

Boletín Oficial



FRANQUEO
CONCERTADO

DE LA PROVINCIA DE OVIEDO

ADVERTENCIAS:

Las leyes, órdenes y anuncios oficiales pasarán al Editor del BOLETIN por conducto del Sr. Gobernador de la provincia

Inmediatamente que los Sres. Alcaldes y Secretarios reciban este BOLETIN, dispondrán que se deje un ejemplar en el sitio de costumbre, donde permanecerá hasta el recibo del siguiente

Precios de suscripción y tarifa de inserciones

Oviedo	80 Ptas. al año; 50 semestre y 30 trimestre
Provincia	100 » » 60 » 40 »
Edictos y anuncios; línea o fracción	2 Ptas.
Id. Juzgados Municipales o Comarcales	1 »
Id. Particulares, Sociedades y Financieros	3 »

(Los lineas se miden por el total del espacio que ocupa el anuncio - (carga 7)

EL PAGO ES ADELANTADO

Se publica todos los días excepto los festivos

Las oficinas públicas que tengan derecho a servicio gratuito y las que paguen una suscripción, podrán obtener otras a mitad de precio.

DIRECCION:

PALACIO DE LA DIPUTACION

ADMINISTRACION PROVINCIAL

ADMINISTRACION DE RENTAS PUBLICAS DE LA PROVINCIA DE OVIEDO

LEY DEL TIMBRE

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 identidad 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.

Queda 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 conveniente. Por último, se autorizan los pagos a metálico cuando los contribuyentes a quienes se conceden ofrecen las debidas garantías y solvencias, ya que de no ser así la exigüedad 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 alícuotas 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 in-

dustrial, 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 mar-

cados 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 adquieran o tengan en su poder sin haber sido satisfecho el impuesto correspondiente. En los demás medios de publicidad se establecerá 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

efectuado 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 precio 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 FARMACÉUTICAS

(Escala número 1)

	Timbre especial móvil de
Desde 3,01 ptas. a 5 ...	0,20
De 5,01 ptas. a 10 ...	0,40
De 10,01 ptas. a 25 ...	0,60

De 25,01 ptas. a 50 ...	0,80
De 50,01 ptas. a 100 ...	1,00
De más de 100 pesetas ...	1,50

RESTANTES PRODUCTOS MARCADOS (Escala número 2)

	Timbre especial móvil de
Desde 3,01 ptas. a 5 ...	0,20
De 5,01 ptas. a 10 ...	0,60
De 10,01 ptas. a 25 ...	1,00
De 25,01 ptas. a 50 ...	2,00
De 50,01 ptas. 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.—DEMAS 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 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—Rótulos y carteles

I.—Publicidad exterior

A) Rótulos fijos o móviles por medio de pinturas, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada y demás medios de larga duración.

(Escala número 4)

En poblaciones hasta 20.000 habitantes, inclusive, timbre móvil de 4,50 pesetas.

En poblaciones hasta de cien mil 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 (dispositivas, proyecciones fijas, avances, traylers, 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 gráfico y demás artes de impresión o reproducción, bien sea sobre papel, cartulina o cartón, satisfarán por timbre de publicidad, con independencia de que esté o no dentro del casco de la población:

(Escala número 5)

En poblaciones hasta 20.000 habitantes, timbre especial móvil de 15 céntimos.

En poblaciones hasta 100.000 habitantes, timbre especial móvil de 30 céntimos.

En poblaciones de más de cien mil habitantes y capitales de provincia, timbre especial móvil de 45 céntimos.

En Madrid y Barcelona, timbre especial móvil de 60 céntimos.

II.—Publicidad interior

A) Rótulos fijos o móviles, por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada y demás medios de larga duración.

a) Dentro del casco de población.—Será de aplicación la escala siguiente:

(Escala número 6)

En poblaciones hasta 20.000 habitantes, timbre móvil de 1,50 pesetas.

En poblaciones hasta 100.000 habitantes, timbre móvil de 3 pesetas.

En poblaciones de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia, timbre móvil de 4,50 pesetas.

En Madrid y Barcelona, timbre móvil de 7,50 pesetas.

b) *Fuera del casco de población.*—Satisfarán el timbre de publicidad con arreglo a esta escala:

(Escala número 7)

En poblaciones hasta 20.000 habitantes, timbre móvil de 50 céntimos.

En poblaciones hasta 100.000 habitantes, timbre móvil de 1,50 pesetas.

En poblaciones de 100.000 habitantes en adelante, timbre móvil de 3 pesetas.

En Madrid y Barcelona, timbre móvil de 4,50 pesetas.

Si se tratase de rótulos o letreros luminosos, iluminados, fosforescentes, transparentes, etcétera, las dos escalas inmediatamente anteriores tendrán un recargo, respectivamente, de 1,50 pesetas o 50 céntimos, según que tales rótulos o letreros estén colocados dentro o fuera del casco de población.

B) Carteles litografiados o impresos por cualquier procedimiento gráfico y demás artes de impresión o reproducción, bien sea sobre papel, cartulina o cartón, satisfarán por timbre de publicidad, con independencia de que estén o no dentro del casco de población:

(Escala número 8)

En poblaciones hasta 20.000 habitantes inclusive, timbre especial móvil de 5 céntimos.

En poblaciones hasta 100.000 habitantes inclusive, timbre especial móvil de 10 céntimos.

En poblaciones de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia, timbre especial móvil de 15 céntimos.

En Madrid, y Barcelona, timbre especial móvil de 20 céntimos.

III.—APLICACION DE LA ESCALA GENERAL Y PRIMERA ESPECIAL DEL CONCEPTO SEGUNDO

Las escalas números 4, 6 y 7 y sus recargos se aplicarán por trimestre natural y metro cuadrado o fracción. Las escalas números 5 y 8, por cada 10 decímetros cuadrados o fracción.

2.^a—MUESTRAS GRATUITAS

(Escala número 9)

Se reintegrarán con timbre especial móvil de 30 céntimos por cada unidad que se regale. Si al producto marcado de venta le correspondiese timbre de menor cuantía, se fijará en las muestras gratuitas un timbre igual al de tal producto.

“Artículo 222. Serán respon-

sables siempre del reintegro y multa los que suscriban o tengan interés en la existencia del documento en que haya omisión del timbre fijado por esta Ley o deficiencia en el aplicado, sin perjuicio del derecho que pueda asistirle para reclamar, en su caso, lo satisfecho por reintegro a los que se considere sus deudores”.

Artículo 2.^o Se autoriza al Ministro de Hacienda para dictar las disposiciones reglamentarias que sean necesarias para el cumplimiento de esta Ley.

Artículo 3.^o Los tipos y escalas establecidas por esta Ley se aplicarán a partir de 1 de enero de 1952 y asimismo a las declaraciones presentadas fuera de plazo, cualquiera que sea la fecha de presentación.

Artículo 4.^o Las escalas fijadas en los artículos que se redactan no estarán afectadas por el aumento del 5 por 100 establecido en la Ley de 23 de diciembre de 1948.

Orden ministerial de 12 de noviembre de 1951, por la que se da nueva redacción a los artículos 183 a 190, ambos inclusive, del Reglamento de la Ley del Timbre, referente al Timbre de publicidad.

Ilustrísimo señor:

Autorizado este Ministerio por la Ley de 17 de julio del corriente año (B. O. del día 18) para dictar las disposiciones reglamentarias o aclaratorias pertinentes, la plena efectividad de la misma impone la necesidad de desarrollar con minuciosidad la nueva redacción dada a los artículos 199 a 201, ambos inclusive, y 222 de la Ley del Timbre, utilizando los artículos 183 al 190 de su Reglamento de 29 de abril de 1909, a fin de evitar que la subsistencia de su actual redacción permita suponer era intención legal su aplicación subsidiaria.

En virtud de lo expuesto vengo en disponer lo siguiente:

Artículo primero. Los artículos 183 al 190, ambos inclusive, del Reglamento de la Ley del Timbre quedarán redactados así:

Productos marcados

(Primer concepto)

“Artículo 183. Complemento al concepto de productos marcados.—No se considerará que un producto está marcado por el sólo hecho de hallarse contenido en cajones, sacos y demás embalajes, utilizados para el transporte de los mismos, aunque dichos envases o embalajes lleven indicaciones genéricas relativas al nombre del artículo, a

su medida, clase, composición, color, numeración para la venta, etc., siempre que no se expongan ni se vendan al público, contenidos en los mismos.

Productos marcados de primera necesidad.—Se considerarán como productos marcados de primera necesidad las legumbres y las harinas obtenidas directamente de ellas, sin ulterior transformación y mezcla, las patatas, las féculas obtenidas de las mismas en forma directa, las frutas y hortalizas, el pan, las carnes frescas y saladas, los huevos, la leche natural, pasteurizada, deshidratada o en polvo, el azúcar y el aceite de oliva. Para que cualquier otra clase de productos marcados puedan considerarse de primera necesidad, a efectos del Timbre de publicidad será requisito indispensable que previa instancia razonada del Organismo que lo solicite, se le dé tal consideración por Orden del Ministerio de Hacienda a propuesta de la Dirección General del Timbre, debiendo resolverse también por Orden ministerial las peticiones referentes a artículos o productos marcados que se estime no reúnen caracteres de analogía con los declarados de primera necesidad a efectos del Timbre de publicidad.

