

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

REGLAMENTO DE LA LEY MUNICIPAL
AUTONÓMICA N° 216 DE PUBLICIDAD

TÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I
MARCO GENERAL

ARTÍCULO 1. (OBJETO).- El objeto de la presente norma jurídica es reglamentar la Ley Municipal Autonómica G.A.M.L.P. N° 216 de 28 de diciembre de 2016 de Publicidad, estableciendo los requisitos, condiciones y restricciones técnicas para el emplazamiento de publicidad, así como los procesos de control y sancionatorios correspondientes, en procura del resguardo y la seguridad de las personas, el ordenamiento urbano y la preservación del Patrimonio Material y Natural, minimizando la contaminación visual.

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

- a) Constitución Política del Estado de 7 de febrero de 2009;
- b) Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002, de Procedimiento Administrativo;
- c) Ley N° 031 de 19 de julio de 2010, Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Balseiro";
- d) Ley Municipal Autonómica G.A.M.L.P. N° 216 de 28 de diciembre de 2016, de Publicidad;
- e) Ley Municipal Autonómica G.A.M.L.P. N° 217/2016 de 27 de diciembre de 2016, de Integración, de Modificación y Actualización de Patentes Municipales, modificada por las Leyes Municipales Autonómicas N° 221/2017 y N° 343/2018.

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

II. Los sujetos regulados son las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas con personería jurídica ó sin ella, agencias publicitarias, beneficiarios de la publicidad, generadores de la publicidad, proveedores de la publicidad y propietarios del inmueble, vehículo o cabina donde se exhiba la publicidad o que auspicien y promuevan la publicidad dentro de la jurisdicción municipal de La Paz, y se encuentren registrados en los Registros Públicos establecidos por el GAMLP de acuerdo a norma.

ARTÍCULO 4. (PRINCIPIOS).- Además de los principios establecidos en la Ley Municipal Autonómica G.A.M.L.P. No. 216/2016 y en la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo, 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.
- 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.
- d) **Cuidado del Medio Ambiente.**- En cumplimiento de las condiciones para el emplazamiento de publicidad en el Municipio de La Paz, tienen como finalidad proteger, cuidar y conservar el medio ambiente evitando la proliferación indiscriminada de publicidad que dé lugar a la contaminación visual y lumínica.
- e) **Buena Fe.**- Rige tanto para las actuaciones de los servidores públicos como de los particulares a fin de consolidar la confianza, la seguridad jurídica, la credibilidad, la certidumbre, la lealtad, la corrección y la presunción de legalidad como reglas básicas de convivencia dentro de la administración pública.
- f) **Corresponsabilidad.**- Las personas naturales o jurídicas que generen, anuncien o emplacen elementos publicitarios, así como aquellas que autoricen dicho emplazamiento en inmuebles, vehículos o cabinas de su propiedad o bajo su tenencia, son corresponsables entre sí ante el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz por el cumplimiento de la Ley Municipal Autonómica de Publicidad y del presente Reglamento de Publicidad.
- g) **Seguridad Jurídica.**- Se asegura un marco normativo coherente y consistente en materia técnica, administrativa y social, que regule y ordene las actuaciones de la administración municipal y de las personas naturales y jurídicas reguladas durante el emplazamiento, retiro y control de publicidad.
- h) **Celeridad.**- Toda tramitación o actuación enmarcada en la Ley Municipal Autonómica de Publicidad y el presente Reglamento de Publicidad, se desarrollará con simplicidad evitando la realización de trámites, formalismos o diligencias innecesarias.

ARTÍCULO 5. (DEFINICIONES).- Con la finalidad de aplicación del presente Reglamento Municipal, se establecen las siguientes definiciones:

- a) **Abandono:** Se considerará que una estructura publicitaria ha sido abandonada cuando no haya tenido emplazamiento de publicidad por más de 6 meses y ante la notificación o cedulón, no se apersona ninguna persona a responder a la Unidad de Publicidad.
- b) **Acera:** Sección de la orilla de una vía pública que se reserva para el tránsito peatonal.
- c) **Afiche:** Elemento publicitario en lámina de papel u otro material, impreso y emplazado sobre algún objeto fijo; que transmite algún tipo de mensaje visual

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal .

y que sirve como anuncio para la difusión de información, mediante cual se promociona un producto, un servicio o un evento.

- d) **Alta publicitaria:** Registro en sistema para el inicio del cobro de la patente de publicidad.
- e) **ATM:** Administración Tributaria Municipal.
- f) **Baja publicitaria:** Registro en sistema para dar fin al cobro de patente a la publicidad de manera definitiva.
- g) **Documento de 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.
- h) **Estructura Publicitaria:** Cualquier medio físico utilizado para la exposición visual de publicidad.
- i) **Elemento Publicitario:** Cualquier forma de publicidad emplazada.
- j) **Elemento innovador:** Elemento publicitario que mediante la creatividad y la utilización de diversos mecanismos, medios o tecnología se caracteriza por ser novedoso, es decir pionero en su utilización. Estos elementos gozarán de las ventajas establecidas en la presente reglamentación.
- k) **Fachada:** Parte externa de un edificio colindante con o visible desde espacios públicos.
- l) **Formulario de Registro de Alta:** Documento técnico legal suscrito por el técnico responsable al momento de registrar el alta de la publicidad, documento con la calidad de declaración jurada, cuya información es verificada por el GAMLMP.
- m) **Formulario Único Municipal:** Documento técnico que contiene el monto a pagar por concepto de patente de publicidad, multa por infracciones, canon de uso de espacio o fotocopias simples o legalizadas.
- n) **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, puede ser en físico o digital.
- o) **Código ID:** Código numérico que identifica al elemento publicitario una vez registrado en el sistema informático.
- p) **Información Institucional:** Elementos informativos de la gestión de instituciones públicas emplazados en estructuras de propiedad exclusivamente estatal.
- q) **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.
- r) **Licencia de Publicidad:** Permiso que otorga el GAMLMP a una persona natural o jurídica para la instalación de estructuras publicitarias en espacios públicos o privados.
- s) **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).



- t) **Publicidad estatal contratada:** Referida a la publicidad que sea contratada por cualquier institución pública en elementos publicitarios que sean de personas naturales o jurídicas particulares y/o privadas, misma que no se encuentra exenta del pago de la patente de publicidad.
- u) **Publicidad Social:** Actividad comunicacional con uso de mensajes de carácter persuasivo, que a través de medios publicitarios educan y/o concientizan a la población en causas concretas de interés social, cultural, educativo y de salud.
- v) **Publicidad Sostenible.-** Considerada como aquella publicidad que al momento de emplazarse, aporta beneficios para la sociedad y/o el medioambiente, creando valor compartido 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 la huella ecológica y promover el desarrollo económico ordenado en la ciudad, la cual será considerada como transversal a cualquier tipo de publicidad innovadora.
- w) **Registro de riesgo por incumplimiento.-** Es la base de datos de los administrados que hayan incurrido en incumplimientos del presente reglamento que ocasionen falta de percepción de recursos a favor del GAMLP, los cuales no podrán acogerse a las autorizaciones o emisión de licencias establecidas en el presente reglamento por cinco años o hasta el levantamiento del registro.
- x) **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.
- y) **Suspensión temporal de la patente publicitaria.-** Es la inhabilitación del cobro de la patente de publicidad corporativa por la comprobación del retiro temporal de imágenes publicitarias en estructuras publicitarias que cuenten con licencia de publicidad vigente, debido a la falta de verificación del hecho generador.

CAPÍTULO II

CLASIFICACIÓN, MITIGACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD

ARTÍCULO 6. (CLASIFICACIÓN).- Los elementos publicitarios regulados por el presente reglamento, se clasifican en los siguientes tipos:

- a) Publicidad Corporativa por su tamaño;
- b) Publicidad Corporativa por su uso;
- c) Publicidad Móvil;
- d) Publicidad Eventual.

