

*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*  
*Gobierno Autónomo Municipal*

**TEXTO ORDENADO**  
**DECRETOS MUNICIPALES**  
**G.A.M.L.P. N° 007/2017 – G.A.M.L.P. N° 014/2018**  
**Gabinete Despacho**

**REGLAMENTO DE LA LEY MUNICIPAL AUTONÓMICA**  
**G.A.M.L.P. No. 216/2016 DE PUBLICIDAD**

**TÍTULO I**  
**DISPOSICIONES GENERALES**

**CAPÍTULO ÚNICO**  
**MARCO GENERAL**

**ARTÍCULO 1 (OBJETO).**- El objeto de la presente norma jurídica es reglamentar la Ley Municipal Autónoma G.A.M.L.P. No. 216 de Publicidad, de fecha 28 de diciembre de 2016, estableciendo los requisitos, condiciones v restricciones técnicas para el emplazamiento de publicidad, así como los procesos de control y sanciona torios correspondientes.

**ARTÍCULO 2 (MARCO LEGAL).**- El presente Reglamento Municipal se enmarca en las siguientes disposiciones legales:

- a) Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia de 7 de febrero de 2009;
- b) Ley N° 031 Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Bóñez", de 19 de julio de 2010;
- c) Lev N° 2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002;
- d) Ley Municipal Autónoma G.A.M.L.P. No. 216 de Publicidad de 28 de diciembre de 2016.
- e) Ley Municipal Autónoma G.A.M.L.P. N° 217 de Integración, Modificación y Actualización de Patentes Municipales de 27 de diciembre de 2016, modificada mediante Ley Municipal Autónoma N°221 de 8 de febrero de 2017.

**ARTÍCULO 3 (ÁMBITO DE APLICACIÓN).**- El presente Reglamento Municipal es de aplicación y cumplimiento obligatorio en la jurisdicción del Municipio de La Paz.

**ARTÍCULO 4 (PRINCIPIOS).**- Además de los principios establecidos en la Ley Municipal Autónoma G.A.M.L.P. No. 216/2016, son aplicables los siguientes principios:

- a) **Presunción de Legitimidad.**- Las actuaciones y actos administrativos de los servidores públicos municipales que desarrollen funciones en materia de control y retiro de publicidad, por estar sometidos plenamente a la Ley, se presumen legítimos, salvo expresa declaración judicial en contrario.
- b) **Imparcialidad.**- Las autoridades administrativas deben basar sus actos en defensa del interés colectivo de la ciudadanía, evitando cualquier forma de discriminación entre los administrados y contribuyentes.

*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

- c) **Transparencia.**- Los servidores públicos municipales, encargados de ejecutar el presente Reglamento Municipal, deben posibilitar el acceso a la información a toda autoridad competente y a personas que acrediten su interés legal.

**ARTÍCULO 5 (RESTRICCIONES).**- I. Con la finalidad de evitar contaminación y saturación visual, la Unidad de Publicidad Urbana podrá restringir la emisión de autorizaciones en bienes de dominio municipal y la emisión de Licencias de Publicidad en espacios privados para el emplazamiento de Publicidad Corporativa por su tamaño, en zonas definidas previamente mediante Resolución Administrativa emitida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

II. Las restricciones referidas en el párrafo anterior, no podrán ser impuestas por más de un (1) año computable a partir de la emisión de la Resolución Administrativa correspondiente, misma que será emitida en consideración a la evaluación técnica obtenida de la información proporcionada por el sistema informático correspondiente, en el cual, se identificarán los perímetros donde exista mayor saturación y/o proliferación de elementos publicitarios corporativos por su tamaño, a través de su georreferenciación.

III. Los elementos publicitarios definidos o identificados como innovadores, no se sujetarán a las restricciones citadas precedentemente.

**ARTICULO 6 (DEFINICIONES).**- Con la finalidad de aplicación del presente Reglamento Municipal, se establecen las siguientes definiciones:

- a) **Acera:** Sección de la orilla de una vía pública que se reserva para el tránsito peatonal.
- b) **Afiche:** Elemento publicitario en lámina de papel u otro material, impreso y emplazado sobre algún objeto fijo; que transmite algún tipo de mensaje visual y que sirve como anuncio para la difusión de una cierta información, mediante cual se promociona un producto, un servicio o un evento.
- c) **Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal:** Acto administrativo por el cual el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz autoriza el uso de determinados bienes municipales de dominio público o mobiliario urbano, con carácter temporal, a cambio de una contraprestación económica para el emplazamiento de elementos publicitarios.
- d) **Elemento Publicitario:** Cualquier mecanismo o medio utilizado para la exposición visual de publicidad.
- e) **Fachada:** Parte externa de un edificio colindante con espacios públicos.
- f) **Imagen Corporativa:** Representación visual que puede comprender letras, siglas, firmas, imágenes y/o textos, abstractos o no, que permitan individualizar de manera inequívoca a la persona natural o jurídica que promociona el bien o servicio que se publicita.
- g) **Licencia de Publicidad:** Permiso que otorga el GAMLP a una persona natural o jurídica para el emplazamiento de elementos publicitarios en espacios públicos o privados.
- h) **Muro Medianero:** Muro que colinda con los límites del inmueble que se da como



# Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

## Gobierno Autónomo Municipal

DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018

límite entre el espacio público (vías, parques, etc.) y el espacio privado (dos inmuebles).

- i) **Retiro:** Área libre de un predio, comprendido dentro del límite del terreno privado de la edificación y la línea municipal o los límites vecinales. Espacios libres no edificados comprendidos entre la línea de construcción y los linderos de lote o la línea municipal.
- j) **Ambush Marketing:** También llamado marketing de emboscada es una estrategia de marketing que consiste en aprovechar para promocionar o comunicar una marca en un evento sin pagar ningún tipo de patrocinio por el mismo, al margen de patrocinadores oficiales.
- k) **Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad:** Documento técnico legal suscrito por el solicitante, al momento de efectuar la solicitud de emplazamiento de publicidad en calidad de Declaración Jurada, cuya información es verificada por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

### TÍTULO II

#### CLASIFICACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS

#### CAPITULO I

#### CLASIFICACIÓN, CARACTERIZACIONES Y PORCENTAJE MÁXIMO DE PUBLICIDAD

**ARTÍCULO 7 (CLASIFICACIÓN).**- Los elementos publicitarios se clasifican en los siguientes tipos:

- a) Publicidad Corporativa;
- b) Publicidad que Identifica a la Actividad Económica;
- c) Publicidad Móvil;
- d) Publicidad Eventual.

**ARTÍCULO 8 (CARACTERIZACIONES).**- Los elementos publicitarios de acuerdo a la utilización de los recursos tecnológicos, contarán con una o más de las siguientes caracterizaciones:

- a) **Simple:** No emplean ningún recurso tecnológico;
- b) **Electrónicas:** Exposición de mensajes y/o imágenes en movimiento con el uso de celdas luminosas;
- c) **Proyectadas:** Exposición de mensajes y/o imágenes fijas o en movimiento con el uso de sistemas de proyección de cualquier tipo;
- d) **Eléctricas:** Utilización de sistemas eléctricos como parte del anuncio y/o como parte integrante de la estructura;
- e) **Mecánicas:** Utilización de sistemas mecánicos, neumáticos y/o eólicos como parte del anuncio v/o como parte integrante de la estructura;
- f) **Luminosas:** Emisión de luz propia;
- g) **Iluminadas:** Reflejan luz artificial instalada de uso exclusivo del anuncio;
- h) **Sonoras:** Utilización de sistemas sonoros para transmitir mensajes musicales y/o hablados;
- i) **Animadas:** Utilización de mensajes y/o imágenes en movimiento.



**ARTÍCULO 9 (ANALOGÍA).**- Todo elemento publicitario que no se adecúe a ninguno de los tipos descritos dentro de la clasificación de publicidad establecida en el presente Reglamento Municipal, deberá ser adecuado por la Unidad de Publicidad Urbana por analogía, a las características, condiciones técnicas, restricciones técnicas y uso dado por la persona natural o jurídica solicitante al tipo de publicidad respectiva.

**ARTÍCULO 10 (PORCENTAJE MÁXIMO DE PUBLICIDAD PERMITIDA).**- I. La sumatoria de los elementos publicitarios comprendidos en la Publicidad Corporativa y elementos que identifican a la Actividad Económica no podrá sobrepasar de 60% de las fachadas y muros medianeros del bien inmueble sobre el cual se encuentren emplazados. Éste porcentaje se determinará sumando la superficie en metros cuadrados de todos los elementos publicitarios instalados sobre las fachadas o muros medianeros, divididos entre el área total susceptible de explotación y multiplicada por cien.

II. La Publicidad Móvil no podrá sobrepasar los porcentajes establecidos en los incisos a), b) y c) el artículo 17 del área susceptible de explotación con publicidad, éste porcentaje se determinará sumando la superficie en metros cuadrados de todos los elementos publicitarios instalados, divididos entre el área total susceptible de explotación y multiplicada por cien.

III. Para el caso de Publicidad Móvil al interior de transporte público municipal, el espacio susceptible de explotación será determinado por la unidad organizacional responsable de su administración y preservación.

## **CAPÍTULO II**

### **CLASIFICACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD CORPORATIVA**

**ARTÍCULO 11 (CLASIFICACIÓN).**- La publicidad corporativa se clasifica en:

**I. Publicidad Corporativa por su tamaño:** Comprendida por aquellos elementos publicitarios con una superficie mayor a los dieciocho (18) metros cuadrados y que por su tamaño son elaborados a gran escala y podrán ser:

**a) Vallas Autoportantes:** Elementos publicitarios de una o más caras soportados por uno o más elementos estructurales diseñados específicamente para este propósito, mismos que pueden ser emplazados en espacios de uso o dominio municipal o en propiedad privada.

**1. De una cara:** Elemento publicitario que publicita por una sola cara, misma que deberá ser emplazada de manera paralela hacia la vía, en el caso de intersección de vías la misma podrá ser emplazada en un ángulo que permitan su aprovechamiento visual;

**2. De dos caras:** Elemento publicitario que publicita por dos caras, mismo que deberá ser emplazado de manera perpendicular a la vía;

**3. De tres o más caras:** Elemento publicitario conformado por una serie de paneles impresos por varias caras, pudiendo emplazarse de manera paralela o perpendicular a la vía;

**4. Tótem:** Elemento publicitario autoportante que conforma un cuerpo sólido



desde su base hasta su coronación con publicidad, pudiendo éstos ser de una o más caras.

**b) Vallas Adosadas:** Elementos publicitarios adheridos o sujetos a una construcción civil, sean estos muros, cubiertas o terrazas u obras en construcción que pueden ser emplazados en espacios de uso o dominio municipal o en propiedad privada.

1. **Sobre muros:** Elementos publicitarios sujetos a muros, fachadas laterales, cuando así la infraestructura civil determine un espacio específico para su emplazamiento.
2. **Sobre cubiertas o terrazas:** Elementos publicitarios adheridos a las cubiertas o terrazas, cuando el cálculo estructural prevea dicho emplazamiento.
3. **En obras en construcción:** Elementos publicitarios sujetos o adheridos a la obra civil en proceso de construcción.

**II. Publicidad Corporativa por su uso:** Comprendida por aquellos elementos publicitarios que por su uso son emplazados en un inmueble o lugar distinto a donde se encuentre o desarrolle la actividad económica generadora de la publicidad, la que podrá ser:

- a) **Adosada:** Elemento publicitario cuya estructura esta sobrepuesta a la fachada principal o lateral de un bien inmueble, mismo que promociona una imagen corporativa distinta a la que se desarrolla en dicho inmueble.
- b) **Pintada:** Elemento publicitario en el que se aplica la técnica de pintura sobre la fachada o muro medianero de un bien inmueble, mismo que promociona una imagen corporativa distinta a la que se desarrolla en dicho inmueble.
- c) **Microperforada/Autoadhesiva/Bobinas:** Elementos publicitarios impresos en autoadhesivos adheridos a paños de vidrio o nylon que son emplazados hacia el exterior y que no bloquean la visibilidad hacia el exterior, mismo que promociona una imagen corporativa distinta a la que se desarrolla en dicho inmueble.
- d) **Paletas Autoportantes:** Elemento publicitario soportado por una estructura propia y emplazada en vía pública o propiedad privada, mismo que promociona una imagen corporativa distinta a la que se desarrolla en dicho inmueble ya sea público o privado.

**ARTÍCULO 12 (CONDICIONES TÉCNICAS).**- El emplazamiento de publicidad corporativa, se regirá por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo.

**I. Para Publicidad Corporativa por su Tamaño:**

**a) Vallas Autoportantes:**

1. Se permite el emplazamiento de un sólo elemento publicitario por inmueble ya sea público o privado, elemento que podrá ser adicionado de acuerdo al "área mínima de lote" (Parámetros de lote, frente, retiros), establecidos para cada caso en la normativa relativa a Uso de Suelos Urbanos vigente.
2. Contendrán de manera visible el número, fecha y plazo de vigencia de la licencia de publicidad, como parte integrante del elemento publicitario;

# Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

## Gobierno Autónomo Municipal

DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018

3. El cartel estará sujeto por un soporte de doce (12) metros de altura como máximo y cinco (5) metros de altura como mínimo, contada desde la rasante natural del terreno;
4. Al tratarse de vallas autoportantes iluminadas emplazadas sobre vías de circulación vehicular, sus reflectores se ubicarán a una altura tal que no encandilen a los conductores de vehículos durante todo el recorrido.
5. Las vallas autoportantes de una cara, deberán respetar una distancia mínima entre sí y con otro tipo de Publicidad Corporativa, de cinco (5) metros lineales sobre una misma vía.
6. La distancia entre vallas autoportantes de dos (2), tres (3) o más caras será de cien (100) metros lineales sobre una misma vía.
7. La superficie máxima permitida, resultado de la sumatoria de las caras del elemento publicitario no podrá exceder un área total de noventa (90) metros cuadrados;
8. Su emplazamiento no deberá impedir las condiciones de aire, luz y visibilidad que afecten a predios vecinos;
9. El elemento publicitario estará sujeto por un soporte que garantice la seguridad de su emplazamiento;
10. En caso de que el cartel rebase la línea municipal deberá dejar una altura libre mínima de 5 metros y respetar las distancias mínimas de seguridad de la empresa concesionaria de energía eléctrica para los conductores de su propiedad en baja y media tensión y 1 metro al tendido de cables de teléfono u otros servicios, debiendo los interesados cubrir los costos de adecuación a las distancias de seguridad;
11. Los tótems deberán tener una altura máxima de 12 metros con una base no mayor a 1/3 de los mismos, en caso de que el elemento tenga una superficie menor a los 4 metros cuadrados, dichos elementos serán considerado como Publicidad Corporativa por su uso.