Especialidades farmacéuticas.—Se entenderá por especialidad farmacéutica, a efectos fiscales, todo medicamento o alimento medicamento, de composición conocida y denominación especial, dispuesto en envase uniforme y precintado para la venta al público y que haya sido inscrito en los Registros Farmacéuticos y autorizado su propietario para la preparación y venta.

Productos marcados continentes.—En los casos de productos marcados que agrupen otros de idéntica naturaleza, cuyo precio de venta sea inferior a tres pesetas, se considerará como base de gravamen la suma total de los precios de venta de los productos agrupados.

Concepto de envase forzoso.—De acuerdo con la Ley se equipara y define este concepto como el de envase cuya devolución se efectúe al fabricante o comerciante por el consumidor y a efectos de la fijación de la base del Impuesto, mediante deducción del precio del envase, deberá constar previamente la admisión y precio de tal devolución y comprobarse documentalmente que ésta se realiza.

Muestras gratuitas.—Se considerarán como tales las referen-

tes a artículos o productos marcados que se vendan en el mercado, siempre que contengan la indicación de ser muestra gratuita y estar prohibida la venta de la misma.

Artículo 184. Pago del Timbre de publicidad de productos marcados.—El pago del Timbre de publicidad de productos marcados puede satisfacerse adhiriendo al producto marcado el Timbre especial móvil correspondiente con arreglo a la escala aplicable o mediante pago a metálico. En este caso, además de cumplir las condiciones genéricas y específicas que en la Ley y este Reglamento se exige a los productos marcados, será preciso cumplir las formalidades siguientes:

a) Solicitud a la Delegación de Hacienda respectiva, por medio de instancia, comprometiéndose a efectuar el ingreso en la forma establecida, garantizado por un Banco o Casa comercial de reconocida solvencia, a juicio de la Delegación de Hacienda. La solicitud irá suscrita por dicho Banco o Casa comercial, acompañando a la misma el modelo de la marca, sello o inscripción que el fabricante adopte con arreglo al apartado anterior.

b) Informe por la Inspección Técnica del Timbre sobre si la organización comercial y contable de la Empresa ofrece las debidas garantías, a fin de comprobar en todo momento el número de productos marcados producidos y remitidos. Este informe de será emitirse en el plazo máximo de tres meses.

c) Acuerdo de la Delegación de Hacienda a este respecto.

d) Presentación, dentro de los quince días siguientes a cada trimestre natural, de relaciones juradas, en que se hará constar:

1.^o Los documentos de formalización de venta, por el número de orden en que fueron expedidos.

2.^o El punto de destino.

3.^o El importe de los Timbres que correspondan a cada factura; y

e) El interesado satisfará el importe del Impuesto al presentar en la Delegación de Hacienda las relaciones referidas, que se enviarán posteriormente a la Inspección Técnica de Timbre del Estado, para su comprobación no admitiéndose devolución o baja alguna en la declaración o relación que se produzcan, excepción hecha de las bonificaciones legalmente concedidas.

Será requisito indispensable, para la concesión del pago a me-

tálico, el que la Entidad o Empresa que lo solicite, lleve contabilidad oficial.

Los ingresos inferiores a 2.000 pesetas podrán hacerse por giro postal en la forma autorizada por el artículo 52 del Estatuto de Recaudación. Los citados giros se remitirán al Depositario-Pagador, al que se enviará al propio tiempo la declaración exigida, deduciendo de ella y en el giro el 0,50 por 100 de su importe en concepto de remesa de fondos.

Devengo. Se considerará devengado el Impuesto cuando el producto marcado quede apto o dispuesto para su venta, en cuyo momento se adherirán los Timbres especiales móviles correspondientes. El Timbre sobre productos marcados, procedentes del extranjero, se devengará al tener entrada en el territorio nacional tales productos, cualquiera que sea el destino ulterior de los mismos.

Cargo obligado de Timbre.— En el documento de formalización de venta que expida el productor o fabricante al almacenista, depositario o comerciante comprador, se consignará separadamente de la relación y precio de los artículos, el importe del Timbre de publicidad correspondiente a los productos marcados, el que se cargará y cobrará, con carácter obligatorio, al comerciante adquirente. Igual requisito habrá de cumplirse por los almacenistas o depositarios, quedando facultada la Administración para comprobar en todo caso, los precios que hubieren servido de base al Impuesto.

Cuando el comerciante, almacenista o depositario, etc., reciba los productos sin los timbres especiales móviles correspondientes o el signo de satisfacerse el Impuesto a metálico y el vendedor le hubiera cargado el importe del Timbre, vendrá obligado a dar cuenta del hecho a la Delegación de Hacienda en el plazo de quince días.

