuicio de lo establecido en el Artículo 38 de la presente Ordenanza, en caso de que las casetas techadas de paradas de transporte colectivo sean trasladadas, las empresas publicitarias o demás personas naturales o jurídicas que exploten la publicidad colocada en tales módulos o elementos, tendrán la obligación de dejar en perfecto estado el tramo de acera donde estos se encontraban originalmente.

Artículo 41: Las Papeleras con publicidad comercial colocadas en las aceras, se regirán por la siguiente normativa:

1. Solo podrán colocarse papeleras en aceras, dejando un espacio libre, como mínimo, de un metro veinte centímetros (1,20 mts.), para la circulación.
2. Las papeleras estarán compuestas por elementos verticales que soportan un contenedor de desecho, tendrán un mecanismo que permitan utilizar las bolsas plásticas para ser recolectadas por las empresas prestadoras del servicio de aseo urbano.
3. Los contenedores de proyecciones rectangular o circular de las papeleras, tendrán una capacidad máxima de 60 litros.
4. Las papeleras deberán ubicarse a una distancia del borde de la acera, que la arista más cercana a este, se encuentre a cuarenta centímetros (40 cms.)
5. La distancia mínima entre una papelera y otra será de treinta metros (30 mts.). Igualmente, no podrá colocarse en una boca calle más de dos (2) papeleras debiendo ser instaladas en forma diagonal de una esquina, ni entorpecer una boca de acceso de las estaciones del Metro. Se colocarán un máximo de dos (2) papeleras por acera, salvo cuadras superiores a los sesenta metros (60 mts.), donde se respetará la norma aludida de mantener como distancia mínima, los treinta metros (30 mts.).
6. El espacio publicitario de las papeleras tendrá una dimensión máxima de 1,20 metros cuadrados (1,20 M2). En las papeleras se colocará un mensaje institucional.
7. El aviso podrá disponer de iluminación interna.

Artículo 42: Los elementos destinados a soportar uno o varios módulos de teléfonos, tendrán una estructura, en ningún caso mayor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) de altura, que podrá contener un área publicitaria no mayor de un metro cincuenta centímetros cuadrados (1,50 M2) por módulo y cuya instalación y número de teléfonos que contenga, será determinada por la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV). Su colocación en las vías peatonales, deberá permitir el paso libre de al menos un metro veinte centímetros (1,20 mts.), igualmente, no podrán colocarse estas estructuras a distancias menores de cien metros (100 mts.), o en todo caso más de uno por cuadra, salvo aquellos casos que se trate de extensas cuadras que hagan obligante su colocación para la mejor prestación de servicios a la comunidad.

**SECCION VII
DE LA PUBLICIDAD EN PARQUE, PLAZAS Y
PASEOS PEATONALES**

Artículo 43: La publicidad en las plazas, plazoletas y parques infantiles, se regirá por las siguientes normativas:

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

Artículo 44: La publicidad en los parques sectoriales o metropolitanos deberá ajustarse a los siguientes requerimientos:

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

Artículo 45: La publicidad en los paseos peatonales se regirá por las mismas normas impuestas a la publicidad en las aceras, en los Artículos 28, 29 y 30 de la presente Ordenanza con las siguientes adiciones: en los casos de extensión de servicios de restaurantes o cafeterías sobre el paseo peatonal, la publicidad se limitará a un aviso por cada toldo, no pudiendo cubrir más de un diez por ciento (10%) de su superficie, y únicamente se referirá a la identificación del local. El aviso no podrá sobresalir de la superficie del toldo.

SECCION VIII DE LA PUBLICIDAD POR MEDIO DE VALLAS

Artículo 46: A los fines de la presente Ordenanza se clasifican a las vallas publicitarias en dos (2) tipos básicos:

Vallas con estructuras propias sobre el suelo y vallas en edificaciones.

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

Parágrafo Único: Se entiende por valla, a los fines de esta Ordenanza, toda la publicidad en forma de objeto, cartel, anuncio, globo o similar, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos o signos destinados a permanecer a la vista del público.

Artículo 47: Toda valla publicitaria con estructura propia sobre el suelo será considerada como una construcción, sometiéndose por ello a la reglamentación de la Ordenanza de Arquitectura, Urbanismo y Construcciones en General y las Ordenanzas de Zonificación vigentes.

Artículo 48: Las vallas publicitarias con estructura propia sobre el suelo, podrán instalarse en las áreas adyacentes a las autopistas, sometiéndose a las siguientes restricciones:

1. Se localizarán a una distancia lateral no menor de cinco metros (5 mts.), medidos desde el borde de la autopista, siempre que no se involucre otra vía pública.
2. Se ubicarán a no menos de doscientos metros (200 mts.) de un distribuidor vial (acceso o desincorporación de vehículos).
3. La separación entre vallas no será menor de:
 - a) Ciento cincuenta metros (150 mts.), cuando se trate de vallas individuales.
 - b) Trescientos metros (300 mts.) cuando se trate de vallas agrupadas en un máximo de tres (3) y que conformen una sola unidad.

Artículo 49: Las vallas solo podrán colocarse:

1. En los inmuebles ubicados en áreas zonificadas como comerciales, industriales y de usos mixtos previstas en los Planos de zonificación del Municipio Chacao.
2. Sobre las azoteas y techos de las edificaciones, siempre y cuando su altura no sea superior a la regulada en la zonificación del sector, el área física de la valla se mantenga dentro de los linderos de la edificación, a objeto de evitar la visualización de los elementos estructurales y de fijación de ésta a la edificación. 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.

3. En las fachadas de las edificaciones, en cuyo caso, deberán ser instaladas en forma plana y adosadas a la misma, siempre y cuando no obstruyan las áreas de ventilación de la edificación y su grosor, o exceda de treinta centímetros (30 cms.). En caso de estar colocadas en áreas que requieran circulación peatonal, deberán estar a una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) contada a partir del borde inferior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.
4. En terrenos en construcción, se permitirá la instalación de cercas publicitarias, por un período igual al tiempo de la misma, debiendo presentar carta compromiso por parte del propietario del terreno y contrato de arrendamiento.
5. En los linderos de terrenos privados siempre que su altura no exceda de seis metros (6 mts.).
6. En las paredes laterales y azoteas o terreno de edificaciones con uso 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 perturben, si son iluminadas a las edificaciones vecinas.
7. En las aceras, únicamente cuando se trate de medios publicitarios combinados con servicio a la comunidad, siempre y cuando guarde un espacio de un metro veinte centímetros (1,20 mts.) entre el aviso y el límite interior 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 forma que permita la libre circulación peatonal.

