

Boletín



Oficial

DE LA PROVINCIA DE SORIA

PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN	Pesetas	PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN	Pesetas
Ayuntamientos (año).....	100	Particulares y otras entida-	
Juntas vecinales, Juzgados		des (semestre).....	50
municipales o dependen-		Idem (trimestre).....	25
cia oficiales (año).....	50	Precio de la línea.....	2
Idem (semestre).....	30	Línea Juzgados m. (edictos)	1 50
Particulares y otras entida-		Número suelto.....	0 75
des (año).....	100	Atrasado de más de un mes	1 50

SE PUBLICA
TODOS LOS DÍAS, EX-
CEPTO LOS DOMINGOS,
Y FIESTAS PRINCIPALES

ADVERTENCIAS

1.ª No se insertará ninguna comunicación oficial que no venga registrada por conducto del Gobierno civil de la provincia.
2.ª Los anuncios no oficiales, se insertarán previo ingreso de su importe en la Caja provincial. En las subastas celebradas por entidades oficiales de cualquier clase, al otorgar los contratos de adjudicación, se exigirá el recibo que acredite el pago de los anuncios, según Reales órdenes de 3 de abril de 1881 y 9 de enero de 1892.

Gobierno civil de la provincia

Delegación provincial de Abastecimientos y Transportes

Oficio circular

Estando efectuándose actualmente por las Delegaciones locales de Abastecimientos y Transportes de la provincia la distribución al público de las Colecciones de cupones de racionamiento de Adultos e Infantiles del primer semestre de 1952, con arreglo a las normas contenidas en el oficio circular publicado en el *Boletín oficial de la provincia* núm. 290 de 22 del corriente, se les recuerda a todas ellas lo siguiente:

1.º Que las Colecciones de cupones, además de ir selladas con el de la local, deberán contener en el interior de la cubierta los datos personales del titular y tener reseñada la serie y número de la Tarjeta, así como en los recuadros de la página tercera el número de cliente, el del establecimiento y el sello del mismo.

2.º Que la entrega a de verificarse previo corte de la cubierta de las Colecciones del segundo semestre, hoy en vigor, y presentación de la Tarjeta de Abastecimiento de la que cortarán el ángulo inferior de la izquierda, de forma que el corte coincida con alguna de las letras de «Municipio», «Firma» y de «Cupones».

3.º Que una vez inscritas las Cartillas en las Tiendas de Ultramarinos las presentarán a los mismos efectos en la Panadería y Carnicería, cortando cada establecimiento el boletín de inscripción que corresponda. Los pueblos en que no exista alguno de los establecimientos citados, actuará de sustituto la Delegación local, confeccionando por tanto los censos. Formando nuevos padrones de clientes en los que asignarán a cada uno, el mismo número que tenía en el anterior.

4.º Que las Colecciones de Reservistas de cereales panificables y de aceite se entregarán directamente por Delegación local, estampando en cubierta el sello del artículo del que sea reservista y cortando los cupones de aceite en los que sean beneficiarios de este artículo. En cuanto a los de pan, careciendo de cupones las

cartillas de los reservistas, no es necesario operación alguna en este sentido, sino que bastará estampar el sello de «Reservista» en el boletín de inscripción de ultramarinos. Asimismo estamparán el de aceite en los mismos boletines de inscripción de ultramarinos de las colecciones de aquellos beneficiarios que disfruten de esta reserva.

5.º Establecido un solo periodo de racionamiento infantil, canjearán todas las colecciones de los distintos ciclos por la del nuevo modelo, formando el correspondiente padrón con número correlativo. También formarán por separado otro padrón para Madres Gestantes en impresos de Adultos dando también el número correlativo.

6.º Que los precios de las colecciones de cupones son: Primera categoría, 1'60 pesetas; Segunda, 1'30; Tercera, 0'85, y de Infantiles, 1'10 pesetas cada una.