### b) Vallas Adosadas:

1. Se permite el emplazamiento de un sólo elemento publicitario por inmueble ya sea público o privado, elemento que podrá ser adicionado de acuerdo al "área mínima de lote" (Parámetros de lote, frente, retiros), establecidos para cada caso en la normativa de Uso de Suelos Urbanos vigente;
2. Contendrán de manera visible el número, fecha y plazo de vigencia de la licencia de publicidad, como parte integrante del elemento publicitario;
3. El elemento publicitario estará sujeto por un soporte que garantice la seguridad de su emplazamiento;
4. En todos los casos respetarán una distancia mínima entre sí de cinco (5) metros;
5. En obras de construcción podrán ocupar la totalidad de la fachada, siempre y cuando el elemento publicitario esté destinado a evitar los riesgos constructivos civiles;
6. Para vallas adosadas sobre cubierta vistas desde el aire, se podrá utilizar material y/o pintura reflectiva, materiales de técnica de volumetría y/o 3d;
7. Las vallas adosadas sobre cubierta vistas desde el aire, deberán contar con una distancia mínima de cien (100) metros lineales.



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

**II. Para Publicidad Corporativa por su Uso:** Deberá contener desde el 60% hasta el 100% de imagen corporativa distinta a la actividad económica que se desarrolla en el bien inmueble donde se pretende emplazar el elemento publicitario, se incluye en el cálculo de dicho porcentaje los colores y formas relacionadas a la imagen corporativa. No deberá ser considerada Publicidad Corporativa por su uso, aquella que por sus características se adecúe a las condiciones establecidas para Publicidad Corporativa por su tamaño.

**a) Adosada:**

1. Deberá empotrarse en la fachada o muro medianero con al menos tres (3) puntos de apoyo de manera paralela al muro;
2. En el caso de la utilización de cajas luminosas, las mismas deberán presentar una sola cara con una profundidad máxima de treinta (30) centímetros sobre la fachada o voladizo autorizado;
3. En caso de toldos adosados cuya finalidad primordial es hacer sombra y publicidad a la vez, podrán contar una profundidad máxima de 120 centímetros sobre el ingreso, fachada o voladizo, siempre y cuando no obstaculice la libre transitabilidad de personas y/o vehículos;
4. En el caso de emplazamiento de elementos publicitarios tipo "cartelera" respetarán una distancia mínima con elementos corporativos por su tamaño, de cinco (5) metros;
5. En caso de "cartelera" se deberá comunicar mediante nota alta y baja de cada campaña publicitaria, para fines de liquidación.

**b) Pintada:** Se deberá utilizar pintura anti-reflejante y se deberá considerar, además:

1. En fachadas; El área a cubrir con publicidad pintada no deberá exceder el 45% del total del área de fachada incluyendo las cortinas de cierre y vitrinas, debiendo realizarse el pintado de la superficie restante de la fachada sin publicidad.
2. En muros medianeros; se podrá cubrir la totalidad del área siempre y cuando no se obstruyan vanos ni accesorios de ventilación.
3. En kioscos, puestos de venta y anaqueles; el porcentaje de ocupación con publicidad será hasta del sesenta por ciento (60%), lo cual estará sujeto a determinaciones de la Unidad Organizacional encargada de la regulación para este tipo de asentamientos en vía pública, en coordinación con la Unidad de Publicidad Urbana.

**c) Microperforada/Autoadhesiva/Bobinas:** La superficie de la publicidad microperforada/autoadhesiva/plástica estará comprendida en el porcentaje total permitido.

**d) Paletas Autoportantes:**

1. El emplazamiento deberá ser realizado guardando una distancia mínima entre sí de cien (100) metros lineales.
2. La estructura debe exceder de un metro con noventa centímetros (1,90m) de

*Calte Mercado N° 1298, Teléfonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377* 7

*www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia*





*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

ancho, por treinta centímetros (40cm) de espesor y tres metros con sesenta centímetros (3,60m) de altura, no se incluye dentro de ésta medida las herramientas con información de interés público; su parte inferior debe ubicarse desde diez centímetros(10cm) hasta cuatro metros (4m) de la base, contados desde la rasante natural del terreno;

3. Deberá contar con un espacio mínimo del 15% para herramientas con información de interés público como ser relojes, termómetros, radares, gps y otros definidos por el GAMLP, los cuales podrán ser digitales, mecánicos y/o analógicos, entre otros;
4. En caso de que la publicidad corporativa por su uso sea proyectada, el fondo de proyección debe ser una pantalla instalada exclusivamente para dicho fin, un muro ciego u otro y la superficie de proyección debe ser de características anti-reflejantes y tener control lúmenes.

III. El emplazamiento de elementos publicitarios corporativos por su tamaño, en predios que se encuentren en aires de ríos y/o franjas de seguridad de dominio municipal, sólo se permitirá cuando se adjunte adicionalmente a los requisitos señalados en el artículo 20 del Decreto Municipal N°007/2017, lo siguiente:

- Informe Geotécnico del área donde se emplazará la (s) fundación (es) de la estructura metálica. Presentar niveles de fundación que garantice la estabilidad de la estructura. El ingeniero Geotecnista debe justificar una inspección ocular para evaluar riesgos posibles.
- Presentar un perfil topográfico del área de estudio. Para justificar la posición de la valla metálica.
- Informe estructural con el diseño de la estructura metálica y área de influencia del riesgo.

IV. Los estudios anteriormente señalados, deben estar elaborados y firmados únicamente por un profesional Geotecnista, Topógrafo o Ingeniero Civil respectivamente, adjuntando fotocopia de su registro profesional.



**ARTÍCULO 13 (RESTRICCIONES TÉCNICAS).**- El emplazamiento de publicidad corporativa, deberá observar las siguientes restricciones técnicas.



**I. Publicidad Corporativa por su Tamaño.**- En todos los casos se prohíbe el emplazamiento de publicidad corporativa por su tamaño en inmuebles patrimoniales declarados bajo las Categorías A, B y C, así como en áreas, conjuntos, tramos, circuitos, edificaciones y elementos arquitectónicos, urbanos patrimoniales establecidos por normativa vigente, salvo que la Unidad de Publicidad Urbana así lo permita, previo criterio técnico que establezca la factibilidad de la solicitud de emplazamiento, por la unidad organizacional del GAMLP encargada de la preservación de patrimonio.

**a) Vallas Autoportantes:**

1. Se prohíbe la ocupación con el elemento publicitario en predios vecinos

# Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

## Gobierno Autónomo Municipal

DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018

- colindantes, así como sus accesorios;
2. El emplazamiento no podrá estar ubicado en retiros obligatorios exigidos por la Ley de Uso de Suelos Urbanos (LUSU) vigente.
  3. El numeral 3, del inciso a), del párrafo I, del artículo 13; fue DEROGADO por el Artículo Tercero del Decreto Municipal N° 014/2018 de fecha 22 de junio de 2018.

### b) Vallas Adosadas:

1. No podrán alterar las condiciones constructivas de ninguna edificación;
2. No podrán alterar ni obstruir salidas de emergencia ni retiros obligatorios establecidos por la normativa municipal;
3. Si se encuentran adosadas a muros, no podrán sobrepasar el ancho de la fachada y no podrán sobrepasar la línea municipal, no pudiendo ocupar ni tapar vano alguno de la edificación, salvo que la misma esté destinada para el resguardo de seguridad;
4. Si se encuentran emplazadas sobre cubiertas o terrazas no podrán exceder el ancho del frente de la fachada donde se emplaza;
5. El emplazamiento no podrá estar ubicado en retiros obligatorios exigidos por la normativa de Uso de Suelos Urbanos vigente.
6. No podrán sobrepasar la Altura Máxima de Fachada (AMF) establecida en el patrón de asentamiento correspondiente; siempre y cuando se encuentren emplazadas dentro de un radio de cien (100) metros lineales de miradores, plazas o apachetas definidos en la normativa de Uso de Suelos Urbanos vigente.
7. En caso de vallas adosadas sobre cubierta vistas desde el aire, no podrán contar con ningún tipo de material que pueda ser susceptible de desprendimiento y por ende peligroso para los peatones y/o vehículos que transitan por el lugar;
8. El numeral 8, del inciso b), del párrafo I, del artículo 13; fue DEROGADO por el Artículo Tercero del Decreto Municipal N° 014/2018 de fecha 22 de junio de 2018.



## II. Para Publicidad Corporativa por su Uso:

- a) Los elementos publicitarios no podrán cubrir los vanos de la edificación.
- b) Queda terminantemente prohibido el emplazamiento de publicidad corporativa por su uso sobresaliente o colgante, salvo aquellos emplazamientos autorizados por recomendación de la Dirección de Patrimonio, en razón de proyectos de priorización de revitalización y recuperación de patrimonio municipal.
- c) En caso de "carteleras" no podrá tener una dimensión superior a los 18 (dieciocho) metros cuadrados.



## CAPÍTULO III

### CLASIFICACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD QUE IDENTIFICA A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

**ARTÍCULO 14 (CLASIFICACIÓN).**- La publicidad que identifica a la actividad económica se clasifica en:

*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

- a) **Adosada.**- Elemento de identificación cuya estructura está sobrepuesta a la superficie adyacente a los vanos ocupados por la actividad económica.
- b) **Pintada.**- Elemento de identificación en la que se aplica la técnica de pintura sobre la fachada o ingreso de la Actividad Económica.
- c) **Microperforada/Autoadhesiva.**- Elemento de identificación impreso en autoadhesivos adheridos a paños de vidrio u otros v que no bloquea la visibilidad.

**ARTÍCULO 15 (CONDICIONES TÉCNICAS).**- I. En todos los casos, la Publicidad que Identifica a la Actividad Económica, debe contar con al menos con un 60% de imagen publicitaria que identifica a la Actividad Económica, el elemento de identificación se deberá encontrar en el mismo inmueble donde se desarrolla la Actividad Económica y no deberá tener una dimensión superior a los 18 (dieciocho) metros cuadrados ni adecuarse a las condiciones establecidas para Publicidad Corporativa, se incluye en el cálculo de dicho porcentaje los colores y formas relacionadas a la imagen identificativa.

**a) Adosada:**

- 1. Deberá empotrarse al ingreso de la actividad económica con al menos tres puntos de apoyo de manera paralela al muro o ingreso;
- 2. En el caso de la utilización de cajas luminosas, las mismas deberán presentar una sola cara con una profundidad máxima de 30 centímetros sobre el ingreso, fachada o voladizo.
- 3. En caso de toldos adosados cuya finalidad primordial es hacer sombra y publicidad a la vez podrán contar una profundidad máxima de 120 centímetros sobre el ingreso, fachada o voladizo, siempre y cuando no obstaculice la libre transitabilidad de personas y/o vehículos.

**b) Pintada:**

- 1. Se deberá utilizar pintura anti-reflejante;
- 2. En fachadas: El área a cubrir con publicidad pintada no deberá exceder el 45% del total del área de fachada incluyendo las cortinas de cierre y vitrinas, debiendo realizarse el pintado de la superficie restante de la fachada sin publicidad;
- 3. En muros medianeros; se podrá cubrir la totalidad del área siempre y cuando no se obstruyan vanos ni accesorios de ventilación.

**c) Microperforada/Autoadhesiva:** estará comprendida en el porcentaje total permitido.

II. En caso de que la publicidad que identifica la actividad económica sea proyectada, el fondo de proyección debe ser una pantalla instalada exclusivamente para el fin, muro ciego u otro v la superficie de proyección debe ser de características anti-reflejantes evitando que la proyección reflejada perjudique el uso residencial.

**ARTÍCULO 16 (RESTRICCIONES TÉCNICAS).**- I. Los elementos de identificación de la actividad económica no podrán cubrir los vanos de la edificación, salvo que éstos



no sean utilizados para el fin por el cual fueron construidos.

II. Queda terminantemente prohibido el emplazamiento de elementos de identificación de la actividad económica sobresaliente o colgante.

#### **CAPÍTULO IV**

#### **CLASIFICACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD MÓVIL**

**ARTÍCULO 17 (CLASIFICACIÓN).**- Esta categoría se clasifica en:

- a) **Adosada:** Elemento publicitario incorporado en la parte superior de los vehículos.
- b) **Pintada:** Elemento publicitario pintado en la carrocería del vehículo.
- c) **Microperforada/Autoadhesiva:** Elemento publicitario adherido a vehículos.

**ARTÍCULO 18 (CONDICIONES TÉCNICAS).**- El emplazamiento de publicidad móvil, se registrará por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo.

- a) La altura máxima de los elementos publicitarios incorporados a los vehículos, tendrá como máximo el 30% de la altura del vehículo, medida desde el piso. Éste elemento no deberá afectar la estabilidad operativa del vehículo, ni sobrepasar las dimensiones externas laterales del mismo;
- b) Los microperforados/autoadhesivos y pintados adheridos a vehículos no podrán ocupar más del 80% de la carrocería del mismo;
- c) Los elementos publicitarios adosados que impliquen carga de peso incorporados a vehículos no podrán ocupar más del 60% de la carrocería del mismo. Éste elemento no deberá afectar la estabilidad operativa del vehículo, ni sobrepasar las dimensiones externas laterales del mismo;
- d) Los elementos publicitarios adosados en los vehículos de transporte público (buses, minibuses, carrys, trufis, taxis, radio taxis y taxífonos), se instalarán en el techo de los vehículos;
- e) Los elementos publicitarios en todas sus modalidades cuando se trate de transporte público, no deberá interferir con el logotipo de la organización o empresa prestadora del servicio, así como de su placa de circulación;
- f) Los elementos publicitarios en vehículos deberán permanecer en perfectas condiciones de seguridad a fin de conservar la buena imagen y estética general de los vehículos.

**ARTÍCULO 19 (RESTRICCIONES TÉCNICAS).**- Los elementos publicitarios instalados en vehículos automotores, deberán observar las siguientes restricciones técnicas:

- a) Se prohíbe el colocados de adhesivos publicitarios en parabrisas frontal, parabrisas trasero, vidrios laterales, retrovisores y placas de circulación; se exceptúa de la restricción aquellos elementos publicitarios microperforados que no obstaculicen la visión tanto al conductor como a los pasajeros;
- b) No deberá contar con elementos que puedan significar peligro para conductores

- y/o peatones, como aquellos que sobresalgan del vehículo o realizados con materiales metálicos corto punzantes y otros similares;
- c) El inciso c), del artículo 19; fue DEROGADO por el Artículo Tercero del Decreto Municipal N° 014/2018 de fecha 22 de junio de 2018.

## **CAPÍTULO V**

### **CLASIFICACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD EVENTUAL**

**ARTÍCULO 20 (CLASIFICACIÓN).- I.** La publicidad eventual se clasifica en:

- a) **Pancartas/Banners:** Elemento publicitario incorporado en un lienzo, lona o tela sustentados de manera colgante en postes de servicio público, estructuras construidas para el efecto y espacios habilitados por el GAMPLP, de manera paralela al eje de la vía.
- b) **Telones:** Elemento publicitario incorporado en un lienzo o tela sustentada en muros exteriores, elaborada a gran escala.
- c) **Inflables:** Elemento publicitario flexible que tienen un volumen lleno de aire o gas inerte.
- d) **Carpas, toldos y/o sombrillas:** Elemento publicitario impreso o adherido en elementos provisorios de cubierta realizados con lona, tela u otro material flexible cuya finalidad primordial es hacer sombra y publicidad a la vez.
- e) **Puntos de promoción:** Publicidad eventual realizada mediante la difusión de imagen en elementos digitales, distribución de volantes, personas disfrazadas, activaciones y otros, alusivos a alguna actividad económica, servicio, producto o promoción de un evento.

**II.** En caso de combinación de dos (2) o más clases de elementos publicitarios detallados en el párrafo precedente, el interesado deberá obtener la correspondiente autorización emitida por la Unidad de Publicidad Urbana, por cada elemento y procediendo al pago de la patente por publicidad eventual de manera individual.

**ARTÍCULO 21 (CONDICIONES TÉCNICAS).-** El emplazamiento de publicidad eventual, se registrará por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo.

a) **Pancartas/ Banners:**

1. Serán elaboradas de un material de superficie no reflejante;
2. Deberán ser emplazadas a una altura no menor a 3,50 metros para no interferir con la visibilidad o funcionamiento de señalización oficial de cualquier tipo;
3. Respetar las dimensiones de las estructuras y espacios habilitados por el GAMPLP.
4. Los Banners, deberán observar los parámetros de seguridad de los ciudadanos, no pudiendo emplazar los mismos cuando constituyan en factores de riesgo para las personas y/o vehículos.

b) **Telones:** La elaboración deberá realizarse en material de superficie no reflejante.

c) **Inflables:**

1. Contar con señalización de advertencia;
2. Cuando el objeto se encuentre suspendido, deberá estar anclado directamente en el

lugar en que se realice la promoción o evento anunciado.

**d) Carpas, Toldos y/o Sombrillas:**

1. Ser iguales o inferiores a los 10 metros cuadrados;
2. Ser inferiores al ancho de la acera y estar a una altura no menor a los 2 metros con respecto al suelo.

**e) Puntos de Promoción:**

1. En caso de volanteo, el horario de promoción deberá ser concordante con la fecha habilitada mediante el pago de su patente de publicidad eventual, cada punto de volanteo está constituido por una persona y su respectivo material de difusión, las personas deberán portar de forma obligatoria las credenciales de autorización emitidas por la Unidad de Publicidad Urbana;
2. En caso de promoción de productos y/o servicios con modelos, azafatas, muñecos, personas disfrazadas u otras análogas, la cantidad máxima de personas permitidas por punto de promoción es de tres (3), sobrepasada ésta cantidad se deberá solicitar la autorización de otro punto adicional y así de manera sucesiva, asimismo deberán portar de forma obligatoria las credenciales de autorización emitidas por la Unidad de Publicidad Urbana;
3. Para el caso de publicidad nómada o en movimiento, denominada "activación", la cantidad máxima de personas permitidas por punto de promoción es de cinco (5), sobrepasada ésta cantidad se deberá solicitar la autorización de otro punto adicional y así de manera sucesiva, debiendo portar de forma obligatoria las credenciales de autorización emitidas por la Unidad de Publicidad Urbana;
4. Los "digitales" están compuestos por elementos tecnológicos caracterizados principalmente por pantallas, luces led, la dimensión permitida por cada punto es de 1 por 1,5 metros, sobrepasada esa dimensión se deberá solicitar la autorización de otro punto adicional debiendo cancelar su patente.



**ARTÍCULO 22 (RESTRICCIONES TÉCNICAS).**- El emplazamiento de publicidad eventual, deberá observar las restricciones técnicas previstas en el presente artículo.

**a) Pancartas:**

1. No podrán ser elaboradas utilizando pinturas de alto brillo y/o fosforescentes;
2. No podrán ser mayores de siete (7) metros de largo por un (1) metro de ancho.

**b) Telones:**

1. No podrán sobrepasar o sobresalir la superficie de los muros exteriores;
2. La medida permitida es de 10 metros cuadrados, en caso de superar dicha superficie deberá cancelar la patente por publicidad eventual por otro Telón y así sucesivamente en función a los metros cuadrados utilizados;
3. De manera excepcional se permite cubrir vanos o accesorios de ventilación por un plazo máximo de cuatro días, siempre y cuando se prevea que los mismos no se vean afectados en su normal funcionamiento.



**c) Inflables:**

1. No deben estar inflados con ninguna clase de gas tóxico, inflamable o explosivo;
2. No deben ser emplazados en aceras, vías vehiculares ni impedir el normal flujo vehicular y peatonal, salvo que el GAMLMP habilite espacios destinados para éste uso;
3. No podrán ser mayores a 4 metros cuadrados, en caso de superar dicha superficie ocupada deberá cancelar la patente por publicidad eventual por otro Inflable y así sucesivamente en función a los metros cuadrados utilizados.

**d) Carpas, toldos y/o sombrillas:**

1. No pueden ser emplazados en aceras y vías públicas ni impedir el normal flujo vehicular y peatonal, salvo que el GAMLMP habilite espacios destinados para éste uso;
2. No podrán ser mayores a 4 metros cuadrados, en caso de superar dicha superficie ocupada deberá cancelar la patente por publicidad eventual por otra Carpa, toldo y/o sombrilla y así sucesivamente en función a los metros cuadrados utilizados.

**e) Puntos de Promoción:**

1. No deberán obstaculizar el normal tránsito peatonal y vehicular;
2. No podrán ser implementados en calzadas, salvo que las mismas sean habilitadas por autoridad competente;
3. No podrán ocupar mobiliario urbano;
4. Al constituirse en publicidad de características versátiles se podrá aplicar las restricciones técnicas de otros tipos de publicidad, aplicables de manera análoga, para el resguardo, seguridad de las personas, bienes y evitar la contaminación visual.
5. No podrán ser emplazados los elementos denominados "Digitales" si los mismos no cuentan con un Resumen Técnico emitido por el (la) profesional del diseño y calculo estructural, dentro del cual se especifique los puntos de sujeción, plano del emplazamiento, descripción de la estructura y los estudios de vientos correspondientes.

**TÍTULO III**  
**REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN, RENOVACIÓN**  
**Y BAJAS DE LICENCIAS DE PUBLICIDAD Y AUTORIZACIÓN DE**  
**EMPLAZAMIENTO EN BIENES DE DOMINIO MUNICIPAL**

**CAPÍTULO I**  
**REQUISITOS**

**ARTÍCULO 23 (REQUISITOS PARA LA PUBLICIDAD CORPORATIVA).**- Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad corporativa los siguientes:

**I. Para publicidad corporativa por su tamaño:**

# Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

## Gobierno Autónomo Municipal

DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad presentado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas;
- b) Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica según corresponda, por única vez en caso de ser primera solicitud de trámite en el GAMLP;
- c) Plano de ubicación del inmueble y del elemento publicitario georreferenciado especificando las dimensiones (alto, ancho y espesor), material, fotografías del entorno y montajes fotográficos del elemento publicitario a emplazarse;
- d) Licencia de funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante otorgada por el GAMLP.
- e) Una vez verificado el cumplimiento de las condiciones técnicas y tomando en cuenta que el (los) elemento (s) publicitario (s) no incurre (n) en las restricciones técnicas señaladas en el presente Reglamento Municipal, se deberán adjuntar:
  1. Resumen Técnico debidamente firmado y sellado con el número de registro profesional respectivo, por el (la) profesional responsable del diseño y cálculo estructural, mismo que se constituirá en una declaración jurada que certifica que el (los) elemento (s) publicitario(s) cumple(n) con todas las medidas de seguridad y ornato para su emplazamiento;
  2. Fotocopia de la matrícula de registro profesional del responsable del diseño y cálculo estructural;
  3. Póliza de seguro contra daños a terceros por un tiempo igual o mayor al periodo de vigencia de la Licencia de Publicidad;
  4. Carta notariada del (de la) o los (las) propietarios (as) del bien inmueble autorizando el emplazamiento del elemento publicitario; en caso de que el elemento publicitario vaya a emplazarse en bienes sujetos al régimen de propiedad horizontal, carta notariada de la Directiva de la Asociación de Copropietarios autorizando el emplazamiento o en su defecto del representante de los copropietarios;
  5. Reporte anual de medición de la huella de carbono que produjo el elemento publicitario emplazado.



### II. Para publicidad corporativa por su uso:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad presentado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de persona jurídica, debidamente firmado y sellado por el (la) profesional responsable de la elaboración de los documentos técnicos, mismo que se constituirá en una declaración jurada que respalda que el (los) elemento (s) publicitario (s) cuenta (n) con las condiciones de seguridad y ornato para su emplazamiento. Anexo al Formulario deberá adjuntarse descripción de los elementos publicitarios en la cual se identifique lugar de emplazamiento, dimensiones, materiales, y muestreo fotográfico de cada elemento.
- b) Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica según corresponda.
- c) Fotocopia de la matrícula de registro profesional del responsable de la elaboración de los documentos técnicos.



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

- d) Documento suscrito por el (los) propietario (s) del inmueble que respalde la autorización para el emplazamiento del (los) elemento (s) publicitario (s) y establezcan de manera clara su corresponsabilidad sobre el emplazamiento, seguridad y sus efectos;
- e) Licencia de funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante otorgada por el GAMLP.

**ARTÍCULO 24 (REQUISITOS PARA PUBLICIDAD QUE IDENTIFICA A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA).**- Los requisitos para el emplazamiento de elementos de identificación de la actividad económica serán definidos por la normativa que regule las Actividades Económicas.

**ARTÍCULO 25 (REQUISITOS PARA PUBLICIDAD MÓVIL).**- Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad móvil los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad Móvil, presentado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas, y cuando corresponda, debidamente firmado y sellado por el (la) profesional responsable de la elaboración de los documentos técnicos, mismo que se constituirá en una declaración jurada que respalda que el (los) elemento (s) publicitario (s) cuenta (n) con las condiciones de seguridad y ornato para su emplazamiento;
- b) Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica según corresponda.
- c) Registro Único Automotor (RUA);
- d) En caso de Publicidad Móvil que utilice los recursos tecnológicos señalados en los incisos b), c), d) e), f), g), h) e i) del artículo 8 del presente Reglamento Municipal, se deberá adjuntar el cálculo del sistema eléctrico elaborado por un profesional, con la firma y sello respectivos.
- e) Fotocopia de matrícula de registro profesional del responsable de la elaboración del cálculo del sistema eléctrico.
- f) Cuando corresponda, licencia de funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante otorgada por el GAMLP. En caso de ser actividad económica que cuente con Licencia de Funcionamiento de otro municipio deberá adicionalmente suscribir acta de compromiso de retiro del elemento publicitario dentro de las veinticuatro (24) horas de vencida la vigencia de la Licencia de Publicidad la cual deberá ser suscrita por el representante legal debidamente acreditado y con domicilio en la ciudad de La Paz.



**ARTÍCULO 26 (REQUISITOS PARA PUBLICIDAD EVENTUAL).**-Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad eventual los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad presentado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas;
- b) Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica según corresponda, por única vez en caso de ser primera solicitud de trámite en el GAMLP;



- c) En caso de que la publicidad utilice los recursos tecnológicos señalados en los incisos b), c),d),e),f),g),h) e i) del artículo 8 del presente Reglamento Municipal, se deberá adjuntar cálculo del sistema eléctrico elaborado por un profesional.
- d) Fotocopia de matrícula de registro profesional del responsable de la elaboración del cálculo del sistema eléctrico.
- e) Cuando corresponda, Licencia de funcionamiento vigente de la actividad económica otorgada por el GAMLMP. En caso de ser actividad económica que cuente con Licencia de Funcionamiento de otro municipio.
- f) Memorándum y/o Autorización de uso de espacio emitida por la Subalcaldía del macrodistrito donde se efectuará el emplazamiento.
- g) Formulario de Compromiso de retiro de elementos publicitarios hasta las veinticuatro (24) horas posteriores a la fecha de solicitud.

## **CAPÍTULO II**

### **PROCEDIMIENTOS DE OBTENCIÓN, RENOVACIÓN Y BAJAS DE LICENCIAS DE PUBLICIDAD**

**ARTÍCULO 27 (SOLICITUD DE LICENCIA DE PUBLICIDAD).**- Las solicitudes de emplazamiento de Publicidad Corporativa, móvil y eventual sin uso de espacio de dominio municipal, deberán ser tramitadas ante la Unidad de Publicidad Urbana.

**ARTÍCULO 28 (PROCEDIMIENTO PARA OBTENCIÓN DE LICENCIA DE PUBLICIDAD).**-

#### **I. Publicidad Corporativa por su tamaño:**

- a) El (la) solicitante que pretenda emplazar publicidad corporativa por su tamaño deberá presentar los requisitos señalados en el presente Reglamento Municipal en el Canal de Atención habilitado para el efecto.
- b) El (la) funcionario (a) del Canal de Atención habilitado, procederá a la revisión y verificación del contenido de los requisitos presentados en calidad de Declaración Jurada.
- c) Si en el Canal de Atención habilitado, se verificara la falta de requisitos, devolverá el trámite al solicitante para que se subsane lo observado y se considerará el trámite como no iniciado;
- d) De cumplirse con todos los requisitos, se registrará y remitirá el trámite a la Unidad de Publicidad Urbana para su atención;
- e) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción, procederá a la verificación de adeudos por patentes o multas administrativas, en caso de existir los mismos emitirá reporte solicitando la emisión del FUM correspondiente, notificándose personalmente al solicitante, para que proceda al pago y/o en su caso proceda a la solicitud de plan de pagos. En tanto se cumpla con este requisito, el trámite será devuelto al Canal de Atención para devolución al ciudadano, teniéndose el mismo como no presentado hasta la acreditación de que no existen deudas pendientes de pago o se procedió a la suscripción de plan de pagos. Una vez subsanado este extremo, el solicitante podrá presentar su solicitud en el Canal de Atención habilitado.



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

- f) En caso de cumplirse con los requisitos y previo reporte de adeudos, la Unidad de Publicidad Urbana fijará fecha y hora de inspección de verificación que será notificada al (a la) solicitante. La inspección deberá realizarse en un máximo de diez (10) días hábiles de recibido el trámite por el inspector.
- g) En caso de verificarse que se pretende emplazar el elemento publicitario en bienes patrimoniales, la Unidad de Publicidad Urbana deberá solicitar a la Dirección de Patrimonio Cultural, la designación de un funcionario (a) para realizar la inspección de forma conjunta;
- h) Si el elemento publicitario requiere la verificación del cálculo del sistema eléctrico para su emplazamiento, la Unidad de Publicidad Urbana deberá solicitar la designación de un (a) funcionario (a) de la Dirección de Mantenimiento para realizar la inspección conjunta;
- i) El día y hora de la inspección de verificación, deberán constituirse en el lugar del emplazamiento solicitado, el (la) solicitante y el (la) funcionario (a) asignado por la Unidad de Publicidad Urbana, y según corresponda, el (la) funcionario (a) asignado por la Dirección de Patrimonio Cultural y/o la Dirección de Mantenimiento, a objeto de comprobar la certeza de la información declarada y el cumplimiento de las condiciones exigidas, extremo que será registrado en el anexo del Formulario de Solicitud de Publicidad notificándose al solicitante con una copia, en caso de existir observación(es) para que sea(n) subsanada(s) en el plazo de hasta diez (10) días hábiles;
- j) En el plazo de cinco (5) días hábiles el personal técnico deberá emitir Informe justificando la factibilidad de emplazamiento u observación a la solicitud de licencia de publicidad; debiendo ser coordinado por las instancias que se constituyeron en la inspección, es decir personal designado por la Dirección de Patrimonio Cultural y/o la Dirección de Mantenimiento, éstas según corresponda; si en la inspección se determinara la necesidad de una ampliación de plazo deberá justificarse mediante Informe Técnico.
- k) Realizada la inspección de verificación y contando con la información emitida por la Dirección de Patrimonio Cultural o la Dirección de Mantenimiento según corresponda, la Unidad de Publicidad Urbana recomendará la factibilidad u observará la emisión de la licencia de publicidad, con la debida justificación;
- l) En caso de que existan observaciones tanto técnicas como documentales, se plasmarán las mismas en el Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad y se considerará como trámite observado devolviendo al solicitante a través del Canal de Atención habilitado para que pueda subsanar las mismas. Una vez subsanadas las observaciones el solicitante puede volver a iniciar su trámite.
- m) En caso de que el elemento publicitario ya estuviese emplazado sin la respectiva Licencia de Publicidad, los actuados realizados deberán ser remitidos con Informe y/o Formulario de Identificación de Infracción a Asesoría Legal de la Unidad de Publicidad Urbana para el inicio de los procesos de control y sancionatorios correspondientes;
- n) En caso de factibilidad, la Unidad de Publicidad Urbana recomendará que el solicitante en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario presente los requisitos adicionales señalados en el inciso e) del parágrafo I del artículo 23 del presente Reglamento Municipal, a efectos de la emisión de la Licencia de





Publicidad solicitada, remitiendo el trámite al Canal de Atención habilitado para seguimiento;

- o) El solicitante en el plazo mencionado, presentará los requisitos adicionales en el Canal de Atención habilitado.
- p) La Unidad de Publicidad Urbana en el plazo de siete (7) días hábiles de recibidos los requisitos adicionales, procederá al alta al elemento publicitario en el Sistema Génesis II y a la emisión de la Licencia de Publicidad, para que ésta sea entregada al solicitante a través del Canal de Atención habilitado.
- q) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad Urbana.

## **II. Publicidad Corporativa por su uso:**

- a) El (la) solicitante que pretenda emplazar publicidad corporativa por su uso deberá presentar los requisitos señalados en el presente Reglamento Municipal ante el Canal de Atención habilitado para el efecto.
- b) El (la) funcionario (a) del Canal de Atención habilitado, procederá a la revisión y verificación del contenido de los requisitos presentados en calidad de Declaración Jurada.
- c) Si el Canal de Atención habilitado verificara la falta de requisitos, devolverá el trámite al solicitante para que se subsane lo observado y se considerará el trámite como no iniciado;
- d) De cumplirse con los requisitos, el Canal de Atención habilitado registrará y remitirá el trámite a la Unidad de Publicidad Urbana para su atención;
- e) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción, procederá a la verificación de adeudos por concepto de patentes o multas administrativas, en caso de existir los mismos emitirá reporte solicitando la emisión del FUM correspondiente, notificándose personalmente al solicitante, para que proceda al pago y/o en su caso proceda a la solicitud de plan de pagos. En tanto se cumpla con este requisito, el trámite será devuelto a Canal de Atención para la devolución al ciudadano, teniéndose el trámite como no presentado hasta la acreditación de la no existencia de deudas o de la suscripción de plan de pagos. Una vez subsanado este extremo el solicitante podrá nuevamente presentar su solicitud en el Canal de Atención habilitado.
- f) De cumplirse con todos los requisitos y evidenciada la inexistencia de deudas y/o multas pendientes, se registrará y remitirá el trámite para su atención por la Unidad de Publicidad Urbana;
- g) La Unidad de Publicidad Urbana en el plazo de hasta diez (10) días hábiles deberá verificar, comprobar y validar la información proporcionada por el solicitante en calidad de declaración jurada, así como el cumplimiento de las condiciones exigidas; pudiendo extenderse este plazo de acuerdo a la cantidad de los elementos de publicidad registrados.
- h) Realizada la verificación de los datos técnicos y de la Declaración Jurada, la Unidad de Publicidad Urbana complementará el Formulario de Solicitud de Publicidad recomendando la factibilidad u observando la emisión de la licencia de publicidad, con la debida justificación;
- i) En caso de que existan observaciones tanto técnicas como documentales, se plasmarán las mismas en el Formulario de Solicitud de Publicidad y se





*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

considerará como trámite observado devolviéndolo al solicitante a través del Canal de Atención habilitado para que puedan subsanar las mismas. Una vez subsanadas las observaciones, el solicitante puede volver a iniciar su trámite. En caso de que los elementos publicitarios ya estuviesen emplazados sin contar con la respectiva Licencia de Publicidad los actuados realizados deberán ser remitidos con Informe y/o Formulario de Identificación de Infracción a Asesoría Legal de la Unidad de Publicidad Urbana para el inicio de los procesos de control y sancionatorios;

- j) En caso de factibilidad, la Unidad de Publicidad Urbana en el plazo de hasta quince (15) días hábiles, emitirá la Licencia de Publicidad solicitada y procederá al alta del (los) elemento (s) en el Sistema Génesis II, para que ésta sea entregada al solicitante a través del Canal de Atención habilitado.
- k) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad Urbana.

**III. Publicidad Móvil:**

- a) El (la) solicitante que pretenda emplazar publicidad móvil deberá presentar los requisitos señalados en el presente Reglamento Municipal, ante el Canal de Atención habilitado.
- b) El (la) funcionario (a) del Canal de Atención habilitado, procederá a la revisión y verificación del contenido de los requisitos presentados en calidad de Declaración Jurada.
- c) Si el funcionario del Canal de Atención habilitado verificara la falta de requisitos, devolverá el trámite al solicitante para que se subsane lo observado y se considerará el trámite como no iniciado;
- d) De cumplirse con los requisitos, se registrará e iniciará el trámite para su atención por la Unidad de Publicidad Urbana;
- e) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción del trámite, procederá a la verificación de adeudos por concepto de patentes o multas administrativas, en caso de existir los mismos emitirá reporte solicitando la emisión del FUM correspondiente, notificándose personalmente al solicitante, para que proceda al pago y/o en su caso proceda a la solicitud de plan de pagos. En tanto se cumpla con este requisito, el trámite será devuelto a Canal de Atención para la devolución al ciudadano teniéndose el trámite como no presentado hasta la acreditación de la no existencia de deudas o de la suscripción de plan de pagos. Una vez subsanado este extremo, el solicitante podrá nuevamente presentar su solicitud en el Canal de Atención habilitado.
- f) De cumplirse con todos los requisitos y evidenciada la inexistencia de deudas pendientes de pago, se registrará e iniciará el trámite para su atención por la Unidad de Publicidad Urbana;
- g) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción, fijará fecha y hora de inspección de verificación que será notificada al (la) solicitante. La inspección deberá realizarse en un máximo de siete (7) días hábiles de fijada;
- h) Si el elemento publicitario requiere la verificación del cálculo del sistema eléctrico para su emplazamiento, la Unidad de Publicidad Urbana deberá solicitar la designación de un (a) funcionario (a) de la Dirección de Mantenimiento para realizar una inspección conjunta;



# Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

## Gobierno Autónomo Municipal

DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018

- i) El día y hora de la inspección de verificación, deberán constituirse en el lugar del emplazamiento solicitado, el (la) solicitante, el (la) Técnico Unidad de Publicidad Urbana y el (la) funcionario (a) de la Dirección de Mantenimiento, cuando corresponda, a objeto de comprobar la certeza de la información declarada y el cumplimiento de las condiciones exigidas, la información de la inspección será plasmada en el Anexo del Formulario de solicitud de Publicidad, notificándose al solicitante con una copia del mismo, en caso de existir observación para que sea subsanada en el plazo de hasta diez (10) días hábiles;
- j) Si en la inspección de verificación se identificara la necesidad de realizar un informe conjunto con la Dirección de Mantenimiento justificando la factibilidad de emplazamiento u observación a la solicitud de licencia de publicidad, este deberá ser emitido en el plazo de cinco (5) días hábiles;
- k) En caso de que existan observaciones tanto técnicas como documentales, se plasmarán las mismas en el Anexo del Formulario de Solicitud de Publicidad Móvil y se considerará como trámite observado, devolviendo a través del Canal de Atención habilitado al solicitante para que pueda subsanar las mismas. Una vez subsanadas las observaciones el solicitante puede volver a iniciar su trámite. En caso de que el elemento publicitario ya estuviese emplazado sin la respectiva Licencia de Publicidad los actuados realizados deberán ser remitidos mediante informe y/o formulario de identificación de infracción a Asesoría Legal de la Unidad de Publicidad Urbana para el inicio de los procesos de control y sancionatorios;
- l) En caso de factibilidad, la Unidad de Publicidad Urbana recomendará el alta del elemento publicitario en el Sistema Génesis II y la emisión del Formulario Único Municipal (FUM) para su respectivo pago en las entidades financieras autorizadas para el efecto en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles;
- m) El solicitante, en el plazo señalado, deberá proceder al pago del Formulario Único Municipal (FUM) emitido para el efecto, debiendo presentar copia del comprobante de pago de dicho FUM a la Unidad de Publicidad Urbana a fin de proceder a la impresión de la Licencia de Publicidad Móvil solicitada, la cual será remitida para su entrega al Canal de Atención;
- n) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad Urbana.

#### IV. Publicidad Eventual:

- a) El (la) solicitante que pretenda emplazar publicidad eventual deberá presentar los requisitos señalados en el presente Reglamento Municipal ante el Canal de Atención habilitado para el efecto.
- b) El (la) funcionario (a) del Canal de Atención habilitado, procederá a la revisión y verificación del contenido de los requisitos presentados en calidad de Declaración Jurada.
- c) Si el funcionario responsable del Canal de Atención habilitado, verificará la falta de requisitos, devolverá el trámite al solicitante para que se subsane lo observado y se considerará el trámite como no iniciado;
- d) De cumplirse con los requisitos, se registrará y remitirá el trámite a la Unidad de Publicidad Urbana para su atención;



e) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción, procederá a la verificación de adeudos por concepto de patentes o multas, en caso de existir los mismos emitirá reporte solicitando la emisión del FUM correspondiente, notificándose personalmente al solicitante, para que proceda al pago y/o en su caso proceda a la solicitud de plan de pagos. En tanto se cumpla con este requisito, el trámite será devuelto al Canal de Atención para devolución al ciudadano teniéndose el trámite como no presentado hasta la acreditación de la no existencia de deudas o la suscripción de plan de pagos. Una vez subsanado este extremo el solicitante podrá presentar su solicitud en el Canal de Atención habilitado.

f) De cumplirse con todos los requisitos y evidenciada la inexistencia de deudas y/o multas pendientes, se registrará el trámite para su atención; el funcionario del Canal de Atención coordinará con el solicitante la factibilidad de espacios habilitados para el emplazamiento de publicidad eventual, o bien, en caso de tratarse de emplazamiento de publicidad eventual, con uso de espacio público previamente autorizado, el funcionario encargado del Canal de Atención, procederá a verificar el memorándum y/o autorización emitida por la Subalcaldía correspondiente; posteriormente, emitirá Formulario Único Municipal (FUM) para que el solicitante en el plazo de veinticuatro (24) horas proceda al pago de la patente correspondiente en las entidades financieras autorizadas para el efecto.

g) El documento de autorización al que hace referencia el inciso precedente, deberá ser emitido mínimamente con veinticuatro (24) horas previas a la fecha de producirse el emplazamiento, a fin de que el solicitante pueda efectuar el trámite correspondiente. La Unidad de Publicidad Urbana no procesará solicitudes fuera de este plazo, siendo responsabilidad únicamente de las instancias organizacionales correspondientes el cumplimiento de lo precedentemente determinado.

h) El solicitante dentro del plazo de veinticuatro (24) horas de emitido el Formulario Único Municipal, deberá proceder a su pago, toda vez que este comprobante, emitido por las distintas entidades financieras, se constituye en la Licencia y/o Autorización de Publicidad Eventual solicitada;

i) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad Urbana.

j) El funcionario (a) del Canal de Atención deberá remitir diariamente a Jefatura de Unidad, listado de publicidad eventual autorizado para fines de control y fiscalización.

**ARTÍCULO 29 (EMISION Y RENOVACIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD).- I.** La licencia emitida para emplazamiento de publicidad corporativa tendrá vigencia por una gestión. En el caso de las licencias de publicidad móvil su vigencia mínima será de tres (3) meses.

**II.** La licencia de publicidad otorgada para el emplazamiento de publicidad corporativa y móvil podrá ser renovada por un tiempo igual al que se otorgó inicialmente según solicitud del interesado. En este caso, el sujeto pasivo en un plazo máximo de treinta (30) días de vencida la Licencia de Publicidad, deberá solicitar en el Canal de Atención habilitado, la renovación de la Licencia de Publicidad correspondiente, presentando los siguientes requisitos:

a) Licencia de publicidad vencida;



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

b) Licencia de Funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante vigente.

**III. Para el efecto, se deberá seguir el siguiente procedimiento:**

- a) El (la) funcionario (a) del Canal de Atención habilitado, procederá a la revisión y verificación del contenido de los requisitos presentados en calidad de Declaración Jurada.
- b) Si el Canal de Atención habilitado, verificara la falta de requisitos, devolverá el trámite al solicitante para que se subsane lo observado y se considerará el trámite como no iniciado;
- c) De cumplirse con los requisitos, se registrará y remitirá el trámite a la Unidad de Publicidad Urbana para su atención;
- d) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción procederá a la verificación de adeudos por concepto de patentes o multas administrativas, en caso de existir los mismos emitirá reporte solicitando la emisión del FUM correspondiente, notificándose personalmente al solicitante, para que proceda al pago y/o en su caso proceda a la solicitud de plan de pagos. En tanto se cumpla con este requisito, el trámite será devuelto a Canal de Atención para devolución a ciudadano, teniéndose el trámite como no presentado hasta la acreditación de la no existencia de deudas o la suscripción de plan de pagos. Una vez subsanado este extremo, el solicitante podrá nuevamente presentar su solicitud en el Canal de Atención habilitado.
- e) De cumplirse con todos los requisitos y evidenciada la inexistencia de deudas y/o multas pendientes, se registrará e iniciará el trámite para su atención por la Unidad de Publicidad Urbana;
- f) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción fijará fecha y hora de inspección de verificación, cuando corresponda, que será notificada al (a la) solicitante. La inspección deberá realizarse en un máximo de diez (10) días hábiles de fijada la inspección;
- g) El día y hora de la inspección de verificación, deberán constituirse en el lugar del emplazamiento solicitado, el (la) solicitante, el (la) Técnico Unidad de Publicidad Urbana, a objeto de comprobar la certeza de la información declarada y el cumplimiento de las condiciones exigidas, la información de la inspección será plasmada en el Anexo del Formulario de inspección de Renovación de Licencia de Publicidad, notificándose con una copia de la misma al solicitante en caso de existir observación para que la misma sea subsanada en el plazo de hasta diez (10) días;
- h) En caso de factibilidad de renovación, la Unidad de Publicidad Urbana recomendará el alta del elemento publicitario en el Sistema Génesis II y se emitirá de la renovación de Licencia de Publicidad solicitada, la cual será remitida para su entrega al Canal de Atención;
- i) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad Urbana.

**IV. La Licencia de Publicidad Eventual no podrá ser renovada, debiendo el solicitante tramitar la respectiva Licencia de Publicidad Eventual para cada actividad en el marco del presente Reglamento Municipal.**



**ARTÍCULO 30 (BAJA DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD).- I.** En caso de retiro del elemento publicitario ya sea de publicidad corporativa o móvil, el titular de la Licencia de Publicidad, deberá presentar ante el Canal de Atención habilitado, una nota solicitando la baja de la Licencia de Publicidad, cumpliendo los siguientes requisitos:

- a) Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica, según corresponda;
- b) Testimonio de representación legal, cuando corresponda;
- c) Licencia de Funcionamiento vigente o baja de Licencia de Funcionamiento emitida por la Unidad de Actividades Económicas y/o Unidad de Promoción Económica de la Sub alcaldía que emitió la Licencia de Funcionamiento;
- d) Cuando corresponda baja de Número de Identificación Tributaria, emitida por el Servicio de Impuestos Nacionales.

**II.** Para el efecto, se deberá seguir el siguiente procedimiento:

- a) El (la) solicitante deberá presentar los requisitos señalados en el párrafo precedente, ante el Canal de Atención habilitado.
- b) El (la) funcionario (a) del Canal de Atención habilitado, procederá a la revisión y verificación del contenido de los requisitos presentados en calidad de Declaración Jurada.
- c) Si el funcionario responsable del Canal de Atención habilitado, verificara la falta de requisitos, devolverá el trámite al solicitante para que se subsane lo observado y se considerará el trámite como no iniciado;
- d) De cumplirse con los requisitos, se registrará e iniciará el trámite para su atención por la Unidad de Publicidad Urbana;
- e) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción procederá a la verificación de adeudos por concepto de patentes o multas, en caso de existir los mismos emitirá reporte solicitando la emisión del Formulario Único Municipal correspondiente, notificándose personalmente al solicitante, para que proceda al pago y/o en su caso proceda a la solicitud de plan de pagos. En tanto se cumpla con este requisito el trámite será devuelto a Canal de Atención para devolución al ciudadano, hasta la acreditación de la no existencia de deudas o la suscripción de plan de pagos. Una vez subsanado este extremo el solicitante podrá nuevamente presentar su solicitud en el Canal de Atención habilitado.
- f) De cumplirse con todos los requisitos y evidenciada la inexistencia de deudas pendientes o la suscripción de plan de pagos, se registrará e iniciará el trámite para su atención por la Unidad de Publicidad Urbana;
- g) La Unidad de Publicidad Urbana al momento de la recepción, fijará fecha y hora de inspección de verificación que será notificada al (la) solicitante. La inspección deberá realizarse en un máximo de siete (7) días hábiles de fijada;
- h) El día y hora de la inspección de verificación, deberán constituirse en el lugar del emplazamiento solicitado, el (la) solicitante y el Técnico de la Unidad de Publicidad Urbana, a objeto de verificar el retiro del elemento publicitario;
- i) Realizada la inspección de verificación, la Unidad de Publicidad Urbana recomendará mediante informe la viabilidad u observará la solicitud de baja de





- la Licencia de Publicidad, devolviendo el trámite a través del Canal de Atención habilitado al solicitante para que pueda subsanar las observaciones.
- j) En caso de factibilidad, la Unidad de Publicidad Urbana, previo al registro de la baja de la Licencia de Publicidad solicitada, en un plazo no mayor a tres (3) días hábiles; emitirá Formulario Único Municipal (FUM) para su respectivo pago en las entidades financieras autorizadas para el efecto o mediante pago electrónico en el mismo Canal de Atención. Una vez se corrobore la cancelación del mismo procederá al registro de la baja del elemento publicitario en Sistema Génesis II, tomando en cuenta la fecha del inicio del trámite.
  - k) En caso de que no se efectivice el pago del FUM emitido, se remitirá con informe todos los actuados a la Administración Tributaria Municipal del GAMLP para el inicio de las acciones correspondientes para la recuperación de la deuda tributaria.
  - l) En caso de efectivizarse el pago, el trámite finalizado será archivado en la Unidad de Publicidad Urbana.

### **CAPÍTULO III**

#### **REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL EMPLAZAMIENTO DE PUBLICIDAD EN BIENES DE DOMINIO MUNICIPAL**

**ARTÍCULO 31 (EMPLAZAMIENTO DE PUBLICIDAD EN BIENES DE DOMINIO MUNICIPAL).- I.** La Autorización de publicidad en bienes de dominio municipal, se regirá por la normativa relativa a disposición temporal de bienes inmuebles municipales y por las condiciones y procedimientos específicos establecidos en el presente Reglamento Municipal.

II. El emplazamiento de publicidad en bienes de dominio municipal, debe cumplir con las condiciones técnicas y no incurrir en las restricciones técnicas para cada tipo de Publicidad establecidas en el presente Reglamento Municipal.

**ARTÍCULO 32 (AUTORIZACIONES DE USO DE ESPACIO MUNICIPAL PARA PUBLICIDAD).- I.** Las autorizaciones de uso de espacio de dominio municipal para el emplazamiento de Publicidad Corporativa, serán emitidas por la unidad organizacional competente de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

II. Las autorizaciones de uso de espacio de dominio municipal para el emplazamiento de Publicidad Eventual, tipos: inflable, carpas, toldos y/o sombrillas, serán previamente tramitadas y emitidas por las Subalcaldías. Las cuales deberán ser remitidas a la Unidad de Publicidad Urbana, para su procesamiento dentro de las veinte cuatro (24) horas de recibido el trámite.

III. La Unidad de Publicidad Urbana es la responsable de la formulación, definición y generación de lineamientos específicos y generales que permitan incentivar la publicidad innovadora en bienes de dominio municipal, así como el ordenamiento de la actividad publicitaria.

**ARTÍCULO 33 (REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LICENCIA DE PUBLICIDAD CORPORATIVA CON USO DE ESPACIO DE DOMINIO**



**MUNICIPAL).**- Además de los requisitos establecidos en el artículo 23 del presente Reglamento Municipal, cuando la solicitud se trate del emplazamiento de Publicidad Corporativa con uso de espacio de dominio municipal, la persona natural o jurídica deberá presentar ante la Unidad de Publicidad Urbana, lo siguiente:

- a) Formulario de Solicitud de Autorización, conforme a lo determinado por la normativa referente a disposición temporal de bienes inmuebles del GAMLP;
- b) Información detallada sobre el proyecto o actividad a desarrollar;
- c) Referencia exacta de la localización del espacio de dominio municipal que se solicita (zona, calle, número, croquis y superficie).

**ARTÍCULO 34 (PROCEDIMIENTO PARA OBTENCIÓN DE LICENCIA DE PUBLICIDAD CORPORATIVA CON USO DE ESPACIO DE DOMINIO MUNICIPAL).**- Para la obtención de la Licencia de Publicidad Corporativa con uso de espacio de dominio municipal, se seguirá el siguiente procedimiento:

- a) En caso de presentación de todos los requisitos, el Técnico de la Unidad de Publicidad Urbana elaborará informe técnico de verificación que establecerá la factibilidad u observación a la solicitud, en caso de factibilidad el informe contendrá los Conteos del Flujo Peatonal y Vehicular del espacio de dominio municipal para la determinación de los factores de la fórmula de Cálculo del Canon por Autorización de Uso de Espacios Municipales para el Emplazamiento de Publicidad y remitirá el trámite al jefe de la Unidad de Publicidad Urbana para su conocimiento.
- b) En caso de rechazo, la Jefatura de la Unidad de Publicidad Urbana emitirá informe dirigido a la Dirección de Actividades Económicas y Gestión de Inversiones a fin de que se proceda a dar respuesta al solicitante, a través del Canal de Atención habilitado.
- c) En caso de factibilidad, la Unidad de Publicidad Urbana emitirá informe técnico y solicitará que vía la Dirección de Actividades Económicas y Gestión de Inversiones se remita el trámite a la Unidad de Promoción de Inversiones.
- d) La Unidad de Promoción de Inversiones en el plazo de cinco (5) días hábiles, remitirá Informe Económico a la Unidad de Publicidad Urbana, el cual deberá establecer los factores monetarios equivalentes a los informes técnicos en consideración a la Resolución de Fórmula de Cálculo, por emplazamiento de elementos en Espacio Público, estableciendo el canon por el derecho de autorización y los parámetros económicos; pudiendo tomar en cuenta las propuestas de inversión del solicitante que debe enmarcarse en la política de fomento a las inversiones establecidas por la Dirección de Actividades Económicas y Gestión de Inversiones de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.
- e) La Unidad de Publicidad Urbana notificará al solicitante, a fin de que en el plazo de diez (10) días hábiles presente los requisitos complementarios para publicidad corporativa señalados en el artículo 20 del Reglamento de Publicidad y de forma expresa, señale su consentimiento respecto a los parámetros económicos determinados.
- f) Una vez sea de conocimiento de la Unidad de Publicidad Urbana la aceptación por parte del solicitante se procederá a la emisión del Formulario Único Municipal



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

correspondiente al derecho de autorización, para su pago en las entidades financieras autorizadas.

- g) La Unidad de Publicidad Urbana mediante informe legal realizará una relación de los actuados y del cumplimiento de cada una de las etapas señaladas precedentemente remitiendo posteriormente a la Dirección de Actividades Económicas y Gestión de Inversiones solicitando la emisión de Documento de Autorización.
- h) En caso de que el solicitante no esté de acuerdo con el monto del derecho de autorización o en caso de que no presente los requisitos complementarios en el plazo antes indicado, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre del trámite considerándose el mismo como no iniciado;
- i) La Dirección de Actividades Económicas y Gestión de Inversiones en el plazo de cinco (5) días hábiles de recibida la documentación complementaria y en caso de no existir observaciones, procederá a la emisión del Documento de Autorización de conformidad a los datos del Formulario, anexos de la Solicitud de Uso de Espacio Municipal.
- j) Firmado el documento de autorización por ambas partes, se remitirá los antecedentes a la Unidad de Publicidad Urbana a fin de proceder al alta del elemento en el Sistema Génesis II;
- k) La Unidad de Publicidad Urbana en el plazo de 5 (cinco) días hábiles a través del Canal de Atención habilitado, notificará con el Documento de Autorización al solicitante y emitirá la Licencia de Publicidad.
- l) Finalizado el trámite, la Unidad de Publicidad Urbana se encargará del archivo de la información generada.

**ARTÍCULO 35 (PROHIBICIONES).**- Las personas naturales o jurídicas que hayan accedido a una autorización están prohibidas de:

- a) Transferir, alquilar, vender o realizar cualquier otra forma de disposición del Bien de Dominio Municipal;
- b) Disponer o utilizar el Bien para fines distintos a los de Publicidad;
- c) Ocupar espacios adicionales no considerados en la autorización;
- d) Violentar los precintos dispuestos por el GAMLP;
- e) Delegar la administración del Bien autorizado;
- f) Proporcionar documentos alterados y consignar datos falsos en la solicitud de autorización y/o durante todo el proceso de autorización;
- g) Impedir y obstaculizar las inspecciones que efectúe el GAMLP;
- h) Abandonar el Bien sin previo aviso a la Unidad de Publicidad Urbana del GAMLP;
- i) Transferir la autorización concedida a terceras personas.
- j) Emplazar elemento publicitario sin contar con la correspondiente Autorización de uso de espacio público.

**Artículo 36 (SANCIONES).**- El incumplimiento de las normas que regulan las autorizaciones, así como al Documento de Autorización emitido será sancionado de acuerdo a lo previsto en el Reglamento de Disposición Temporal de Bienes Inmuebles vigente.



**TÍTULO IV**

**PUBLICIDAD DEL GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL DE LA PAZ Y  
EMPLAZAMIENTO DE AFICHES**

**CAPÍTULO I**

**PUBLICIDAD INSTITUCIONAL**

**ARTÍCULO 37 (PUBLICIDAD DEL GAMLP).**- I. Todas las Unidades Organizacionales del GAMLP que pretendan emplazar elementos publicitarios de carácter institucional deberán coordinar la factibilidad de emplazamiento y espacios con la Unidad de Publicidad Urbana, debiendo dar cumplimiento a las condiciones técnicas y no incurrir en las restricciones técnicas establecidas en el presente reglamento para cada tipo de Publicidad.

II. Las unidades organizacionales que emplacen elementos publicitarios de acuerdo al párrafo anterior, son responsables del retiro de la misma, debiendo comunicar dicho extremo a la Unidad de Publicidad Urbana, el incumplimiento a dicho extremo dará lugar a la sanción prevista por normativa vigente aplicable a cada caso en concreto.

III. Las unidades organizacionales que emplacen elementos publicitarios de acuerdo a los párrafos anteriores, son responsables del retiro de los elementos publicitario así como de sus elementos de sujeción, debiendo reportar dicho extremo a la Unidad de Publicidad Urbana, el incumplimiento a lo establecido dará lugar a la sanción a la máxima autoridad de la unidad organizacional solicitante, el procedimiento para la coordinación y sanción será definido por Resolución Administrativa emitida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

**ARTÍCULO 38 (PUBLICIDAD COAUSPICIADA POR EL GAMLP).**- I El emplazamiento de elementos publicitarios referidos a actividades con fines benéficos, culturales y otros coauspiciados por el GAMLP están exentas del pago de la patente por publicidad, debiendo coordinar la factibilidad de emplazamiento, tiempo de exposición y espacios disponibles con la Unidad de Publicidad Urbana.

II. Las personas naturales o jurídicas, para acogerse a esta exención, están obligadas a tramitar ante la Administración Tributaria Municipal del GAMLP, la correspondiente Resolución Administrativa de Exención, conforme reglamentación específica.

III. La exención del pago de la patente de publicidad no se aplicará si los elementos publicitarios coauspiciados por el GAMLP contienen otras imágenes corporativas diferentes a la imagen institucional con una superficie en metros cuadrados superior al 25% del elemento publicitario y si la misma no cumple con el plazo de solicitud de mínimo quince (15) días previos al emplazamiento.

**ARTÍCULO 39 (PUBLICIDAD EMPLAZADA POR ENTIDADES ESTATALES).**- I. Para el emplazamiento de publicidad, las entidades estatales deberán dar cumplimiento a las condiciones técnicas y no incurrir en las restricciones establecidas en el presente Reglamento Municipal para cada tipo de Publicidad, debiendo solicitar la emisión de la Licencia respectiva en el marco establecido para el efecto, estando



exentas del pago de patente por publicidad.

**II.** Las Empresas Estatales que desarrollen su actividad en la jurisdicción del municipio de La Paz a través de la venta de bienes o prestación de servicios reenumerados, deberán dar cumplimiento al presente Reglamento Municipal y cancelar la patente de publicidad correspondiente, siendo también corresponsables por el incumplimiento a la normativa legal vigente.

**ARTÍCULO 39 BIS (CONTROL DE MARCAS EN EVENTOS CERRADOS).**- Con la finalidad de coadyuvar en la protección de la inversión económica efectuada para marcas de eventos que cuentan con políticas de exclusividad, respecto a sus patrocinadores oficiales, la Unidad de Publicidad Urbana a solicitud expresa y fundamentada de los organizadores, asumirá las medidas correspondientes para prevenir la actividad del ambush marketing y sus análogos, en el municipio, entendida esta actividad como una acción de competencia desleal, respecto a la realización de un determinado evento, para ganar el reconocimiento y beneficios que están asociados directa o indirectamente con ser un patrocinador oficial.

**ARTÍCULO 40 (EXCEPCIONES A LA OTORGACIÓN DE LICENCIAS DE PUBLICIDAD).**- **I.** No requerirán de licencia de publicidad:

1. La Publicidad y los elementos publicitarios coauspiciados por el GAMLP.
2. Los elementos publicitarios relacionados exclusivamente a la identificación de actividades sin fines de lucro.
3. Los elementos informativos de identificación implementados en vehículos del servicio público de transporte individual o exclusivo de pasajeros en sus diferentes modalidades, mismos que son exigidos para la obtención de la respectiva autorización municipal, emitida por la Autoridad Municipal de Transporte y Tránsito;
4. Los elementos publicitarios exentos del pago de patentes de publicidad establecidas en la disposición legal que regula el pago de patentes municipales vigente.
5. Los elementos informativos emplazados en vehículos que estén sujetos a legislación nacional y/o municipal, dentro de la cual se establezca la obligación de llevar la identificación de la empresa que presta determinado servicio.



**II.** Las excepciones a la obligación de contar con licencia de publicidad previstas en el párrafo precedente, no exime a los responsables del emplazamiento, del cumplimiento de las condiciones técnicas y la obligación de no incurrir en las restricciones establecidas en el presente Reglamento Municipal, según cada tipo de publicidad.

## **CAPÍTULO II AFICHES**

**ARTÍCULO 41 (ESPACIOS HABILITADOS).**- **I.** Se podrán emplazar afiches,

únicamente en los espacios habilitados exclusivamente para dicho efecto por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

II. Cualquier emplazamiento de afiches en otros lugares que no sean los espacios habilitados, serán sancionados conforme al procedimiento establecido en el presente Reglamento Municipal.

**ARTÍCULO 42 (CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS).**- El emplazamiento de afiches en los espacios habilitados, deberán observar las siguientes condiciones y restricciones técnicas:

- a) No podrán sobrepasar los 0,80 metros de ancho x 1 metro de alto;
- b) La elaboración deberá realizarse en material de superficie no reflejante;
- c) El emplazamiento de afiches por ningún motivo deberá exceder el ancho y el alto de los espacios habilitados, destinados al emplazamiento de estos elementos publicitarios.
- d) No deberán contener imágenes que promuevan la violencia mediática hacia la mujer, hipersexualización de niñas y niños, maltrato animal, promoción de cigarrillos, bebidas alcohólicas, entre otras determinadas en las prohibiciones del presente Reglamento Municipal.

**ARTÍCULO 43 (PROHIBICIONES).**- Queda prohibida la promoción y difusión de cursos, talleres, seminarios, conciertos o cualquier otra actividad mediante el colocado de afiches en lugares NO autorizados por el GAMLP como ser: verjas, jardineras, árboles, postes de alumbrado de servicio público, juegos infantiles, bancos, monumentos, cualquier bien inmueble público, fachadas de bienes privados, bienes de servicio público, incluyendo parques, plazas, así como los bienes declarados patrimoniales públicos o privados.

**ARTÍCULO 44 (GRATUIDAD DEL EMPLAZAMIENTO).**- El emplazamiento de afiches en los espacios habilitados, por cualquier organización pública, privada, o persona natural tendrá un carácter totalmente gratuito.

## TÍTULO V

### OBLIGACIONES, PROHIBICIONES, INFRACCIONES Y SANCIONES

#### CAPÍTULO I

#### OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES

**ARTÍCULO 45 (OBLIGACIONES).**- Las personas naturales o jurídicas que emplacen o pretendan emplazar elementos publicitarios tienen las siguientes obligaciones:

- a) Contar con Licencia de Publicidad o, declarar el (los) elemento(s) publicitario(s) respectivo(s) al momento de tramitar la Licencia de Funcionamiento de su actividad económica, según corresponda.
- b) Informar al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz sobre el emplazamiento, modificación o retiro del elemento publicitario de modo que pueda realizarse la verificación de dicha información y actualización de datos.

*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

- c) Permitir y coadyuvar en las inspecciones de verificación y control de elementos publicitarios a los funcionarios del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz debidamente identificados, así como permitir su ingreso.
- d) Proceder al desmontaje y retiro total de los elementos publicitarios corporativos y móviles hasta dentro de un plazo fatal de treinta (30) días calendario y eventuales hasta dentro de un plazo de veinticuatro (24) horas, computables a partir de la fecha de finalización de la vigencia de la Licencia de Publicidad.
- e) Identificar los elementos publicitarios categoría corporativa y móvil, colocando en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el número de la licencia y su vigencia; no pudiéndose colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los mismos.
- f) Mantener la infraestructura de los elementos publicitarios en condiciones de seguridad y resguardando el ornato público y privado, realizando los trabajos necesarios para su limpieza y mantenimiento.
- g) Retirar las estructuras instaladas para emplazar publicidad que no cumplan el fin para el cual fueron instaladas.
- h) Mantener actualizada la Póliza de Seguro contra daños a terceros por el tiempo igual o mayor al de la vigencia de la Licencia de Publicidad, para el caso de publicidad corporativa y móvil.

**ARTÍCULO 46 (PROHIBICIONES).-** Queda terminantemente prohibido:

- a) Emplazar elementos publicitarios o estructuras civiles destinadas al emplazamiento de publicidad sin contar con la respectiva Licencia de Publicidad.
- b) Emplazar elementos publicitarios o estructuras civiles destinadas al emplazamiento de publicidad en espacios públicos municipales, sin contar con la respectiva autorización de uso de espacio municipal.
- c) No informar al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz sobre el emplazamiento, modificación o retiro de elementos publicitarios.
- d) No permitir y coadyuvar en las inspecciones de verificación y control de elementos publicitarios a los funcionarios del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz debidamente identificados.
- e) Emplazar elementos publicitarios en aceras.
- f) Emplazar elementos publicitarios colgantes en forma perpendicular a la vía (tipo bandera) o sobre acera, a excepción de aquellos autorizados por recomendación de la Dirección de Patrimonio.
- g) Utilizar Licencia de Publicidad y/o autorización para un elemento publicitario distinto al autorizado.
- h) Utilizar una Licencia de Publicidad y/o Autorización vencida.
- i) Violentar o romper los precintos de "Publicidad no Autorizada", salvo autorización expresa del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
- j) Declarar datos falsos para la obtención de la Licencia de Publicidad y/o Autorización.
- k) Impedir u obstaculizar las inspecciones de verificación o control de elementos publicitarios, realizadas por servidores públicos municipales.
- l) Invasión inmuebles colindantes con elementos publicitarios.
- m) Emplazar cualquier tipo de elemento publicitario dirigido a la promoción de





- cigarrillos y productos derivados del tabaco, salvo aquellos que se encuentren al interior de locales donde se comercialicen productos de tabaco.
- n) Emplazar elementos publicitarios relacionados al consumo y promoción de bebidas alcohólicas en un radio menor a 100 metros de distancia de centros de educación, salud o deporte.
  - o) Emplazar elementos publicitarios con contenido de carácter sedicioso, racista o que contengan ofensas en contra de niñas, niños, adolescentes o adultos mayores, o generen estereotipos entre mujeres y varones, afecten al honor, intimidad o reputación, o hieran la sensibilidad de personas en general.
  - p) Emplazar elementos publicitarios en señalizaciones viales relativas al tránsito y transporte en general, incluyendo las estructuras de refugio y protección de paraderos de transporte, salvo que su diseño contemple espacios expresamente destinados a publicidad, previamente autorizados por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
  - q) Emplazar elementos publicitarios que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tránsito.
  - r) Emplazar elementos publicitarios que impidan la visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.
  - s) Emplazar publicidad en postes de servicios públicos, tales como alumbrado público, telefonía, medidores de agua, luz y gas, salvo que los mismos contengan espacios exclusivamente destinados a publicidad, debidamente autorizados por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
  - t) No proceder al desmontaje y retiro total de los elementos publicitarios corporativos y móviles hasta dentro de un plazo fatal de treinta (30) días calendario y eventuales hasta dentro de un plazo de veinticuatro (24) horas, computables a partir de la fecha de finalización de la vigencia de la Licencia de Publicidad.
  - u) No identificar los elementos publicitarios categoría corporativa y móvil, colocando en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el nombre del titular y el número de la licencia.
  - v) Causar daños personales, al ornato público y/o privado, por haber omitido el mantenimiento de la infraestructura de los elementos publicitarios.
  - w) Emplazar, colocar o pegar afiches de cursos, talleres, eventos, productos, servicios, entre otros, fuera de los espacios habilitados para dicho efecto por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, causando daño al ornato público y a la propiedad privada.



## **CAPÍTULO II INFRACCIONES Y SANCIONES**

**ARTÍCULO 47 (CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES).**- Las infracciones al presente Reglamento Municipal se clasifica en:

### **I. INFRACCIONES LEVES.**- Son infracciones leves:

- a) No identificar los elementos publicitarios categorías corporativa y móvil, colocando en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte el nombre del titular y el número de la respectiva licencia de publicidad.

**II. INFRACCIONES GRAVES.**-Se consideran Infracciones Graves las siguientes:

- a) Incurrir por segunda vez en una infracción leve durante la misma gestión.
- b) No informar al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz sobre la modificación o retiro de elementos publicitarios.
- c) Impedir u obstaculizar las inspecciones de verificación o control, de elementos publicitarios realizados por los servidores públicos debidamente identificados.
- d) Invasión de inmuebles colindantes con elementos publicitarios.
- e) Emplazar elementos publicitarios relacionados al consumo y promoción de bebidas alcohólicas en un radio menor a cien (100) metros de distancia de centros de educación, salud o deporte.
- f) Emplazar, colocar o pegar afiches de cursos, talleres, eventos, entre otros, fuera de los espacios habilitados para dicho efecto por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
- g) Utilizar una Licencia de Publicidad y/o Autorización vencida.
- h) Emplazar elementos publicitarios con contenido de carácter sedicioso, racista o que promuevan la hipersexualización de niñas, niños, adolescentes o adultos mayores, o generen estereotipos entre mujeres y varones, afecten al honor, intimidad o reputación, o hieran la sensibilidad de personas en general.

**III. INFRACCIONES GRAVÍSIMAS.**-Se consideran Infracciones Gravísimas las siguientes:

- a) Incurrir por tercera vez en una infracción grave en la misma gestión.
- b) Causar daños personales, o al ornato público y/o privado, por haber omitido el mantenimiento de la infraestructura de los elementos publicitarios.
- c) Emplazar elementos publicitarios o estructuras civiles destinadas al emplazamiento de publicidad sin contar con la respectiva Licencia de Publicidad con o sin uso de espacio de dominio municipal.
- d) Declarar datos falsos para la obtención de la Licencia de Publicidad y/o Autorización de uso de espacio municipal.
- e) Utilizar Licencia de Publicidad y/o autorización para un elemento publicitario distinto al autorizado
- f) No retirar las estructuras instaladas para emplazar publicidad que no cumplan el fin para el cual fueron instaladas.
- g) Emplazar elementos publicitarios que impidan la visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.
- h) Violentar o romper los precintos de "Publicidad no Autorizada", salvo autorización expresa del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
- i) Emplazar elementos publicitarios que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tránsito.



j) Emplazar publicidad en postes de servicios públicos, tales como alumbrado público, telefonía, medidores de agua, luz y gas, salvo que los mismos contengan espacios exclusivamente destinados a publicidad, debidamente autorizados por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.

k) No proceder al desmontaje y retiro total de los elementos publicitarios corporativos y móviles hasta dentro de un plazo fatal de treinta (30) días calendario y eventuales hasta dentro de un plazo de veinticuatro (24) horas, computables a partir de la fecha de finalización de la vigencia de la Licencia de Publicidad.

**IV. SANCIONES INMEDIATAS.-** En caso de que la Unidad de Publicidad Urbana verifique la comisión de la prohibición establecida en el Artículo 46 inciso e), f), p), q), r) s), se procederá al retiro inmediato del elemento publicitario sin devolución del mismo, para lo cual no requerirá trámite o notificación previa por atentar contra la seguridad de la ciudadanía. Asimismo, el Técnico de la Unidad de Publicidad Urbana, emitirá informe en el cual se identifique isotipo, imago tipo, logotipo e isologo a fin de emisión de multa de conformidad al parágrafo III del presente artículo.

**ARTÍCULO 48 (MULTAS).-** Las personas naturales o jurídicas que incurran en las infracciones establecidas en el artículo 47 serán pasibles a las siguientes multas:

- a) **Multa Leve:** Equivalente a 150 UFV's. (Ciento cincuenta 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda) convertidos en Bolivianos al momento del cálculo de la multa y actualizado a la UFV del día del pago publicado por el Banco Central de Bolivia, en caso de incurrir en Infracciones Leves.
- b) **Multa Grave:** Equivalente a 300 UFV's. (Trescientos 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda) convertidos en Bolivianos al momento del cálculo de la multa y actualizado a la UFV del día del pago publicado por el Banco Central de Bolivia, en caso de incurrir en Infracciones Graves.
- c) **Multa Gravísima:** Equivalente a 450 UFV's. (Cuatrocientos cincuenta 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda) convertidos en Bolivianos al momento del cálculo de la multa y actualizado a la UFV del día del pago publicado por el Banco Central de Bolivia, en caso de incurrir en Infracciones Gravísimas.

**ARTÍCULO 48 BIS (CÁLCULO Y DETERMINACIÓN DE LAS MULTAS).-** Las multas previstas en el artículo precedente serán aplicadas de la siguiente forma:

1. Para Publicidad Corporativa y Móvil se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Cálculo 1} = (\text{Multa} \times \text{Qm}/12) \times \text{S}$$

Dónde:

Multa= Monto previsto en el Artículo 47, según corresponda

Qm= Cantidad de meses emplazados

S= Superficie ocupada (expresada en metros cuadrados)

2. Para el caso de la Publicidad Eventual se deberá aplicar la siguiente fórmula:



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

$$\text{Cálculo 2} = (\text{Multa} \times \text{Qd}/30) \times \text{S}$$

Dónde:

Multa= Monto previsto en el Artículo 47, según corresponda  
Qd= Cantidad de días emplazados  
S= Superficie ocupada (expresada en metros cuadrados)

**ARTÍCULO 48 TER (AGRAVANTE).**- En caso de incurrir en la infracción señalada en el artículo 47, parágrafo III, inciso c) con uso de espacio de dominio municipal, la multa prevista será agravada en un cien por ciento (100%).

**ARTÍCULO 48 QUÁTER (RECHAZO DE EMISIÓN O RENOVACIÓN DE LICENCIAS DE PUBLICIDAD Y/O LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO).**- Iniciado el procedimiento sancionador en contra del presunto infractor y/o sus corresponsables, el G.A.M.L.P. podrá rechazar de oficio cualquier solicitud de emisión o renovación de Licencias de Publicidad y/o Licencias de Funcionamiento realizadas por el mismo sujeto, en tanto concluya el procedimiento correspondiente.

**ARTÍCULO 49 (ATENUANTE).**- Las multas detalladas en el artículo anterior, podrán ser atenuadas en un treinta por ciento (30%) en caso de que el titular o responsable del elemento publicitario, una vez notificado con el Auto de Inicio de Proceso Sancionatorio emitido por la Unidad de Publicidad Urbana, en el plazo de diez (10) días hábiles cancele la multa y proceda a subsanar la infracción cometida.

**ARTÍCULO 50 (INCUMPLIMIENTO DEL PAGO DE MULTAS).**- El incumplimiento del pago voluntario de la(s) multa(s) impuesta(s), una vez concluido el procedimiento sancionador, dará lugar a:

- a) En los casos que corresponda, la revocatoria temporal de la Licencia de Publicidad y Licencia de Funcionamiento.
- b) La remisión de antecedentes a la Administración Tributaria Municipal a objeto de iniciarse el procedimiento coactivo de cobro.
- c) En caso de desobediencia e inobservancia al retiro del elemento publicitario observado, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de las Unidades Organizacionales competentes, procederá al retiro, devolución al propietario y/o cuando corresponda al decomiso previsto por el Artículo 22 de la Ley Municipal Autónoma G.A.M.L.P. N° 216 del elemento publicitario, debiendo el infractor correr con todos los gastos institucionales emergentes y vinculados que se produzcan como consecuencia del retiro y decomiso señalado.

**CAPÍTULO III  
PROCEDIMIENTO SANCIONADOR**

**ARTÍCULO 51 (HABILITACIÓN DE DÍAS Y HORAS EXTRAORDINARIOS).**- Cuando amerite el caso, la Unidad de Publicidad Urbana, podrá habilitar días y horas extraordinarios para llevar adelante inspecciones de verificación y control, así como para realizar notificaciones.



**ARTÍCULO 52 (INSTANCIAS RESPONSABLES).**- I. La Unidad de Publicidad Urbana, es la unidad organizacional responsable de ejecutar las inspecciones de control de publicidad corporativa, móvil y eventual, cuyo procedimiento sancionador se registrará por lo establecido en el presente Capítulo.

II. La subalcaldías macrodistritales son las encargadas del control de la publicidad que identifica la actividad económica, cuyo procedimiento se registrará por la normativa relativa establecimientos de actividades económicas.

**ARTICULO 53 (CORRESPONSABILIDAD EN INFRACCIONES Y SANCIONES).**-

I. A efectos de aplicación del procedimiento sancionador establecido en el presente Reglamento, se aplica el principio de corresponsabilidad establecido en el inciso b) del artículo 3 de la Ley Municipal N° 216 de Publicidad.

II. En ese sentido, para la determinación del sujeto pasivo del proceso sancionador, tanto respecto a los elementos publicitarios corporativos, móviles v eventuales, como a los afiches emplazados fuera de estructuras autorizadas por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, se considerará al titular de la Licencia de Publicidad, a las personas naturales o jurídicas cuya publicidad sea identificada en el elemento, y/o al propietario del inmueble donde éste sea emplazado.

**ARTÍCULO 54 (PROCEDIMIENTO).**- I. Verificada la comisión de infracciones relativas a publicidad corporativa y móvil, se seguirá el siguiente procedimiento:

- a) El técnico de la Unidad de Publicidad Urbana identificada la infracción emitirá en el plazo de cinco (5) días hábiles Informe estableciendo los datos para la identificación del elemento publicitario y cuando así proceda, los datos del titular de la Licencia de Publicidad, tomando las fotografías en las que se identifique el elemento y en caso de que sea posible se evidencie la infracción; recomendando la notificación al titular de la Licencia de Publicidad, a las personas naturales o jurídicas cuya publicidad sea identificada en el elemento y/o al propietario o poseedor del inmueble o vehículo donde éste sea emplazado.
- b) Una vez emitido el Informe, se procederá a notificar al titular de la Licencia de Publicidad, a las personas naturales o jurídicas cuya publicidad sea identificada en el elemento y/o al propietario del inmueble o vehículo donde éste sea emplazado mediante oficio, en el cual se conmine a la regularización de la publicidad y/o en su caso al retiro de la misma, dentro del plazo de hasta diez (10) días hábiles, en caso de identificarse que el emplazamiento fue efectuado en propiedad municipal se otorgará el plazo improrrogable de hasta tres (3) días hábiles para el retiro y/o regularización del elemento.
- c) Pasado el plazo señalado en el oficio correspondiente, el Técnico procederá a verificar si cursa solicitud de regularización del elemento publicitario y/o a efectuar nueva inspección, debiendo emitir Informe Técnico respecto al cumplimiento del retiro del elemento publicitario o su readecuación. En caso de no constatar ninguna de éstas, se procederá con la emisión del Informe Técnico en el cual se detalle: identificación del elemento publicitario, medidas,





*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

- especificaciones técnicas y fecha de la primera notificación, recomendando el inicio de los actos administrativos correspondientes;
- d) Una vez emitido el Informe Técnico referido en el inciso precedente, la Unidad de Publicidad Urbana emitirá el Informe Legal correspondiente, recomendando el inicio del proceso sancionador y la remisión de los antecedentes a Asesoría Legal de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico a fin de proceder a la emisión del Auto Inicial de Proceso Administrativo;
  - e) Asesoría Legal de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, emitirá el Auto Inicial de Proceso Administrativo, otorgando a los presuntos infractores diez (10) días a partir de su notificación para que presenten todas las pruebas, alegaciones, documentos e información que crean convenientes a sus intereses o en su caso soliciten FUM correspondiente.
  - f) Notificado el Auto de Inicio de Proceso Administrativo y en caso de que el infractor de manera voluntaria proceda al pago de la multa, la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, dará por extinguido el proceso administrativo y remitirá los antecedentes a la Unidad de Publicidad Urbana para su cierre y archivo. Pudiendo el administrado iniciar trámite de solicitud de licencia de publicidad y cuando corresponda el uso de espacio público municipal de conformidad al presente Reglamento Municipal.
  - g) Vencido el término de prueba del presente Reglamento Municipal sin que el administrado haya procedido al pago referido en el inciso anterior y con la presentación de descargos o no, la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico en el plazo de diez (10) días hábiles emitirá resolución que imponga o desestime la sanción administrativa e instruirá al infractor el retiro del elemento publicitario observado. Contra la resolución de referencia procederán los recursos administrativos previstos en la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002.

**II. Verificada la comisión de infracciones relativas a publicidad eventual y afiches se deberá:**

- a) El técnico de la Unidad de Publicidad Urbana identificada la infracción emitirá en el plazo de cinco (5) días hábiles Informe estableciendo los datos para la identificación del elemento publicitario tomando las fotografías en las que se identifique el elemento y en caso de que sea posible se evidencie la infracción. Tomando en cuenta que se trata de elementos publicitarios que una vez emplazados sin la debida autorización o en lugares distintos a los habilitados para el efecto, según sea el caso, no están sujetos a regularización, se recomendará la notificación al infractor con la multa correspondiente.
- b) Acompañado del Formulario Único Municipal (FUM) que establece el cálculo de la multa para su pago voluntario, se notificará al infractor, instruyendo el retiro y la limpieza inmediata de la publicidad observada y otorgará cinco (5) días para el pago voluntario de la multa calculada sin que ésta se constituya en un acto determinativo;
- c) Concluidos los plazos previstos en el inciso precedente, el técnico Unidad de Publicidad Urbana procederá a verificar el retiro del (de los) elemento (s)





observado (s) así como el pago de la multa de manera voluntaria, en caso de verificar el retiro y el pago de la multa, remitirá a la jefatura de la Unidad de Publicidad Urbana para su archivo correspondiente;

- d) En caso de evidenciar que el administrado no procedió al retiro ni al pago de la multa de manera voluntaria, emitirá Informe Técnico respecto al incumplimiento, en el cual se detallará: fecha de la identificación de la infracción, detalles técnicos del (de los) elemento (s) publicitario (s), medidas, fecha de notificación con el formulario respectivo y actualización del cálculo de la multa, recomendando la prosecución de los actos administrativos correspondientes;
- e) Una vez emitido el Informe Técnico referido en el inciso precedente, la Unidad de Publicidad Urbana emitirá el Informe Legal correspondiente, recomendando el inicio del proceso sancionador y la remisión de los antecedentes a Asesoría Legal de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico a fin de proceder a la emisión del Auto Inicial de Proceso Administrativo.
- f) Asesoría Legal de la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico una vez de analizada la etapa de iniciación del proceso administrativo, emitirá el Auto Inicial de Proceso Administrativo, otorgando a los presuntos infractores diez (10) días hábiles a partir de su notificación para que presenten todas las pruebas, alegaciones, documentos e información que crean convenientes a sus intereses.
- g) Vencido el término de prueba, la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico en el plazo de diez (10) días hábiles emitirá resolución que imponga o desestime la sanción administrativa. Contra la resolución de referencia procederán los recursos administrativos previstos en la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002.
- h) En caso de que el infractor a momento de ser notificado con el Auto de Inicio de Proceso Administrativo hubiera procedido al pago de la infracción, la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, dará por terminado el proceso administrativo y remitirá los antecedentes a la Unidad de Publicidad Urbana para su cierre y archivo.



## TÍTULO VI

### PUBLICIDAD INNOVADORA Y PROCEDIMIENTO PARA RETIRO DE ESTRUCTURAS

#### CAPÍTULO I

**ARTÍCULO 55 (CLASIFICACIÓN).**- La determinación de publicidad de carácter innovador y creativo sujeta al incentivo determinado en la Disposición Adicional Segunda de la Ley N° 216 de Publicidad de 28 de diciembre de 2016, se clasificará en:

- a) **Publicidad - Innovación por Modernidad.**- Se considera a todo aquel elemento publicitario, que a través de sus características incluye un elemento de tecnología y novedad, contribuyendo al desarrollo y modernidad de la ciudad inteligente.
- b) **Publicidad - Innovación Visual.**- Se considera a toda aquella publicidad que presenta características novedosas y creativas que rompen el esquema tradicional y proponen un diseño nuevo basado en técnicas 3d,

implementación de volumetría denominado espectacular, troquel, con los elementos que son parte de la imagen publicitaria; misma que no incurren en las restricciones establecidas por la presente norma.

- c) **Publicidad - Innovación Social.-** Se considera a toda aquella publicidad que es base de un proyecto de difusión, prevención, educación bajo el modelo de gestión diseñado por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, ejecutado conjuntamente la empresa privada que tenga la finalidad de emitir un mensaje de marketing social, con el objetivo de promover la aceptación, modificación o rechazo de ciertos comportamientos del bienestar colectivo.
- d) **Publicidad Sostenible.-** Considerada como aquella publicidad que al momento de emplazarse, aporta beneficios para la sociedad y/o el medioambiente, creando valor compartido. Para dicho efecto las estructuras, y/o la publicidad a ser emplazada, deberá integrarse a la ciudad reduciendo la contaminación visual y su impacto ambiental en los espacios urbanos habilitados. Estos elementos publicitarios, deben identificarse como sostenibles en el tiempo, y con el paisaje urbano, ser amigables con el medioambiente al momento de reducir su huella ecológica y promover el desarrollo económico ordenado en la ciudad.

**ARTÍCULO 55 BIS (PARÁMETROS TÉCNICOS DE CLASIFICACIÓN).-** Se establecen como parámetros técnicos para publicidad innovadora los siguientes:

I. **Innovadores por Modernidad,** el emplazamiento de cualquiera de los siguientes elementos deben cumplir con los requisitos técnicos señalados en el Reglamento de Publicidad:

a) **Innovadoras Digital Dinámico.-** Comprendida por aquellos elementos publicitarios corporativos del presente reglamento, compuestos por señalización digital (Digital Signage). Es la publicidad que se reproduce en soportes multimedia, cuentan con un software propio y que por sus características de contenidos requiere el uso de tecnología para el desarrollo de la interactividad, y podrán ser:

1. **Vallas Digitales Auto portantes, de una cara, dos caras, tres o más caras, tótems,** soportados por uno o más elementos estructurales diseñados específicamente para soportar el emplazamiento de paneles, monitores, pantallas led, su emplazamiento puede ser en espacio de uso público o espacio privado.

2. **Vallas y Carteleras Digitales Adosadas,** adheridos o sujetos a muros, cubiertas, terrazas, que pueden ser emplazados en espacio de uso público o espacio privado, compuesto por paneles, monitores, pantallas led.

3. **Animación audiovisualvideomapping,** vídeo proyección de animaciones publicitarias audiovisuales que permite transformar las fachadas de edificios y monumentos en pantallas gigantes, estas proyecciones pueden ser efectuadas en espacio público o espacio privado.



4. **Muros de pantallas digitales**, paneles, pantallas led que se encuentran soportadas por planchas de estructura metálica, el cual puede estar compuesto desde 3 pantallas y su funcionamiento esta enlazado a un circuito cerrado, compuesto por varios muros.
5. **Paletas Autoportantes (digitales)**, soportes elevados que se encuentran fusionados con un soporte digital (pantalla led), permite la exhibición de varios productos o servicios mediante animaciones de 10segundos.
6. **Circuito de Mupi y Marquesinas**, mobiliario urbano digital, con conexión eléctrica subterránea, compuesto por soportes metálicos que albergan monitores led.
7. **Holografía (hologramas)**, representación de imágenes tridimensionales basadas en el empleo de la luz, con un resultado impactante. Compuesto por un display que permite observar la imagen proyectada holográfica.
8. **RollerLigth Interactiva**, publicidad de más de cuatro imágenes que cambian en secuencia, cuando entra en interacción con una persona en forma de barrido.

**b) Innovadores Mecánicos** Clasificación comprendida por elementos publicitarios que en sus estructuras internas dependen de máquinas mecánicas que permite movimiento, se clasifican en:

1. **Vallas Mecánicas, Prisma, Trivision, RollerLigth, Auto portantes, de una cara, dos caras, tres o más caras, tótems**, soportados por uno o más elementos estructurales, se caracterizan por tener tres caras rotativas, su emplazamiento puede ser en espacio de uso público o espacio privado.
2. **Vallas y Carteleras Mecánicas Adosadas**, adheridas o sujetas a muros, cubiertas, terrazas, que pueden ser emplazados en espacio de uso público o espacio privado, se caracterizan por tener tres caras rotativas, que permiten tener más de un producto o servicio su emplazamiento puede ser en espacio de uso público o espacio privado.
3. **Paletas Autoportantes Mecánicas, trivision y/o Prisma, RollerLigth**, soportes elevados de estructuras metálicas, se caracterizan por tener desde 1, hasta 4 caras, dado a que por su sistema mecánico interno, permite el cambio de imagen en forma de persiana.

En el caso de solicitarse publicidad corporativa por su tamaño "Digital Dinámica", la Unidad de Publicidad Urbana, adicionalmente deberá solicitar apoyo técnico a la Dirección de Supervisión de Obras, a fin de garantizar que el emplazamiento sea efectuado bajo las máximas condiciones de seguridad.

## II. Innovación Visual:

- a) **Innovadores Visuales por su Tamaño**. Los elementos de innovación visual, son aquellos que en su diseño emplean conocimientos de volumetría corpórea, logrando un efecto de imagen tridimensional (3D) desde cualquier perspectiva que sea observada, emplazados en espacio público o privado, los cuales son concordantes con lo establecido en el artículo 11 parágrafo I del presente reglamento, los cuales están compuestos por:



# Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

## Gobierno Autónomo Municipal

DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018

1. Vallas Auto portantes, de una cara, dos caras, tres o más caras, tótems.
2. Vallas y Carteleras Adosadas.

b) **Innovadores Visuales por su Uso.** Circuitos de elementos que se encuentren emplazados en espacios municipales como ser vía pública, la cantidad mínima de elementos emplazados, debe ser de cinco (5) elementos que estén trabajados en volumetría corpórea de imagen tridimensional. Estos elementos se encuentran en concordancia con la clasificación establecida en el artículo 11 parágrafo II, de la presente normativa identificándose como :

1. Paletas Autoportantes.

### III. Innovadores Marketing Social

a) **Innovador Mks Corporativos,** Los elementos de innovación mks, son aquellos emplazados en espacio público o privado, que tienen por finalidad transmitir un mensaje social respecto a una temática específica previamente aprobada por la Secretaria Municipal de Desarrollo Económico. Estos elementos se encuentran en concordancia con la clasificación establecida en el artículo 11 parágrafo I y II, de la presente normativa.

### IV. Innovadores Publicidad Sostenible

a) **Innovador Sostenible Corporativo Por Su Tamaño,** identificados como elementos “**eco-publi, publicidad ecológica amigable con el medio ambiente**”, con una superficie mayor a los 18mts<sup>2</sup>. Esta publicidad innovadora es trabajada en base a técnicas verdes, material reciclado y/o reutilizado, asimismo las estructuras pueden presentar en su ingeniería diseños que estén destinados a coadyuvar a la sostenibilidad y a complementar el paisaje urbano del lugar donde se efectúa el emplazamiento. Estos elementos se encuentran en concordancia con la clasificación del artículo 11 parágrafo I de la presente normativa, identificándose como :

1. Vallas Auto portantes, de una cara, dos caras, tres o más caras, tótems.
2. Vallas y Carteleras Adosadas.

b) **Innovador Sostenible Corporativo Por Su Uso,** elementos “**eco-publi o publicidad ecológica amigable con el medio ambiente**”, emplazados en un lugar diferente a donde se realiza la actividad económica principal, cumple con los objetivos de actividad publicitaria y la actividad cultural ecológica, son diseñados y trabajados en base a técnicas verdes, material reciclado y/o reutilizado, además de estar en armonía con el paisaje urbano, del lugar de su emplazamiento, sea espacio público y/o privado. Estos elementos se encuentran en concordancia con la clasificación establecida en el artículo 11 parágrafo II, de la presente normativa identificándose como :



1. Adosados
2. Paletas Autoportantes.

Los elementos que no se ajusten a la presente clasificación, deberán ser adecuados por la Unidad de Publicidad Urbana, por analogía de conformidad al Artículo 9 del presente reglamento.

**ARTÍCULO 56 (OPERATIVIDAD).**- A efectos de dar operatividad a lo señalado en el artículo anterior, toda persona natural y/o jurídica interesada en emplazar publicidad innovadora, deberá poner en conocimiento de la Unidad de Publicidad Urbana su propuesta, la cual deberá contemplar los parámetros establecidos mediante Resolución Administrativa emitida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

## **CAPITULO II**

### **PROCEDIMIENTO PARA RETIRO DE ESTRUCTURAS EN DETERIORO, RIESGO INMINENTE O ABANDONADAS**

**ARTÍCULO 57 (RETIRO DE ESTRUCTURAS EN DETERIORO, RIESGO INMINENTE O ABANDONADAS EN PROPIEDAD PRIVADA).**- De conformidad al artículo 24 parágrafos I al III de la Ley Municipal Autonómica G.A.M.L.P N°216 de 28 de diciembre de 2016, al advertirse una estructura publicitaria en deterioro, riesgo inminente o abandonada, emplazada en propiedad privada por un lapso superior de seis (6) meses, el personal técnico dependiente de la Unidad de Publicidad Urbana, deberá emitir informe de identificación, recomendando el inicio del correspondiente proceso sancionador, de conformidad a lo establecido en el presente reglamento, además en caso de riesgo inminente se deberá notificar al responsable para el inmediato retiro por el riesgo existente.

**ARTÍCULO 58 (RETIRO DE ESTRUCTURAS EN DETERIORO, RIESGO INMINENTE O ABANDONADAS EN PROPIEDAD MUNICIPAL).**- La Unidad de Publicidad Urbana, en aplicación del parágrafo IV del artículo 24, de la Ley Municipal Autonómica G.A.M.L.P N°216 de 28 de diciembre de 2016 deberá seguir el siguiente procedimiento:

- a) El personal técnico dependiente de la Unidad de Publicidad Urbana, identificará, mediante informe técnico, la estructura emplazada en propiedad municipal que se encuentre en estado de abandono por un periodo superior a seis (6) meses, recomendando el inicio del trámite y la remisión del informe a conocimiento de la Jefatura de Unidad para prosecución del mismo.
- b) En atención al informe de identificación y con carácter de urgencia, la Unidad de Publicidad Urbana, remitirá la hoja de ruta a la unidad organizacional competente para la identificación y determinación de propiedad municipal.
- c) Una vez sea devuelto el tramite a la Unidad de Publicidad Urbana, con la correspondiente certificación, que acredite la propiedad municipal, se fijará fecha y hora de inspección de verificación, para lo cual la Unidad de Publicidad Urbana deberá



*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

solicitar a la Dirección de Mantenimiento la designación de un (a) funcionario (a) para realizar la inspección de forma conjunta.

**d)** El día y hora de la inspección de verificación, deberán constituirse en el lugar del emplazamiento el (la) funcionario (a) de la Unidad de Publicidad Urbana y el (la) funcionario de la Dirección de Mantenimiento, a objeto de comprobar el estado de abandono e identificar si el elemento emplazado no constituye riesgo, es decir que pese al abandono cumple con las condiciones exigidas, registrando dicha información en el acta de inspección.

**e)** Realizada la inspección de verificación y contando con la información emitida por la Dirección de Mantenimiento, el técnico Unidad de Publicidad Urbana, emitirá informe Técnico final en el cual recomendará la declaratoria de abandono, a fin de disponer de la estructura o proceder a su retiro, en caso de que se determine la existencia riesgo.

**f)** Una vez emitido el Informe Técnico final, éste deberá pasar a conocimiento de Asesoría Legal de la Unidad de Publicidad Urbana, a fin de emitir informe legal en el cual se recomiende la notificación por edicto al propietario del elemento publicitario, otorgando el plazo de quince días (15) hábiles para que se apersona ante la Unidad de Publicidad Urbana.

**g)** Si el administrado se apersonara en el plazo señalado, Asesoría Legal de la Unidad de Publicidad Urbana emitirá informe recomendando se proceda al inicio de proceso sancionador debiendo remitir los antecedentes a la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico a fin de proceder con la emisión del Auto Inicial de Proceso Administrativo.

**h)** Si vencido el plazo señalado en el anterior inciso no se tuviera respuesta alguna, Asesoría Legal dependiente de la Unidad de Publicidad Urbana, emitirá informe circunstanciado, recomendando a la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico la declaratoria de abandono y cuando corresponda, la instrucción de retiro, debiendo remitir antecedentes a fin de que se emita la correspondiente Resolución Administrativa.

**i)** La Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, en el plazo de cinco (5) días hábiles de recibido el trámite, emitirá Resolución Administrativa declarando el Abandono y disponiendo el registro de la estructura como mobiliario municipal y/o determinando el Retiro de la estructura por haber sido identificada de alta peligrosidad, como medida preventiva a fin de evitar situaciones de riesgo que generen un peligro grave e inminente para la seguridad.

**j)** Pasados cinco (5) días hábiles de la publicación en medio escrito de la Resolución Administrativa emitida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, la Unidad de Publicidad Urbana deberá remitir antecedentes a la unidad organizacional competente a fin de que proceda al registro del mobiliario municipal o



bien, coordinar el retiro en forma conjunta con la Dirección de Mantenimiento, según corresponda.

k) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad Urbana.

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

**(Disposiciones aprobadas por Decreto Municipal N° 007/2017)**

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA.-** I. Las condiciones y restricciones técnicas para el emplazamiento de elementos de identificación de la actividad económica establecidos en el Título II, Capítulo III del presente Reglamento Municipal quedarán sin efecto cuando se apruebe la normativa que regule las Actividades Económicas en el Municipio de La Paz.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA.-** La Secretaría Municipal de Culturas, en el plazo de sesenta (60) días hábiles, deberá emitir el detalle de la totalidad de inmuebles, áreas y/o conjuntos declarados patrimoniales, debiendo proceder a su actualización anual. En el mismo plazo, deberá establecer las condiciones técnicas para el emplazamiento de publicidad en inmuebles patrimoniales.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA TERCERA.-** I La Dirección de Gobierno Único y Modernización de la Gestión en el plazo de seis (6) meses computables a partir de la fecha de entrada en vigencia del presente Reglamento, deberá desarrollar y poner en vigencia las herramientas informáticas necesarias para la implementación del trámite en línea para la obtención y renovación de Licencias de publicidad.

II. En tanto sea implementado el trámite en línea, los procedimientos de obtención y renovación de Licencias de Publicidad serán tramitados presencialmente en la Plataforma de Atención Ciudadana (PAC) habilitada para el efecto.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA CUARTA.-** I. Los elementos publicitarios emplazados sin Licencia de Publicidad y a ser emplazados a partir de la fecha de entrada en vigencia del presente Reglamento Municipal, deberán obtener Licencia de Publicidad cumpliendo las condiciones y restricciones técnicas establecidas para cada tipo de publicidad en el presente Reglamento.

II. Se establece un plazo de sesenta (60) días hábiles, para que los titulares de licencias de publicidad exterior otorgadas al amparo del Reglamento Municipal de Publicidad Exterior, aprobado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. N° 559/2008 de 24 de noviembre de 2008 y modificado por las Ordenanzas Municipales G.M.L.P. N° 696/2008 de 31 de diciembre de 2008 y G.A.M.L.P. N° 497/2011 de 4 de octubre de 2011, vencidas antes de la fecha de entrada en vigencia del presente Reglamento Municipal o que tengan deudas pendientes por multas y/o patentes soliciten la renovación de las mismas al amparo de dicho Reglamento; vencido el plazo, sin que se haya procedido al pago de lo adeudado y/o sin que se haya solicitado la renovación de la licencia, corresponderá la solicitud de una nueva licencia de publicidad sujeta a las previsiones del presente Reglamento Municipal.

*Ciudad de Nuestra Señora de La Paz*

*Gobierno Autónomo Municipal*

**DECRETOS MUNICIPALES G.A.M.L.P. N° 007/2017 - 014/2018**

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA QUINTA.-** Los procesos sancionatorios iniciados con anterioridad a la entrada en vigencia del presente Reglamento Municipal, deberán ser tramitados y concluidos con la disposición normativa vigente al momento de su inicio.

**DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEXTA.-** La Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, en el plazo de sesenta (60) días hábiles, deberá establecer mediante Resolución Administrativa, los parámetros técnicos y el procedimiento para la calificación de publicidad como innovadora.



**Luis Revilla Herrero**  
ALCALDE MUNICIPAL DE LA PAZ