

TEXTO ORDENADO
ORDENANZA MUNICIPAL G.M.L.P. N° 559/2008 – G.M.L.P. N° 696/2008

REGLAMENTO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR

CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1 (Objeto).- El objeto del presente Reglamento es regular el emplazamiento y retiro de exhibiciones publicitarias exteriores en propiedad pública o privada visibles desde la vía pública a través del establecimiento de un marco normativo, técnico y administrativo que garantice el resguardo y seguridad de las personas, respete el ordenamiento urbano, vele por preservar el Patrimonio Tangible y Natural, promueva la inversión privada y evite la contaminación visual en el Municipio de La Paz.

Artículo 2 (Marco Legal).- El presente Reglamento se fundamenta en lo establecido por las siguientes disposiciones legales:

- a) Constitución Política del Estado;
- b) Ley No.1551 de 20 de abril de 1994 de Participación Popular;
- c) Ley No. 2028 de 28 de octubre de 1999 de Municipalidades;
- d) Ley No. 2341 de 23 de abril de 2002 de Procedimiento Administrativo;
- e) Ley No.3324 de 18 de enero de 2006 de Reformas a la Ley de Organización Judicial;
- f) Decreto Supremo No. 29376 de 12 de diciembre de 2007, Reglamento a la Ley No.3029 de 22 de abril de 2005, Convenio Marco para el Control de Tabaco;
- g) Reglamento de Usos de Suelo y Patronos de Asentamiento - USPA, Ordenanza Municipal G.M.L.P. No. 555/2007 de 8 de octubre de 2007;
- h) Reglamento de Disposición Temporal de Bienes Inmuebles del Gobierno Municipal de La Paz aprobado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. No. 002/2003 de 14 de febrero de 2003 y modificado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. No. 105/2003 de fecha 13 de junio de 2003;
- i) Reglamento de Concesiones de Obras Públicas, Bienes de Dominio Público y Servicios Públicos Municipales aprobado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. No.682/2005 de 28 de diciembre de 2005 y modificado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. No. 854/2006 de 22 de diciembre de 2006;
- j) Ordenanza Municipal G.M.L.P. No.555/2004 de 1 de diciembre de 2004 modificada por la Ordenanza Municipal G.M.L.P. No. 061/2005 de 2 de febrero de 2005.

Artículo 3 (Ámbito de Aplicación).- El presente Reglamento se aplicará a toda exhibición publicitaria exterior que se emplace, fije o instale dentro de la jurisdicción del Municipio de La Paz.

Artículo 4 (Abreviaturas y Definiciones).- Para efectos de aplicación del presente Reglamento, se emplearán las siguientes definiciones y abreviaturas:

1. Abreviaturas:

- a. **DDO:** Dirección de Desarrollo Organizacional.
- b. **DPTN:** Dirección de Patrimonio Tangible y Natural.
- c. **DSM:** Dirección de Servicios Municipales.
- d. **FSLPE:** Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad Exterior.
- e. **G.M.L.P.:** Gobierno Municipal de La Paz.
- f. **HCM:** Honorable Concejo Municipal.
- g. **OMPE:** Oficialía Mayor de Promoción Económica.
- h. **PMC:** Padrón Municipal del Contribuyente.
- i. **SITRAM:** Sistema de Trámites Municipales.
- j. **UER:** Unidad Especial de Recaudaciones.
- k. **UPE:** Unidad de Promoción Económica.
- l. **UPU:** Unidad de Publicidad Urbana.
- m. **USPA:** Reglamento de Usos de Suelo y Patrones de Asentamiento.

2. Definiciones:

- a. **Actividad Económica:** Cualquier actividad en la que se genere ingresos y egresos a través del comercio de bienes y servicios.
- b. **Agencias de publicidad:** Personas jurídicas especializadas en desarrollar mensajes escritos, sonoros y/o gráficos para la difusión de un elemento publicitario.
- c. **Autorización:** Acto administrativo por el cual el Gobierno Municipal de La Paz autoriza a una o varias personas naturales o jurídicas, el uso de determinados bienes de dominio público, patrimonio institucional o mobiliario urbano, con carácter temporal, a cambio de una contraprestación económica para el emplazamiento de exhibiciones publicitarias.
- d. **Categoría A:** Valor monumental que corresponde a las áreas, conjuntos, inmuebles y elementos que tienen valor testimonial para la ciudad y que se deben conservar íntegramente.
- e. **Categoría B:** Valor Patrimonial que corresponde a las áreas, conjuntos, inmuebles y elementos, que para su preservación admiten intervenciones físicas dirigidas al mejor aprovechamiento del área construida a ser preservada y conservada como patrimonio.
- f. **Categoría C:** Valor de integración que corresponde a las áreas, conjuntos, inmuebles, y elementos que permiten transformaciones, modificaciones y alteraciones contemporáneas conservando las características propias del entorno.
- g. **Carpa:** Tienda de campaña utilizada para la promoción de eventos.
- h. **Concesión:** Acto administrativo traducido en un contrato administrativo, que suscribe el G.M.L.P. con el concesionario, cuyo objeto principal es otorgar el derecho de realizar un servicio público, una obra pública, o el uso de un bien de dominio público, patrimonio institucional o mobiliario urbano por cuenta y riesgo del concesionario, durante un tiempo determinado, cuya contraprestación de parte del G.M.L.P. a favor del concesionario podrá consistir en todo o en parte en la autorización de exhibición publicitaria comercial en el bien, obra o servicio objeto de la concesión.
- i. **Exhibición Publicitaria:** Toda exposición visual de publicidad.
- j. **Fachada:** Parte externa de un edificio colindante con espacios públicos.

- k. **Generadores de Publicidad:** Personas naturales o jurídicas que difunden o promocionan marcas, productos, bienes y/o servicios.
- l. **Licencia de Publicidad Exterior:** Permiso que otorga el Gobierno Municipal de La Paz a una persona natural o jurídica, para el emplazamiento de exhibiciones publicitarias en espacios públicos o privados.
- m. **Línea Municipal:** Deslinde entre la propiedad privada y la vía o lugar público.
- n. **Mobiliario Urbano:** Conjunto de estructuras o elementos existentes en las vías y espacios públicos, superpuestos o adosados en los elementos de urbanización o de edificación directamente por el G.M.L.P., o mediante concesión (bancos, cabinas, marquesinas, papeleras, buzones, postes de señalización, paradas de transporte público, elementos de información horario y/o de temperatura, y otros similares), así como los colocados por particulares, previa autorización o concesión municipal.
- o. **Muro Medianero:** Muro que colinda con los límites del inmueble que se da como límite entre el espacio público (vías, parques, etc.) y el espacio privado (dos inmuebles).
- p. **Proveedores de Servicios:** Personas naturales o jurídicas, que prestan servicios de construcción y/o instalación de publicidad exterior.
- q. **Publicidad:** Toda forma de comunicación realizada por una persona natural o jurídica, pública o privada, con el fin de divulgar, difundir y/o promocionar marcas, productos, bienes y/o servicios; estas actividades pueden ser comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos, obligaciones o expresiones religiosas.
- r. **Publicidad Exterior:** Es toda publicidad normada por el presente Reglamento, que puede estar emplazada en espacios privados, públicos o en medios de transporte para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde la vía pública.
- s. **Publicidad Exterior Eventual:** Es toda publicidad exterior emplazada de manera temporal por un tiempo de exposición no mayor a treinta (30) días calendario.
- t. **Publicidad Exterior Fija:** Es toda publicidad exterior emplazada de manera permanente, por un tiempo de exposición mayor a treinta (30) días calendario hasta un máximo de dos (2) años.
- u. **Publicidad Exterior Gigantográfica:** Es toda publicidad exterior elaborada a gran escala, emplazada sobre estructuras adheridas al suelo o sobre edificaciones.
- v. **Publicidad Exterior Móvil:** Es toda publicidad emplazada en vehículos automotores de uso público y/o privado.
- w. **Retiro:** Área libre de un predio, comprendido entre el límite de la edificación y la línea municipal o los límites vecinales.
- x. **Toldo:** Cubierta de lona que proporciona sombra a actividades comerciales.
- y. **Vanos:** Toda abertura en una edificación destinada a puertas, ventanas, iluminación o ventilación.