7.º Que las Colecciones de cupones de Adultos e Infantiles, entrarán en vigor el día 31 de diciembre del corriente, pero no obstante, la entrada de las Cartillas recibidas de las distintas categorías de Adultos e Infantiles del primer semestre de 1952, las darán como recibidas en el modelo núm. 10 apartado f) «Movimiento de Almacén» del mes de enero próximo y no en el de diciembre, omitiendo en el de dicho mes de enero las existencias de cartillas de Adultos e Infantiles que tengan sobrantes del semestre en vigor que como es natural quedan anuladas y pasan a papel inutilizado.

Las altas que puedan tener en el censo el día 31 de diciembre las reflejarán en los partes del mes de enero conjuntamente con las producidas en el referido mes de enero.

8.º Que antes del día 15 de enero tienen que remitir Acta de corte de cupones de los Reservistas de aceite y de pan que proceda y los trozos de canje de las Tarjetas, con oficio en el que harán constar los trozos que remiten, los que enviarán por correo certificado.

Lo que se hace público para conocimiento y más exacto cumplimiento.

Soria 27 de diciembre de 1951.—El Gobernador civil, Jefe de los Servicios interino, Tomás Conesa.—Seño

res Alcaldes, Delegados locales de Abastecimientos de esta provincia

Delegación de Hacienda en Soria

Ley de 17 de julio de 1951, por la que se da nueva redacción a los artículos 199 al 201, ambos inclusive, y al 222 de la ley del Timbre, de 18 de abril de 1932.

«La publicidad, manifestación de la potencialidad económica del anunciante, ha sido tradicionalmente objeto de gravamen dentro del ámbito de la ley del Timbre, como un ingreso exclusivo de la Hacienda Pública. Sin embargo, desde que apareció con tal caracterización en el proyecto de ley de 24 de octubre de 1881, ha arrastrado una vida lánguida, de pobres resultados, pues, entre otras causas, sus tipos no han experimentado variación desde 1932, en tanto que se ha desarrollado en extensión e intensidad como ingreso de las Haciendas locales, lo que exigirá en un futuro próximo una regulación que evite crecimientos irrazonables en estas esferas impositivas.

Es indudable que dos han sido las principales causas de esa situación del «timbre de anuncios». Una de ellas el alcance y nuevas modalidades de la moderna publicidad, que ha superado definitivamente aquella concepción de primeros de siglo, que la sintetizaba con las simples expresiones de anuncios o de propaganda; y por otra parte, la complejidad de las escalas e hipótesis, casuísticamente previstas en la Ley del Timbre, con bases distintas y dispares que han hecho arduo su encuadramiento y difícil su aplicación, máxime cuando se mezclan preceptos sustantivos y reglamentarios, inexplicablemente confundidos en un texto que formalmente debería ser sólo sustantivo, pero cuya razón de ser se encuentra en la imposibilidad práctica de aplicar los preceptos reglamentarios iniciales por haber sido desbordado por la realidad legal o económica que trataban.

Con independencia de los dos artículos, el 200 y el 201, que la vigente Ley del Timbre dedica a los anuncios, existe en la misma otro precepto contiguo, el artículo 199, cuya identi-

dad de fundamento impositivo es indudable, y que, a mayor abundamiento, ha quedado sustancialmente modificado al dejar fuera de su alcance objetos que, gravados por él, son, a su vez, materia imponible de la Contribución de Usos y Consumos, y que hace aconsejable el que, manteniendo tal exención, el precepto sea objeto de un encuadramiento sistemático que haga desaparecer los preceptos reglamentarios caducos e inoperantes, llevando el impuesto por los derroteros característicos que antaño tuvo, ya que en la Ley de 1 de enero de 1906 ya existía el timbre sobre productos marcados.

Que la hecha así en los párrafos antecedentes, no sólo la justificación de la reforma: simplicidad de las bases y sistematización de conceptos, sino también los derroteros de la misma; elevación razonable de tipos, teniendo en cuenta la presión fiscal que suponen los derechos y tasas municipales que sobre la publicidad recaen; nueva redacción legal, dejando exclusivamente en la Ley los preceptos sustantivos, autorizando para, en su día, la adecuación de los actuales preceptos de rango reglamentario, y extendiendo las posibilidades impositivas del timbre de publicidad a los nuevos medios y procedimientos de ésta, que con dificultad podían ser tratados por los artículos de la vigente Ley del Timbre que hoy se reforma.

Son, además, características de la reforma la reducción de la sanción en los casos de pago a metálico o de publicidad en radio o Prensa, ya que su tratamiento penal se incluye en la regla general del artículo 220, en la que la sanción se fija teniendo en cuenta la importancia del reintegro omitido. Se mantiene, sin embargo, la penalidad del artículo 221 en los casos de publicidad mediante carteles, así como cuando el timbre de publicidad en productos marcados no se satisfaga a metálico, pues lo efímero y difuso de estos medios o procedimientos de publicidad dificulta una comprobación convincente. Por último, se autorizan los pagos a metálico cuando los contribuyentes a quienes se conceden ofrecen las debidas garantías y solvencia, ya que de no ser así la exigü-

dad de las cuotas y el gran número de contribuyentes a que puede afectar obliga necesariamente a recaudar este impuesto mediante el timbre o sello del Estado, única forma de hacer económico y visible el pago de la deuda tributaria debida en los impuestos indirectos de alcuotas reducidas.

En su virtud, y de conformidad con la propuesta elaborada por las Cortes Españolas,

DISPONGO:

Artículo 1.º Los artículos 199 al 201, ambos inclusive, y el 222 de la Ley del Timbre de 18 de abril de 1932 quedarán redactados en la siguiente forma:

«Artículo 199. El Timbre de publicidad se exigirá teniendo en cuenta las siguientes reglas:

Primera. *El hecho imponible* gravado estará constituido por cuantos medios de publicidad se utilicen o puedan utilizarse para dar a conocer artículos, productos o actividades de carácter industrial, comercial o profesional y, en general, por los carteles, catálogos, listines, muestras gratuitas, objetos de reclamo prospectos envolturas, cubiertas, impresos, etc.

El objeto impositivo así determinado se gravará a través de uno de los dos conceptos siguientes:

A) *Productos marcados*.—Se considerarán como tales los productos y artículos naturales o industriales de procedencia nacional o extranjera que se caractericen por medio de marcas, etiquetas, inscripciones o cualquier signo distintivo, interno o externo, que tienda a diferenciarlos de sus similares, aunque no estén inscritos en el Registro de la Propiedad Industrial.

B) *Demás medios de publicidad*.—En este concepto se incluyen todos aquellos medios de publicidad no comprendidos en el apartado anterior.

Segunda. Se declaran en el Timbre de publicidad las siguientes *exenciones*:

A) *En productos marcados*. (Concepto primero):

1. Artículos o productos manufacturados que estén directamente gravados por los distintos Libros de la Contribución de Usos y Consumos vigentes.

2. Artículos o productos cuya propaganda mediante la marca se efectúe exclusivamente por estampación, troquelado o impresión directa sobre los mismos.

3. Artículos o productos que se exportan al extranjero o a Alava y Navarra, mientras subsistan los conciertos económicos, cumpliéndose los requisitos reglamentarios establecidos, a excepción de las especialidades farmacéuticas enviadas a dichas provincias, que devengarán siempre el 50 por 100 de los tipos fijados en la escala.

4. Artículos o productos marcados que no se vendan en el mercado y se repartan gratuitamente

B) En los demás medios de publicidad (Concepto segundo):

a) Escaparates situados en los establecimientos mercantiles en los que sin compensación económica alguna

por el fabricante del artículo se expongan gratuitamente los que se vendan en dichos establecimientos

b) Nombres y rótulos mercantiles o profesionales que no tengan finalidad publicitaria, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento.

c) La razón social o nombre comercial del propietario de los vagones ferroviarios.

d) Anuncios colocados en el interior del establecimiento o en sus escaparates y que se refieran a artículos o productos que se vendan en el mismo.

e) Almanagues y otros objetos de reclamo que, con carácter de obsequio reparten tradicionalmente los comerciantes e industriales con su anuncio o el de sus productos entre su clientela.

f) Propaganda del culto católico.

g) Carteles de Empresas de servicios públicos colocados en sus locales y relativos a tal servicio.

h) Propaganda electoral, política y sindical.

i) Propaganda realizada por los Organismos de la Administración.

j) Catálogos de publicaciones de carácter científico y cultural.

k) Propaganda de la Dirección general de Turismo. Exposiciones oficiales, Cruz Roja, Lucha Antituberculosa y otros similares, previa declaración al respecto.

Tercera. Se considerará como *contribuyente*, a efectos de la exigencia del reintegro correspondiente, al beneficiario de la publicidad. En el concepto de productos marcados serán directamente responsables los fabricantes o comerciantes que los marquen, así como los almacenistas o comerciantes al por mayor o por menor que los adquirieran o tengan en su poder sin haber sido satisfecho el impuesto correspondiente. En los demás medios de publicidad se establece la responsabilidad fiscal solidaria de la persona o Empresa publicitaria, ejecutora material de la publicidad y del dueño del inmueble o empresario del local donde ésta se realice, siempre que, en este caso, no haya sido efectuada con abuso de derecho.»

«Artículo 200. La base del timbre de publicidad estará constituida en el concepto de *productos marcados* por el precio que para la unidad de producto se deduzca de la factura de venta expedida por quien marque los mismos, con adición del importe de los descuentos de toda clase que se efectúen. Si oficialmente el producto marcado tuviese señalado un precio de venta al público, el timbre recaerá sobre este precio.

En el caso de envase forzoso o a devolver al fabricante o comerciante por el consumidor, solamente se tendrá en cuenta para la fijación del impuesto el valor del contenido.

En el segundo concepto —*demás medios de publicidad*—, la base general de tributación será el precio de la publicidad, entendiéndose por éste el valor o coste de los diversos elementos materiales, servicios personales, alquileres, etc., utilizados por el anunciante para su realización. Este pre-

cio de publicidad en periódicos y «radio» será, por lo menos, igual al precio de tarifa, debiendo aplicarse la escala número 3 por inserción o emisión, diaria, y en todos los otros casos por cada manifestación publicitaria que durante su realización no presente solución de continuidad en tiempo, espacio y texto o representación gráfica. Si la duración excediese de tres meses, la escala número 3 se aplicará por trimestres naturales.

Las excepciones a esta regla general de determinación de la base se reducen a los medios de publicidad que se tipifican al fijar la aplicación de las escalas números 4 al 9, ambos inclusive, y recargos.

El pago del timbre de publicidad se efectuará mediante efectos timbrados, excepto en los casos en que reglamentariamente se establezca el pago a metálico.»

«Artículo 201. Las escalas del timbre de publicidad serán las siguientes:

I. CONCEPTO PRIMERO.—PRODUCTOS MARCADOS

ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD Y ESPECIALIDADES FARMACEUTICAS

(Escala núm. 1)

		Timbre especial móvil de
Desde 3'01 pesetas a	5	0'20
De 5'01 »	a 10	0'40
De 10'01 »	a 25	0'60
De 25'01 »	a 50	0'80
De 50'01 »	a 100	1'00
De más de 100 pesetas		1'50

RESTANTES PRODUCTOS MARCADOS

(Escala núm. 2)

		Timbre especial móvil de
Desde 3'01 pesetas a	5	0'20
De 5'01 »	a 10	0'60
De 10'01 »	a 25	1'00
De 25'01 »	a 50	2'00
De 50'01 »	a 100	3'00

De 100 pesetas en adelante se pondrán timbres especiales móviles, a razón de uno de 60 céntimos por cada 10 pesetas o fracción.

Estas dos escalas tendrán las siguientes bonificaciones y recargos:

A) Bonificaciones:

Diez por ciento en los casos de pago a metálico.

Veinte por ciento en los casos de pago a metálico de sueros, vacunas y antibióticos.

B) Recargos:

Cincuenta por ciento en las especialidades farmacéuticas procedentes del extranjero.

II. CONCEPTO SEGUNDO.—DEMÁS MEDIOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

ESCALA GENERAL (PRENSA, RADIO, IMPRESOS, ETC.)

(Escala número 3)

		Timbre especial móvil de
Hasta 10 pesetas		0'25
De 10'01 pesetas a	50	0'50
De 50'01 »	a 200	1'50
De 200'01 »	a 300	3'00
De 300'01 »	a 500	4'50
De 500'01 »	a 1.000	7'50
De 1.000'01 »	a 2.500	15'00
De 2.500'01 »	a 5.000	37'50
De 5.000'01 »	a 10.000	75'00
De 10.000'01 »	a 25.000	150'00

De 25.000 en adelante, a razón de

un timbre móvil de 1'50 pesetas por cada 100 pesetas o fracción.

A efectos del impuesto del Timbre, no será preceptiva la celebración de contratos escritos de publicidad, salvo que así lo dispusiere el Ministerio de Hacienda.

ESCALAS ESPECIALES

1.ª—ROTULOS Y CARTELES

I.—Publicidad exterior

A) ROTULOS FIJOS O MOVILES POR MEDIO DE PINTURAS, AZULEJOS, CRISTAL, HIERRO, HOJALATA LITOGRAFIADA Y DEMAS MEDIOS DE LARGA DURACION

(Escala número 4)

En poblaciones hasta 20 000 habitantes, inclusive, timbre móvil de 4'50 pesetas.

En poblaciones hasta de 100.000 habitantes, inclusive, timbre móvil de 9 pesetas.

En poblaciones de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia timbre móvil de 13'50 pesetas.

Madrid y Barcelona, timbre móvil de 18 pesetas.

Tributarán igualmente por esta escala los anuncios en pantallas (dispositivos, proyecciones fijas, avances, trailers, etc.). El primer grado de esta escala será aplicable a los anuncios indicados en este apartado cuando estén colocados fuera del casco de la población del término municipal en que se realice la publicidad. A los rótulos y letreros luminosos, iluminados, fosforescentes, transparentes, se aplicará también esta escala número 4, con un recargo de un timbre móvil de 4'50 pesetas o de 1'50 pesetas, según estén colocados, respectivamente, dentro o fuera del casco de la población.

B) CARTELES LITOGRAFIADOS O IMPRESOS POR CUALQUIER PROCEDIMIENTO GRAFICO Y DEMAS ARTES DE IMPRESION O REPRODUCCION, BIEN SEA SOBRE PAPEL, CARTULINA O CARTON, satisfarán por timbre de publicidad, con independencia de que estén o no dentro del casco de la población:

(Se continuará)

AYUNTAMIENTOS

Durante el plazo reglamentario, a contar desde la publicación de este anuncio en el Boletín oficial de la provincia, se hallarán expuestos al público en cada una de las Secretarías de los Ayuntamientos que a continuación se indican, para que puedan ser examinados por los contribuyentes en agravo si se creen perjudicados.

Proyecto de Presupuesto ordinario para 1952

Chércoles y Puebla de Eca.

Presupuestos aprobados por el Ayuntamiento pleno

Cerbón, Nepas, Maján, Velilla de los Ajos, Soto de San Esteban y Fuentelmonge.

Cuentas municipales

Ejercicios de 1946, 1947, 1948, 1949 y 1950: Barzosa.

Ejercicio de 1950: Cerbón y Villanueva de Gormaz.

Imprenta provincial.