En el caso que reciba los artículos sin los Timbres que procedan o el signo acreditativo del abono en metálico y no le cargue el vendedor el importe del Timbre, vendrán obligados los depositarios, almacenistas o comerciantes a reintegrar los productos marcados, cargando su importe al vendedor y poniéndolo en conocimiento de la Delegación de Hacienda, en el plazo de quince días.

Responsabilidades.—En el caso de que el Timbre de publici-

dad de los productos marcados se satisficieran mediante efectos timbrados, serán responsables subsidiarios del reintegro los almacenistas, depositarios, o comerciantes que admitiesen tales productos, sin el reintegro correspondiente, quedando, además, todos ellos obligados directamente al pago de la sanción legal correspondiente a los productos que les fueren entregados, con independencia de la que deba exigirse a los fabricantes o productores inicialmente obligados al reintegro.

Si los productos marcados llevarán la indicación de "Timbre a metálico" y en el documento de formalización de venta correspondiente se hubiese cargado su importe, los almacenistas, depositarios o comerciantes no contraerán responsabilidad alguna.

Devolución del Timbre de publicidad de productos marcados. La devolución del importe del Timbre de publicidad satisfecho por productos marcados que sean exportados al extranjero o enviados a Alava y Navarra, se efectuará solamente a los almacenistas o depositarios exportadores, siempre que acrediten, mediante el documento de formalización de venta del fabricante, debidamente extendido, el pago del Impuesto; hagan constar el número y precio de los Timbres adheridos a los productos, si se utilizó esta forma de pago y se cumplan los siguientes requisitos:

1.º Presentación de la instancia en la Delegación de Hacienda correspondiente, acompañando: a), copia de los oportunos asientos del Libro, que al igual que el fabricante exportador, deberá llevar el almacenista o mayorista con referencia a los productos que exporte; b), copia de los documentos de formalización de venta comprensivos de las remesas efectuadas; c), certificación de la Aduana respectiva en que se haga constar la salida de los productos y el número y precio de los Timbres adheridos a los mismos en su caso; d), si el pago del Timbre de publicidad se verificó en metálico, certificación de la Delegación de Hacienda en que tuvo lugar el ingreso haciendo constar que el fabricante o productor satisface en esta forma el Impuesto y se encuentra al corriente en su pago.

Cuando se trate de productos marcados remitidos a Alava y Navarra se acompañará declara-

ción jurada suscrita por el comerciante consignatario de la mercancía, formalizada como en el caso de los fabricantes que envían productos marcados a aquellas provincias y en las que conste, si el Impuesto se satisfizo mediante Timbres, el número y precio de los adheridos a los productos. Si el Timbre de publicidad se abonó en metálico, se acompañará certificación, de la Delegación de Hacienda en que se realizó el ingreso correspondiente, haciendo constar que el fabricante o productor satisface en esta forma el Impuesto y se encuentra al corriente.

2.º Comprobación por la Inspección Técnica del Timbre, mediante examen de los libros y documentos del solicitante, en su caso, y la práctica de las investigaciones que estime necesarias en el punto de salida o destino de los productos, devolviendo el expediente con las actas levantadas y un informe sobre la procedencia o improcedencia a su juicio de la devolución solicitada.

3.º Acuerdo de la Delegación de Hacienda. Caso de estimarse procedente la devolución, ésta se verificará como minoración de ingresos en el concepto de Timbre a metálico, con deducción de las bonificaciones que hubiesen sido aplicadas al practicarse las liquidaciones de ingreso a metálico.

Artículo 185. Requisitos de circulación de los productos marcados.—Los productos marcados deberán circular necesariamente con el Timbre o Sello que acredite el pago del Impuesto, inutilizado conforme al artículo noveno de la Ley y colocado, en lo posible, de forma que al utilizar el producto quede destruido el Timbre fijado. Si el pago se efectuase a metálico, además de la indicación de tal forma de satisfacer el Timbre de publicidad, se hará constar, sobre el producto o su etiqueta, envoltura, etc., un número ordinal que, correlativamente, deberán llevar todos los productos marcados, bien por clases de éstos o sin distinción de clase alguna. Esta numeración se hará constar, ineludiblemente, en el documento de formalización de venta que obligatoriamente deberán extender los fabricantes, industriales, almacenistas, depositarios, etc. La numeración de tales productos podrá empezarse por cualquier número. Si éste fuese distinto del uno, se hará constar, necesariamente, en la petición de pago a metálico. Periódicamente, y previa comunica-

ción al respeto, podrá iniciarse nueva numeración.

Cuando se trate de productos enviados a Alava o Navarra, cualquiera que sea la forma de satisfacer el Timbre, debe también hacerse constar dicho destino en el producto, etiqueta o envoltura en general.

Importación y exportación de productos marcados. — La importación y exportación de productos marcados, a efectos del Timbre de publicidad, se ajustará a las siguientes normas:

A) Importación.—No podrán utilizarse o venderse los productos marcados extranjeros o procedentes de Alava o Navarra sin adherir a ellos el Timbre correspondiente, y, caso de que el consignatario esté previamente autorizado para el pago a metálico, sin haber efectuado la correspondiente declaración del importe del reintegro de tales productos, declaración que a estos efectos deberá realizarse inmediatamente antes del envío o utilización de los productos. Será de aplicación en este régimen el artículo noveno de la Real orden de 30 de julio de 1924.

B) Exportación. — Los requisitos necesarios para gozar de la exención total del Timbre de productos marcados serán los siguientes:

a) Exportación al extranjero. El fabricante exportador llevará un libro debidamente requisitado por la Delegación de Hacienda de la provincia en el que se consignará clase y cuantía de los productos marcados que exporte, haciendo constar, igualmente, el punto de destino y la Aduana de salida. El mismo día que los productos envasados salgan de la fábrica para ser exportados, el productor lo pondrá en conocimiento de la Delegación de Hacienda, detallando las mercancías en la misma forma que las haya consignado en el libro a que se hace referencia anteriormente, y en el plazo máximo de dos meses, a contar desde la fecha de salida, el exportador presentará a la Delegación de Hacienda dicha una certificación de la Aduana o de la Administración de Correos respectiva en que se haga constar la salida de los productos exportados. Si la exportación no se hubiese realizado en dicho plazo, se justificará debidamente la situación de los productos, y en su caso, de que por no haberse llevado a efecto la exportación se desestimase los productos al mercado nacional serán debidamente reintegrados, causando baja en el libro.

b) Envíos a Alava y Navarra. Deberá acreditarse en todo caso que los productos marcados a que se refiere la exención o bonificación han llegado a su destino mediante la declaración jurada del comerciante consignatario de la mercancía, formalizada en documento que autorizarán las Delegaciones de Hacienda en las capitales y las Alcaldías en las demás localidades, documento que deberá remitir el adquirente al fabricante que envió el producto envasado. Estas declaraciones juradas no podrán visarse por las autoridades indicadas con posterioridad a los quince días de recepción de los productos, acreditándose debidamente tal extremo (boletines de salida de la estación, resguardos de mercancías, justificación de tal envío por correo, etc.), antes de proceder a su diligenciamiento y haciendo constar en éste tal circunstancia.

Expediente de consulta o duda.—Si se formulase por los interesados el expediente de consulta o duda previsto en el artículo 11 de la Ley y reglamentado en la Orden de 19 de junio de 1944, podrá el Delegado de Hacienda ante quien se formule autorizar la circulación de los productos, exigiendo la fianza que discrecionalmente estime puede servir de garantía para pago en su caso, del Timbre de publicidad sobre productos marcados.

Artículo 186. Omisiones de reintegro.—Se considerarán omisiones de reintegro las siguientes:

A) La falta total o parcial de reintegro del Timbre de publicidad en los productos marcados por no llevar éstos los timbres especiales móviles con arreglo a las escalas establecidas en el artículo 201 de la Ley o no satisfacerse en la cuantía debida el impuesto a metálico.

B) El incumplimiento de alguno de los requisitos reglamentarios señalados para la exportación al extranjero o el envío a Alava o Navarra de los productos marcados.

C) La tenencia o venta por los almacenistas, depositarios o comerciantes de artículos sujetos al Timbre de publicidad que no aparezcan reintegrados con los sellos especiales móviles correspondientes ni por ellos ni por los fabricantes o que carezcan del signo indicador del pago a metálico.

Faltas reglamentarias.—Incurrirán en falta reglamentaria:

A) Los fabricantes, almace-

nistas o depositarios que no carguen separadamente al comerciante adquirente, en los documentos de formalización de venta de productos marcados, el Timbre de publicidad satisfecho, así como los comerciantes que se nieguen a abonar el Impuesto que sea de su cargo.

B) Los almacenistas, depositarios o comerciantes que incumplieran la obligación de dar cuenta a la Delegación de Hacienda respectiva en los casos que determina el artículo 184 de este Reglamento.

C) Los fabricantes, almacenistas, depositarios o comerciantes que omitieran hacer constar en los productos marcados o en los documentos de formalización de las ventas cuando efectuasen el pago del Timbre de publicidad en metálico, el número de orden a que hace referencia el párrafo primero del artículo 185.

D) Los fabricantes, almacenistas, depositarios o comerciantes que no presentaran, dentro de los quince días siguientes a cada trimestre natural las declaraciones trimestrales establecidas en el artículo 184 para los casos de pago en metálico u omitieran consignar debidamente en ellos alguno de los requisitos exigidos.

Sanciones.—Las omisiones de reintegro se sancionarán con arreglo a las normas contenidas en el artículo 221 de la Ley del Timbre. Cuando el Timbre de publicidad se satisfaga en metálico, las omisiones reglamentarias serán corregidas de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 222 de dicha Ley. Las sanciones aplicables se reducirán a su tercera parte cuando fuese procedente, de conformidad con los preceptos del artículo 222 del presente Reglamento.

Las faltas reglamentarias serán sancionadas con multas de 50 a 250 pesetas por cada producto o documento, no pudiendo computarse, a estos efectos, un período superior a un año. La condonación de estas multas nunca podrá acordarse en forma que la cantidad a ingresar, efectivamente, resulte inferior a las 50 pesetas establecidas como límite mínimo de la sanción.

Si se comprobase la existencia de la omisión, pero no su cuantía, será de aplicación lo dispuesto en el párrafo primero del artículo 227 de la Ley del Timbre procediendo la Administración a liquidar por los datos que se procure por otros medios, que estará obligado a facilitar el contri-

buyente. En el caso que no sea posible obtener elementos de juicio suficientes se tomará como base el promedio de venta de productos marcados en industrias similares.

Demás medios de publicidad (Segundo concepto)

Artículo 187. Nombres y rótulos comerciales y profesionales.—Legalmente se considera que carecen de finalidad publicitaria los siguientes:

a) Las placas meramente profesionales colocadas en el marco de los portales o puertas de los despachos, estudios, consultas, etc., donde se ejerza la profesión.

b) Los nombres o rótulos comerciales que sirvan para dar a conocer sus establecimientos siempre que estén colocados en sus fachadas y que carezcan de cualquier circunstancia que haga resaltar el nombre o rótulo (luminosidad, iluminación, perpendiculares o que sobresalgan de la fachada, ornamentación especial de ésta, etc.), y que sean de una extensión superficial inferior a 6 metros cuadrados. La exención alcanza sólo el nombre o rótulo comercial de mayor extensión superficial si éstos aparecen repetidos en la fachada de un mismo establecimiento.

No se considerarán incluidas en esta exención todas aquellas indicaciones o alusiones que, con independencia del nombre o rótulo comercial, tengan por objeto expresar las actividades o productos del comercio o industria de que se trate.

Todo comerciante o industrial para tener derecho a la exención, deberá solicitar se haga la oportuna declaración por la Administración de Rentas Públicas, la que acordará previa visita ocular e informe de la Inspección Técnica del Timbre.

Razón social o nombre comercial en los vagones ferroviarios. A efectos de la exención establecida en el art. 199 de la Ley, los vagones ferroviarios propiedad de particulares sólo contendrán la indicación o expresión de la razón social o nombre comercial de sus propietarios, domicilio y localidad, con exclusión de toda referencia a las actividades u objeto de la industria o comercio o cualquier otra circunstancia. Para beneficiarse de esta exención no podrán emplearse letras de tamaño superior a los quince centímetros de altura.

Reconocimiento de exención para la propaganda de establecimientos paraestatales o benéficos.

La declaración de exención a que se refiere la letra k) del apartado D) de la regla segunda del artículo 199 se acordará por el Ministerio de Hacienda a petición del Organismo interesado, con propuesta de la Dirección General del Timbre y Monopolios.

Anuncios en pantallas.—La aplicación de la escala número 4 en esta clase de anuncios se efectuará abstracción hecha de la extensión superficial de los mismos.

Anuncios en vehículos que circulen por varias poblaciones.—A efectos de la determinación del Timbre exigido en los rótulos y letreros en ellos figurados, se considerará que la base de población aplicable será la del domicilio de la Empresa, y caso de no poderse precisar éste, la correspondiente a la mayor población por donde circule.

Artículo 188. Pago a metálico del Timbre en los demás medios de publicidad.—Se autoriza el pago a metálico del Timbre de publicidad en la misma forma y condiciones que en el artículo 185 se establece para los productos marcados, sin más diferencia que las declaraciones juradas se presentarán dentro de los quince días siguientes a cada trimestre natural y contendrán la indicación de los distintos anuncios clasificados con arreglo a la escala que les sea aplicable y el lugar donde estén colocados.

Las Empresas de publicaciones periódicas, de "radio" o televisión, de espectáculos y publicitarias están obligadas a enviar a la Delegación de Hacienda, para conocimiento de ésta, las tarifas oficiales de publicidad, así como sus alteraciones o modificaciones.

En ningún caso podrá concederse el pago a metálico de Timbre de publicidad correspondiente a la publicidad exterior o inferior realizada por medio de carteles, litografiados o impresos por cualquier procedimiento gráfico y demás artes de impresión o reproducción, bien sea sobre papel, cartulina o cartón.

Las Empresas autorizadas a satisfacer a metálico el Timbre de publicidad (segundo concepto) podrán efectuar el ingreso del mismo en la Delegación de Hacienda donde tengan su domicilio, siempre que dentro del primer mes de cada trimestre natural presenten en las Delegaciones de Hacienda de cada provincia en donde estén colocados los anuncios copias certificadas por el encargado del Negociado del Timbre y con el visto bueno del Ad-

ministrador de Rentas de la Delegación en donde efectúen el ingreso, de estar incluidos tales anuncios en la declaración general efectuada. Las copias las remitirán seguidamente a la Inspección Técnica del Timbre a cuya demarcación corresponda el lugar donde esté colocada la publicidad, para su comprobación reglamentaria.

La falta de presentación de estas copias certificadas en el plazo señalado se considerarán a todos los efectos como omisión del reintegro correspondiente.

Artículo 189. Pago mediante Timbres en los demás medios de publicidad. En los casos en que no se permita el pago a metálico, así como en los que no haya sido previamente autorizada tal forma de pago, ésta se efectuará adhiriendo los timbres móviles equivalentes al papel sellado común en la forma siguiente:

A) Cuando se trate de publicidad ajena realizada por Empresas de publicaciones, de "radio", televisión, de espectáculos, imprentas y, en general, Empresas o Agencias de publicidad. Estas Empresas satisfarán el Timbre correspondiente, adhiriendo a las matrices de los recibos-talonarios que obligatoriamente llevarán para acreditar los cobros de publicidad que efectúen los timbres que en aplicación de la pertinente escala acrediten el pago del impuesto.

B) Cuando se trate de publicidad propia. — Los contribuyentes adherirán periódicamente en un libro o carnet, debidamente diligenciado por la Delegación de Hacienda, o por el Alcalde donde no existiese ésta, sin exacción alguna de derechos, el Timbre o Timbres necesarios inutilizándolos conforme dispone el artículo noveno de la Ley del Timbre, estando obligados a conservar y tener a disposición de la Inspección Técnica de Timbre del Estado el libro a que se hace referencia en este apartado.

Artículo 190. Sanciones en el Timbre de publicidad.—Las sanciones por omisión total o parcial del reintegro correspondiente al segundo concepto del Timbre de publicidad se corregirán aplicando el artículo 220 de la Ley del Timbre, pero sin que en ningún caso la sanción efectiva sea inferior a 50 pesetas. En las faltas u omisiones de Timbre en los carteles, ya sea en publicidad interior o exterior, se aplicará el artículo 221 de la Ley. En ambos casos, y en aplicación del artículo 222 del Reglamento, podrá re-

ducirse la sanción automáticamente a su tercera parte.

La falta de remisión por las Empresas que vienen obligadas a ello de sus tarifas oficiales será sancionada con multas de 250 a 500 pesetas, así como la falta de constancia en el pie de imprenta de impresos publicitarios, de la fecha y número de ejemplares impresos por los talleres tipográficos e imprentas.

Para la determinación de la falta de reintegro en carteles será suficiente, no admitiéndose prueba en contrario, el acta suscrita por el Inspector y un testigo, aunque éste no sea Agente de la Autoridad.

Artículo segundo. Las Empresas que actualmente satisfacen a metálico el Timbre de envases solicitarán dentro del plazo de treinta días a partir de la publicación de esta Orden, la concesión de nuevas autorizaciones para pagar en tal forma, el Timbre de publicidad (primer concepto), con arreglo a las prescripciones contenidas en esta Orden, considerándose valederas hasta su concesión o denegación las actuales autorizaciones y debiendo efectuar, mientras tanto, los ingresos a metálico en la misma forma que ahora lo vienen realizando.

Artículo tercero. La obligación establecida en el artículo 187 del Reglamento de la Ley del Timbre, según se redacta en el artículo primero de esta Orden referente a que el tamaño de las letras utilizadas para expresión de la razón social o nombre comercial, no pueden exceder de quince centímetros, empezará a exigirse desde primero de enero de 1954.

Artículo transitorio. — Los productos marcados que se vendan a partir de 1 de enero de 1952, deberán llevar el reintegro correspondiente a las tarifas o escalas aplicables en la fecha en que el devengo se produjo de acuerdo con lo establecido en la presente Orden. Todos los tenedores de productos marcados sujetos al timbre de publicidad y cuyo devengo se haya producido con anterioridad a 1 de enero de 1952, deberán formular ante las Administraciones de Rentas Públicas de las respectivas Delegaciones de Hacienda, declaraciones de existencia de los mismos a efectos de su comprobación por la Inspección Técnica del Timbre. Se considerará como falta reglamentaria de las definidas en el apartado d) del artículo 186 del Reglamento de la Ley

del Timbre, la no presentación de dichas declaraciones dentro de los primeros quince días del mes de enero de 1952, sancionándose con arreglo al artículo 221 de la Ley del Timbre toda falsedad que en perjuicio del Estado se pusiera de manifiesto en tales comprobaciones.

DISTRITO MINERO DE OVIEDO

Don Luis de Beaumont y Colmeiro, Ingeniero Primero del Cuerpo Nacional de Ingenieros de Minas y Jefe del Distrito Minero de Oviedo.

Hago saber: Que por don Enrique García Fernández, vecino de Soto del Barco, se solicita un permiso de investigación de mineral de caolín, de 20 hectáreas de extensión que se denominará "Josefina"; y sito en el paraje llamado La Marrona, parroquia de Soto del Barco, del término municipal de Soto del Barco.

Verifica su designación en la forma siguiente:

Se tomará como punto de partida la esquina S. O. de la casa de don Emilio Fernández, de la Fuente, sita en el citado paraje de La Marrona. De punto de partida a primera estaca en dirección Oeste, se medirán 45 metros; de primera a segunda estaca en dirección Norte 20 grados Este, se medirán 350 metros; de segunda a tercera, se medirán 400 metros en dirección Este 20 grados Sur; de tercera a cuarta se medirán 500 metros en dirección Sur 20 grados Oeste; de cuarta a quinta se medirán 400 metros en dirección Oeste 20 grados Norte; de quinta a primera, se medirán 150 metros en dirección Norte 20 grados Este, cerrando así el perímetro de las 20 hectáreas solicitadas.

Fué admitido este registro con el número 26.683.

Don Luis de Beaumont y Colmeiro, Ingeniero Primero del Cuerpo Nacional de Ingenieros de Minas y Jefe del Distrito Minero de Oviedo.

Hago saber: Que por don Jesús Rodríguez Muñoz, vecino de Gijón, Subida a Santa Oloya, 7, se solicitó un permiso de investigación de mineral de hulla, de 142 hectáreas de extensión que se denominará "Marina", y sito en el paraje llamado Sograndio, parroquia de Tanes, del término municipal de Campo de Caso.

Verifica su designación en la forma siguiente:

Se tomará como punto de partida la puerta de la cuadra de don

Ventura García que está situada en el Caneyu, y próxima al Riascu Sograndio o Valdetanes, y desde el punto de partida a la primera estaca, se tomará en dirección Norte 650 metros. De primera a segunda estaca dirección Oeste, se medirán 1.800 metros; de segunda a tercera dirección Sur, 1.300 metros; de tercera a cuarta dirección Este, 1.500 metros; de cuarta a quinta dirección Norte, 400 metros; de quinta a sexta dirección Oeste, 1.300 metros; de sexta a séptima dirección Norte, 500 metros; de séptima a octava dirección E., 1.600 metros; de octava a primera dirección Norte, 400 metros, con lo cual, queda cerrado el perímetro de 142 hectáreas.

Fué admitido este registro con el número 26.723.

Igualmente hago saber: Que con esta fecha han sido definitivamente admitidas dichas solicitudes, salvo mejor derecho y sin perjuicio de tercero, y asimismo declarado abierto su período de información, por lo que se extienden los presentes edictos que se expondrán, por espacio de treinta días en la tabla de anuncios de esta Jefatura y en la de los Ayuntamientos respectivos, anunciándose, además, en los BB. OO. de la provincia y del Estado, para que si alguna persona tuviera que oponerse, lo verifique mediante escrito presentado en esta Jefatura, dentro de los treinta días siguientes a la fecha de su publicación o durante la exposición de los edictos.

Oviedo, 10 de diciembre de 1951.—El Ingeniero Jefe, Luis de Beaumont.

REQUISITORIAS

FERNANDEZ GUTIERREZ, Bienvenido, de cuarenta y nueve años de edad, casado, jornalero, natural de Santa Eulalia de Nembro (Gozón), vecino de Villapérez, cuyo actual paradero se desconoce; comparecerá en el término de ocho días ante el Juzgado de instrucción número dos de Oviedo, al objeto de notificarle auto de procesamiento en libertad y ser indagado en causa número diecinueve de mil novecientos cuarenta y dos, por hurto, apercibido que de no comparecer, le parará el consiguiente perjuicio.