CAPÍTULO II SUJETOS DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Artículo 5 (Sujeto Activo).- El Gobierno Municipal de La Paz, se constituye en el sujeto activo para los fines que determine este Reglamento.

Artículo 6 (Sujeto Pasivo).- Se entiende por sujeto pasivo a los generadores de publicidad o anunciantes, agencias de publicidad y proveedores de servicios de publicidad.

Artículo 7 (Titular de la Licencia).- Es el sujeto pasivo en favor del cual el G.M.L.P. otorga licencia para el emplazamiento de publicidad exterior.

CAPÍTULO III FUNCIONES DE LAS UNIDADES ORGANIZACIONALES

Artículo 8 (Funciones de la Unidad de Publicidad Urbana).- Para efectos del presente Reglamento, la UPU dependiente de la DSM de la OMPE, tiene las siguientes funciones:

- a. Establecer y definir políticas sobre la actividad publicitaria de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento;
- b. Planificar el uso de áreas de propiedad municipal autorizadas para la exhibición publicitaria exterior, las mismas que serán identificadas por cada una de las Subalcaldías en concordancia con lo establecido en el Reglamento USPA y en coordinación con la Oficialía Mayor de Gestión Territorial;
- c. Difundir las normas del presente Reglamento y efectuar el seguimiento de su correcta aplicación en la jurisdicción municipal;
- d. Otorgar, negar y/o revocar licencias de publicidad exterior y liquidar patentes de las exhibiciones publicitarias emplazadas en más de un Macrodistrito por un mismo sujeto pasivo, que no hayan sido solicitadas ante las Subalcaldías respectivas;
- e. Otorgar, negar y/o revocar licencias de Publicidad Exterior Móvil, así como proceder al retiro de la misma en coordinación con la Unidad de Sistemas Viales;
- f. Requerir a la Subalcaldía correspondiente el retiro de publicidad sin licencia de publicidad exterior, con licencia vencida o que constituya amenaza para personas y/o bienes públicos o privados, acudiendo cuando corresponda al auxilio de la fuerza pública;
- g. Aplicar el procedimiento sancionador para la imposición de multas y revocatoria de licencias de publicidad exterior otorgadas por la UPU.

Artículo 9 (Funciones de las Subalcaldías).-

- I. Para efectos del presente Reglamento, la UPE de cada Subalcaldía tiene las siguientes funciones:

- a. Identificar y remitir informes anuales a la UPU sobre las diferentes zonas, corredores o áreas municipales con vocación publicitaria dentro de su Macrodistrito en las que se podría autorizar o concesionar el uso de bienes de dominio público, patrimonio institucional y mobiliario urbano para el emplazamiento de exhibiciones publicitarias exteriores;
- b. Otorgar, negar y/o revocar licencias de publicidad exterior de las exhibiciones publicitarias emplazadas en su Macrodistrito y liquidar patentes de las mismas;
- c. Planificar, organizar, coordinar y ejecutar inspecciones a las exhibiciones publicitarias exteriores instaladas en su Macrodistrito, verificando el mantenimiento de sus elementos constructivos;
- d. De oficio o a requerimiento de la UPU, proceder al retiro de toda publicidad emplazada en su Macrodistrito, que no cuente con licencia de publicidad exterior o que no haya sido retirada por el sujeto pasivo una vez vencida la vigencia de ésta. En caso de ser necesario el retiro se realizará en coordinación con la Dirección de Mantenimiento, Dirección de Patrimonio Tangible y Natural, Unidad de Sistemas Viales, Intendencia Municipal, Unidad Municipal de Servicios Eléctricos u otras unidades organizacionales del G.M.L.P. cuya participación se considere necesaria;
- e. Atender denuncias ciudadanas sobre infracciones a lo dispuesto por el presente Reglamento.

II. Para efectos del presente Reglamento, la Unidad de Fiscalización Integral de cada Subalcaldía tiene la función de aplicar el procedimiento sancionador para la imposición de multas y revocatoria de licencias de publicidad exterior otorgadas por la Subalcaldía a la cual pertenece.

Artículo 10 (Funciones de la Unidad Especial de Recaudaciones).- Para efectos del presente Reglamento, la UER dependiente de la Dirección Especial de Finanzas, tiene las siguientes funciones:

- a. Efectuar procesos de cobro coactivo para el cobro de multas pendientes de pago;
- b. Emitir Resoluciones Administrativas de exención de patentes cuando el caso así lo amerite.

Artículo 11 (Funciones de la Dirección de Patrimonio Tangible y Natural).- Para efectos del presente Reglamento, la Dirección de Patrimonio Tangible y Natural dependiente de la Oficialía Mayor de Culturas, tiene las siguientes funciones:

- a. Diseñar y ejecutar políticas de fomento y preservación del Patrimonio Tangible y Natural con relación a la publicidad exterior a aplicarse en las áreas patrimoniales;

- b. Emitir informes respaldando la pertinencia de aprobación o rechazo de solicitudes de emplazamiento de exhibiciones publicitarias dentro de las áreas patrimoniales claramente identificadas en el Plano de Identificación del Patrimonio Arquitectónico del Reglamento USPA;
- c. Participar en los operativos de retiro de exhibiciones publicitarias exteriores emplazadas en inmuebles patrimoniales que no cuenten con licencia de publicidad exterior o que no hayan sido retiradas por el sujeto pasivo una vez vencida la vigencia de ésta, con el objeto de velar por la integridad de los inmuebles patrimoniales susceptibles de retiro de publicidad exterior.

CAPÍTULO IV DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 12 (Categorización).- Para fines del presente Reglamento las exhibiciones publicitarias exteriores se agrupan en las siguientes categorías:

Categoría I. Publicidad Exterior Gigantográfica;

Categoría II. Publicidad Exterior Fija;

Categoría III. Publicidad Exterior Móvil;

Categoría IV. Publicidad Exterior Eventual;

Artículo 13 (Caracterización).- Las patentes se calcularán de acuerdo a la utilización de una o más de las siguientes caracterizaciones:

- a) **Simples:** 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 y/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 14 (Porcentaje Máximo de Publicidad Permitida).- La sumatoria de la publicidad exterior comprendida en las Categorías I y II no podrá sobrepasar el 35% de las fachadas y muros medianeros del bien inmueble sobre el cual se encuentre

emplazada. Este porcentaje se determinará sumando la superficie de todos los elementos publicitarios visibles instalados sobre las fachadas o muros medianeros, divididos entre el área total de la fachada exterior y multiplicada por cien.

Artículo 15 (Publicidad Exterior Emplazada por Entidades Estatales).- Las entidades estatales coordinarán la disponibilidad de espacios para el emplazamiento de toda exhibición publicitaria exterior de carácter institucional con la UPU o las UPE's de las Subalcaldías, según corresponda, debiendo dar cumplimiento a las restricciones técnicas establecidas para cada Categoría en el presente Reglamento.

Artículo 16 (Publicidad Exterior Coauspiciada por el G.M.L.P.).- I. El emplazamiento de exhibiciones publicitarias exteriores referidas a actividades con fines benéficos o culturales coauspiciadas por el G.M.L.P. están exentas del pago de patentes.

II. La exención de pago de patentes no se aplicará si las exhibiciones publicitarias coauspiciadas por el G.M.L.P. contienen otras imágenes corporativas diferentes a la imagen institucional del G.M.L.P.

Artículo 17 (Publicidad Exterior del G.M.L.P.).- I. Todas las Unidades Organizacionales del G.M.L.P. que pretendan emplazar exhibiciones publicitarias exteriores de carácter institucional deberán coordinar la disponibilidad de espacios con la UPU o con las UPE's, según corresponda, debiendo dar cumplimiento a las restricciones técnicas establecidas para cada Categoría en el presente Reglamento.

II. Las unidades organizacionales que emplacen publicidad exterior de acuerdo al párrafo anterior, son responsables del retiro de la misma.

Artículo 18 (Excepciones a la Otorgación de Licencias).- No requerirán de licencia de publicidad exterior:

- a. Los anuncios en establecimientos comerciales, que estén en el interior de la edificación, con vista hacia los pasillos internos aunque sea ésta visible desde la vía pública, siempre y cuando no exista clara intención de publicitar;
- b. Los anuncios colocados dentro de las vitrinas y ventanas comerciales visibles desde la vía pública, siempre y cuando no excedan un tamaño máximo de un metro cuadrado y no exista clara intención de publicitar.
- c. La publicidad relacionada a la identificación de actividades de carácter exclusivamente religioso, sin fines de lucro, emplazada en bienes inmuebles donde se desarrollen cultos religiosos.
- d. Las exhibiciones publicitarias exteriores exentas del pago de patentes de publicidad establecidas en la Ordenanza Municipal que regula el pago de patentes municipales vigente.

CAPÍTULO V
CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS

SECCIÓN PRIMERA
CATEGORÍA I: PUBLICIDAD EXTERIOR GIGANTOGRÁFICA

Artículo 19 (Clasificación).- Esta categoría se clasifica en:

- a) **Vallas Autoportantes:** Exhibiciones publicitarias de una o más caras soportados por uno o más elementos estructurales diseñados específicamente para este propósito y emplazadas en vía pública o en propiedad privada.
 - a.1. **De una cara:** Elemento que publicita por la cara que esta colocada de manera paralela hacia la vía;
 - a.2. **De dos caras:** Elemento que publicita por ambas caras del cartel que se encuentra emplazada de manera perpendicular a la vía;
 - a.3. **De tres o más caras:** La imagen publicitaria se forma por la combinación de una serie de paneles impresos por varias caras, pudiendo emplazarse de manera paralela o perpendicular a la vía.

- b) **Vallas Adosadas:** Pueden emplazarse:
 - b.1 **Sobre muros.**
 - b.2 **Sobre cubiertas o terrazas.**
 - b.3 **En obras en construcción.**

- c) **Tótems:** Elementos autoportantes que conforman un cuerpo sólido desde su base hasta su coronación con publicidad en todas sus caras.

Artículo 20 (Condiciones Técnicas).- El emplazamiento de publicidad exterior gigantográfica, se regirá por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo.

I. Para Vallas Autoportantes:

- a) Contendrán de manera visible el número, fecha y plazo de vigencia de la licencia de publicidad exterior;

- b) El cartel estará sujeto por un soporte de 12 metros de altura como máximo, contada desde la rasante natural del terreno;

- c) 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;
- d) La distancia entre vallas autoportantes perpendiculares a la vía de dos o más caras será de 100 metros.

II. Para Vallas Adosadas:

- a) Contendrán de manera visible el número, fecha y plazo de vigencia de la licencia de publicidad exterior;
- b) El cartel estará sujeto por un soporte que garantice la seguridad de su emplazamiento.

III. Los tótems deberán tener una altura máxima de 12 metros con una base no mayor a 1/3 de los mismos.

Artículo 21 (Restricciones técnicas).- El emplazamiento de publicidad exterior gigantográfica, deberá observar las siguientes restricciones técnicas previstas en el presente artículo.

- I. Excepto aquella que cuente con una antigüedad superior a 20 años, se prohíbe el emplazamiento de publicidad exterior gigantográfica en edificios patrimoniales catalogados bajo las Categorías A, B y C.

II. Para Vallas Autoportantes:

- a) Su emplazamiento no deberá impedir las condiciones de aire, luz y visibilidad que afecten a predios vecinos;
- b) El emplazamiento no podrá estar ubicado en retiros obligatorios exigidos por las normas USPA. 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;
- c) El cartel no podrá exceder un área total de 80 mts²;
- d) Las vallas autoportantes de una casa paralela de la vía deberán respetar una distancia mínima entre sí de 5 metros.

III. Para Vallas Adosadas:

- a) Si se encuentran emplazadas dentro de un radio de 100 metros lineales de miradores, plazas o apachetas definidos en el USPA, no deberán sobrepasar la Altura Máxima de Fachada (AMF) establecida en el patrón de asentamiento correspondiente;
- b) No podrán alterar las condiciones constructivas de ninguna edificación;

- c) No podrán alterar ni obstruir salidas de emergencia ni retiros obligatorios establecidos por la normativa municipal;
- d) Si se encuentran adosadas a muros, no podrán sobrepasar el ancho de la fachada, permitiéndose sobrepasar la altura de la fachada hasta un 25% de la altura total del cartel, no pudiendo ocupar ni tapar vano alguno de la edificación;
- e) Si se encuentran emplazadas sobre cubiertas o terrazas no podrán exceder el ancho del frente de la fachada donde se emplaza, permitiéndose una altura máxima del 25% de la altura total del inmueble sobre el cual se encuentra emplazado;
- f) En todos los casos respetarán una distancia mínima entre si de 5 metros.

SECCIÓN SEGUNDA CATEGORÍA II: PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA

Artículo 22 (Clasificación).- Esta categoría se clasifica en:

- a) **Adosada.**- Exhibición publicitaria exterior cuya estructura esta sobrepuesta a la fachada principal de un bien inmueble situada sobre la superficie adyacente a los vanos ocupados por la actividad económica.
- b) **Pintada.**- Exhibición publicitaria exterior en la que se aplica la técnica de pintura sobre la fachada de un bien inmueble.
- c) **Microperforada:** Exhibición publicitaria impresa en autoadhesivos adheridos a paños de vidrio y que no bloquea la visibilidad hacia el exterior.
- d) **Paletas Autoportantes:** Exhibición publicitaria en elementos autoportantes soportados por una estructura propia y emplazada en vía pública.

Artículo 23 (Condiciones Técnicas).- El emplazamiento de publicidad exterior fija, se regirá por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo:

- I. Cualquier exhibición publicitaria exterior fija que se emplace sobre áreas patrimoniales deberá contar con informe de respaldo de la Dirección de Patrimonio Tangible y Natural, en el que se pronuncie sobre la pertinencia de aprobación o rechazo.
- II. La sumatoria de los tipos de publicidad establecidos en los incisos a) b) y c) deberá enmarcarse en el porcentaje establecido en el Artículo 14.
- III. En el caso de la publicidad exterior establecida en el inciso d) deberán ser emplazadas guardando una distancia mínima entre sí de 100 metros lineales.

IV. Para publicidad exterior fija adosada:

- a) Empotrarse a la fachada con al menos tres puntos de apoyo de manera paralela al muro;
- b) En el caso de la utilización de cajas acrílicas, las mismas deberán presentar una sola cara con una profundidad máxima de 30 centímetros sobre la fachada.

V. Para publicidad exterior pintada se deberá utilizar pintura anti-reflejante y se deberá considerar además:

- a) En fachadas: El área a cubrir con publicidad pintada no deberá exceder el 35% 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.
- b) En muros medianeros; se podrá cubrir la totalidad del área siempre y cuando no se obstruyan vanos ni accesorios de ventilación.
- c) En kioscos y anaqueles: La publicidad pintada será regulada por la OMPE, no pudiendo diferir del diseño, tamaño y color establecidos para este tipo de asentamientos en vía pública por dicha Oficialía.

Los kioscos y anaqueles pertenecientes a empresas o instituciones que pretendan promocionar o vender productos o servicios por tiempo determinado y para fines específicos, quedan exentos de restricciones en cuanto al pintado de publicidad de sus propios productos, previa autorización del Gobierno Municipal de La Paz para asentarse en vía pública.

VI. En caso de que la publicidad exterior fija sea proyectada, el fondo de proyección, debe ser una pantalla instalada exclusivamente para el fin o un muro ciego, y la superficie de proyección debe ser de características anti-reflejantes evitando que la proyección reflejada perjudique el uso residencial.

VII. La superficie de la publicidad exterior microperforada estará comprendida en el porcentaje total permitido.

VIII. Para la exhibición fija de paletas autoportantes:

- a) El dimensionamiento de la publicidad no debe exceder de un (1) metro de ancho, por 25 centímetros de espesor y 2 metros de altura y su parte inferior debe ubicarse a 2 metros de la base;
- b) Deberá contar con un espacio mínimo del 15% para información de interés público como ser relojes, termómetros y otros;

- c) Las que se emplacen sobre propiedad municipal, se regirán por lo establecido en el capítulo VII del presente Reglamento.

Artículo 24 (Restricciones Técnicas).- I. Las exhibiciones publicitarias exteriores fijas no podrán cubrir los vanos de la edificación.

II. Queda terminantemente prohibido el emplazamiento de publicidad exterior fija sobresaliente o colgante.

SECCIÓN TERCERA CATEGORÍA III PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL

Artículo 25 (Clasificación).- Esta categoría se clasifica en:

- a) **Luminosa:** Exhibición publicitaria incorporada en la parte superior de los vehículos.
- b) **Autoadhesiva:** Exhibición publicitaria adherida a vehículos.
- c) **Pintada:** Exhibición publicitaria pintada sobre la carrocería del vehículo.

Artículo 26 (Condiciones Técnicas).- El emplazamiento de publicidad exterior móvil, se regirá por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo.

- a) La altura máxima de los elementos publicitarios incorporados a los vehículos de transporte público, tendrá como máximo el 30% de la altura del vehículo, medida desde el piso. Este elemento no deberá afectar la estabilidad operativa del vehículo, ni sobrepasar las dimensiones externas laterales del mismo;
- b) Los autoadhesivos, afiches y pintados publicitarios adheridos a vehículos de transporte público no podrán ocupar más del 50% de la carrocería del mismo;
- c) Los otros elementos publicitarios que impliquen carga de peso incorporados a vehículos del transporte público no podrán ocupar más del 30% de la carrocería del mismo;
- d) Las exhibiciones publicitarias luminosas en los vehículos de transporte público (buses, minibuses, carrys, trufis, taxis, radio taxis y taxífonos), se instalarán en el techo de los vehículos;
- e) La publicidad en todas las modalidades de transporte público no deberá interferir con el logotipo de la organización o empresa prestadora del servicio;
- f) La publicidad en vehículos de transporte público deberá permanecer en perfectas condiciones a fin de conservar la buena imagen y estética general de los vehículos.

Artículo 27 (Restricciones Técnicas).- La publicidad exterior instalada en vehículos automotores de uso público y/o privado, deberá 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;
- 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) No se deben instalar anuncios en movimiento de ningún tipo.

SECCIÓN CUARTA **CATEGORÍA IV: PUBLICIDAD EXTERIOR EVENTUAL**

Artículo 28 (Clasificación).- La publicidad exterior eventual se clasifica en:

- a) **Pasacalles:** Exhibición publicitaria incorporada en un lienzo o tela sustentados en postes de servicio público, de manera paralela al eje de la vía, como exhibiciones publicitarias colgantes.
- b) **Telones:** Exhibición publicitaria incorporada en un lienzo o tela sustentada en muros exteriores.
- c) **Afiches:** Anuncios impresos en papel con dimensiones no mayores a 0,80 x 1,10 metros.
- d) **Inflables:** Anuncios flexibles que tienen un volumen lleno de aire o gas inerte.
- e) **En Carpas:** Publicidad impresa o adherida en elementos provisorios de cubierta realizados con lona, tela u otro material flexible cuya finalidad primordial es hacer sombra.

Para fines de pago de la patente municipal correspondiente, la misma se calculará en función al tiempo de exposición.

Artículo 29 (Condiciones Técnicas).- El emplazamiento de publicidad exterior eventual, se regirá por las condiciones técnicas establecidas en el presente artículo.

I. Para Pasacalles:

- a) Ser elaboradas de un material de superficie no reflejante;
- b) Deberán ser emplazada a una altura no menor a 3,50 metros para no interferir con la visibilidad o funcionamiento de señalización oficial de cualquier tipo.

- II. Para Telones, la elaboración deberá realizarse en material de superficie no reflejante.
- III. Para Afiches, la fijación solo podrá realizarse en áreas autorizadas específicamente por el G.M.L.P.
- IV. Para Inflables:
 - a) Contar con señalización de advertencia en los elementos de riesgo;
 - b) Cuando el objeto se encuentre suspendido, deberá estar anclado directamente en el lugar en que se realice la promoción o evento anunciado.
- V. Para Carpas:
 - a) Ser iguales o inferiores a los 12 metros cuadrados;
 - b) Ser inferiores al ancho de la acera y estar a una altura no menor a los 2 metros con respecto al suelo.

Artículo 30 (Restricciones Técnicas).- El emplazamiento de publicidad exterior eventual, deberá observar las restricciones técnicas previstas en el presente artículo.

- I. Para Pancartas o Pasacalles:
 - a. No podrán ser elaboradas utilizando pinturas de alto brillo y/o fosforescentes;
 - b. No podrán ser mayores de 8 metros de largo por 1.5 metros de ancho.
- II. Para Telones:
 - a) No podrán sobrepasar la superficie de los muros exteriores;
 - b) No podrán cubrir vanos o accesorios de ventilación.
- III. Para Afiches sus dimensiones no podrán ser mayores a 0,50 metros x 0,60 metros;
- IV. Para Inflables:
 - a) No deben estar inflados con ninguna clase de gas tóxico, inflamable o explosivo;

- b) No pueden ser emplazados en aceras, vías vehiculares ni impedir el normal flujo vehicular y peatonal.

V. Para Carpas:

- a) No pueden ser emplazados en aceras y vías públicas ni impedir el normal flujo vehicular y peatonal.

**CAPÍTULO VI
REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN
DE LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

**SECCIÓN PRIMERA
REQUISITOS**

Artículo 31 (Requisitos para la Categoría I).- Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad exterior gigantográfica los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad Exterior (FSLPE) firmado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas y el (la) profesional técnico responsable del diseño y cálculo de la estructura;
- b) Original y fotocopia de la Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica, según corresponda;
- c) Plano de ubicación, fotografías del entorno y montajes fotográficos de la exhibición publicitaria a emplazarse;
- d) Documentos técnicos debidamente firmados por el (la) profesional responsable del diseño y cálculo estructural, en soporte digital y papel, bajo el siguiente detalle:
 - d.1 Planos del proyecto en el que se especifique claramente las dimensiones, materiales y características de cada uno de los componentes del hecho estructural;
 - d.2 Cálculos estructurales de las fundaciones y de la estructura metálica a peso propio y viento respaldado por la norma correspondiente;
 - d.3 Cuando corresponda, cálculo del sistema eléctrico elaborado por un profesional inscrito en la Sociedad de Ingenieros que garantice la instalación.
- e) Póliza de seguro contra daños a terceros a ser entregada al momento de recoger la licencia correspondiente;
- f) Carta notariada del (de la) o los (las) propietarios (as) del bien inmueble autorizando el emplazamiento de la exhibición publicitaria;

- g) En caso de publicidad exterior a emplazarse en bienes sujetos al régimen de propiedad horizontal, carta notariada de la Directiva de la Asociación de Copropietarios autorizando el emplazamiento;
- h) Licencia de funcionamiento de la actividad económica generadora de la publicidad otorgada por el G.M.L.P.

Artículo 32 (Requisitos para la Categoría II).- Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad exterior fija los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad Exterior (FSLPE) firmado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas;
- b) Original y fotocopia de la Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica, según corresponda;
- c) 4 fotografías en soporte digital o papel del bien inmueble y del entorno donde se emplazará la exhibición publicitaria;
- d) Plano de la exhibición publicitaria fija que se pretenda emplazar, especificando dimensiones y materiales a utilizarse;
- e) Carta notariada del (de la) o los (las) propietarios (as) del bien inmueble autorizando el emplazamiento de la exhibición publicitaria;
- f) Cuando corresponda, cálculo del sistema eléctrico elaborado por un profesional inscrito en la Sociedad de Ingenieros que garantice la instalación;
- g) En caso de publicidad exterior a emplazarse en bienes sujetos al régimen de propiedad horizontal, carta notariada de la Directiva de la Asociación de Copropietarios autorizando el emplazamiento;
- h) Licencia de funcionamiento de la actividad económica generadora de la publicidad otorgada por el G.M.L.P..

Artículo 33 (Requisitos para la Categoría III).- Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad exterior móvil los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad Exterior (FSLPE) firmado por el (la) solicitante;
- b) Original y fotocopia de la Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica, según corresponda;
- c) Cuando corresponda, cálculo del sistema eléctrico elaborado por un profesional inscrito en la Sociedad de Ingenieros que garantice la instalación.

Artículo 34 (Requisitos para la Categoría IV).- Se establecen como requisitos para la obtención de la licencia de publicidad exterior eventual los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad Exterior (FSLPE) firmado por el (la) solicitante;
- b) Original y fotocopia de la Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica, según corresponda;
- c) Cuando corresponda, cálculo del sistema eléctrico elaborado por un profesional inscrito en la Sociedad de Ingenieros que garantice la instalación;
- d) Licencia de funcionamiento de la actividad económica generadora de la publicidad otorgada por el G.M.L.P.

SECCIÓN SEGUNDA PROCEDIMIENTOS

Artículo 35 (Solicitud de Licencia de Publicidad Exterior).- I. Las solicitudes de licencia de publicidad exterior comprendidas en cualquiera de las Categorías I, II y IV deberán ser tramitadas ante las Unidades de Promoción Económica de las Subalcaldías cuando la publicidad se emplace en su jurisdicción Macrodistrital.

II. Cuando un sujeto pasivo solicite el emplazamiento de exhibiciones publicitarias en más de un Macrodistrito al mismo tiempo, podrá realizar el trámite en la UPU de la DSM de la OMPE.

III. La solicitud de licencia de publicidad exterior comprendida en la Categoría III deberá ser tramitada ante la UPU de la DSM de la OMPE.

Artículo 36 (Procedimiento ante las Subalcaldías).-

- a) El (la) solicitante que pretenda emplazar exhibiciones publicitarias, deberá presentar los requisitos señalados en el presente Reglamento para la Categoría solicitada, en la Plataforma del SITRAM de la Subalcaldía correspondiente;
- b) El (la) funcionario (a) de la Plataforma del SITRAM, verificará la presentación de todos los requisitos solicitados. Asimismo, deberá verificar en el sistema la inexistencia de deudas por concepto de patentes de funcionamiento por actividades económicas y de publicidad a nombre de la persona natural o jurídica solicitante, así como de multas pendientes de pago;
- c) De cumplirse con todos los requisitos, registrará el trámite en el sistema y entregará al (a la) solicitante la contraseña SITRAM y los documentos originales, remitiendo la documentación correspondiente a la UPE de la Subalcaldía en el mismo día de inicio de trámite;

- d) En caso de que faltase (n) algún (os) de los requisitos o existiese en el sistema, deuda (s) por concepto de pago de patentes de funcionamiento por actividades económicas y de publicidad o multas pendientes de pago, se devolverá de inmediato la documentación al (a la) solicitante considerándose al trámite como no iniciado;
- e) Las solicitudes de publicidad exterior comprendida en las Categorías III y IV no requieren la realización de inspección de verificación;
- f) Para las solicitudes de publicidad exterior comprendida en las Categorías I y II, recibida la documentación por la UPE, en el transcurso de tres (3) días hábiles, ésta procederá a la revisión del contenido de los requisitos presentados, fijando fecha y hora de inspección de verificación que será notificada al (a la) solicitante a través de la Plataforma de SITRAM con una anticipación de al menos tres (3) días hábiles. La inspección deberá realizarse en un máximo de siete (7) días hábiles de iniciado el trámite;
- g) En caso de verificarse que la exhibición publicitaria exterior se emplace en áreas patrimoniales definidas en el Plano de Identificación del Patrimonio Arquitectónico del USPA, la UPE deberá solicitar a la Dirección de Patrimonio Tangible y Natural, la designación de un (a) funcionario (a) para realizar una inspección conjunta;
- h) Si la exhibición publicitaria necesita un cálculo del sistema eléctrico para su emplazamiento, la UPE deberá solicitar la designación de un (a) funcionario (a) de la Unidad de Servicios Eléctricos para realizar una inspección conjunta con la finalidad de verificar el cálculo del sistema eléctrico y energético para la publicidad respectiva. Si existiese alguna observación de dicha Unidad se procederá de acuerdo al inciso l) del presente artículo;
- 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 (a) por la UPE, a objeto de comprobar la certeza de la información declarada y el cumplimiento de las condiciones exigidas;
- j) Si la inspección se realizó conjuntamente con la DPTN, ésta en el plazo de cinco (5) días hábiles emitirá informe justificando la pertinencia de aprobación o rechazo de la respectiva solicitud de licencia;
- k) Realizada la inspección de verificación, el (la) funcionario (a) asignado (a) por la UPE complementará el FSLPE, recomendando se autorice o se niegue la emisión de la licencia, con la debida justificación, y considerando en su caso el informe emitido por la DPTN;

- l) Si existieran observaciones al momento de la inspección, el funcionario municipal que realizó la inspección deberá enumerar y detallar cada una de ellas en el FSLPE, de tal manera que el solicitante subsane esas observaciones y al momento de la verificación de subsanación de las mismas, no surjan otras que no se encuentren detalladas en el FSLPE, precautelando así que el solicitante pueda continuar con el procedimiento correspondiente sin retrasos innecesarios;
- m) En el plazo de un (1) día hábil, el (la) Jefe(a) de la UPE remitirá el FSLPE al (a la) Subalcalde(sa);
- n) En caso de aprobación, el (la) Subalcalde(sa) dentro de las 24 horas siguientes de recibido el FSLPE, mediante proveído instruirá al (a la) Jefe (a) de la UPE la impresión de la licencia conjuntamente el alta de la actividad (PMC) en el sistema Génesis del G.M.L.P.. Posteriormente el (la) Subalcalde(sa) en el plazo máximo de dos (2) días hábiles firmará y remitirá la licencia a la Plataforma del SITRAM para su registro y entrega al (la) solicitante;
- o) Para el caso de publicidad exterior eventual, la UPE realizará la liquidación de patentes correspondientes, para que el (la) solicitante realice el pago previamente a la emisión de la licencia de publicidad exterior, en cualquier agencia bancaria autorizada para el efecto;
- p) Previamente a la entrega de la licencia, el funcionario de la Plataforma del SITRAM solicitará la Póliza de Seguro contra daños a terceros. Sin la entrega de la citada Póliza no se procederá a la entrega de la licencia de publicidad exterior;
- q) Una vez entregada la licencia, el (la) funcionario (a) de la Plataforma del SITRAM remitirá el trámite a la UPE para su correspondiente archivo;
- r) En caso de rechazo de la solicitud de licencia en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles, el (la) Subalcalde(sa) emitirá Resolución Administrativa fundamentando el rechazo y la derivará a la Plataforma del SITRAM para su registro y entrega al interesado;
- s) Una vez entregada la Resolución Administrativa de rechazo, el (la) funcionario(a) de la Plataforma del SITRAM remitirá el trámite a la UPE para su correspondiente archivo.

Artículo 37 (Procedimiento ante la Unidad de Publicidad Urbana).-

- a) El (la) solicitante que pretenda emplazar exhibiciones publicitarias deberá presentar los requisitos señalados en el presente Reglamento para la Categoría solicitada, en la Plataforma del SITRAM;
- b) El (la) funcionario (a) de la Plataforma del SITRAM, verificará la presentación de todos los requisitos solicitados. Asimismo, deberá verificar en el sistema la

inexistencia de deudas por concepto de patentes de funcionamiento por actividades económicas y de publicidad a nombre de la persona natural o jurídica solicitante, así como de multas pendientes de pago;

- c) De cumplirse con todos los requisitos, registrará el trámite en el sistema y entregará al (a la) solicitante la contraseña SITRAM y los documentos originales, remitiendo la documentación correspondiente a la UPU en el mismo día de inicio de trámite;
- d) En caso de que faltase (n) alguno (s) de los requisitos o existiese en el sistema, deuda (s) por concepto de pago de patentes de funcionamiento por actividades económicas y de publicidad, o multas pendientes de pago, se devolverá de inmediato la documentación al (a la) solicitante considerándose al trámite como no iniciado;
- e) Las solicitudes de publicidad exterior comprendida en las Categorías III y IV no requieren la realización de inspección de verificación;
- f) Para las solicitudes de publicidad exterior comprendida en las Categorías I y II, recibida la documentación por la UPU, en el transcurso de tres (3) días hábiles, ésta procederá a la revisión del contenido de los requisitos presentados, fijando fecha y hora de inspección de verificación que será notificada al (a la) solicitante a través de la Plataforma de SITRAM con una anticipación de al menos tres (3) días hábiles. La inspección deberá realizarse en un máximo de siete (7) días hábiles de iniciado el trámite;
- g) En caso de verificarse que la exhibición publicitaria exterior se emplace en áreas patrimoniales definidas en el Plano de Identificación del Patrimonio Arquitectónico del USPA, la UPU deberá solicitar a la Dirección de Patrimonio Tangible y Natural, la designación de un funcionario (a) para realizar una inspección conjunta;
- h) Si la exhibición publicitaria necesita un cálculo del sistema eléctrico para su emplazamiento, la UPE deberá solicitar la designación de un (a) funcionario (a) de la Unidad de Servicios Eléctricos para realizar una inspección conjunta con la finalidad de verificar el cálculo del sistema eléctrico y energético para la publicidad respectiva. Si existiese alguna observación de dicha Unidad se procederá de acuerdo al inciso l) del presente artículo;
- 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 UPU, a objeto de comprobar la certeza de la información declarada, y el cumplimiento de las condiciones exigidas;

- j)** Si la inspección se realizó conjuntamente con la DPTN, ésta en el plazo de cinco (5) días hábiles emitirá informe justificando la pertinencia de aprobación o rechazo de la respectiva solicitud de licencia;
- k)** Realizada la inspección de verificación, el (la) funcionario (a) asignado (a) por la UPU complementará el FSLPE, recomendando se autorice o se niegue la emisión de la licencia, con la debida justificación y considerando en su caso el informe emitido por la DPTN;
- l)** Si existieran observaciones al momento de la inspección, el funcionario municipal que realizó la inspección deberá enumerar y detallar cada una de ellas en el FSLPE, de tal manera que el solicitante subsane esas observaciones y al momento de la verificación de subsanación de las mismas, no surjan otras que no se encuentren detalladas en el FSLPE, precautelando así que el solicitante pueda continuar con el procedimiento correspondiente sin retrasos innecesarios;
- m)** En el plazo de un (1) día hábil, el (la) Jefe (a) de la UPU remitirá el FSLPE al (a la) Oficial (a) Mayor de Promoción Económica;
- n)** En caso de aprobación, el (la) Oficial (a) Mayor de Promoción Económica dentro de las 24 horas siguientes de recibido el FSLPE, mediante proveído instruirá al (a la) Jefe (a) de la UPU la impresión de la licencia conjuntamente el alta de la actividad (PMC) en el Sistema Génesis del G.M.L.P.. Posteriormente, el (la) Oficial (a) Mayor de Promoción Económica en el plazo máximo de dos (2) días hábiles firmará y remitirá la licencia a la Plataforma del SITRAM para su registro y entrega al (la) solicitante;
- o)** Para el caso de publicidad exterior móvil y eventual, la UPU realizará la liquidación de patentes correspondientes, para que el (la) solicitante realice el pago previamente a la emisión de la licencia de publicidad exterior, en cualquier agencia bancaria autorizada para el efecto;
- p)** Previamente a la entrega de la licencia, el funcionario de la Plataforma del SITRAM solicitará la Póliza de Seguro contra daños a terceros. Sin la entrega de la citada Póliza no se procederá a la entrega de la licencia de publicidad exterior;
- q)** Una vez entregada la licencia, el (la) funcionario (a) de la Plataforma del SITRAM remitirá el trámite a la UPU para su correspondiente archivo;
- r)** En caso de rechazo de la solicitud de licencia en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles, el (la) Oficial (a) Mayor de Promoción Económica, emitirá Resolución Administrativa fundamentando el rechazo y la derivará a la Plataforma del SITRAM para su registro y entrega al interesado;

- s) Una vez entregada la Resolución Administrativa de rechazo, el (la) funcionario(a) de la Plataforma del SITRAM remitirá el trámite a la UPU para su correspondiente archivo.

Artículo 38 (Vigencia de la Licencia).-

- I. La licencia de publicidad exterior otorgada para el emplazamiento de exhibiciones publicitarias comprendidas en la Categoría IV tendrá una vigencia máxima de treinta (30) días calendario. Para todas las demás Categorías la licencia de publicidad exterior tendrá una vigencia máxima de dos años.
- II. La licencia de publicidad exterior podrá ser renovada por un tiempo menor o igual al que se otorgó inicialmente según solicitud del interesado. En este caso el sujeto pasivo deberá presentar en la Plataforma del SITRAM correspondiente, una nota solicitando la renovación de la Licencia, para lo cual la UPE o la UPU, según corresponda, deberá proceder al desarchivo del trámite que generó la otorgación de la licencia de publicidad exterior inicial y deberá realizarse una inspección con la finalidad de verificar que se trate de la misma exhibición publicitaria con las mismas condiciones técnicas.
- III. Para efecto de renovación de licencia de publicidad exterior se realizará la inspección correspondiente y deberá seguirse el mismo procedimiento.

Artículo 39 (Pago de Patentes).-

- I. El pago de patentes por publicidad deberá efectuarse de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza Municipal que aprueba las patentes municipales para cada gestión anual.
- II. Las patentes municipales de publicidad eventual y móvil se pagarán antes de la emisión de la Licencia.

**CAPÍTULO VII
PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO,
PATRIMONIO INSTITUCIONAL Y MOBILIARIO URBANO**

Artículo 40 (Bienes de Dominio Público y Patrimonio Institucional).- Son bienes de dominio público y patrimonio institucional, todos los establecidos en los artículos 85, 86 y 92 de la Ley No. 2028 de Municipalidades de 28 de octubre de 1999 y el artículo 13 de la Ley No.1551 de Participación Popular de 20 de abril de 1994; aún cuando estos bienes hayan sido concesionados a privados o dispuestos de forma temporal.

Artículo 41 (Modalidades de Exhibición Publicitaria Exterior en Bienes de Dominio Público, Patrimonio Institucional y Mobiliario Urbano).- I. A efectos de emplazar una exhibición publicitaria exterior contenida en las Categorías I, II o IV en bienes de dominio público, patrimonio institucional y/o mobiliario urbano, se reconocen las modalidades de autorización y concesión:

- a) **Autorización:** Se rige por las normas del Reglamento de Disposición Temporal de Bienes Inmuebles del Gobierno Municipal de La Paz aprobado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. No.002/2003 de 14 de febrero de 2003 y modificado mediante Ordenanza Municipal G.M.L.P. No.105/2003 de fecha 13 de junio de 2003;
- b) **Concesión:** Se rige por las normas del Reglamento de Concesión de Obras Públicas, Bienes de Dominio Público y Servicios Públicos Municipales aprobado por Ordenanza Municipal G.M.L.P. No.682/2005 y modificado por Ordenanza Municipal G.M.L.P. No.854/2006 de fechas 28 de diciembre de 2005 y 22 de diciembre de 2006, respectivamente.

II. Las exhibiciones publicitarias emplazadas en bienes de dominio público, patrimonio institucional y mobiliario urbano, otorgadas bajo las modalidades descritas precedentemente de acuerdo a las definiciones establecidas en el artículo 4, incisos c) y d), deberán cumplir las condiciones y restricciones técnicas de cada Categoría de Publicidad Exterior, establecidas en el presente Reglamento.

Artículo 42 (Licencia de Publicidad Exterior para Equipamientos Municipales).-

- I. El emplazamiento de exhibiciones publicitarias en equipamientos municipales (unidades educativas, establecimientos de salud, mercados y campos deportivos) se autorizará de acuerdo a lo establecido en la normativa municipal vigente o a través de convenios suscritos entre los responsables de la administración del equipamiento municipal y las personas naturales o jurídicas solicitantes según lo dispuesto en el presente artículo.
- II. El convenio deberá contener una contraprestación consistente en mejoras a favor de los equipamientos municipales que deberá ser proporcional al beneficio económico generado por la exhibición publicitaria. El emplazamiento de publicidad en el equipamiento municipal, no deberá superar el 25% de la fachada a ser utilizada.
- III. El procedimiento a seguir será el siguiente:
 - a) La persona natural o jurídica que pretenda emplazar publicidad en equipamientos municipales, dirigirá una nota de solicitud al responsable de la administración del equipamiento, adjuntando el croquis de ubicación donde pretende emplazar la publicidad, sus dimensiones, características y proyecto del convenio;
 - b) Una vez evaluada la solicitud, el responsable de la administración del equipamiento deberá remitir vía SITRAM a la UPE de la Subalcaldía correspondiente la solicitud acompañada de la documentación correspondiente;

- c) La UPE en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles elaborará el informe técnico y económico respectivo, donde asimismo se verifique el cumplimiento de los requisitos exigidos para cada Categoría de publicidad exterior del presente Reglamento, remitiéndolo en caso de aprobación a la unidad organizacional de la que dependa el equipamiento objeto de la solicitud de emplazamiento de publicidad;
- d) La unidad organizacional correspondiente analizará la conveniencia o inconveniencia de la solicitud y elaborará un informe aceptando o rechazando la misma, en el plazo de cinco (5) días hábiles, el cual deberá remitirse vía SITRAM a la Subalcaldía en la cual se haya iniciado el trámite;
- e) Aceptada la solicitud, el (la) Subalcalde (sa) mediante proveído instruirá a la UPE la impresión de la licencia de publicidad exterior;
- f) En caso de rechazo de la solicitud, el (la) Subalcalde (sa) emitirá Resolución Administrativa fundamentando el rechazo;
- g) Posteriormente el trámite deberá archivers en la UPE.

Artículo 43 (Exhibiciones Publicitarias Exteriores en Aceras).-

- I. Las exhibiciones publicitarias en aceras quedan terminantemente prohibidas.
- II. Excepcionalmente, se autorizará la colocación de letreros de señalización adosados a establecimientos de salud que cumplan las siguientes condiciones técnicas:
 - a) La altura libre para circulación no será menor a 2.50 metros y el letrero no excederá de 1 metro de ancho por 30 centímetros de espesor y 1.50 metros de altura, los mismos que deberán ser luminosos y de dos caras;
 - b) En caso de que los letreros contengan publicidad esta no deberá ocupar más 30% del letrero.
- III. Se exceptúan también de la prohibición de emplazamiento de exhibiciones publicitarias exteriores en aceras a los proyectos y programas de educación ciudadana, información urbana y señalización expresamente autorizados por el G.M.L.P.

CAPÍTULO VIII INFRACCIONES

SECCIÓN PRIMERA NORMAS GENERALES

Artículo 44 (Infracciones).- Para efectos del presente Reglamento, constituyen infracciones:

- a) Emplazar exhibiciones publicitarias exteriores sobre propiedad municipal sin licencia de publicidad exterior, autorización o concesión otorgadas por el G.M.L.P.;
- b) Impedir u obstaculizar las inspecciones realizadas por funcionarios municipales a las exhibiciones publicitarias exteriores;
- c) No conservar y mantener la exhibición publicitaria exterior en perfectas condiciones de ornato y seguridad;
- d) No informar el retiro, cese o modificaciones de la exhibición publicitaria exterior;
- e) No proceder al retiro de la exhibición publicitaria exterior en el plazo de 30 días calendario, siempre y cuando se opte por no renovar la licencia de publicidad exterior;
- f) Invasión de las propiedades privadas colindantes con las exhibiciones publicitarias emplazadas en un determinado bien inmueble;
- g) Interferir con la visibilidad de señalización oficial de cualquier tipo;
- h) Emplazar cualquier tipo de exhibición publicitaria exterior para cigarrillos y productos derivados del tabaco, en contravención a lo dispuesto por el artículo 13 del Decreto Supremo No. 29376 de 12 de diciembre de 2007, Reglamento a la Ley No. 3029 de 22 de abril de 2005, "Convenio Marco para el Control de Tabaco";
- i) Emplazar en un radio menor de 100 metros de distancia de centros de educación, salud o deporte, exhibiciones relacionadas con la venta, consumo y promoción de bebidas alcohólicas;
- j) No portar licencia de publicidad exterior, en caso de vehículos donde se encuentra emplazada publicidad exterior móvil;
- k) Emplazar exhibiciones publicitarias exteriores con contenido de carácter sedicioso, racista, ofensivas contra autoridades, instituciones, mujeres, niños (as), adolescentes, y otras expresiones contrarias a la moral, las buenas costumbres, que atenten al orden público y/o que contravengan normas nacionales o internacionales vigentes;

- l) Emplazar exhibiciones publicitarias exteriores en señalizaciones viales relativas al tránsito y transporte en general, incluyendo las estructuras de refugio y protección de los paraderos de transporte, salvo que su diseño contemple espacios expresamente destinados a publicidad, previamente autorizados;
- m) Emplazar exhibiciones publicitarias exteriores que por su forma, color dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico que impidan visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos;
- n) Emplazar publicidad exterior en cercanías de pasos a nivel, entradas o salidas de túneles, pasos elevados o cruces de ferrocarril, puentes y pasarelas, sin contar con la licencia de publicidad exterior, autorización o contrato de concesión, según corresponda;
- o) Emplazar publicidad exterior en postes de servicio público, tales como postes de alumbrado público, telefonía, medidores de agua, luz y gas, salvo que los mismos contengan espacios exclusivamente destinados a publicidad exterior autorizada o concesionada por el G.M.L.P.

SECCIÓN SEGUNDA SANCIONES PARA EL COLOCADO DE AFICHES EN LUGARES NO AUTORIZADOS

Artículo 45 (Prohibición).- Las empresas, entidades, organizaciones, instituciones u otras quedan terminantemente prohibidas de promocionar y difundir cursos, talleres, seminarios, conciertos o cualquier otra actividad mediante el colocado de afiches en lugares no autorizados por el G.M.L.P.

Artículo 46 (Sanción).- I. El incumplimiento de lo establecido en el artículo precedente dará lugar a la imposición de una multa equivalente al doble de la patente por exhibición publicitaria exterior eventual impuesta a la persona natural o jurídica propietaria, responsable, administrador (a) o representante legal infractora.

II. La falta de pago voluntario de la multa en el plazo de (30) treinta días calendario después de su legal notificación, dará lugar a la remisión de antecedentes a la UER a objeto de iniciarse el procedimiento de cobro coactivo de multas de acuerdo a lo establecido en la Sección Segunda del Capítulo IX del presente Reglamento.

III. Iniciado el proceso de cobro coactivo ante la UER en contra del sujeto pasivo infractor, el G.M.L.P. podrá rechazar de oficio cualquier solicitud de otorgación o renovación de licencias municipales por el mismo sujeto pasivo infractor.

CAPÍTULO IX DE LOS PROCEDIMIENTOS

SECCIÓN PRIMERA PROCEDIMIENTO PARA LA APLICACIÓN DE SANCIONES

Artículo 47 (Sanciones).- Quienes cometan una o más de las infracciones señaladas en el artículo precedente se harán pasibles a sanciones consistentes en la imposición de multas y revocatoria de licencias.

Artículo 48 (Procedimiento Sancionador).- I. El procedimiento sancionador se registrará por las disposiciones establecidas en la Sección Primera y Segunda del Capítulo VI del Título Tercero de la Ley No.2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002.

- II. Las Unidades de Fiscalización Integral de cada Subalcaldía y la UPU son las responsables de realizar las diligencias preliminares, etapa de iniciación y tramitación del procedimiento sancionador.
- III. La etapa de terminación estará a cargo de los (las) Subalcaldes (as) o del (de la) Oficial (a) Mayor de Promoción Económica según corresponda, quienes emitirán la Resolución Administrativa que imponga o desestime la imposición de multas, y cuando corresponda la revocatoria de licencia.

Artículo 49 (Multas).- Las multas a imponerse al sujeto pasivo infractor se determinarán de acuerdo al:

- a. Equivalente al doble de la patente por la exhibición publicitaria exterior correspondiente que originó la imposición de la multa, por las infracciones señaladas en los incisos a), g), h), i), l), m) y n) del artículo 44 del presente Reglamento;
- b. Equivalente a la patente por la exhibición publicitaria exterior correspondiente que originó la imposición de la multa, por las infracciones señaladas en los incisos b), c), f), j), k) y o) del artículo 44 del presente Reglamento;
- c. Equivalente al 50% de la patente por la exhibición publicitaria exterior correspondiente que originó la imposición de la multa, por las infracciones señaladas en los incisos d) y e) del artículo 44 del presente Reglamento.

Artículo 50 (Incumplimiento de Pago de Multas).- El incumplimiento de pago voluntario de la(s) multa(s) impuesta(s), en el plazo de (30) treinta días calendario después de su legal notificación, dará lugar a la remisión de antecedentes a la UER a objeto de iniciarse el procedimiento de cobro coactivo de multas de acuerdo a lo establecido en la Sección Segunda del Capítulo IX del presente Reglamento.

Artículo 51 (Revocatoria de la Licencia).- La revocatoria de la licencia de publicidad exterior es la mayor sanción a imponerse por la comisión de más de tres infracciones en un mismo año establecidas en el presente Reglamento.

SECCIÓN SEGUNDA PROCEDIMIENTO DE COBRO COACTIVO DE MULTAS

Artículo 52 (Nota de Cargo).- Recibidos los antecedentes de una multa pendiente de pago en la UER, ésta emitirá conminatoria formal mediante Nota de Cargo para la ejecución del cobro de multas pendientes de pago.

Artículo 53 (Contenido de la Nota de Cargo).- La Nota de Cargo deberá señalar:

- a) Nombre de la persona natural o jurídica o sujeto pasivo infractor;
- b) Domicilio;
- c) Número y fecha de la Resolución Administrativa emitida por la UPU o la UPE, según corresponda;
- d) Causales de la imposición de la multa;
- e) Suma líquida y exigible determinada de acuerdo a lo establecido en el artículo 49 del presente Reglamento;
- f) Requerimiento al administrado para que cumpla la obligación pendiente en un plazo de diez (10) días hábiles a partir de su legal notificación con la Nota de Cargo;
- g) Aplicación de la Anotación Preventiva.

Artículo 54 (Anotación Preventiva).- I. La UER podrá requerir la anotación preventiva de los bienes del infractor en cualquier registro público adjuntando la Nota de Cargo.

II. La anotación preventiva se extinguirá en caso de pago total documentado de la multa establecida, en cuyo caso la UER emitirá Auto de Conclusión y Cancelación como constancia del cumplimiento de la obligación.

Artículo 55 (Rechazo de Emisión o Renovación de Licencias Municipales).- Iniciado el proceso de cobro coactivo ante la UER en contra del sujeto pasivo infractor, el

G.M.L.P. podrá rechazar de oficio cualquier solicitud de otorgación o renovación de licencias municipales por el mismo sujeto pasivo infractor.

SECCIÓN TERCERA RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Artículo 56 (Recursos Administrativos).- La interposición de recursos administrativos contra las Resoluciones contempladas en el presente Reglamento, se someterán a las disposiciones establecidas en el Capítulo IX de la Ley No.2028 de Municipalidades de 28 de octubre de 1999 y supletoriamente de acuerdo a la Ley No.2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002.

Artículo 57 (Impugnación Judicial).- Agotada la vía administrativa, de acuerdo a lo determinado por la Ley No.2028 de Municipalidades en su artículo 143, el sujeto de cobro podrá acudir a la impugnación judicial ante la Corte Superior de Distrito de La Paz en el marco del artículo 103 de la Ley No. 3324 de 18 de enero de 2006 “Reformas a la Ley de Organización Judicial”.

CAPÍTULO X PARTE FINAL DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición Transitoria Primera (Vigencia de las Licencias de Publicidad Exterior).- I. Las licencias de publicidad exterior otorgadas con anterioridad a la promulgación de la Ordenanza Municipal que aprueba el presente Reglamento se mantendrán vigentes por el plazo otorgado.

II. Los propietarios de exhibiciones publicitarias emplazadas con anterioridad a la entrada en vigencia del presente Reglamento se rigen por la normativa vigente al momento de la entrega de la respectiva Licencia por parte del G.M.L.P. y a la vigencia establecida en la misma. Una vez vencido ese plazo, todas las nuevas solicitudes se deben adecuar a lo establecido en el presente Reglamento.

III. Los trámites iniciados en el marco del Reglamento de Publicidad Urbana aprobado mediante Ordenanza Municipal No.075/1993 HAM - HCM 076/1993 de 15 de octubre de 1993, se regirán por sus disposiciones; sin embargo, las personas naturales o jurídicas cuyos trámites se encuentren en curso podrán proseguir los mismos al amparo de las disposiciones contenidas en el presente Reglamento de Publicidad Exterior, de manera voluntaria a sola solicitud expresa y escrita dirigida a la administración municipal, quedando todos los documentos e información presentados con anterioridad como antecedentes del trámite respectivo, para lo que el Ejecutivo Municipal reconocerá como válida y vigente toda la documentación que curse en el trámite respectivo.

Disposición Transitoria Segunda (Emisión de Licencia de Publicidad Exterior).- El proceso de desconcentración para la emisión de licencias de publicidad exterior, deberá iniciarse a partir de la promulgación de la Ordenanza Municipal que apruebe el presente Reglamento. En esta primera etapa, la UPU por el lapso máximo de seis meses deberá coadyuvar a las UPE's de las Subalcaldías que no cuenten de inmediato con la capacidad operativa y logística, emitiendo las Licencias de Publicidad Exterior, después de los seis meses establecidos cada Subalcaldía debe dar cumplimiento en su totalidad a las funciones determinadas en el presente Reglamento.

Disposición Transitoria Tercera (Retiro de Publicidad Exterior Sobresaliente o Colgante).- Los propietarios de exhibiciones publicitarias sobresalientes o colgantes entendidas éstas como letreros que se fijan en forma perpendicular, paralela a la fachada del edificio y se encuentran por encima de aceras, deberán proceder al retiro de la misma en el plazo de vigencia establecido en las licencias de funcionamiento otorgadas por el G.M.L.P.

DISPOSICIONES FINALES

Disposición Final Primera.- El presente Reglamento entrará en vigencia a partir de su publicación.

Disposición Final Segunda.- En el transcurso de treinta (30) días hábiles computables desde la promulgación del presente Reglamento:

- a) La UPU deberá elaborar y socializar los formularios e instrumentos necesarios para la aplicación del presente Reglamento;
- b) La DPTN en coordinación con la UPU, deberá elaborar la regulación específica a aplicarse en las áreas patrimoniales;
- c) La DDO administrará un módulo exclusivo de Publicidad Exterior dentro del Sistema de liquidación de Tasas y Patentes del Gobierno Municipal de La Paz (GENESIS) y el Sistema de Trámites Municipales (SITRAM) para seguimiento del interesado, incorporando o escaneando la licencia;
- d) La Unidad de Sistema de Trámites Municipales implementará y supervisará, la creación de un tipo de trámite exclusivo para exhibiciones publicitarias exteriores dentro de dicho sistema;
- e) La DPTN adecuará los planos de identificación del patrimonio arquitectónico Categorías A, B y C para su utilización por parte de los sujetos pasivos de la actividad publicitaria en la página Web del G.M.L.P.

Disposición Final Tercera.- Se instruye a la Dirección de Desarrollo Organizacional modificar el Manual de Organización y Funciones del G.M.L.P. aprobado mediante

Ordenanza Municipal G.M.L.P. No. 529/2007 de 8 de octubre de 2007, de acuerdo a las nuevas funciones asignadas a las distintas unidades organizacionales, determinadas en el presente Reglamento.

Disposición Final Cuarta.- El Ejecutivo Municipal en el plazo máximo de treinta (30) días calendario remitirá a consideración del Pleno del H. Concejo Municipal un Proyecto de Ordenanza Municipal modificadorio de la Ordenanza Municipal que regula el régimen tributario de patentes municipales vigente concordante con las disposiciones contenidas en el presente Reglamento.

Disposición Final Quinta.- El Ejecutivo Municipal queda encargado de la ejecución del presente Reglamento.

JDGC/CSR/bertha