ARTÍCULO 7. (ANALOGÍA).- Todo elemento publicitario que no se adecue a

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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 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 8. (MITIGACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL).- I. Con la finalidad de evitar contaminación y saturación visual, la Unidad de Publicidad podrá restringir la emisión de autorizaciones en bienes de dominio municipal y la emisión de Licencias de Publicidad en espacios públicos para el emplazamiento de Publicidad Corporativa por su tamaño y por su uso, con el respaldo de un Informe Técnico.

II. Las restricciones para la emisión de Licencias de Publicidad en espacio público o privado, en determinadas áreas o zonas para evitar contaminación y saturación visual, deberán ser impuestas mediante Resolución Administrativa emitida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, misma que será ajustada según evaluación conforme al Plan de Mitigación de Contaminación Visual.

ARTÍCULO 9. (ANEXO TÉCNICO).- Es el documento técnico que establece en 13 cuadros las caracterizaciones, clasificación, condiciones y restricciones técnicas para los tipos de publicidad, que forma parte indivisible del presente reglamento.

TITULO II

**REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA OBTENCIÓN, RENOVACIÓN
BAJA DE LICENCIA DE PUBLICIDAD Y SUSPENSIÓN TEMPORAL DE LA
PATENTE**

CAPITULO I

**REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA OBTENCIÓN DE LICENCIA DE
PUBLICIDAD**

ARTÍCULO 10. (VIGENCIA Y EMISIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD).-

I. De acuerdo al tipo de elemento publicitario, la Licencia de Publicidad tendrá la siguiente vigencia:

TIPO DE ELEMENTO	VIGENCIA	
	MÍNIMA	MÁXIMA
CORPORATIVO	1 AÑO	2 AÑOS
MOVIL	1 MES	2 AÑOS
EVENTUAL	1 DÍA	1 MES

II. La Licencia de Publicidad será emitida en formato impreso para los elementos publicitarios corporativos o móviles con vigencia por periodo igual o superior a un año.

Calle Mercado N° 1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377
www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia



III. Para los elementos publicitarios móviles y eventuales con vigencia menor a un año, el comprobante de pago de la Patente de Publicidad se constituye en la Licencia de Publicidad.

ARTÍCULO 11. (REQUISITOS GENERALES).- Se establecen como requisitos generales para la obtención de la Licencia de Publicidad los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad firmado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas, el cual se constituirá en declaración jurada de la veracidad de la información proporcionada y de compromiso de cumplimiento de la normativa respecto a publicidad;
- b) Copia simple de la Cédula de Identidad del o la solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica según corresponda;
- c) Copia simple de Testimonio de representación legal, cuando corresponda;
- d) Carta poder de representación que especifique la tramitación ante la Unidad de Publicidad, cuando corresponda;
- e) Copia simple de Licencia de funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante otorgada por el GAMLP. Para el caso de publicidad móvil o eventual se podrá presentar Licencia de funcionamiento vigente expedida por otro Gobierno Municipal, cuando no tengan sucursales o filiales en el municipio de La Paz;
- f) Certificación de no adeudos por patentes o multas de publicidad, emitida por la Unidad de Publicidad o Resolución de Plan de Pagos emitida por la Administración Tributaria Municipal.
- g) Copia de nota de solicitud de Memorándum y/o Autorización de uso de espacio municipal dirigida a la Subalcaldía de la jurisdicción donde se efectuará el emplazamiento, en caso de publicidad eventual.

ARTÍCULO 12. (REQUISITOS COMPLEMENTARIOS).- Se establecen los siguientes requisitos complementarios a ser presentados conforme al procedimiento establecido en el artículo 13, una vez determinada la factibilidad técnica del emplazamiento:

N°	REQUISITO COMPLEMENTARIO	CORPORATIVA POR TAMAÑO	CORPORATIVA POR SU USO	MOVIL	EVENTUAL
1	Resumen Técnico que certifica que se cumple con todas las medidas de seguridad (firmado y sellado por el (la) profesional responsable del diseño y cálculo estructural, y/o del responsable de la elaboración del cálculo del sistema eléctrico.)	OBLIGATORIO	OBLIGATORIO	CUANDO CORRESPONDA	CUANDO CORRESPONDA
2	Póliza de seguro contra daños a terceros por un tiempo igual o mayor al periodo de vigencia de la Licencia de Publicidad.	OBLIGATORIO	---	---	---
3	Carta notariada del o los propietarios o representante	OBLIGATORIO	OBLIGATORIO	---	---

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

	legal del bien inmueble o de la Directiva de la Asociación de Copropietarios o su representante, autorizando la instalación de la estructura publicitaria en el predio.				
4	Fotocopia de matrícula de registro profesional del responsable del diseño y cálculo estructural y/o de la elaboración del cálculo del sistema eléctrico.	OBLIGATORIO	OBLIGATORIO	CUANDO CORRESPONDA	CUANDO CORRESPONDA
5	Informe de factibilidad de la Secretaría Municipal de Culturas y Turismo, sólo para emplazamiento en bienes patrimoniales.	CUANDO CORRESPONDA	CUANDO CORRESPONDA	---	---
6	Copia del Registro Único Automotor (RUAT) para vehículos automotores o número identificativo para otro tipo de móviles (cabinas).	---	---	OBLIGATORIO	---
7	Formulario de Compromiso de retiro de elementos publicitarios.	---	---	---	OBLIGATORIO
8	Memorándum y/o Autorización de uso de espacio municipal de la Subalcaldía de la jurisdicción donde se efectuará el emplazamiento.	---	---	---	OBLIGATORIO

ARTÍCULO 13. (PROCEDIMIENTO PARA OBTENCIÓN DE LICENCIA PUBLICIDAD).- Para la obtención de Licencia de Publicidad, el (la) solicitante deberá cumplir con la presentación de los requisitos establecidos en los artículos 11 y 12 del presente Reglamento Municipal, siguiendo el siguiente procedimiento, de acuerdo a la categoría de publicidad:

I. Para Publicidad Corporativa se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Presentación de requisitos generales en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. Los técnicos de la Unidad de Publicidad evaluarán los requisitos presentados, y en caso de factibilidad se notificará al solicitante, requiriendo la presentación de los requisitos complementarios señalados en el artículo 12 del presente Reglamento, otorgando un plazo no mayor a quince (15) días hábiles.
3. En caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de requisitos complementarios, se otorgará un plazo adicional no mayor a veinte (20) días hábiles para subsanar las mismas.
4. Una vez cumplidos los requisitos complementarios, se emitirá el Informe Técnico y se aprobará el Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles.
5. La Unidad de Publicidad realizará el Registro del elemento publicitario en el sistema informático, asignación del Código ID, emisión de la Licencia de Publicidad y su notificación al solicitante.

Calle Mercado N° 1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377
www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia



6. Los trámites finalizados serán remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad. En caso de que el solicitante no presente los requisitos complementarios en el plazo establecido en el numeral 3, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre y archivo del trámite, considerándose el mismo como no iniciado.

II. Para Publicidad Móvil, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Presentación de requisitos generales en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. Los técnicos de la Unidad de Publicidad evaluarán los requisitos presentados, y en caso de factibilidad se notificará al solicitante, requiriendo la presentación de los requisitos complementarios señalados en el artículo 12 del presente Reglamento Municipal, otorgando un plazo no mayor a quince (15) días hábiles.
3. En caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de los requisitos complementarios, se otorgará un plazo adicional no mayor a veinte (20) días hábiles para subsanar las mismas.
4. Una vez cumplidos los requisitos complementarios, se emitirá el Informe Técnico y se aprobará el Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles.
5. La Unidad de Publicidad realizará el Registro del elemento publicitario en el Sistema Informático, asignación del Código ID, emisión del Formulario Único Municipal (FUM) y su notificación al solicitante para su respectivo pago en las entidades financieras autorizadas en un plazo no mayor a diez (10) días hábiles;
6. Pago del Formulario Único Municipal (FUM) por parte del solicitante y presentación del comprobante de pago a la Unidad de Publicidad de manera física o virtual por los canales establecidos por la Secretaría.
7. Emisión y notificación de la Licencia de Publicidad Móvil.
8. Los trámites finalizados serán remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad. En caso de que el solicitante no presente los requisitos complementarios en el plazo establecido en el numeral 3, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre y archivo del trámite, considerándose el mismo como no iniciado.

III. Para Publicidad Eventual, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Presentación de requisitos generales en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. Los técnicos de la Unidad de Publicidad analizarán la factibilidad de espacios solicitados para el emplazamiento y la presentación de los requisitos complementarios señalados en el artículo 12 del presente Reglamento Municipal, otorgando un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles.
3. Una vez cumplidos los requisitos complementarios, se emitirá el Informe Técnico y se aprobará el Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles acorde a la fecha de emplazamiento.



Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

4. Aprobación del Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, emisión de la liquidación y el Formulario Único Municipal (FUM) y su notificación al solicitante.
5. Pago en el plazo de veinticuatro (24) horas de la patente correspondiente, en las entidades financieras autorizadas por parte del solicitante (El comprobante de pago se constituye en la Licencia de Publicidad).
6. En caso de que el solicitante no cancele la patente, se realizará inspección y de corresponder, se iniciará el proceso de fiscalización correspondiente.
7. Transcurrido el plazo de emplazamiento de publicidad eventual, el personal técnico realizará la verificación del retiro efectivo y posterior archivo del trámite en la Unidad de Publicidad.

CAPITULO II
REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO PARA AUTORIZACIÓN DE
EMPLAZAMIENTO DE PUBLICIDAD CORPORATIVA EN BIENES DE
DOMINIO MUNICIPAL

ARTÍCULO 14: (AUTORIZACIÓN DE USO DE ESPACIO MUNICIPAL PARA PUBLICIDAD CORPORATIVA).- I. Las autorizaciones de uso de espacio de dominio municipal para el emplazamiento de Publicidad Corporativa, serán emitidas por la Unidad Publicidad dependiente la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico. De tratarse de inmuebles bajo administración de otra unidad organizacional dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, será dicha instancia la encargada de canalizar el trámite para la respectiva autorización.

II. La persona natural o jurídica solicitante, deberá presentar los requisitos establecidos en el presente Reglamento para el tipo de elemento publicitario respectivo, debiendo indicar de forma precisa la localización del espacio de dominio municipal que se solicita (zona, calle, numero, croquis y superficie) conforme al procedimiento establecido en el siguiente artículo.

III. El modelo estadístico para la determinación del monto del canon por uso de espacio de dominio municipal será definido mediante Resolución Ejecutiva, de acuerdo a factores de corrección a la fórmula actualizados de manera anual, sobre la base de parámetros de ajuste macroeconómicos e informes emitidos por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

ARTÍCULO 15. (PROCEDIMIENTO).- I. Para la obtención de la Licencia de Publicidad Corporativa con uso de espacio de dominio municipal, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Presentación de requisitos generales en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. En caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de los requisitos generales, se otorgará un plazo adicional no mayor a cinco (5) días hábiles para subsanar las mismas.

Calle Mercado N° 1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377
www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia



3. Una vez cumplidos los requisitos, se emitirá el Informe Técnico de aprobación y determinación del Canon por Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal para el Emplazamiento de Publicidad.
4. Se notificará el monto del canon al solicitante, a fin de que en el plazo máximo de veinte (20) días hábiles presente los requisitos complementarios para publicidad corporativa señalados en el artículo 12 del presente reglamento, según corresponda y de forma expresa, señale su aceptación al monto del canon determinado por uso de espacio público.
5. Una vez que se haya pagado el Canon por uso de espacio público, se aprobará el Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles.
6. Emisión de Informe legal y del Documento de Autorización, en el plazo de siete (7) días hábiles.
7. Firma del documento de autorización por ambas partes.
8. Registro en el sistema informática del (de los) elemento(s) publicitario(s), asignación del Código ID y emisión de la(s) licencia(s) de publicidad en un plazo de cinco (5) días hábiles y su posterior notificación.
9. En caso de que el solicitante no esté de acuerdo con el monto del derecho de autorización, no presente los requisitos o transcurran 30 días hábiles de interrupción imputable al interesado, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre y archivo del trámite, considerándose el mismo como no iniciado;
10. Los trámites finalizados serán remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad.

II. En caso de que el solicitante opte por la presentación de un proyecto de inversión económica para el pago parcial del canon de uso de espacio de dominio municipal, seguirá el procedimiento establecido en parágrafo precedente, además de lo establecido en el artículo 16 del presente reglamento.

ARTÍCULO 16. (PROYECTOS DE INVERSIÓN). I. En caso de que el solicitante opte por la presentación de un proyecto de inversión económica, la unidad organizacional dependiente de la Dirección de Competitividad e Inversiones, analizará la factibilidad económica, enmarcándose en la política de fomento a las inversiones establecida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico, para cuyo efecto, sólo se podrá aprobar los siguientes porcentajes de inversión del monto del canon de uso de espacio municipal:

1. Inversión sostenible: hasta 60%
2. Inversión social: hasta 50%
3. Inversión normal: hasta 40%

La categorización de la inversión deberá constar en el informe económico según parámetros expresamente establecidos.

II. El procedimiento a seguir será el siguiente:

1. Se notificará al solicitante sobre la factibilidad de la propuesta de inversión y el monto a cancelar por canon de uso de espacio público municipal,
2. Respuesta del administrado señalando su aceptación en un plazo de 5 días hábiles.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

3. Emisión del Formulario Único Municipal correspondiente al monto del canon de derecho de autorización, para su pago en las entidades financieras autorizadas.
4. En caso de factibilidad de la inversión, el porcentaje restante del canon de derecho de uso de espacio de dominio municipal deberá ser cancelado por el solicitante en la cuenta única municipal de manera previa a la emisión del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal.
5. En caso de acogerse a un plan de pagos, este debe ser suscrito de manera previa a la emisión del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal. Dicho plan deberá ser pagado en su totalidad en un plazo de hasta 6 meses desde su suscripción, impostergablemente. Si el plan de pagos es incumplido, se procederá a la rescisión del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal e inicio de las acciones administrativas correspondientes.
6. El incumplimiento del plan de pagos es causal para incluir al solicitante autorizado en el Registro de Riesgo por Incumplimiento de la Unidad de Publicidad.
7. Se deberá remitir copias del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal a las áreas involucradas en la inversión económica para realización del seguimiento respectivo, conforme al Artículo 17 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 17. (SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN DE LA INVERSIÓN AUTORIZADA).- I. El GAMLP, a través de la Dirección de Competitividad e Inversiones realizará el seguimiento y supervisión correspondientes al cumplimiento de la inversión comprometida durante la vigencia del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal de manera periódica.

II. En caso de que en el seguimiento y supervisión, se verifique el incumplimiento a la inversión comprometida, mediante Informe Técnico se definirá el alcance y los parámetros técnicos y económicos del incumplimiento, por lo que la parte incumplida de la inversión deberá ser pagada en efectivo por parte del autorizado, para cuyo efecto, se le hará conocer el monto resultante mediante oficio de conminatoria de pago, el cual adjuntará el respectivo Formulario Único Municipal. El incumplimiento del pago dará lugar a las acciones administrativas pertinentes.

III. Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la conclusión de la Autorización, el autorizado presentará un informe de cierre de cumplimiento de la inversión económica, el cual será evaluado, pudiendo solicitarse al autorizado las complementaciones o sustentos que sean necesarios hasta 30 días hábiles después de la presentación del Informe de Cierre, debiendo emitirse la correspondiente conformidad sobre el cumplimiento del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal, por parte de la Dirección de Competitividad e Inversiones.

IV. Al cumplimiento del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal deberá restituirse el bien al dominio municipal en las mismas

Calle Mercado N° 1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377

www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia



condiciones en las que fue autorizado o mejores, en un plazo máximo de 15 (quince) días hábiles.

ARTÍCULO 18. (PROHIBICIONES).- Las personas naturales o jurídicas que hayan accedido a una Licencia de Publicidad y Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal, 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) No informar a la Unidad de Publicidad del retiro de elementos publicitarios emplazados en bienes de dominio municipal;
- i) Transferir la autorización concedida a terceras personas;
- j) Prolongar el uso de espacio de dominio municipal sin contar con la respectiva licencia de publicidad, debiendo en su caso realizar el trámite de renovación con dos meses de anticipación a su vencimiento.

CAPITULO III REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO PARA RENOVACIÓN, BAJAS Y SUSPENSIÓN TEMPORAL DE LA PATENTE

ARTÍCULO 19. (REQUISITOS PARA RENOVACIÓN).- I. 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 con una anticipación de 60 días al vencimiento de la Licencia de Publicidad, deberá solicitar en la Plataforma de la Unidad de Publicidad, la renovación de la Licencia de Publicidad correspondiente, presentando los siguientes requisitos:

- 1. Formulario de renovación detallando el o los elementos publicitarios, su Código ID y características técnicas;
- 2. Fotocopia simple de la última Licencia de Publicidad emitida;
- 3. Licencia de Funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante;
- 4. Si se tratara de Publicidad Corporativa por Tamaño, deberá presentar Póliza de seguro vigente;
- 5. Certificación de no adeudos por patentes o multas de publicidad, emitida por la Unidad de Publicidad o Resolución de Plan de Pagos emitida por la Administración Tributaria Municipal.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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

III. La Unidad de Publicidad emitirá comunicados a través de medios de comunicación y redes sociales para que los administrados realicen la renovación de sus licencias de publicidad dentro de los plazos previstos.

ARTÍCULO 20. (PROCEDIMIENTO PARA RENOVACIÓN).- I. Para la renovación de Licencia de Publicidad se deberá presentar los requisitos establecidos en el artículo 19 del presente Reglamento Municipal, hasta el plazo de dos meses de habilitado el cobro de patentes por la ATM y seguir el siguiente procedimiento:

1. Presentación de requisitos en la plataforma de la Unidad de Publicidad;
 2. Se notificará al solicitante, en caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de los requisitos, se otorgará un plazo no mayor a diez (10) días hábiles para subsanar las mismas.
 3. Una vez cumplidos los requisitos, se emitirá el Informe Técnico y se aprobará el Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles;
 4. Se procederá a la renovación de Licencia de Publicidad, la cual será remitida para su notificación;
 5. Los trámites finalizados serán remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad.
- II. En caso de que el solicitante no presente los requisitos o transcurran 30 días hábiles de interrupción imputable al interesado, se procederá al archivo del trámite y al inicio de la fiscalización.
- III. La renovación de Documento de Autorización de uso de espacio de dominio municipal deberá seguir el procedimiento establecido en el artículo 15 en lo que corresponda.
- IV. Sin perjuicio de la vigencia de la Licencia de Publicidad, previo al vencimiento de la póliza de seguro contra daños a terceros, se deberá presentar nueva póliza vigente, requerida para publicidad corporativa por su tamaño, de lo contrario la Licencia de Publicidad será revocada.

ARTÍCULO 21. (REQUISITOS PARA BAJA).- En caso de retiro del elemento publicitario ya sea de publicidad corporativa o móvil, el titular de la Licencia de Publicidad, deberá presentar ante la Plataforma de la Unidad de Publicidad, una nota solicitando la baja del registro publicitario, cumpliendo los siguientes requisitos:

- a) Formulario de solicitud de Baja de Licencia de Publicidad.
- b) Cédula de Identidad del (de la) solicitante o del (de la) representante legal de la persona jurídica, según corresponda;



- c) Copia simple de Testimonio de representación legal o Carta poder de representación que especifique la tramitación ante la Unidad de Publicidad, cuando corresponda.
- d) Certificación de no adeudos por patentes o multas de publicidad, emitida por la Unidad de Publicidad o Resolución de Plan de Pagos emitida por la Administración Tributaria Municipal.
- e) Fotografías que demuestren el retiro de la publicidad, que acrediten la fecha de su captura.
- f) Si corresponde, documentos con carácter público que demuestren el retiro de la publicidad.

ARTÍCULO 22. (PROCEDIMIENTO PARA BAJA).- Para solicitar la baja, se deberá presentar los requisitos señalados en el artículo precedente, ante la Plataforma de la Unidad de Publicidad y seguir el siguiente procedimiento:

1. Presentación de requisitos en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. Notificación al solicitante, en caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de los requisitos, se otorgará un plazo adicional no mayor a diez (10) días hábiles para subsanar las mismas.
3. Inspección de verificación del retiro del elemento publicitario e Informe Técnico que deberá realizarse en un máximo de diez (10) días hábiles
4. Pre-baja del o de los elementos publicitarios y emisión del Formulario Único Municipal (FUM) de la patente de la gestión vigente hasta la fecha de baja para su respectivo pago en las entidades financieras autorizadas en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles;
5. Una vez se corrobore la cancelación del FUM, se aprobará el Formulario de Solicitud de Baja de Licencia de Publicidad, en el plazo de hasta cinco (5) días hábiles;
6. Registro de la baja definitiva del elemento publicitario considerando la fecha de retiro de la publicidad.
7. 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;
8. En caso de efectivizarse el pago, el trámite finalizado será archivado en la Unidad de Publicidad.
9. En caso de publicidad móvil, la baja podrá acreditarse mediante la presentación de documentos con carácter público que demuestren la no propiedad o que el vehículo ya no opera en la jurisdicción municipal de La Paz.

ARTÍCULO 23. (REQUISITOS Y CONDICIONES PARA SUSPENSIÓN TEMPORAL DE LA PATENTE DE ELEMENTOS CORPORATIVOS).- I. Para la suspensión temporal mensual, deberán presentarse los siguientes requisitos:

- a) Formulario de solicitud de suspensión temporal en línea, especificando el tiempo de la suspensión temporal, el cual se constituye en una Declaración Jurada.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

- b) Fotografías con indicación de fecha, demostrando la ausencia de emplazamiento de publicidad.
- II. Los elementos que no cuentan con Licencia de Publicidad vigente no pueden acogerse a la suspensión temporal.
- III. Los anuncios de teléfonos, contacto, disponibilidad de elemento publicitario u otros similares no implican verificación del hecho generador siempre y cuando no contengan logos o marcas, caso contrario no serán susceptibles de aplicación de la suspensión temporal de la patente en favor del operador publicitario.
- IV. En caso de que la suspensión temporal sea superior a 6 meses, se considerará como una baja definitiva, debiendo el administrado proceder con el retiro de la estructura publicitaria, o en su caso, deberá acreditar su uso para publicidad social de carácter gratuito por al menos 2 meses, para cuyo efecto deberá informar con respaldos a la Unidad de Publicidad de manera previa a realizar el emplazamiento de publicidad con propósito social o información institucional del GAML P, la cual no deberá contar con logos o marcas corporativas que superen el 15% de la misma.
- V. El emplazamiento de publicidad con propósito social de carácter gratuito o información institucional del GAML P, será verificado mediante informe de la Unidad de Publicidad, que deberá acreditar que la misma no contiene logos o marcas corporativas que superen el 15%.

ARTÍCULO 24. (PROCEDIMIENTO PARA SUSPENSIÓN TEMPORAL DE LA PATENTE DE ELEMENTOS CORPORATIVOS).- I. Para la suspensión temporal mensual, deberá seguirse el siguiente procedimiento:

1. El retiro temporal de publicidad corporativa de los elementos publicitarios autorizados debe ser comunicado de manera mensual, por mes vencido a la Unidad de Publicidad mediante el llenado y cargado en línea del Formulario de solicitud de suspensión temporal.
2. Como mínimo una vez al mes, la Unidad de Publicidad realizará control de los elementos corporativos autorizados para comprobación del retiro temporal de imágenes publicitarias.
3. El personal técnico designado deberá cotejar las solicitudes de suspensión temporal con el registro de control de elementos corporativos autorizados.
4. En caso de factibilidad, la Unidad de Publicidad, registrará en el sistema la suspensión temporal del elemento publicitario considerando la fecha de retiro de la publicidad.
5. El técnico emitirá el Reporte de Suspensión Temporal de la patente, para efectos de su constancia en el trámite.

II. Si la Unidad de Publicidad verifica el emplazamiento publicitario dentro del tiempo solicitado como "suspensión temporal de la patente" se registrará el Alta del elemento publicitario para cobro de la patente.



TITULO III
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAMLP, ENTIDADES ESTATALES
Y EXENCIONES AL PAGO DE PATENTES

CAPITULO I
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAMLP Y ENTIDADES ESTATALES

ARTÍCULO 25. (INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAMLP).- I. Todas las Unidades Organizacionales del GAMLP que pretendan emplazar información de carácter institucional deberán coordinar la factibilidad de emplazamiento y espacios con la Unidad de Publicidad, 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 información institucional de acuerdo al parágrafo anterior, son responsables del retiro del mismo así como de sus elementos de sujeción, debiendo reportar dicho extremo a la Unidad de Publicidad, el incumplimiento a lo establecido dará lugar a la sanción a la máxima autoridad de la unidad organizacional solicitante, conforme al Reglamento Interno de Personal.

ARTÍCULO 26. (INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DE ENTIDADES ESTATALES).- I. Para el emplazamiento de información institucional, 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 autorización respectiva a la Unidad de Publicidad, estando exentas del pago de patente por publicidad.

II. Las entidades estatales que emplacen información institucional de acuerdo al parágrafo anterior, son responsables del retiro del mismo así como de sus elementos de sujeción, debiendo reportar dicho extremo a la Unidad de Publicidad, de incumplir con lo establecido la Unidad de Publicidad procederá al inicio de fiscalización conforme al presente reglamento.

III. La publicidad de entidades estatales emplazada en estructuras privadas deberá cancelar la patente por publicidad.

 **ARTÍCULO 27. (PUBLICIDAD EMPLAZADA POR EMPRESAS ESTATALES).**- 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 renumerados, 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. 

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

CAPITULO II
EXENCIONES AL PAGO DE PATENTES

ARTÍCULO 28. (PUBLICIDAD AUSPICIADA POR EL GAMLP).- I. El emplazamiento de elementos publicitarios referidos a actividades con fines benéficos, culturales y otros auspiciados por el GAMLP están exentas del pago de la patente por publicidad, cuando la solicitud sea realizada con un mínimo quince (15) días hábiles previos al emplazamiento.

II. Las personas naturales o jurídicas, para acogerse a esta exención, están obligadas a tramitar a través de la Unidad de Publicidad la exención, instancia que verificará la factibilidad técnica de emplazamiento, tiempo de exposición y espacios disponibles. La Administración Tributaria Municipal del GAMLP, emitirá la correspondiente Resolución Administrativa de Exención, conforme reglamentación específica.

III. Para la exención del pago de la patente de publicidad, los porcentajes de publicidad exhibidos en el o en los elementos publicitarios deberán ser los siguientes:

- De 20% hasta 30% Imagen Corporativa;
- De 20% hasta 30% Imagen institucional del GAMLP;
- Mínimo de 40% imagen o información relativa al evento auspiciado.

Estos porcentajes serán considerados para cada elemento publicitario o para el conjunto de elementos publicitarios exhibidos, según corresponda.

ARTÍCULO 29. (PUBLICIDAD DEL GAMLP).- I. Los eventos organizados por el GAMLP referidos a actividades de interés social, con fines informativos, sociales, educativos, culturales y de salud que cuenten con el apoyo de la empresa privada están exentas del pago de la patente por publicidad.

II. Las unidades organizacionales del GAMLP para acogerse a esta exención, están obligadas a tramitar a través de la Unidad de Publicidad la exención, instancia que verificará la factibilidad técnica de emplazamiento, tiempo de exposición y espacios disponibles. La Administración Tributaria Municipal del GAMLP, emitirá la correspondiente Resolución Administrativa de Exención, conforme reglamentación específica.

III. La solicitud debe contener el nombre del evento, la (s) fecha (s), el lugar, nombre de la entidad privada que participa, detalle de los elementos publicitarios a emplazar, especificando las medidas.

IV. Toda unidad solicitante del GAMLP, es responsable del retiro de la publicidad emplazada concluido el evento, el incumplimiento a lo establecido dará lugar a la sanción a la máxima autoridad de la unidad organizacional solicitante, conforme al Reglamento Interno de Personal.



ARTÍCULO 30. (EXCEPCIONES A LA OTORGACIÓN DE LICENCIAS DE PUBLICIDAD).- I. No requerirán de licencia de publicidad:

1. Los elementos publicitarios relacionados exclusivamente a la identificación de actividades sin fines de lucro, conforme a los documentos de su constitución.
 2. 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.
 3. Los elementos informativos emplazados en bienes privados o 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.
 4. Los elementos informativos emplazados en bienes de dominio público 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, siempre y cuando hayan obtenido autorización respectiva en el marco establecido para el efecto.
- 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.

ARTÍCULO 31. (GRATUIDAD Y AVISO DEL EMPLAZAMIENTO DE AFICHES).- I. El emplazamiento de afiches en los espacios habilitados, por cualquier organización pública, privada, o persona natural tendrá un carácter gratuito, debiendo comunicarse su emplazamiento a la Unidad de Publicidad, especificando el tiempo de emplazamiento, lugares y cantidad de afiches, reportado mediante el canal digital habilitado.

II. Una vez concluido el tiempo otorgado para el emplazamiento de afiches se deberá proceder al retiro de los mismos, bajo responsabilidad del administrado, pudiendo la Unidad de Publicidad iniciar proceso de fiscalización en caso de no cumplimiento.

**TITULO IV
CONTROL Y FISCALIZACIÓN**

**CAPITULO I
INSTANCIAS RESPONSABLES, OBLIGACIONES, INFRACCIONES Y
SANCIONES**

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

ARTÍCULO 32. (INSTANCIAS RESPONSABLES).- I. La Secretaría Municipal de Desarrollo Económico en el marco del control interno efectuará el control del cumplimiento de procesos y procedimientos por parte del personal de la Unidad de Publicidad en cuanto a la aplicación de la normativa de publicidad y del cumplimiento por parte de la Dirección de Competitividad e Inversiones respecto de sus competencias de supervisión y emisión de informes económicos relativos a publicidad.

II. La Unidad de Publicidad, es la unidad organizacional del GAML P responsable de ejecutar las acciones de control y fiscalización respecto de publicidad corporativa, móvil y eventual, cuyo procedimiento sancionador se registrá por lo establecido en el presente capítulo.

III. Las Subalcaldías son las encargadas del control de la publicidad que identifica la actividad económica dentro de su jurisdicción territorial, cuyo procedimiento se registrá por el Reglamento Municipal de Elementos Publicitarios de Identificación de Actividades Económicas.

ARTÍCULO 33. (OBLIGACIONES).- Las personas naturales o jurídicas que emplacen o pretendan emplazar elementos publicitarios tienen las siguientes obligaciones:

- a) Contar con Licencia de Publicidad.
- 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.
- 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 10 días hábiles para el registro de la baja definitiva, y eventuales hasta dentro de un plazo de 2 días hábiles, computables a partir de la fecha de finalización de la vigencia de la Licencia de Publicidad.
- e) Identificar los elementos publicitarios según categoría corporativa y móvil, colocando en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el código QR; 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) 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.
- h) Cumplir con los plazos y procedimientos de solicitud de emplazamiento, renovación, baja y suspensión temporal de la patente, establecidos en el presente reglamento.
- i) Retirar las estructuras publicitarias que no cumplan el fin para el cual fueron instaladas o pasados 6 meses sin exhibición publicitaria.



ARTÍCULO 34. (INFRACCIONES Y SANCIONES).- I. En caso de que la Unidad de Publicidad verifique la comisión de las siguientes infracciones al presente Reglamento Municipal, se aplicarán las siguientes sanciones:

INFRACCION		SANCIÓN
1	Emplazar elementos publicitarios o estructuras civiles destinadas al emplazamiento de publicidad sin contar con la respectiva Licencia de Publicidad con uso de espacio de dominio municipal.	RETIRO INMEDIATO y Multa equivalente a 1200 UFVs. (Mil doscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
2	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.	RETIRO INMEDIATO Y Multa equivalente a 150 UFVs. (Ciento cincuenta 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
3	No identificar los elementos publicitarios corporativos por su tamaño y móvil, colocando en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte el código QR.	Multa equivalente a 400 UFVs. (Cuatrocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
4	Impedir u obstaculizar las inspecciones de verificación o control, de elementos publicitarios realizadas por los servidores públicos debidamente identificados.	Multa equivalente a 400 UFVs. (Cuatrocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
5	Emplazar elementos publicitarios relacionados al consumo y promoción de bebidas alcohólicas en un radio menor a 150 (ciento cincuenta) metros de distancia de centros de educación, salud o deporte.	Multa equivalente a 400 UFVs. (Cuatrocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
6	Emplazar elementos publicitarios que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tránsito.	RETIRO INMEDIATO Y DECOMISO SIN DEVOLUCIÓN
7	Incurrir por segunda vez en una infracción en la misma gestión.	Multa equivalente a 800 UFVs. (Ochocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
8	Causar daños personales, o al ornato público y/o privado, por haber omitido el mantenimiento de la infraestructura de los elementos publicitarios.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
9	Emplazar elementos publicitarios o estructuras civiles destinadas al emplazamiento de publicidad sin contar con la respectiva Licencia de Publicidad en espacio privado.	RETIRO y Multa equivalente a 800 UFVs. (Ochocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
10	Declarar datos falsos para la obtención de la Licencia de Publicidad y/o Autorización de uso de espacio municipal.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
11	Utilizar Licencia de Publicidad y/o autorización para un elemento publicitario distinto al autorizado.	RETIRO y Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
12	Emplazar Publicidad con la Licencia de Publicidad y/o Autorización vencida.	RETIRO y Multa equivalente a 600 UFVs.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

		(Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
13	No retirar las estructuras instaladas para emplazar publicidad que no cumplan el fin para el cual fueron instaladas.	RETIRO y Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
14	Emplazar elementos publicitarios que impidan la visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.	RETIRO INMEDIATO Y DECOMISO SIN DEVOLUCIÓN
15	No proceder al desmontaje y retiro total de los elementos publicitarios corporativos y móviles hasta dentro de un plazo fatal de 10 días hábiles del vencimiento de la licencia de publicidad.	RETIRO y Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
16	Violentar, romper o dañar los precintos de "publicidad no autorizada", salvo autorización expresa del GAMLP.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
17	Invadir inmuebles colindantes con elementos publicitarios.	RETIRO y Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
18	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 GAMLP.	RETIRO INMEDIATO Y DECOMISO SIN DEVOLUCIÓN
19	Emplazar elementos publicitarios en aceras.	RETIRO INMEDIATO Y DECOMISO SIN DEVOLUCIÓN
20	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.	RETIRO INMEDIATO Y DECOMISO SIN DEVOLUCIÓN
21	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 el diseño contemple espacios expresamente destinados a publicidad, previamente autorizados por el GAMLP.	RETIRO INMEDIATO Y DECOMISO SIN DEVOLUCIÓN
22	No informar al Gobierno Autónomo Municipal de La Paz sobre la modificación del elemento publicitario (con variación de sus dimensiones), para lo cual se considerará las dimensiones mayores para la determinación de la multa.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
23	Incumplir las normas que regulan las autorizaciones, así como el Documento de Autorización suscrito, cuando no concurra el retiro del elemento publicitario.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)



II. En caso de que la Unidad de Publicidad verifique la comisión de las siguientes infracciones a las normas que regulan las autorizaciones por uso de espacio de dominio municipal según el presente Reglamento Municipal y el respectivo Documento del Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal, se aplicarán las siguientes sanciones:

INFRACCIÓN		SANCIÓN
1	Incumplimientos a procedimientos que no generen perjuicio económico y que sean susceptibles de enmienda.	Amonestación escrita.
2	Incumplimientos del presente Reglamento y/o de las cláusulas del Documento de Autorización que no generen perjuicios económicos al GAMLP.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
3	Incumplimiento del presente Reglamento y/o de las cláusulas del Documento de Autorización cometidas por culpa, así como en los casos en los que se haya obtenido directa o indirectamente cualquier tipo de ventajas o beneficios para sí o para terceros y/o se hayan ocasionado perjuicios económicos al GAMLP.	Multa equivalente a 1200 UFVs. (Mil doscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
4	Reincidencia en el Incumplimiento del presente Reglamento y/o de las cláusulas del Documento de Autorización cometidas por culpa, así como en los casos en los que se haya obtenido directa o indirectamente cualquier tipo de ventajas o beneficios para sí o para terceros y/o se hayan ocasionado perjuicios económicos al GAMLP.	Multa equivalente a 1800 UFVs. (Mil ochocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
5	Según la gravedad de los hechos, actos u omisiones detectados, así como la directa participación y/o responsabilidad del presunto responsable en los hechos, en la comisión de las infracciones precedentes.	RETIRO INMEDIATO DEL ELEMENTO PUBLICITARIO E INHABILITACIÓN DE FUTURAS AUTORIZACIONES

ARTÍCULO 35. (CÁLCULO Y DETERMINACIÓN DE LAS MULTAS).- I. Las multas en Unidades de Fomento a la Vivienda establecidas en el artículo precedente serán convertidas 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.

II. Las multas previstas en el artículo precedente serán aplicadas para cada elemento publicitario a partir de realizada la infracción hasta la emisión de la Resolución Administrativa Sancionatoria, la cual deberá incluir además el monto correspondiente a la patente de publicidad según el tipo de publicidad, de la siguiente forma:

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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

Cálculo 1 = $(\text{Multa} \times \text{Qm}/12) \times \text{S} + \text{Pt}$	
Dónde:	
Multa =	Las previstas en el artículo 34 según corresponda
Pt =	Patente de Publicidad
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:

Cálculo 2 = $(\text{Multa} \times \text{Qd}/30) \times \text{S} + \text{Pt}$	
Dónde:	
Multa =	Las previstas en el artículo 34 según corresponda
Pt =	Patente de Publicidad
Qd =	Cantidad de días emplazados
S =	Superficie ocupada (expresada en metros cuadrados)

3. Para Afiches se deberá aplicar la siguiente fórmula:

Cálculo 1 = $\text{Multa} \times \text{Qa}$	
Dónde:	
Multa =	Las previstas en el artículo 34 según corresponda
Qa =	Cantidad de Afiches

ARTÍCULO 36. (AGRAVANTE).- Si existiere concurso de infracciones se aplicará la multa más onerosa agravada en un 40%, sin perjuicio del retiro del elemento publicitario si correspondiere.

ARTÍCULO 37. (ATENUANTE).- Las multas establecidas, podrán ser atenuadas en un treinta por ciento (30%) en caso de que el titular o responsable del elemento publicitario, notificado con el incumplimiento establecido en la Nota de Cargo, proceda de manera voluntaria al pago de la multa en el plazo no mayor a diez (10) días hábiles y proceda a subsanar la infracción cometida.

ARTÍCULO 38. (SANCIONES INMEDIATAS).- I. En caso de que la Unidad de Publicidad verifique la comisión de las infracciones sancionadas con retiro inmediato según lo establecido en el Artículo 34, 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:

II. Los elementos publicitarios que sean emplazados en espacios de dominio municipal sin contar con la respectiva autorización y licencia de publicidad, serán retirados de manera inmediata, previa notificación que otorgará el plazo de tres días hábiles al infractor para realizar el retiro por cuenta propia; vencido dicho plazo sin que se hubiera realizado o iniciado, el GAMPLP procederá al retiro, cobrando al infractor todos los gastos incurridos al efecto.



III. La Unidad de Publicidad colocará precintos de "Publicidad No autorizada" a los elementos publicitarios que no cuenten con autorización y/o Licencia de Publicidad, sin perjuicio de la respectiva fiscalización.

CAPITULO II PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

ARTÍCULO 39. (HABILITACIÓN DE DIAS Y HORAS EXTRAORDINARIAS).- Por la clase de funciones que cumple la Unidad de Publicidad se habilitan días y horas extraordinarios para llevar adelante inspecciones de verificación y control. Cuando sea necesario se habilitará días y horas extraordinarias para realizar notificaciones a través de una Orden de Servicio.

ARTÍCULO 40. (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 Autonómica N° 216 de Publicidad.

II. Para la determinación del sujeto pasivo del proceso sancionador, respecto a la publicidad corporativa, móvil y eventual se considerará alternativamente al titular de la Licencia de Publicidad, a las personas naturales o jurídicas cuya publicidad sea identificada en el elemento o al propietario del inmueble, estructura publicitaria, vehículo o cabina donde esté emplazado.

ARTÍCULO 41. (DILIGENCIAS PRELIMINARES). I. La Unidad de Publicidad en el área de su competencia y en su labor de supervisión y vigilancia del cumplimiento normativo, de oficio o a denuncia, investigarán la comisión de infracciones e identificarán a las personas, individuales o colectivas, presuntamente responsables de los hechos susceptibles de iniciación del procedimiento.

II. Para tal efecto, se podrán realizar todas las inspecciones, actuaciones o diligencias que sean necesarias y pertinentes, y que permitan comprobar, de modo fehaciente, la existencia y veracidad de infracciones, y la obtención de la siguiente información referencial:

- a) Determinación del elemento publicitario, dimensiones, características y tipología.
- b) Ubicación en propiedad privada o espacio de dominio municipal
- c) Determinación de la infracción y de la multa.
- d) Determinación del sujeto infractor, en cuanto a identidad y domicilio.
- e) Determinación del sujeto infractor por corresponsabilidad, correspondiente a la imagen publicitaria, cuando no se pueda identificar el propietario del elemento publicitario o del vehículo que exhibe la publicidad.
- f) Fotografías en las que se identifique la publicidad o estructura publicitaria.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

III. Cuando no se cuente con datos del infractor, se solicitará información a la Unidad de Actividades Económicas, a la Administración Tributaria Municipal u otras instancias municipales o gubernamentales a fin de solicitar información del Representante Legal o propietario del bien inmueble o vehículo, o en su caso, de la actividad económica de la imagen publicitaria.

IV. El técnico de la Unidad de Publicidad, una vez que se cuente con los datos señalados precedentemente, emitirá informe de fiscalización; recomendando la notificación al presunto infractor o a las personas naturales o jurídicas cuya publicidad sea identificada en la estructura.

ARTÍCULO 42. (NOTIFICACIÓN DE CARGO). I. Establecida la existencia de infracciones, la Unidad de Publicidad notificará a los presuntos infractores con la Nota de Cargo de Proceso Administrativo Sancionatorio, comunicando los presuntos incumplimientos, otorgándoles un plazo de quince (15) días hábiles administrativos para la presentación de pruebas de descargo correspondiente.

II. La notificación de cargos debe ser efectuada mediante comunicación escrita, citación personal u otro medio que garantice que el presunto infractor tenga cabal conocimiento de los cargos que se le imputan, las infracciones establecidas y las normas vulneradas, para que pueda asumir su defensa.

ARTÍCULO 43. (TRAMITACIÓN). Presentados los descargos o transcurrido el plazo sin que ello hubiera ocurrido, la Unidad de Publicidad procederá al análisis de los antecedentes y descargos presentados, aplicando el principio de verdad material, principio de la sana crítica y valoración razonada de la prueba, no pudiendo en ningún caso ignorar o dejar de evaluar los descargos presentados, garantizando en todo momento el pleno ejercicio de defensa, emitiéndose Informe Legal.

ARTÍCULO 44. (CONCLUSIÓN). I. Vencido el término de prueba, el (la) Jefe de la Unidad de Publicidad en el plazo de los diez (10) días hábiles administrativos siguientes, dictará la Resolución Administrativa Sancionatoria, con el siguiente contenido mínimo: Identificación de la(s) infracción(es) cometida(s), la sanción que se aplica, el plazo y las modalidades de su ejecución, así como las medidas o acciones a ser cumplidas para corregir o prevenir los efectos de la infracción y restaurar el derecho, con el respaldo del Informe Técnico preliminar y un Informe Legal;

II. La notificación estará acompañada del Formulario Único Municipal (FUM) que establece el cálculo de la multa actualizada incluyendo la patente de publicidad por el tiempo de emplazamiento para su pago voluntario en el plazo de 10 días hábiles con descuento según el artículo 37 del presente reglamento, y la multa total sin descuento.

III. El plazo para emisión de la Resolución Administrativa sancionatoria podrá ser ampliado por otros diez (10) días hábiles de requerirse, mediante Auto de



Ampliación de Plazos en el que constará la fundamentación de hecho y derecho que la sustenten.

IV. Contra la resolución de referencia procederán los recursos administrativos previstos en la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo de 23 de abril de 2002, por lo que el recurso de revocatoria será resuelto por la Dirección de Competitividad e Inversiones y el Recurso Jerárquico por la Máxima Autoridad Ejecutiva del GAMLP.

ARTÍCULO 45. (EJECUCIÓN). I. La resolución sancionadora deberá ser cumplida en todos sus alcances y dentro del plazo establecido por la misma. Para el efecto, la Unidad de Publicidad dispondrá la utilización de los medios legales disponibles, una vez que la misma adquiera la calidad de cosa juzgada.

II. La interposición de los recursos administrativos no suspenderá la ejecución de la misma, por el efecto devolutivo con el que deben ser concedidos.

ARTÍCULO 46. (INCUMPLIMIENTO AL RETIRO Y AL PAGO DE MULTAS).- El incumplimiento del pago de la (s) multa (s) impuesta (s) y la inobservancia al retiro del elemento publicitario observado, una vez concluido el procedimiento sancionador, dará lugar a:

- a) En los casos que corresponda, la revocatoria de la Licencia de Publicidad.
- b) Inicio del procedimiento de cobro coactivo del monto del canon de uso de espacio de dominio municipal y de multas no canceladas.
- c) De corresponder, remisión a la Administración Tributaria Municipal para el cobro de patentes.
- d) En caso de desobediencia e inobservancia al retiro de la estructura publicitaria observada, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de las Unidades Organizacionales necesarias, procederá al retiro, devolución al propietario de la estructura publicitaria cuando corresponda y/o al decomiso previsto por el artículo 22 de la Ley Municipal Autonómica 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.

ARTÍCULO 47.- (REGISTRO DE RIESGO POR INCUMPLIMIENTO).- I. Se conformará una base de datos de los administrados que hayan incurrido en incumplimientos del presente Reglamento que ocasionen falta de percepción de recursos a favor del GAMLP, los cuales no podrán acogerse a nuevas autorizaciones o emisión de licencias establecidas en el presente reglamento.

II. La incorporación de administrados a este registro deberá contar un número de registro y estar sustentado en un informe en el que constarán el o los incumplimientos, con indicación de los montos no percibidos por el GAMLP ocasionados. El levantamiento de nombres de administrados del registro se realizará previa acreditación de subsanación de las causales por las que fueron registrados o transcurridos cinco años desde la infracción sancionada.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

- III. El procedimiento del registro de riesgo por incumplimiento y su levantamiento será establecido mediante resolución administrativa aprobada por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

CAPITULO III
PROCEDIMIENTO PARA RETIRO Y/O ACESIÓN DE ESTRUCTURAS
ABANDONADAS

ARTÍCULO 48.- (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, el personal técnico de la Unidad de Publicidad, deberá notificar al responsable para el inmediato retiro por el riesgo existente. En caso de no verificarse el retiro, se procederá al inicio de las acciones administrativas o judiciales que correspondan.

ARTÍCULO 49.- (PROCEDIMIENTO PARA RETIRO DE ESTRUCTURAS EN DETERIORO, RIESGO INMINENTE O ABANDONADAS EN PROPIEDAD MUNICIPAL).- La Unidad de Publicidad, 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, identificará, mediante informe técnico, la estructura emplazada en propiedad municipal que se encuentre en estado de abandono especificando la ubicación exacta de la estructura publicitaria, medidas y demás características técnicas.
- b) Se colocará un cedulón en la estructura publicitaria solicitando que el propietario se apersona ante la Unidad de Publicidad a efectos de asumir el procedimiento de retiro.
- c) Se fijará fecha y hora de inspección de verificación, para lo cual la Unidad de Publicidad deberá comprobar el estado de abandono e identificar si la estructura publicitaria emplazada no constituye riesgo, es decir que pese al abandono cumple con las condiciones exigidas, registrando dicha información en el acta de inspección.
- d) Realizada la inspección de verificación, el técnico de la Unidad de Publicidad, emitirá informe Técnico final en el cual analizara la respuesta del propietario si la hubiere y en su caso, formulará la declaratoria de abandono, a fin de disponer el uso de la estructura o proceder a su retiro, en caso de que se determine la existencia de riesgo.
- e) Una vez emitido el Informe Técnico final, éste deberá pasar a conocimiento del área Legal de la Unidad de Publicidad, a fin de emitir informe legal en el cual se recomiende proceder con el retiro de la estructura publicitaria.



- f) De corresponder, por la factibilidad de su uso, se podrá determinar la accesión de la estructura publicitaria, realizando el registro del mobiliario municipal y se procederá con la administración de la estructura publicitaria.
- g) Los trámites finalizados serán archivados en la Unidad de Publicidad.

TÍTULO IV PUBLICIDAD INNOVADORA Y PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN

CAPITULO I CLASIFICACIÓN Y PROCEDIMIENTO

ARTÍCULO 50. (CLASIFICACIÓN Y PARÁMETROS TÉCNICOS).- I. 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 toda aquella publicidad Digital Dinámica, que a través de sus características incluye un elemento de tecnología y novedad, que contribuye al desarrollo y modernidad de la ciudad inteligente.
- b) **Publicidad - Innovación Visual.-** Se considera a toda aquella publicidad que por su diseño y estructura, presenta características novedosas y creativas que rompen el esquema tradicional y proponen un diseño nuevo basado en técnicas de diseño en 3D, implementación de volumen denominado espectacular, troquel, con los elementos que son parte de la imagen publicitaria; mismos 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, apoyo a los pequeños emprendimientos, con fines culturales, sociales, educativos y de salud 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 y apoyo con el objetivo de promover la aceptación, modificación o rechazo de ciertos comportamientos del bienestar colectivo y mejorar la calidad de vida.

II. En Anexo Técnico del presente Reglamento se establecen los parámetros técnicos para publicidad innovadora.

ARTÍCULO 51. (PROCEDIMIENTO).- Para la solicitud y aprobación de incentivos a la publicidad innovadora emplazada en espacio público municipal, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. El (la) solicitante que pretenda emplazar publicidad Innovadora en espacio público municipal deberá presentar un Proyecto de Publicidad Innovadora

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz

Gobierno Autónomo Municipal

detallando las características por las que se considera como Publicidad Innovadora.

2. El Proyecto de Publicidad Innovadora será evaluado por técnicos designados por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.
3. Si el proyecto es aprobado por la SMDE, el solicitante deberá presentar todos los requisitos señalados en el presente Reglamento, de acuerdo a la clase de publicidad que pretenda emplazar.
4. El caso de presentación de todos los requisitos, el Técnico de la Unidad de Publicidad elaborará informe técnico de verificación, que establecerá la factibilidad u observación a la solicitud. En caso de factibilidad el informe debe determinar la clase de publicidad innovadora y creativa, debiendo además el informe contener el monto del canon por uso de espacio de dominio municipal, recomendando que la Jefatura de Unidad se pronuncie respecto a la calificación del elemento publicitario innovador.
5. En caso de rechazo, la Jefatura de la Unidad de Publicidad emitirá nota comunicando este aspecto al solicitante.
6. En caso de factibilidad, la Jefatura de Unidad de Publicidad emitirá informe de Calificación de Publicidad Innovadora, considerando la clasificación de publicidad innovadora y los distintos parámetros técnicos innovadores señalados en el presente Reglamento, determinando el porcentaje de aplicación de incentivo por cada componente innovador del elemento.
7. La Unidad Organizacional encargada de Inversiones Municipales en el plazo de cinco (5) días emitirá Informe Económico, a través del cual se analizará la propuesta de inversión del solicitante debiendo enmarcarse en la política de fomento a las inversiones establecida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.
8. El solicitante continuará con el procedimiento señalado en el artículo 15 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 52. (MONTOS DE INCENTIVOS Y CONDICIÓN).- I. Los montos y/o porcentajes de incentivos serán determinados y regulados mediante Resolución Administrativa emitida por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico.

II. Durante el tiempo del uso de espacio público municipal, el elemento publicitario calificado como innovador debe continuar en funcionamiento con cada uno de los componentes innovadores, caso contrario estaría incumpliendo con el Documento de Autorización de Uso de Espacio Público Municipal.

ARTÍCULO 53. (PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN).- La Unidad de Publicidad para la implementación del presente Reglamento elaborará protocolos de actuación aprobados mediante Resolución Administrativa, que definan las diferentes actuaciones en los procesos y procedimientos establecidos en el presente reglamento.



Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

REGLAMENTO DE PUBLICIDAD
ANEXO TÉCNICO

CONTENIDO DEL ANEXO TECNICO:

1. CARACTERIZACIONES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS
CUADRO I.- CARACTERIZACIONES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS
2. CLASIFICACIÓN, CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS DE LA PUBLICIDAD:
 - a) PUBLICIDAD CORPORATIVA POR TAMAÑO
CUADRO II.- CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU TAMAÑO.-
CUADRO III.- CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU TAMAÑO.-
 - b) PUBLICIDAD CORPORATIVA POR USO
CUADRO IV.- CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO.-
CUADRO V.- CONDICIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO.-
CUADRO VI.- RESTRICCIONES TÉCNICAS PARA PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO.-
 - c) PUBLICIDAD MOVIL
CUADRO VII.- CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD MOVIL
CUADRO VIII.- CONDICIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD MOVIL
CUADRO IX.- RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD MOVIL
 - d) PUBLICIDAD EVENTUAL
CUADRO X.- CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD EVENTUAL
CUADRO XI.- CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD EVENTUAL
 - e) AFICHES
CUADRO XII.- CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PARA AFICHES
3. PARAMETROS TECNICOS DE LA PUBLICIDAD INNOVADORA
CUADRO XIII.- PARÁMETROS TECNICOS DE LA PUBLICIDAD INNOVADORA



I. CARACTERIZACIONES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS Los elementos publicitarios de acuerdo a la utilización de los recursos tecnológicos, contarán con 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.

PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU TAMAