



Gaceta Municipal

DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO
ESTADO ZULIA

Depósito Legal P.P.96-0113

AÑO XXVIII Extraordinaria SAN FRANCISCO, 02 DE NOVIEMBRE DE 2023 Edición: 50 ejemplares N° 619

ORDENANZA SOBRE EL IMPUESTO DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO



Gaceta Municipal

DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO
ESTADO ZULIA

Depósito Legal P.P.96-0113

AÑO XXVIII Extraordinaria SAN FRANCISCO, 02 DE NOVIEMBRE DE 2023 Edición: 50 ejemplares Nº 619

SUMARIO

CONCEJO DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO

ORDENANZA SOBRE EL IMPUESTO DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA ESTADO ZULIA EL CONCEJO MUNICIPAL DE SAN FRANCISCO

En ejercicio de las atribuciones que le confieren los artículos 176 y 178 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela; y 31, 32, numeral 3; 34; 54, numeral 1; y 56, numerales 1 y 2 literal "a", de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal.

Sanciona la siguiente:

ORDENANZA SOBRE EL IMPUESTO DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD COMERCIAL DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Objetivo.

Artículo 1. Esta Ordenanza tiene por objeto regular y establecer el impuesto y demás elementos conexos que se generen por concepto de propaganda y publicidad comercial que sea instalada, transmitida, exhibida, distribuida, proyectada o repartida de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante rotulaciones en vehículos, dentro del Municipio San Francisco del Estado Zulia, conforme a lo dispuesto en el numeral 3 del artículo 178 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Artículo 2. Le corresponde al Municipio San Francisco en materia de publicidad comercial:

1. Recaudar el impuesto sobre propaganda y publicidad comercial previstos en el artículo 179 numeral 2 de la

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

2. Determinar las obligaciones y aspectos técnicos exigidos a los contribuyentes, en cuanto a la publicidad comercial para ser: editada, transmitida, instalada, exhibida, distribuida, proyectada o repartida de manera impresa en jurisdicción en el Municipio San Francisco del Estado Zulia, según lo previsto en la presente Ordenanza.

3. Sustanciar los procedimientos administrativos referentes a la obtención de los permisos, remoción o suspensión de medios de propaganda o publicidad, sea cual fuere su género o contenido, así como las aplicaciones de sanciones administrativas.

Artículo 3. A los efectos de facilitar la lectura e interpretación de los términos contenidos en la presente ordenanza, a las expresiones contenidas en la misma les será atribuido el sentido que aparece evidente del significado de las palabras a excepción de las que seguidamente se definen:

a) Anunciante: Es la persona natural o jurídica que desarrolla actividades de publicidad para dar a conocer, promover, informar o difundir productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, bien sea en forma directa o indirecta, o a través de terceros.

b) Publicista: Es la persona natural o jurídica cuya actividad económica es realizar, promover, ordenar o pagar la publicidad por su cuenta o por cuenta de terceros.

c) Medios Publicitarios: Son los canales, vías o espacios creados, manejados, fabricados, instalados y producidos, por cualquier persona natural o jurídica de manera permanente o eventual donde se exhiben o exponen las pautas publicitarias, de productos o servicios anunciados con el fin de atraer consumidores, usuarios y compradores.

d) Empresa de Publicidad: Toda persona natural o jurídica, que de manera permanente o eventual, asume la instalación, creación, edición, transmisión, exhibición, distribución de mensajes o anuncios publicitarios, destinados a dar a conocer al público, a promover, informar, divulgar, productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos

e) mercantiles y similares; con el fin de atraer de manera directa o indirecta, a consumidores, usuarios y compradores.

f) **Propaganda y Publicidad Comercial:** Es aquella cuyo contenido es desplegado o ejercido, a través de todo anuncio o mensaje difundido por cualquier medio destinado a dar a conocer, promover, informar o divulgar 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.

g) **Valla:** Medio publicitario en forma de objeto, cartel, anuncio, mural, anclado en la superficie, adosado a bienes inmuebles o cualquier estructura fija, impreso, pintado o formado por materiales que representen letras, figuras, símbolos destinados a permanecer a la vista del público y que por sus dimensiones, peso, altura o ubicación requieran condiciones especiales para su instalación.

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

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

j) **Valla Móvil:** Instalación publicitaria fija u ocasional sobre vehículo de tracción mecánica o humana.

k) **Postes Publicitarios:** Elementos anclados en las aceras, compuestos por una superficie destinada para la exhibición de propaganda y publicidad comercial y elementos que brindan información y servicios a la comunidad.

l) **Columnas Informativas:** Elementos anclados al suelo que tienen como finalidad informar a la comunidad sobre temas de interés municipal, y que cuentan con áreas para exhibir propaganda y publicidad comercial.

Impuesto.

Artículo 4. El impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial establecido en la presente ordenanza será un monto mensual que dependerá del bien o servicio objeto de la actividad promocional que ejecute el anunciante y se determinará en el equivalente en bolívares del tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela. En consecuencia, los respectivos valores aplicables serán los establecidos en el Clasificador de Actividades de Publicidad, el cual es parte integrante e inseparable de la presente ordenanza como Anexo "A".

Propaganda o Publicidad Comercial.

Artículo 5. Se entiende por propaganda o publicidad comercial todo aviso, anuncio, imagen, logo o mensaje que sea exhibido, proyectado o instalado en el interior o exterior de bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada que sean visibles para el público, así como todos aquellos avisos ubicados en medios exteriores, interiores y los proyectados en locales e inmuebles comerciales, en salas de cines, o todo tipo de lugar 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.

Hecho imponible.

Artículo 6. El impuesto sobre propaganda y publicidad grava todo aviso o imágenes de manera impresa, electrónica o digital, que con fines publicitarios sea exhibido, proyectado o instalado en bienes de dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada, dentro del territorio del municipio.

Sujeto Pasivo.

Artículo 7. Es sujeto pasivo del impuesto sobre propaganda y publicidad comercial el contribuyente bien como persona natural o jurídica, cuyo producto o actividad mercantil se beneficia con la publicidad y está obligado al cumplimiento de las obligaciones tributarias, sea en calidad de contribuyente o responsable. A tales efectos, el contribuyente de este tributo es el anunciante cuyo producto o actividad, es el beneficiarse con la publicidad.

Agentes de Percepción.

Artículo 8. Serán responsables de este tributo en carácter de agentes de percepción, las empresas que se encarguen de prestar el servicio de publicidad, los editores o cualquier otro que, en razón de su actividad participe o haga efectiva la publicidad.

PARÁGRAFO ÚNICO: 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. Una vez percibido el tributo correspondiente, el agente de percepción es el único responsable ante la Administración Tributaria Municipal del importe percibido.

Responsabilidad solidaria

Artículo 9. Son solidariamente responsables del impuesto establecido en la presente ordenanza y de sus accesorios:

- Los anunciados, entendiéndose como tales aquellas personas naturales o jurídicas cuyos productos o servicios se den a conocer a través de cualquier medio publicitario;
- 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 difunden mensajes de Propaganda y Publicidad Comercial;
- 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.

CAPÍTULO II

DE LAS EMPRESAS DE PROPAGANDA Y

PUBLICIDAD COMERCIAL**Definición**

Artículo 10. Para efectos de la presente ordenanza se entiende por empresas de propaganda y publicidad toda persona natural, jurídica o ente de cualquier naturaleza que de manera permanente o eventual asume la instalación, creación, edición, transmisión, exhibición, distribución de mensajes o anuncios publicitarios, destinados a dar a conocer al público; para promover, informar o divulgar, productos, artículos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer de manera directa o indirecta a consumidores, usuarios o compradores.

Obligaciones de las empresas de propaganda y publicidad comercial

Artículo 11. Corresponde a las empresas que realicen propaganda y publicidad comercial en jurisdicción de este Municipio:

1. Cumplir con todos los deberes formales contemplados en la presente ordenanza, sin perjuicio de lo previsto en las Ordenanzas Tributarias Municipales.
2. Mantener en buen estado los medios publicitarios que coloquen o instalen; retirar aquellos que no llenan las condiciones estéticas y de seguridad requeridas 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 Administración Tributaria Municipal 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, intereses y sus accesorios respectivos.
5. Remover los medios publicitarios que no se ajusten a lo establecido en la presente 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 la presente ordenanza.

Registro

Artículo 12. Toda persona natural o jurídica antes de ejercer de forma permanente en el municipio la actividad económica de propaganda y publicidad, deberá luego de realizar su formalización como contribuyente o responsable ante la administración tributaria municipal, en los términos previstos en la ordenanza que regula la materia, tramitar y obtener el permiso de empresas publicitarias debiendo cancelar a tales efectos una tasa del monto en bolívares equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

PARÁGRAFO ÚNICO: En toda propaganda y publicidad comercial, destinada a permanecer a la vista del público, deberá indicarse en forma clara y visible, el número de permiso o el número de resolución emanada por la Administración Tributaria Municipal.

Artículo 13. Las empresas o responsables que hagan uso de publicidad y propaganda comercial de forma permanente, luego de formalizarse ante la Administración Tributaria Municipal, para tramitar el permiso previsto en el artículo anterior, deberán consignar los siguientes recaudos:

1. Copia del registro de Información fiscal (RIF)
2. Pago de la Tasa administrativa del permiso de empresas o contribuyentes de propaganda y publicidad.
3. La solicitud de autorización como empresa de propaganda y publicidad comercial, si fuere el caso.
4. La solicitud de autorización de utilización de publicidad y propaganda comercial, de la actividad económica a desarrollar.
5. Indicar las características y formas de la propaganda y publicidad, y de los medios publicitarios a utilizar.
6. El tiempo en el cual será exhibida, instalada, distribuida o transmitida, el número de ejemplares, el sitio y/o el espacio a ocupar.
7. Cualquier otro dato que las autoridades competentes municipales, conforme a la normativa que rige la materia, determinen pertinente.

PARAGRAFO PRIMERO: Con la solicitud del permiso el interesado deberá acompañar:

- a) Una muestra de textos modelos, afiches, estampas, cartel o cualquier otro medio sobre el cual se realice la propaganda y publicidad comercial.
- b) En caso de propaganda y 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 aviso, anuncios con estructura propia, planos y cálculos firmados por un ingeniero colegiado.
- c) Será imprescindible obtener, previamente, el visto bueno y/o autorización de la 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, realizando el pago de la tasa correspondiente ante el ente recaudador, en un monto equivalente en bolívares a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las empresas de propaganda y publicidad comercial en calidad de anunciantes y que realicen de forma eventual en el municipio sus servicios, no estarán obligadas a formalizar el registro de la empresa en el municipio, pero deberán solicitar un permiso para la correspondiente propaganda o publicidad comercial, debiendo cancelar el monto en bolívares equivalente a quince (15) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela. Por cada publicidad o propaganda eventual que realice.

Negativa del Permiso

Artículo 14. Toda publicidad y propaganda comercial debe ajustarse a las normas establecidas en la presente ordenanza,

en caso de contravención con lo previsto en el artículo anterior, así como lo establecido en otros instrumentos legales inherentes a la materia, en consecuencia, la Administración Tributaria Municipal podrá suspender, prohibir, remover cualquier medio publicitario, en casos de:

- a) No se ajuste a las normas de moralidad, ética, lenguaje.
- b) Cuando se sospeche de peligros en situaciones de emergencias, como: cortocircuitos, lluvias, fuego, sismos, vientos o impactos;
- c) Cuando se atente contra el ornato y paisajismo público;
- d) Cuando se efectúe propaganda y publicidad sobre productos nocivos para la salud sin que el mensaje sobre la advertencia de sus efectos sea incluido o ilegible a distancias menores de veinte (20) metros.

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

Propaganda y publicidad fijada en carteles, vallas y similares

Artículo 15. A los efectos del literal "b" del artículo que antecede, cuando se trate de aviso, 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 propaganda y 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 pagar los impuestos causados en aplicación de la ordenanza, copia de esta póliza de seguros se archivará en la Administración Tributaria Municipal.

Permisos otorgados por la autoridad nacional

Artículo 16. En aquellos casos de propaganda y publicidad que conforme a las leyes o reglamentos nacionales requieran de permiso previo de alguna autoridad nacional, no se admitirá la solicitud de permiso, 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 documento de propiedad o contrato de arrendamiento respectivo con la debida autorización del o los propietarios del inmueble. En dicho contrato deberá establecerse, además del tiempo y canon de arrendamiento, la obligación de la empresa de propaganda y 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 comprometerse el interesado a efectuar trabajos de jardinería y ornato en las zonas circundantes, a criterio del municipio a través de su órgano competente.

Propaganda y publicidad de manera eventual

Artículo 18. Las empresas que realicen propaganda y publicidad de manera eventual, deberán solicitar el permiso conforme a lo establecido en los artículos anteriores de la presente ordenanza, cada vez que vayan a hacer pública la propaganda y publicidad comercial. En la solicitud deberá indicarse la persona, responsable ante la Administración tributaria, quien necesariamente deberá suscribir dicha solicitud, o en todo caso lo hará su representante legal.

Traslado de espacio publicitario

Artículo 19. En caso de traslado de un espacio publicitario, este se considerará como espacio nuevo, debiendo el interesado proceder a lo establecido en la presente ordenanza al efecto.

PARÁGRAFO PRIMERO: Ninguna propaganda y publicidad comercial destinada a permanecer fija en un lugar determinado podrá ser trasladada a otro lugar.

PARÁGRAFO SEGUNDO: En caso de retiro de propaganda y publicidad comercial ya sea de manera fija o eventual, deberán las empresas responsables dejar los espacios en armonía con el ornato público municipal.

CAPÍTULO III

DE LA DETERMINACIÓN, DECLARACIÓN, LIQUIDACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO

Base imponible.

Artículo 20. La base imponible para la liquidación mensual del monto del impuesto por concepto de propaganda y publicidad comercial, sea permanente o eventual, se determinará y cuantificará de acuerdo a lo previsto en la tabla anexa y que forma parte integrante de la presente Ordenanza.

Verificar) Autoliquidación Mensual.

Artículo 21. Los anunciantes o responsables sujetos al pago del impuesto establecido en la presente ordenanza, declararan y pagaran el impuesto en las oficinas o entidades de recaudación de la administración tributaria municipal, dentro de los primeros diez (10) días hábiles de cada mes indicando los datos que precisen el tipo, ubicación, y cantidad de formas de publicidad utilizadas en el mes inmediato anterior, de conformidad con el Clasificador Propaganda y Publicidad Comercial.

Pagos proporcionales

Artículo 22. Cuando se trate de una publicidad, cuya exhibición no exceda de treinta (30) días continuos, el impuesto será pagado sobre la base de la tercera parte que hubiere pagado de permanecer exhibida un mes.

Intereses moratorios

Artículo 23. Transcurridos los períodos de pago, los sujetos pasivos que no hayan satisfecho sus obligaciones deberán pagar intereses moratorios a la tasa establecida en el artículo 66 del Código Orgánico Tributario, aplicada sobre el monto del impuesto exigible y no pagado.

Cambio de medio publicitario

Artículo 24. Cuando un contribuyente cambie del medio publicitario o se haga Propaganda y Publicidad Comercial a un producto que tenga una tasa impositiva mayor, deberá pagar el impuesto correspondiente a la modificación efectuada, dentro de los Diez (10) días continuos a su ocurrencia.

Dos o más anunciados

Artículo 25. Si en un mismo medio publicitario se hiciera propaganda y publicidad comercial 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.

Unidad de Cálculo

Artículo 26. A los efectos de realizar el cálculo del impuesto establecido en la presente ordenanza, así como en la aplicación de las sanciones pecuniarias a los sujetos pasivos, se habrá de tomar el monto en bolívares equivalente al tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela en su portal electrónico.

CAPITULO IV DE LA PUBLICIDAD

Propaganda y publicidad comercial en medios impresos

Artículo 28. Se entiende por propaganda o publicidad comercial en medios impresos, cuando se realiza mediante folletos, hojas impresas, volantes, almanaques, mapas, tarjetas, guías, anuncios, agendas y cualquier otra edición de circulación similar y suplementos publicitarios, bien sea de entrega personal o por correo, así como datos cronológicos o astronómicos, mapas, guías, agendas y similares que lleven publicidad comercial e industrial, los que se distribuyen con la prensa y se ofrezcan al público en forma gratuita o a la venta. De igual forma, son medios impresos de publicidad, los que se realizan a través de afiches, habladores, buzones, mobiliario o similares, bien sea de material de cartón, papel, plástico, lata, y cualquier otro material.

De la proyección de propaganda y publicidad comercial salas de cine

Artículo 29. El impuesto que se genere por la realización de propaganda y publicidad comercial en pantallas de salas de cine, comerciales de productos, bienes o servicios que se proyecten en las mismas, deberá liquidarse y pagarse mensualmente a la Administración Tributaria Municipal; a tal efecto deberá presentarse a la misma, dentro de los primeros quince (15) días continuos del mes inmediato, una relación mensual de la publicidad proyectada en cada sala.

Pantalla, proyecciones, pizarras electrónicas

Artículo 30. La propaganda y publicidad comercial que se efectuó mediante proyecciones, pantallas, pizarras electrónicas,

generará el pago del impuesto correspondiente al medio publicitario previsto en la tabla anexa de la presente ordenanza, y será liquidada y pagada en la forma prevista en la presente ordenanza.

Propaganda o publicidad comercial interna y externa

Artículo 31. Es la propaganda o publicidad comercial que de manera permanente se encuentra ubicada en el interior y exterior de locales comerciales, industriales o empresas, y aquella en los sitios públicos permitidos; ya sean avisos, carteles, banderas, bobina de papel para anaqueles, banderolas, banderines, habladores, afiches, exhibidores o resaltadores, así como cualquier otro medio publicitario similar, colocados en sitios con acceso público, que contengan todo tipo de publicidad, entre las que indique remates, ofertas de productos, liquidaciones o rebajas.

PARÁGRAFO PRIMERO: Se entenderá como interior el área que conforma el espacio cerrado y techado donde se encuentra ubicado el local comercial.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los medios publicitarios constituidos por pendones, pancartas y similares, serán considerados como tal, cuando su extensión no exceda de seis metros (6mts) de largo.

Carteles y otros anuncios

Artículo 32. La publicidad de anuncios, carteles y similares podrá ser colocada en los frentes de los edificios, cuando la fachada de los mismos así lo permita, y deberán ser instalados en plano, adosados a la fachada local y sin tapar ventilaciones ni vistas de los locales comerciales, con un espesor no mayor de treinta centímetros (30cm) y una altura no menor de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm) 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 servicios, clínicas y hoteles, previo la expedición de la conformidad de uso por parte de la Dirección de Planificación Urbana y Catastro, la Administración Tributaria Municipal podrá permitir la colocación del aviso indicativo del establecimiento en forma perpendicular al plano de la fachada y en sentido vertical, siempre que no exceda de tres metros treinta centímetros cuadrados (3,30mts/cm²) y comenzando a una altura mínima de dos metros veinte centímetros (2,20mts/cm) desde la vista inferior del suelo.

De la publicidad móvil

Artículo 33.- Toda propaganda y publicidad comercial móvil (para recorrer calles o avenidas) será aquella que se efectuó mediante la utilización de figuras mecánicas, electrónicas, portadoras de avisos en tableros, cartelones, inflables y otros medios de publicidad. La publicidad pintada, colocada o instalada en la parte interior y exterior de los autobuses y demás vehículos de uso público, se considera dentro de esta clase de medio publicitario.

Otra publicidad móvil

Artículo 34. Se encuentra también dentro de la clasificación prevista en la presente Sección, la propaganda o publicidad comercial realizada a través de letreros o anuncios pintados en el exterior de los vehículos de carga y de reparto, incluso bicicletas, motocicletas y similares cuando se refieran a una empresa o firma distinta de la propietaria del vehículo, o servicios o productos no expedidos por ella.

Aviones, helicópteros, globos Dirigibles y aerostáticos

Artículo 35. También se considerará publicidad móvil, aquella que se efectuó por medio de aviones, helicópteros, globos dirigibles o aerostáticos, globos fijos y medios similares, tripulados o no.

CAPÍTULO V DE LAS EXENCIONES Y EXONERACIONES

De las Exenciones.

Artículo 36. Están exentos del pago del impuesto a que se refiere la presente Ordenanza:

1. Un aviso o cartel de personas jurídicas o naturales con medidas de hasta mil centímetros por mil quinientos centímetros (1.000 cm x 1.500 cm) contentivo del nombre comercial y Registro de información Fiscal (RIF). Esta exención aplica para un máximo de un (01) aviso por contribuyente.
2. 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.
3. Los carteles, anuncios y demás publicaciones de ofertas o demandas de trabajo, referidos exclusivamente a este fin.
4. Los anunciantes que promuevan la conservación del medio ambiente y embellecimiento de plazas y parques del Municipio, previa autorización de la municipalidad.
5. Los anuncios destinados a campañas educativas, salud y prevención de enfermedades o mensajes institucionales para crear conciencia ciudadana.

De las Exoneraciones.

Artículo 37. El Alcalde o Alcaldesa podrá otorgar, a petición del interesado, la exoneración total o parcial del impuesto a que se refiere la presente Ordenanza.

CAPÍTULO VI DE LAS PROHIBICIONES

Instalación prohibida

Artículo 38. Se prohíbe instalar propaganda y publicidad:

1. Que sea contraria al orden público, la seguridad, las buenas costumbres y que atenten la moral.
2. Cuando trate de actividades prohibidas en disposiciones legales.
3. Cuando obstaculice la visión de los valores paisajísticos.
4. En las vías y carreteras que obstaculicen 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 vial.

5. En las áreas designadas como parque nacional o reserva nacional.

6. 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.

7. En las calles, paseos y caminos por medio de franjas transversales que los crucen, aunque no interfieran el libre tránsito.

8. 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 propaganda y publicidad de imagen para promover un espectáculo.

9. En el interior y en las paredes exteriores de los cementerios.

10. En las señales destinadas a regular el tránsito.

11. 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.

12. A través de megáfonos y/o altoparlantes fijos, ambulantes o sobre vehículos, salvo en el interior de los establecimientos.

13. En el mobiliario de las plazas, plazoletas, parques infantiles y paseos peatonales, quedando a salvo las estipulaciones contenidas en la presente ordenanza, referidas a propaganda y publicidad en los sectores aludidos.

14. Se prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas, de tabacos o cigarrillos cuando se trate de hacerlos aparecer como absolutamente inofensivos a la salud.

15. Que utilice la actividad deportiva o el nombre o imagen de deportistas o atletas como incentivo para promover el consumo de bebidas alcohólicas o cigarrillos o el ejercicio de cualquier actividad que afecte la salud.

16. Cuando el diseño gráfico, la combinación cromática, la luminosidad, elementos móviles o cualquier otra característica presente en los mismos, puedan distraer de manera peligrosa a los conductores de vehículos y demás usuarios de la vía.

CAPÍTULO VII DE LAS SANCIONES Y MULTAS

Violación de cualquiera de las disposiciones

Artículo 39. La violación de cualquiera de las disposiciones de la presente ordenanza, causará la suspensión inmediata de la autorización, trámite o perisología, para la instalación o construcción de vallas o cualquier otro medio publicitario, a tal efecto, la Administración Tributaria Municipal ordenará la remoción o sustitución, sin perjuicio del pago del impuesto ocasionado y la multa respectiva por tal acción.

Propaganda y publicidad comercial sin estar inscrito en los registros

Artículo 40. Quien ejerza actividades de publicidad y propaganda en el Municipio San Francisco, sin haberse inscrito en el Registro correspondiente, establecido en la presente Ordenanza, será sancionado con clausura de cinco (05) días continuos de la oficina, local o establecimiento, y una multa en bolívares del equivalente a cincuenta (50) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

Artículo 41. El que efectuare propaganda y 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:

a. Por la exhibición de hasta 10 mts² o fracción de propaganda y publicidad comercial, la cantidad de el equivalente en bolívares de cincuenta (50) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

b. Por la exhibición de entre 11 mts² a 20 mts² o fracción de propaganda y publicidad comercial, la cantidad de el equivalente en bolívares de cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

c. Por la exhibición de un espacio o superficie superior a 21 mts² o fracción de propaganda y publicidad comercial, la cantidad de el equivalente en bolívares de ciento cincuenta (150) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

PARÁGRAFO ÚNICO: 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 el Municipio 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 publicidad por un lapso de un (1) año. Sin perjuicio del cobro del impuesto causado y no pagado por la autorización del medio publicitario.

Propaganda y publicidad comercial a pesar de haberle sido negada su solicitud

Artículo 42. Quien proceda a efectuar la propaganda y publicidad comercial a pesar de haberle sido negada su solicitud, será sancionado con multa en bolívares del equivalente a doscientas (200) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela, sin perjuicio del cobro del impuesto causado y no pagado 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 permiso.

Inobservancia a las Prohibiciones

Artículo 43. Quienes ejerzan actividades publicitarias en el Municipio con inobservancia de las prohibiciones establecidas en el artículo 38 de la presente Ordenanza, serán sancionados con multa en bolívares equivalente a cien (100) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor publicado por el banco central de Venezuela.

Retraso u Omisión de pago del impuesto

Artículo 44. El que efectuare propaganda y publicidad comercial y se retrase u omitiere el pago del impuesto correspondiente, será sancionado con la remoción del medio publicitario de que se trata y una multa en bolívares equivalente a cero coma veintiocho por ciento (0,28%) del monto adeudado

por cada día de retraso hasta un máximo de cien por ciento (100%), cuando se trate de tributos debidos en el término de un año, contado desde la fecha en que debió cumplir la obligación. Cuando el pago se realice fuera del término de un año, será sancionado adicionalmente con una cantidad de cincuenta por ciento (50%) del monto adeudado; y cuando se realice en pago fuera del término de dos años, será sancionado adicionalmente con una cantidad de ciento cincuenta por ciento (150%) del monto adeudado.

CAPÍTULO VIII DE LOS RECURSOS

Actos recurribles

Artículo 45. Los actos de la Administración Tributaria Municipal de efectos particulares, que determinen el impuesto a que se refiere la presente ordenanza, que apliquen sanciones o afecten en cualquier forma los derechos de los contribuyentes, podrán ser impugnados por quien tenga interés legítimo, personal y directo mediante la interposición de las vías recursivas consagradas en el Código orgánico tributario. El ejercicio de dichos recursos no es requisito necesario para interponer el Recurso Contencioso Tributario.

Órgano competente

Artículo 46. El recurso jerárquico deberá dirigirse al Alcalde o Alcaldesa del Municipio e interponerse ante el órgano que emanó el acto, mediante, escrito razonado en el cual se expresarán las razones de hecho y de derecho en que se funda, con la asistencia o representación de un abogado o de cualquier otro profesional afín al área tributaria. Asimismo, deberá acompañarse el documento donde aparezca el acto recurrido o, en su defecto, éste deberá identificarse suficientemente en el texto de dicho escrito. De igual modo el contribuyente o responsable podrá anunciar, aportar o promover las pruebas que serán evacuadas en el lapso probatorio. El error en la calificación del recurso por parte del recurrente no será obstáculo para su tramitación, siempre que del escrito se deduzca su verdadero carácter. A tal efecto deberá cumplir con las formalidades de establecidas en el Código Orgánico Tributario.

Revocatoria o modificación de oficio

Artículo 47. Interpuesto el recurso jerárquico, la oficina de donde emanó el acto, podrá revocarlo o modificarlo de oficio, en caso de comprobarse errores en los cálculos y otros errores materiales, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes, contados a partir de la interposición del recurso. La revocatoria total produce el término del procedimiento.

Suspensión de los efectos

Artículo 48. La interposición del recurso no suspende los efectos del acto recurrido. No obstante, el interesado o interesada podrá solicitar la suspensión de los efectos, cuando de manera concurrente la ejecución del acto pudiera causarle graves perjuicios y la impugnación se fundamentare en la apariencia del buen derecho. La solicitud deberá efectuarse en el mismo escrito del recurso, consignando todas las pruebas que fundamenten su solicitud.

Causales de inadmisibilidad

Artículo 49: Son causales de inadmisibilidad del recurso:

1. La falta de cualidad o interés del recurrente.
2. La caducidad del lapso para ejercer el recurso.
3. Illegitimidad de la persona que se presente como apoderado o representante del recurrente, por no tener capacidad necesaria para recurrir o por no tener la representación que se atribuye o porque el poder no esté otorgado en forma legal o sea insuficiente.
4. Falta de asistencia o representación de abogado o de cualquier otro profesional afín al área tributaria.

PARÁGRAFO ÚNICO: La resolución que declare la inadmisibilidad del recurso jerárquico será motivada y contra la misma podrá se podrá ejercer el Recurso Contencioso Tributario previsto en el Código Orgánico Tributario.

Práctica de diligencias de investigación

Artículo 50. El Alcalde o Alcaldesa podrá practicar todas las diligencias de investigación necesarias para el esclarecimiento de los hechos y llevará los resultados al expediente. Asimismo, está obligado a incorporar al expediente los elementos de que disponga.

Delegación de la sustanciación

Artículo 51. La decisión del recurso jerárquico corresponde al Alcalde o Alcaldesa, quien podrá delegar la sustanciación del mismo en la unidad o unidades, o ante el funcionario que tengan conocimiento de la aplicación de la presente ordenanza y demás leyes tributarias nacionales.

Lapso para decidir

Artículo 52. El Alcalde o Alcaldesa dispondrá de un lapso de sesenta (60) días hábiles para decidir el recurso.

Resolución motivada

Artículo 53. El recurso deberá decidirse mediante Resolución motivada, debiendo, en su caso, mantener la reserva de la información proporcionada por terceros, independientes que afecte o pudiera afectar su posición competitiva. Cumplido el término fijado en el artículo anterior, sin que hubiere decisión, el Recurso se entenderá denegado, quedando abierta la jurisdicción contenciosa tributaria.

No suspensión de efectos del acto impugnado

Artículo 54. La interposición del Recurso Contencioso Tributario, no suspende los efectos del Acto Impugnado, sin menoscabo de los derechos que le asisten al contribuyente de solicitar la suspensión de sus efectos cuando se causen daños irreparables, de conformidad con lo previsto en el artículo 270 del Código Orgánico Tributario.

**CAPITULO IX
DISPOSICIONES TRANSITORIAS, DEROGATORIAS Y
FINALES**

Disposición Transitoria

Artículo 55. 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 Administración Tributaria Municipal, 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 mismos.

Disposición Derogatoria

Artículo 56. Se deroga la Ordenanza del Impuesto sobre Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio San Francisco del Estado Zulia, sancionada el dos (02) de noviembre de 2020, publicada en la Gaceta Municipal extraordinaria N° 533.

Disposiciones Finales

Artículo 57. Las empresas que prestan servicio de propaganda y publicidad exterior en el Municipio San Francisco del Estado Zulia como vallas, carteles y otros, destinarán una parte de sus espacios a la divulgación de mensajes institucionales.

Artículo 58. Las fiscalizaciones que ejerciera la Administración Tributaria Municipal, se registrarán por la Ordenanza sobre Administración Tributaria del Municipio y el Código Orgánico Tributario.

Artículo 59. La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir del nueve (09) de noviembre del año 2023, fecha en la cual ya debe estar su correspondiente publicación en gaceta municipal.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

Dada, sellada y firmada en el Salón de Sesiones del Concejo Municipal de San Francisco, a los dos días del mes de noviembre de dos mil veintitrés. Año 212° de la Independencia y 164° de la Federación


Abog. YBRAHIM GUTIERREZ
PRESIDENTE


Abog. SILFRIDO VILLASMIL
SECRETARIO MUNICIPAL

ANEXO A

CLASIFICADOR DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL

CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL.	UNIDAD DE MEDICIÓN.	Nº DE VECES EL TCOMMV
A-001	A-001-01	Propaganda de pared, fachada, de suelo, de chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en centros comerciales, licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados, restaurante y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-001-02	Anuncios portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24
	A-001-03	Anuncios incorporados a vehículo automotor.	POR UNIDAD.	10.24
	A-001-04	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca.	DE 1 EN ADELANTE	14.22
	A-001-05	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local.	DE 1 EN ADELANTE	5.12
	A-001-06	Propaganda de productos o marcas incorporada a equipos tales como: neveras, freezer, cavas, enfriadoras de botellas, sifones, dispensadores de bebidas.	POR UNIDAD.	10.24
	A-001-07	Espectáculos de publicidad y propaganda.	POR UNIDAD.	42.65
	A-001-08	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82
	A-001-09	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL.	UNIDAD DE MEDICIÓN.	

		(BANCOS, SEGUROS Y DEMÁS ENTIDADES FINANCIERAS).		
	A-002-01	Propaganda sobre suelo, chupeta, valles, paredes y fachadas, anuncios salientes, colgante de vientos, toldos y marquesinas. Incluye avisos en centros comerciales, licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados, restaurantes y similares.	POR UNIDAD.	30.24
A-002	A-002-02	Anuncios de billetes, casa a casa, habladores, banderines, pancartas, suvenir, servilletas, pitillitas, destapadores, llaveros, alifas, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorpore su imagen o marca.	DE 1 EN ADELANTE	34.22
	A-002-03	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local.	DE 1 EN ADELANTE	0.15
	A-002-04	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82
	A-002-05	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.58
CÓDIGO.	SUB-CÓDIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL (MANUFACTURAS DE TABACO).	UNIDAD DE MEDICIÓN.	
A-003	A-003-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgante de vientos, valles, toldos y marquesina. Incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	30.24
	A-003-02	Anuncios, panfletos, exhibidores.	POR UNIDAD.	30.24
	A-003-03	Anuncios incorporados a vehículo automotor.	POR UNIDAD.	30.24
A-003	A-003-04	Anuncios de billetes, casa a casa, habladores, banderines, pancartas, suvenir, servilletas, pitillitas, destapadores, llaveros, alifas, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorpore su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE.	0.42
	A-003-05	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local.	DE 1 EN ADELANTE.	5.12
	A-003-06	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82

	A-003-07	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	1.88
CÓDIGO.	SUB-CÓDIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL (PRODUCTOS ALIMENTICIOS).	UNIDAD DE MEDICIÓN.	0.00
				0.00
A-004	A-004-01	Propaganda de fachada, salientes, panel, aseo, chupeta, colgantes de ventanas, valijas, toldos y marquesinas. Incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-004-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24
	A-004-03	Anuncios incorporados a vehículo automotor.	POR UNIDAD.	10.24
	A-004-04	Anuncios de billetes, casa a casa, habladores, banderines, pancartas, suvenir, servilletas, pñilinas, destapadores, llaveros, alfileres, perforados, estufados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorpore su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	0.42
	A-004-05	Máquina dispensadora de café, sólo o combinada, con incorporación de propaganda de productos o marcas.	POR UNIDAD.	1.42
	A-004-06	Propaganda de productos o marcas incorporada a equipos tales como, neveras, frigoríficos , cestas, empujadores de botellas y yogurt.	POR UNIDAD.	1.71
	A-004-07	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82
	A-004-08	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CÓDIGO.	SUB-CÓDIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL (PRODUCTOS DE HELADOS)	UNIDAD DE MEDICIÓN.	
A-005	A-005-01	Propaganda de fachada, salientes, panel, aseo, chupeta, colgantes de ventanas, valijas, toldos y marquesinas. Incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-005-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	1.41

GACETA MUNICIPAL DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO

	A-005-03	Anuncios incorporados a vehículo automotor.	POR UNIDAD.	10.24
A-005	A-005-04	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	14.22
	A-005-05	Máquinas dispensadoras de café, sólo o combinado, con incorporación de propaganda de productos o marcas.	POR UNIDAD.	1.42
	A-005-06	Propaganda de productos o marcas incorporada a equipos tales como, neveras, freezer, cava, enfriadoras de botellas y yogurt.	POR UNIDAD.	17.06
	A-005-07	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82
	A-005-08	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. (PRODUCTO DE PASAPALOS O SNACKS).	UNIDAD DE MEDICIÓN.	
	A-006-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-006-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24
	A-006-03	Anuncios incorporados a vehículo automotor.	POR UNIDAD.	10.24
	A-006-04	anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	0.15
	A-006-05	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local	DE 1 EN ADELANTE	5.12
	A-006-06	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82
A-006	A-006-07	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL.	UNIDAD DE MEDICIÓN.	

GACETA MUNICIPAL DEL MUNICIPIO SAN FRANCISCO

		(FRANQUICIAS, CADENAS COMERCIALES, CADENAS DE FARMACIAS, CADENAS DE FERRETERIAS).		
A-007	A-007-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-007-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24
	A-007-03	Anuncios incorporados a vehículo automotor.	POR UNIDAD.	3.41
	A-007-04	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pifleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca.	DE 1 A 10.000	14.22
	A-007-05	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local.	POR UNIDAD.	5.12
	A-007-06	Máquinas dispensadoras de café, solo o combinado, con incorporación de propaganda de productos de marcas y propaganda de productos o marcas incorporada a equipos tales como, neveras, freezer , cava, enfriadoras de botellas y yogurt.	POR UNIDAD.	10.24
	A-007-07	Avisos publicitarios por redes sociales.		6.82
	A-007-08	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. (PRODUCTOS DE ASEO E HIGIENES PERSONAL)	UNIDAD DE MEDICIÓN.	
A-008	A-008-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-008-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24
	A-008-03	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pifleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	14.22

	A-008-04	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local	DE 1 EN ADELANTE.	5.12	
	A-008-05	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82	
	A-008-06	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59	
CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. (LUBRICANTES, ADITIVOS, VEHICULOS, NEUMATICOS Y BATERIAS).	UNIDAD DE MEDICIÓN.		
A-009	A-009-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en locerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24	
	A-009-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24	
	A-009-03	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, suvenir, servilleteros, pñilleras, destapadores, llaveros, afiches, penderos, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	0.15	
	A-009-04	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local	DE 1 EN ADELANTE.	5.12	
	A-009-05	Avisos publicitarios por redes sociales.	PAGO UNICO	6.82	
	A-009-06	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59	
	CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. TELECOMUNICACIONES (TV POR CABLE Y SATELITAL, TELEFONÍA MÓVIL Y FIJA E INTERNET). SALAS DE CINES.	UNIDAD DE MEDICIÓN.	
A-010	A-010-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en locerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24	
	A-010-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD.	10.24	

A-010	A-010-03	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	14.22
	A-010-04	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local	DE 1 EN ADELANTE.	5.12
	A-010-05	Avisos publicitarios por redes sociales	PAGO UNICO	6.82
	A-010-06	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. (AUTOMARCADOS, SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS).	UNIDAD DE MEDICIÓN.	0.00
				0.00
A-011	A-011-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en locerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD.	10.24
	A-011-02	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, souvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	14.22
	A-011-03	Anuncios o encartes en periódicos, revistas, de circulación local	DE 1 EN ADELANTE.	5.12
	A-011-04	Avisos publicitarios por redes sociales	PAGO UNICO	6.82
	A-011-05	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	7.39
	CÓDIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORÍA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. (NO PATROCINADOS POR MARCAS PRODUCTOS O FRANQUICIAS).	UNIDAD DE MEDICIÓN.
A-012-01		Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. Incluye avisos en locerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR	10.24
			ESTABLECIMIENTO	0.00

A-012	A-012-02	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, suvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	5.12
	A-012-03	Avisos publicitarios por redes sociales	PAGO UNICO	2.27
	A-012-04	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	25.59
CODIGO.	SUB-CODIGO	CATEGORIA Y CLASE DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA COMERCIAL. (MARCAS DE VEHICULOS, MOTOCICLETAS Y BICICLETAS. AEROLINEAS)	UNIDAD DE MEDICIÓN.	
A-013	A-013-01	Propaganda de fachada, salientes, pared, suelo, chupeta, colgantes de vientos, vallas, toldos y marquesina. incluye avisos en licorerías, establecimientos nocturnos, panaderías, mini mercados, farmacias, supermercados y similares.	POR UNIDAD	10.24
	A-013-02	Anuncio de portátiles, exhibidores.	POR UNIDAD	10.24
	A-013-03	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, banderines, pancartas, suvenir, servilleteros, pitilleras, destapadores, llaveros, afiches, pendones, rotulados, micro perforados, vasos, cajas o envases, mesas, sillas, de cualquier material que incorporen su imagen o marca	DE 1 EN ADELANTE	14.22
	A-013-04	Anuncios de billetes, cara a cara, habladores, suvenir, afiches, pendones encartes de periódicos y revistas.	DE 1 EN ADELANTE	5.12
	A-013-05	Avisos publicitarios por redes sociales	PAGO UNICO	6.82
	A-013-06	Otros medios no especificados.	POR UNIDAD.	7.39

	SUB-CODIGO	CATEGORIA	UNIDAD DE MEDICION.	Nº DE VEGES EL TCOMMV
A-014	A-014-01	Otros Productos de Publicidad y Propaganda Comercial.	POR UNIDAD	25.59

República Bolivariana de Venezuela

Abog. Gustavo Fernández

Alcalde del Municipio San Francisco del Estado Zulia

PROMULGACIÓN

En ejercicio de las atribuciones legales que le confiere el artículo 88 numeral 12 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal, promulga la Ordenanza Sobre el Impuesto de Propaganda y Publicidad Comercial del Municipio San Francisco. Dada, firmada y sellada en el Despacho del Alcalde, a los dos días del mes de noviembre de dos mil veintitrés. Años 212° de la Independencia y 164° de la Federación.

Publíquese y cúidese de su ejecución.



Abog. GUSTAVO FERNÁNDEZ MÉNDEZ
Alcalde del Municipio San Francisco