Artículo 50: Las vallas con estructuras propia sobre suelo, además de ajustarse a las estipulaciones contenidas en esta Ordenanza, deberán cumplir con los requisitos siguientes:

1. El interesado en obtener el permiso para su colocación, presentará:
 - a) En caso de ser inmueble de propiedad privada, autorización del propietario.
 - b) En caso de ser propiedad pública o municipal, autorización del organismo competente.
 - c) Plano o croquis de la valla y su estructura, indicando ubicación, dimensiones y fotografías del lugar.
 - d) Proyecto de las obras de ornato y mantenimiento que deberá efectuar en el área adyacente al lugar donde se va a colocar la valla.

2. Estas vallas con estructuras propias sobre suelo, 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 desde el suelo al borde superior del mismo, de nueve metros (9 mts.). En caso de colocación en linderos de terrenos privados, estas vallas no podrán exceder de una altura de seis metros (6 mts.).
3. Podrán instalarse estas vallas con estructura propia sobre suelo, en las áreas definidas en los respectivos planos de zonificación vigentes para el Municipio Chacao, como comerciales, industriales y de usos mixtos y lo señalado en el Artículo 49, numeral 6.
4. 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.).
5. Las vallas solo podrán colocarse en los tramos rector de las vías. Su ubicación estará limitada a una distancia no menor de veinticinco metros (25 mts.) del inicio del tramo curvo.

Artículo 51: Las vallas con estructura propia sobre techos o azoteas de edificaciones deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Cuando la edificación tenga un único propietario, el interesado en obtener su permiso para colocarla, deberá obtener autorización del propietario. En caso de ser varios propietarios o ser la edificación de propiedad horizontal, deberá obtenerse la autorización del setenta y cinco por ciento (75%) de los copropietarios, por lo menos.
2. Estas vallas podrán colocarse en las paredes laterales y azoteas de edificaciones con uso residencial, cuando la visibilidad de los avisos, anuncios, carteles, tal como se estipuló en esta Ordenanza, esté dirigida a avenidas o autopistas ubicadas fuera de la zona residencial, siempre y cuando tales avisos, anuncios y/o carteles no sean visibles desde las vías de tránsito o peatonales de la zona residencial, ni interrumpen la visibilidad, ni perturben las edificaciones vecinas, en caso de ser iluminados.
3. Estas vallas con estructuras propias sobre techos y azoteas, de las edificaciones, podrán tener una altura, que no exceda a la regulada en la zonificación del sector de que se trate; igualmente, el área física de la valla, deberá mantenerse dentro de los linderos de la edificación y evitarse la visualización de los elementos estructurales y de fijación de ésta a la edificación.
4. Será imprescindible, que el interesado en la colocación de las vallas con estructura propia, sobre techos y azoteas de edificaciones, presente anexo a su solicitud, además de la autorización aludida, del o los propietarios de la edificación, el proyecto de cálculo y de diseño estructural demostrativo que la edificación resista la colocación de la valla, el cual deberá estar debidamente conformado por un Ingeniero inscrito en el Colegio de Ingenieros de Venezuela. El solicitante del permiso igualmente deberá referir la zona

donde está situada la edificación, ubicación del espacio donde se ubicara la valla, fotografías del lugar y tipo de estructura.

Artículo 52: Solo podrán ubicarse las vallas en edificaciones cuya zonificación incluya el uso comercial y con las siguientes limitaciones:

1. Únicamente se permitirá en las edificaciones de cuatro (4) niveles o más.
2. Podrán tener cualquier tipo de iluminación, con las limitaciones establecidas en el Artículo 51 de esta Ordenanza.
3. Las dimensiones de las vallas serán:
 - a) Longitud: la longitud de la fachada de la edificación, menos los retiros subsecuentemente previstos.
 - b) 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.).
 - 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. La estructura de soporte no podrá ser maciza.

Artículo 53: Las vallas adosadas a la fachada de una edificación, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. El interesado en obtener el permiso para su colocación, presentará:
 - a) Cuando la edificación tenga un único propietario, la autorización de éste. En caso de tener varios propietarios o ser propiedad horizontal, la autorización del setenta y cinco por ciento (75%) de los copropietarios.
 - b) Los Planos o croquis de la fachada, indicando ubicación, dimensiones y contenido de la valla.
2. Sólo podrán ubicarse en edificaciones cuya zonificación incluye el uso comercial.
3. Las dimensiones de la valla tendrán como máximo:

Longitud: Igual a la longitud de la fachada de la edificación.

Altura: deberán estar las vallas a una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts.) contados a partir del borde interior del aviso hasta la superficie de la acera o piso.

4. Las vallas instaladas en forma plana en las fachadas de las edificaciones y adosadas a la misma, no podrán obstruir las áreas de ventilación, se mantendrán dentro de los linderos de la fachada y su grosor no podrá exceder de

treinta centímetros (30 cms), salvo que por razones de tipo técnico sea indispensable un mayor grosor.

5. En caso de que estas vallas estén sobre áreas que requieran de circulación peatonal, deberán estar a una altura, no menor de dos metros veinte centímetros (2,20 mts.), a partir del borde interior del aviso hasta la superficie de dicha área de circulación peatonal.
6. En los casos de vallas en las fachadas de edificaciones, el solicitante del permiso deberá presentar un proyecto de cálculo y diseño estructural, debidamente firmado por un Ingeniero Colegiado que garantice que la edificación resiste la implantación de la valla.

SECCION IX DE LA PUBLICIDAD EN LOS KIOSCOS

Artículo 54: Podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios en los kioscos, cuando se refiera a las publicaciones periódicas y a los Artículos cuyas ventas estén permitidas en los mismos.

También podrán colocarse anuncios o mensajes publicitarios destinados a los antes especificados cuando el diseño arquitectónico del kiosco cumpla con los requisitos de adaptación al medio ambiente, enalteciendo su estética, el valor del paisaje, para cuyos fines la Oficina de Planeamiento Urbano será receptora de proposiciones de diseños. Asimismo, la mencionada oficina determinará, las dimensiones de los referidos anuncios publicitarios.

CAPITULO V DE LOS IMPUESTOS

SECCION I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 55: El tributo a establecerse por el uso de los distintos medios de publicidad comercial descritos en esta Ordenanza, en jurisdicción de este Municipio, tendrá como base a la UNIDAD TRIBUTARIA, de conformidad con lo previsto en el Artículo 4 Parágrafo 2 y Artículo 229 del Código Orgánico Tributario.

Artículo 56: A los fines de esta Ordenanza son contribuyentes del impuesto sobre publicidad comercial los publicistas, entendiendo por tales a las personas naturales o jurídicas definidas en el parágrafo único del Artículo 2 de esta Ordenanza.

Artículo 57: Son solidariamente responsables del impuesto establecido en esta Ordenanza y de sus accesorios:

- a) Los anunciados, entendiendo como tales aquellas personas naturales o jurídicas cuyos productos o servicios se den a conocer a través de cualquier medio publicitario;
- b) Las personas naturales, jurídicas, entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional, que por

cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia de los medios o los elementos publicitarios a través de los cuales se difundan mensajes de publicidad;

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

Artículo 58: El impuesto previsto en la presente ordenanza se calculará anualmente, y su liquidación se hará por año civil; sin embargo cuando la publicidad se inicie durante el curso de éste, dicho impuesto deberá ser calculado proporcionalmente.

Parágrafo Primero: Para los años subsiguientes a la obtención del respectivo permiso, el pago de los impuestos a que se refiere el presente Artículo, deberán ser cancelados dentro de los treinta (30) días del mes de enero de cada año.

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

Parágrafo Segundo: Las empresas a que se refiere el Artículo 7 de esta Ordenanza, están en la obligación de enviar, en el transcurso de la segunda quincena del mes de diciembre de cada año, a la Dirección de Administración Tributaria, una relación donde indiquen los avisos que continuarán en exhibición el siguiente año. Así mismo, notificará a esta oficina, cada vez que ocurran, los cambios de publicidad que se operen en el transcurso del año.

Artículo 59: Cuando se trate de una publicidad, cuyo impuesto se calcule anualmente, y cuya exhibición no vaya a exceder de treinta (30) días, la Dirección de Administración Tributaria fijará las condiciones a que debe sujetarse, y el impuesto será la doceava parte del que hubiere pagado, de permanecer exhibida un (1) año.

Artículo 60: Cuando un contribuyente cambie del medio publicitario o se haga publicidad a un producto que tenga una tasa impositiva distinta, deberá cancelar el impuesto correspondiente a la modificación efectuada.

Artículo 61: Si un mismo medio publicitario se hiciera publicidad a dos (2) o más anunciados, será responsable del pago del impuesto, en primer lugar el que obtuvo el permiso y solidariamente todos los anunciados que figuren.

Artículo 62: En el caso de la publicidad realizada en idioma extranjero que se refiere el Artículo 5 de esta Ordenanza, el impuesto tendrá un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre los aforos establecidos a los diferentes medios.

Artículo 63: La publicidad de cigarrillos, picaduras y demás derivados del tabaco, así como de bebidas alcohólicas anunciados de conformidad con lo establecido en la presente Ordenanza, pagará el cincuenta por ciento (50%) más del impuesto que le corresponde al respectivo medio publicitario.

SECCION II DEL IMPUESTO DE LA PUBLICIDAD EN FOLLETOS Y HOJAS IMPRESAS

Artículo 64: Los folletos y demás publicaciones de circulación ocasional, como los almanaques, mapas, guías, anuarios, agendas y similares que contengan publicidad comercial y se ofrezcan al público, en forma gratuita o a la venta, bajo cualquier modalidad de presentación y suministro al público, pagarán MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.) por cada mil ejemplares o fracción.

Parágrafo Único: En cada uno de los ejemplares a los que se refieren el presente Artículo, se expresará en un lugar visible el número total de ejemplares debidamente autorizados por la Dirección de Administración Tributaria, fabricante o productora de la publicidad, ésta no deberá elaborar mayor cantidad de lo aquí previsto.

Artículo 65: Las hojas impresas, folletos, encartes o suplementos publicitarios y similares que se distribuyan a través de periódicos, revistas o publicaciones de esta índole, así como por correo o por servicio de mensajeros, o se inserten en las bolsas o envolturas de los establecimientos comerciales, o salgan a la luz pública por cualquier medio de divulgación, distribución, exhibición o suministro, pagarán MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.) por cada mil ejemplares o fracción de mil, siempre que en cada ejemplar la impresión no exceda de ochocientos centímetros cuadrados (800 cm²); si sobrepasare la medida indicada, pagarán UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.) por cada mil anuncios o fracción.

SECCION III DEL IMPUESTO DE LA PUBLICIDAD EN BONOS BILLETES O CUPONES

Artículo 66: La publicidad colocada en tickets de autobús, taxis u otros, así como en el transporte subterráneo, o cualquier otro medio de transporte público de pasajero y los tickets de estacionamientos, además de los boletos de espectáculos públicos, las cajas de fósforos, calcomanías, papeles autoadhesivos u otros similares o de cualquier otra categoría, pagarán por cada producto o servicio anunciado, un impuesto de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.) por cada mil anuncios o fracción.

Artículo 67: La publicidad comercial realizada mediante bonos, cupones, etiquetas, tapas u otros medios o creatividades, destinados a ser canjeados por objetos de valor o cualquier otro material promocional, requerirán en cada caso, la autorización de la Dirección de Administración Tributaria y pagarán un impuesto de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.) por cada mil ejemplares o fracción.

Se exceptúa del pago del impuesto previsto en este Artículo cuando dicho medio publicitario lleve impreso solamente la denominación de la empresa que los emite.

SECCION IV DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN BALANZAS, MAQUINAS REGISTRADORAS Y EXPENDEADORAS

Artículo 68: Las balanzas, máquinas registradoras, o máquinas controladoras de estacionamiento y cualquier aparato automático que expida boletos con publicidad comercial, su responsable, pagará por unidad y por cada año, la cantidad de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.).

SECCION V DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN MARQUESINAS, TOLDOS Y SOMBRILLAS

Artículo 69: Por cada marquesina, toldo o sombrilla ubicados en sitios abiertos al público, que se utilicen para los fines que regula esta Ordenanza, se pagará anualmente UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.), por metro cuadrado o fracción.

Parágrafo Primero: La instalación eventual de toldos, stands, o exhibiciones o similares, con fines promocionales, causará un impuesto equivalente a UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.) por cada cinco (5) días de exhibición o fracción menor.

Parágrafo Segundo: Cuando la marquesina, toldos o sombrilla de carácter permanente, identifique solo y únicamente al local comercial, y se ubique frente o sobre éste, pagarán un impuesto de 0,125 U.T.

SECCION VI DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN CARTELES Y OTROS ANUNCIOS

Artículo 70: Toda publicidad en forma de cartel, aviso impreso, o formado por materiales que representen letras, objetos, símbolos o signos destinados permanecer a la vista del público, pagarán por metro cuadrado o fracción la cantidad de UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1U.T.) Por año. Este tipo de publicidad podrá ubicarse:

1. En los inmuebles con zonificación comercial, industrial o mixto previsto en los planos de zonificación de este municipio.
2. Sobre las azoteas, techos y paredes de las edificaciones con zonificación comercial, industrial, o mixto, siempre y cuando la altura de los mismos no afecten a la aprobada en la reglamentación del sector. Para la aprobación de este tipo de publicidad, la Dirección de Administración Tributaria exigirá la autorización por parte de la Dirección de Ingeniería Municipal en lo referente a la altura y a las condiciones de seguridad del mismo.
3. En los edificios docentes, bibliotecas, instituciones filantrópicas, asistenciales, culturales, deportivas, sanitarias y similares, sólo podrán instalarse avisos fijos siempre que no sean mayores de tres metros cuadrados (3 mts²), ni luminosos y únicamente que hagan referencia a la función de instituciones sobre cuyos edificios se están colocando.
4. En el interior de los locales comerciales, o en edificios de libre acceso al público, debiendo pagar en estos casos la mitad del impuesto asignado al medio publicitario respectivo, MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA(0,5U.T.).

Parágrafo Primero: Si un mismo cartel o medio publicitario, se hiciere referencia a dos o más anuncios, cada uno de éstos pagará por separado y de acuerdo a los espacios

que ocupa la totalidad de su publicidad o aviso, en función de lo previsto en esta Ordenanza.

Parágrafo Segundo: Cuando se trate de cartel, aviso impreso o anuncio, ubicado en o sobre la fachada de un local o establecimiento comercial, que sólo haga publicidad al local donde está ubicado, pagará un impuesto de 0,0625 U.T.

SECCION VII DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN ANUNCIOS LUMINOSOS DIVERSOS

Artículo 71: Los carteles, vallas o cualquier tipo de anuncio cuyo texto estuviere formado por bombillos o tubos luminosos o en casos similares, pagarán el veinticinco por ciento (25%) más del impuesto asignado al medio.

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

Artículo 72: Las pizarras eléctricas o electrónicas distintas a las vallas, accionadas por control automático, manual, o programadas bajo cualquier otro mecanismo destinadas a publicidad, pagarán la cantidad de DOS UNIDADES TRIBUTARIAS (2 U.T.) por año y por metro cuadrado o fracción por aviso.

SECCION VIII DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD A TRAVES DE APARATOS PROYECTORES Y SIMILARES

Artículo 73: La publicidad comercial que se efectúe por medio de proyecciones de anuncios fijos o cambiables, así como la utilización de monitores o similares, pagarán la cantidad de DOS UNIDADES TRIBUTARIAS (2 U.T.), anuales por unidad.

Artículo 74: Por la proyección de publicidad comercial en la pantalla de salas de cine se pagará la cantidad del CINCO POR CIENTO (5%) sobre el monto correspondiente de facturación de las empresas de publicidad cinematográficas a las salas de cine, por la exhibición de comerciales en jurisdicción de este municipio.

Parágrafo Único: Las agencias de publicidad cinematográficas deberán pagar el tributo causado en forma trimestral, presentando una relación de la publicidad proyectada en cada una de las salas de cine conjuntamente con la facturación correspondiente a ese período ante la Dirección de Administración Tributaria dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al vencimiento de trimestre, a los fines de que la Administración Tributaria determine el monto del impuesto, cual deberá ser cancelado dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación del mismo, vencido este lapso sin que el contribuyente haya cancelado el impuesto determinado, se procederá al cálculo de intereses de mora previsto en el Código Orgánico Tributario.

**SECCION IX
DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN VEHICULOS Y
OTROS MEDIOS AMBULANTES**

Artículo 75: La publicidad pintada, colocada, instalada o exhibida por cualquier medio de transporte público o de carga y similares, pagarán la cantidad de UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.) por año y por metro cuadrado o fracción por motivo publicitario.

Artículo 76: Los carteles, anuncios y similares colocados bajo cualquier medio en el interior de los vehículos destinados al servicio de transporte de pasajeros, pagarán la cantidad de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.) por año y por metro cuadrado, o fracción, por motivo publicitario.

Artículo 77: Los carteles, anuncios y similares colocados bajo cualquier medio en el exterior de los vehículos de carga y reparto, incluso bicicleta, motocicletas y similares, pagarán la cantidad de UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.) por año y por metro cuadrado o fracción por motivo publicitario. Quedará exenta del pago del impuesto, la publicidad que se refiera exclusivamente a la empresa o firma propietaria del vehículo o a servicios expedidos por la misma.

**SECCION X
DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN LAS ACERAS**

Artículo 78: Toda publicidad comercial colocada en móviles casetas y otros medios en que se permita la publicidad comercial, en aceras de acuerdo a la presente Ordenanza, pagarán lo que le corresponda cancelar por el medio solicitado, sin recargo, en razón de que tales medios publicitarios presten un servicio a la comunidad.

Artículo 79: Todos los medios publicitarios que presten servicios a la comunidad, instalados en las aceras, pagarán la cantidad de DOS UNIDADES TRIBUTARIAS (2 U.T.) por metro cuadrado o fracción y por año.

**SECCION XI
DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN PLAZAS,
PARQUES Y PASEOS PEATONALES**

Artículo 80: La publicidad en las plazas, plazoletas y parques infantiles, cancelarán a la Municipalidad lo correspondiente al medio publicitario, sin recargo alguno, en razón de que las empresas publicitarias mantienen estas áreas, en aras de la preservación del ambiente. En el mismo orden, la publicidad comercial en los parques sectoriales o metropolitanos, pagarán solo lo que le corresponde cancelar por el medio publicitario utilizado.

Artículo 81: La publicidad comercial exhibida a través de vallas, con estructura propia sobre el suelo o en edificaciones, pagará anualmente la cantidad de CUATRO UNIDADES TRIBUTARIAS (4 U.T.) por metro cuadrado o fracción.

SECCION XIII DEL IMPUESTO DE PUBLICIDAD EN LOS KIOSCOS

Artículo 82: La publicidad que se coloque en kioscos ubicados en espacios públicos pagará la cantidad de DOS UNIDADES TRIBUTARIAS (2 U.T.) por año y por metro cuadrado o fracción, quedando terminantemente prohibida la colocación de cualquier tipo de publicidad comercial que no sea la indicada en el Artículo 54 de la presente Ordenanza.

Parágrafo Único: Sólo podrá colocarse publicidad comercial en aquellos kioscos ubicados en espacios públicos que cuenten con la correspondiente Licencia de Actividades Económicas debidamente otorgada por la Dirección de Administración Tributaria de la Alcaldía del Municipio Chacao.

SECCION XIV DEL IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD MEDIANTE ALTAVOCES INTERNOS

Artículo 83: Cuando en un establecimiento se difundan mensajes publicitarios dentro del local, mediante altavoces, se pagará la cantidad mensual de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.).

SECCION XV DEL IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD MEDIANTE GLOBOS DIRIGIBLES O SIMILARES

Artículo 84: Toda aquella publicidad que se efectúe a través de aviones, dirigibles, globos inflables, helicópteros y similares, pagarán la cantidad de DOS UNIDADES TRIBUTARIAS (2 U.T.) por cada cinco (5) días o fracción menor y por metro cuadrado o fracción. Los globos o inflables fijos cancelarán UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.) por metro cuadrado o fracción y por cada cinco (5) días de exhibición o fracción menor.

SECCION XVI DEL IMPUESTO SOBRE LA PUBLICIDAD POR OTROS MEDIOS

Artículo 85: La publicidad comercial ocasional que se realice a través de pendones, pancartas, banderines, banderolas, banderas y similares deben ser autorizados por la Dirección de Administración Tributaria y pagarán un tributo de UNA UNIDAD TRIBUTARIA (1 U.T.) por cada metro cuadrado o fracción por cada cinco (5) días de exhibición o fracción menor.

Artículo 86: La publicidad en prendas de vestir, Artículos u objetos diversos tales como sombreros, delantares, franelas, camisas bragas, bolsos, carteras, sombrillas, pelotas,

lapiceros, llaveros, destapadores, portavasos, servilletas, porta servilletas, removedores, encendedores y similares, pagará la cantidad de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,50 U.T.) por cada cien (100) unidades o fracción y por motivo publicitario.

Artículo 87: La publicidad que se realice a través de afiches, habladores, resaltadores y similares, para promocionar productos, servicios o empresas, pagarán un impuesto anual de MEDIA UNIDAD TRIBUTARIA (0,5 U.T.) por metro cuadrado o por fracción y solo podrán ser instalados, o exhibidos, en los locales comerciales previa autorización por escrito de los mismos.

CAPITULO VI DE LAS EXENCIONES Y EXONERACIONES AL IMPUESTO SOBRE PUBLICIDAD

Artículo 88: Están exentos del pago de los impuestos a que se refiere esta Ordenanza:

1. Los anuncios fijos de personas naturales indicativos de su profesión, arte y oficio, siempre que solo indiquen el nombre, profesión, arte, oficio o especialidad y dirección; que estén colocados en el inmueble en la cual la ejercen y no excedan de un metro cuadrado (1,00 M²).
2. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a este fin.
3. Las marcas de fábricas comúnmente usadas en los vehículos automotores, como también los distintivos del concesionario.
4. Las inscripciones de autores, fabricantes y fundidores de monumentos, pedestales, lápidas, cruces mortuorias, alegorías y figuras religiosas, artísticas o decorativas, siempre que la superficie utilizada para tal fin no exceda de doscientos centímetros cuadrados (200 cm²).
5. Las placas indicadoras de los profesionales participantes en edificaciones o autores de otro tipo de obras, siempre que ocupen una superficie no mayor de cincuenta centímetros cuadrados (0.50 cm²).
6. Los letreros que solo indiquen la firma, razón social, denominación comercial o los ramos de una oficina, empresa o negocio cuando hayan sido esculpidos, pintados, o colocados en planos sobre la fachada del edificio que se encuentren situados en el negocio, oficina o empresa y siempre que su superficie no exceda de un metro cuadrado (1,00 M²), debiendo en todo caso cumplir con todos los requisitos previstos en la presente Ordenanza.
7. La publicidad sobre prevención de accidentes o de consumo de drogas y otras sustancias nocivas a la salud.
8. Las destinadas a las campañas de la salud y prevención de la enfermedad.

Parágrafo Único: Si dichos anuncios excedieren de la superficie indicada anteriormente, quedarán sujetos al pago del impuesto correspondiente por la fracción de exceso; en este caso su colocación deberá tener el visto bueno de la Dirección de Administración Tributaria.

Artículo 89: El Concejo Municipal podrá autorizar al Alcalde para exonerar del impuesto a que se refiere esta Ordenanza a:

1. La publicidad destinada exclusivamente a promover el turismo hacia Venezuela o dentro del país.
2. La publicidad relativa a conciertos instrumentales o vocales, y de las exhibiciones de artes u oficios.
3. La publicidad de espectáculos cuando se consideren de carácter educativo o cultural.
4. La publicidad contenida en Artículos destinados a prestar un servicio a la comunidad, como bolsas de basura y similares.

Artículo 90: Las exoneraciones contenidas en el Artículo anterior, no menoscaban las facultades de la Dirección de Administración Tributaria de prohibir o remover los medios de publicidad utilizados cuando estos contravengan las normas de la presente Ordenanza.

CAPITULO VII DE LAS PROHIBICIONES Y LIMITACIONES

Artículo 91: Queda terminantemente prohibida toda clase de publicidad comercial, en los siguientes casos:

1. Que sea contraria, a la moral, al orden público, a la seguridad y defensa nacional, o a las buenas costumbres.
2. Que presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud, el consumo de cigarrillos y/o bebidas alcohólicas.
3. Que utilice los símbolos patrios.
4. Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
5. Que se instale en inmuebles de propiedad particular, sin autorización expresa de su propietario.
6. Que utilice materiales, que a juicio de las autoridades de tránsito, constituyan peligro en la visibilidad de los conductores.

Artículo 92: Queda prohibido instalar o hacer publicidad comercial en las autopistas, avenidas, calles, veredas, aceras, postes de alumbrado público, parques, plazas, plazoletas, islas divisorias y en cualquier otra área pública o zonas residenciales, que no se ajuste a las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza. Queda igualmente prohibida la publicidad comercial en aquellos sitios donde su instalación

conlleve peligrosidad y obstaculice la visibilidad de señales de tránsito o afecte cualquier monumento histórico o artístico o paisajístico que hubiere en el sitio.

Artículo 93: Se prohíbe distribuir en la vía pública la publicidad comercial hecha por medio de hojas volantes y hojas impresas.

Artículo 94: Se prohíbe instalar publicidad en:

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

CAPITULO VIII DE LAS SANCIONES

Artículo 95: Se impondrá multa de CUARENTA Y SEIS UNIDADES TRIBUTARIAS (46 U.T.) y remoción del medio publicitario a costa del infractor:

1. Si el mensaje es contrario al orden público, o la seguridad y defensa nacional, a la moral o a las buenas costumbres.
2. Si el mensaje contenido en el medio publicitario no se ajusta a la verdad.
3. Que presente o pretenda demostrar como inofensivo a la salud del consumo de bebidas alcohólicas o utilice la actividad deportiva para promover su consumo.
4. Que emplee la simbología de las señales de tránsito.
5. Que utilice materiales que a juicio de las autoridades de tránsito, representen peligro para la visibilidad de los conductores.
6. Que se instale en cualquier inmueble de propiedad particular, sin autorización de su propietario.
7. Que distribuya hojas volantes o impresas en la vía pública.
8. El ejercicio de actividades publicitarias en el Municipio si no están inscritas en el Registro de Empresas al que se refiere el Artículo 8 de esta Ordenanza.
9. El incumplimiento de la obligación de mantener los medios publicitarios en buen estado y retirarlos en los casos que indica esta Ordenanza.
10. El incumplimiento de lo establecido en el Artículo 18 de esta Ordenanza.

Artículo 96: El que efectúe publicidad comercial sin habersele otorgado el permiso correspondiente, se sancionará por cada uno de los elementos o medios publicitarios exhibidos, con multa que será determinada de la siguiente manera:

- Por la exhibición de hasta 10 mts² o fracción de publicidad comercial, la cantidad de CUARENTA Y SEIS UNIDADES TRIBUTARIAS (46 U.T.)
- Por la exhibición de entre 11 mts² a 20 mts² o fracción de publicidad comercial, la cantidad de SESENTA UNIDADES TRIBUTARIAS (60 U.T.)
- Por la exhibición de un espacio o superficie superior a 21 mts² o fracción de publicidad comercial, la cantidad de OCHENTA UNIDADES TRIBUTARIAS (80 U.T.)

Asimismo, deberá retirar o eliminar el medio publicitario de manera voluntaria, dentro de las setenta y dos (72) horas siguientes a partir de la notificación al

interesado, de lo contrario la Municipalidad a través de sus órganos competentes, podrá remover el medio publicitario a costa del infractor, pudiendo además sancionar a la persona natural y/o jurídica infractora, con el no otorgamiento de ningún otro tipo de todas las piezas aforadas y tipificadas en la presente Ordenanza por un lapso de un (1) año.

Artículo 97: Quien proceda a efectuar la publicidad comercial a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con multa de OCHENTA Y TRES UNIDADES TRIBUTARIAS (83 U.T.), sin perjuicio del cobro del impuesto causado y no cancelado por la utilización del medio publicitario y la remoción del mismo, cuyo costo será por cuenta del infractor; sin perjuicio además de que el Municipio le sancione, por el lapso de seis (6) meses, a no otorgarle ningún tipo de permisos de todas las piezas aforadas y tipificadas en esta Ordenanza.

Artículo 98: El que instale publicidad comercial en zonas residenciales o en lugares o áreas prohibidas; y/o a través de medios no permitidos o con dimensiones no autorizadas, será sancionado con multa de CUARENTA Y SEIS UNIDADES TRIBUTARIAS (46 U.T.) por cada infractor, sin perjuicio de las sanciones contempladas en otras disposiciones contenidas en esta Ordenanza, además de la remoción del medio publicitario y suspensión por el lapso de seis (6) meses, al no otorgamiento de ningún tipo de permiso respecto de todos los medios publicitarios tipificados en este dispositivo legal, siendo los costos a que haya lugar, por cuenta del infractor.

Artículo 99: El desacato a las citaciones expedidas por la Dirección de Administración Tributaria, será sancionada con multa de NUEVE UNIDADES TRIBUTARIAS (9 U.T.). En caso de reincidencia se aplicará igual monto a cada desacato.

Artículo 100: Los sujetos pasivos en calidad de responsables solidarios de la obligación tributaria que contraten la actividad publicitaria con las personas definidas como contribuyentes, sin constatar el cumplimiento de las obligaciones que en materia de publicidad comercial les están atribuidas, serán sancionados conforme a lo establecido en los Artículos 96, 97 y 98 de la presente Ordenanza.

Artículo 101: El que efectúe publicidad comercial sin haber cancelado el impuesto correspondiente, será sancionado con la remoción del medio publicitario de que se trata y una multa entre el doble y el décuplo del impuesto dejado de pagar.

Artículo 102: La infracción por parte del Director de Ingeniería Municipal a su obligación de responder dentro del lapso de treinta (30) días hábiles, respecto de la consulta que le sea realizada por la Dirección de Administración Tributaria, será sancionada por el Contralor Municipal con multa de CINCUENTA MIL BOLIVARES (Bs. 50.000,00).

Igual sanción se le impondrá al Director de Administración Tributaria cuando infrinja su obligación de remitir los recaudos atinentes a la solicitud de permiso que les hayan sido presentados, dentro de los cinco (5) días siguientes a su recibo, al Director de Ingeniería Municipal.

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

Artículo 104: En caso de sanciones pecuniarias que establezcan una pena comprendida entre dos límites, se hará aplicación de ella, conforme a lo que dispone el Código Penal, teniendo también en cuenta la mayor o menor gravedad del perjuicio que la contravención ocasione al Municipio. En casos de reincidencias se aplicará el doble de la sanción máxima que corresponda aplicar.

Parágrafo Único: Para la imposición de las multas se tendrá en cuenta:

- a) Los antecedentes del infractor con relación al cumplimiento de las disposiciones de esta Ordenanza.
- b) La magnitud del impuesto que resultare evadido por la infracción.

Artículo 105: Las sanciones que se impongan a los infractores, por violación de la presente Ordenanza, deberán estar contenidas en acto administrativo dictado por el Órgano Competente, previo cumplimiento de las formalidades y requisitos de Ley, para que tengan plena validez y eficacia. No dando lugar a Actos Administrativos viciados de nulidad absoluta y/o anulables conforme a las previsiones legales que rigen la materia administrativa.

En todos los casos de procedimiento sancionatorios, se formará expediente, se mantendrá la unidad de éste, aunque deban intervenir en el procedimiento oficinas de distintas dependencias, respetándose el orden en que estos recaudos fueron presentados y/o procesados. Se iniciará el procedimiento mediante acto administrativo en el cual se notifique a los administrados con intereses subjetivos o intereses legítimos personales y directos, que pudieran resultar afectados. La notificación contendrá en forma clara y precisa la infracción que se le imputa, concediéndoles el plazo de diez (10) días hábiles, siguientes a la notificación, para que expongan sus alegatos y promuevan las pruebas conducentes a su defensa, a menos que resulte impracticable la notificación, en cuyo caso se procederá conforme a lo previsto en el Artículo 106 de esta Ordenanza, una vez comprobada la infracción se procederá a la emisión de la Resolución definitiva, la cual se notificará al interesado.

Artículo 106: Cuando resulte impracticable la notificación en la forma descrita en el Artículo que antecede, se procederá a la publicación de un extracto del acto, en un diario de mayor circulación, en cuyo caso, se entenderá notificado el interesado, quince (15) días hábiles después de la publicación, circunstancia que se le advertirá en forma expresa.

Artículo 107: La Dirección de Administración Tributaria cumplirá todas las actuaciones necesarias para el mejor conocimiento del asunto que debe decidir; y en el mismo orden, el Director de Ingeniería Municipal, respecto de las atribuciones y deberes que le competen en aplicación de esta Ordenanza. El expediente abierto, recogerá toda la tramitación a que dé lugar el asunto.

Artículo 108: Los hechos que se consideren relevantes para la decisión de un procedimiento, podrá ser objeto de todos los medios de prueba previstos en el Ordenamiento Jurídico Vigente.

Artículo 109: El Acto Administrativo que decida el caso, resolverá todas las cuestiones planteadas, tanto inicialmente, como durante la tramitación. La decisión que se dicte deberá ser notificada a los infractores, indicándoles los recursos que proceden, con

expresión de los términos para ejercerlos y los órganos ante los cuales deben interponerse.

Artículo 110: La Administración Municipal, ajustará su actuación a los principios de economía, eficacia, celeridad e imparcialidad que rigen al Derecho Administrativo.

CAPITULO IX DE LOS RECURSOS

Artículo 111: De las decisiones a que se refiere esta Ordenanza podrán ejercerse los Recursos Administrativos siguientes:

- a) Contra los actos de efectos particulares, emanados de los órganos o funcionarios en aplicación de las disposiciones de esta Ordenanza, relacionados con la expedición o negativa de los permisos para la exhibición de publicidad comercial o suspensión de los mismos, así como contra la decisión que se adopte en el caso del supuesto de hecho regulado en los Artículos 95 al 99 de esta Ordenanza, los previstos en la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.
- b) Recurso Jerárquico directamente ante el Alcalde en todas las demás materias, sanciones y tributos dispuestos en la presente Ordenanza, no expresamente señalados en el literal anterior, con arreglo a los plazos y formalidades previstas en el Código Orgánico Tributario.

En ambos casos la decisión del Alcalde agotará la vía Administrativa.

CAPITULO X DE LAS DEFINICIONES

Artículo 112: Según las áreas podrán ser ubicados los distintos medios de publicidad y se establecen las siguientes definiciones:

PARQUE METROPOLITANO: Es la unidad de recreación de mayor superficie dentro de una ciudad. Su estructura y los elementos que la conforman determinan su magnitud y fisonomía, características y particulares, con áreas de recreación pasiva y cívico-cultural.

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

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

PASEOS: Desarrollos recreacionales de carácter pasivo, localizados en las islas de las grandes avenidas, áreas peatonales diseñadas como tales, o creadas a partir del cierre de calles.

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

PARQUE SECTORIAL: Zona de recreación mixta, que por su extensión y su carácter sirve a un sector de la ciudad. Los elementos recreativos son canchas deportivas, espacios para representaciones al aire libre, paseos.

AREAS RESTRINGIDAS: Las definidas como tales en los respectivos planos de la Compañía Anónima Metro de Caracas, determinadas éstas, conforme a las características, condiciones particulares de cada una de las bocas de las distintas estaciones que conforman el sistema Metro.

AREAS DE SEGURIDAD: Las áreas definidas como tales en los respectivos planos de la Compañía Anónima Metro de Caracas, determinadas éstas por la máxima vigilancia, control y supervisión que respecto de ellas se ejerce; en sus áreas de superficie no podrá ubicarse ningún tipo de elemento publicitario.

CASSETAS TECHADAS DE PARADAS DE TRANSPORTE: Son elementos destinados a indicar en forma física, tanto a los usuarios como a los operadores, el lugar permitido a juicio del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, para la carga y descarga de pasajeros que incorporan un espacio publicitario.

CASSETAS TELEFONICAS: Elementos destinados a soportar uno a varios módulos de teléfonos, que incorporan un espacio publicitario.

MODULO DE PAPELERAS: Son elementos destinados a la recepción de desechos a fin de facilitar la labor de mantenimiento y limpieza urbana, con un espacio publicitario.

TANQUES DE AGUA EN AUTOPISTAS: Son elementos destinados al depósito de agua para casos de emergencia, ubicados en las autopistas, con áreas para publicidad.

RELOJES: Elementos destinados a exhibir un reloj, el cual está compuesto por elementos verticales que soportan un espacio publicitario y un reloj luminoso.

Otros módulos que las Autoridades Municipales determinen pertinentes permisarlas.

Módulos que presten o señalicen un servicio público:

PLANOS GUIAS: Elementos destinados a la exhibición de mapas de la ciudad en las escalas y distribución fijadas por la Oficina Municipal de Planeamiento Urbano, a fin de orientar al transeúnte en sus desplazamientos, están compuestos por elementos verticales que soportan los mapas mencionados y un espacio publicitario cuyas dimensiones son de un metro ochenta centímetros cuadrados (1,80 M²).

SEÑALIZADORES DE ESTACIONAMIENTOS PUBLICOS: Elementos destinados a anunciar a distancia el acceso de los estacionamientos públicos, compuesto por un elemento estructural de logos y señales relativas al servicio, y un dispositivo luminoso indicador de la disponibilidad que incorpora un espacio luminoso.

SEÑALIZADORES DE FARMACIAS: Elementos destinados a anunciar la localización de Farmacias, e indicar mediante un dispositivo luminoso la prestación del servicio fuera de las horas comerciales, (TURNO). Están compuestos por un elemento vertical que soporta los componentes descritos y un espacio publicitario.

SEÑALIZADORES DE SEGURIDAD BANCARIA: Elementos destinados a delimitar en forma física, la zona de control exclusivo y prohibición de estacionamiento frente a los Bancos, establecida por el Ministerio de Relaciones Interiores, compuestos por una estructura vertical que exhibe señales relativas a la delimitación de la zona y los emblemas de los Bancos, responsables de la custodia de la zona.

NOMENCLATURAS VIALES: Elementos destinados a indicar los nombres o números de las calles y avenidas del Municipio Chacao, compuesto por un elemento vertical que soporta dos nomenclaturas y un aviso publicitario.

CAPITULO XI DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo 113: Las empresas que con anterioridad a la entrada en vigencia de esta Ordenanza, se hayan inscrito en el Registro que al efecto lleve la sanción de liquidación, deberán solicitar la renovación de su registro.

Artículo 114: Dentro de los noventa (90) días hábiles siguientes a la fecha de entrada en vigencia de esta Ordenanza, las Empresas Publicitarias, deberán informar al Municipio, a través de la Dirección de Administración Tributaria, los medios publicitarios instalados que no se adecúan a los requisitos establecidos en esta Ordenanza. La no información en el plazo antes señalado conllevaría al retiro de los medios publicitarios.

Parágrafo Único: Los medios publicitarios instalados y no permitidos que no se adecúan además a los requisitos establecidos en la Ordenanza, deberán ser retirados en el plazo de los noventa (90) días hábiles siguientes a la fecha de entrada en vigencia de esta Ordenanza. Al efecto es obligación de las Empresas Publicitarias informar a la Autoridad Competente de estos medios publicitarios instalados y no permitidos, dentro de los noventa (90) días continuos siguientes a la fecha de entrada en vigencia de esta Ordenanza. Para la tramitación del retiro de los medios publicitarios a que haya lugar, se actuará conforme a las estipulaciones contenidas en este dispositivo legal.

Artículo 115: El Municipio mediante decreto del Alcalde tendrá la facultad de ajustar anualmente las tarifas o aforos establecidos en la presente Ordenanza, según el índice de inflación, conforme al informe respectivo del Banco Central de Venezuela.

Artículo 116: Los permisos de publicidad Comercial bajo la modalidad de murales, quedan suprimidos en jurisdicción del Municipio Chacao, aquellos otorgados por la Dirección de Administración Tributaria, con anterioridad a la entrada en vigencia de la presente reforma, sólo se mantendrán en vigencia durante el lapso establecido en el permiso y no podrán ser renovados.

La Administración Tributaria tomará las previsiones para la eliminación del señalado medio publicitario.

CAPITULO XII DISPOSICIONES FINALES

Artículo 117: Los casos no previstos en esta Ordenanza serán resueltos por el Alcalde.

Artículo 118: Las empresas que prestan servicio de publicidad exterior en el Municipio Chacao como vallas, carteles y otros, destinarán una parte de sus espacios a la divulgación de mensajes institucionales.

Artículo 119: Las denominaciones de las diferentes Dependencias y/o Direcciones a los cuales se le atribuyen funciones en esta Ordenanza, podrá ser sustituido por otras denominaciones mediante Decreto dictado por el Alcalde y publicado en la Gaceta Municipal.

Artículo 120: La presente Ordenanza entrará en vigencia una vez transcurridos sesenta (60) días continuos, contados a partir de su publicación en la Gaceta Municipal.

Dado firmado y sellado en el Salón de Sesiones del Concejo Municipal de Chacao del Estado Miranda, a los siete (07) días del mes de octubre del dos mil cuatro (2004). Años 194º de la Independencia y 145º de la Federación.

**EVA RAMOS RÁMIREZ
LA VICEPRESIDENTA**

**SUSANA ROJAS
LA SECRETARIA MUNICIPAL**

Despacho del Alcalde, en Chacao, a los 25 días mes de Octubre del dos mil cuatro (2004). Años 194º de la Independencia y 145º de la Federación.

Cúmplase, Publíquese, Ejecútese.

**MARIA PAOLA BLANCO
LA ALCALDESA (E)**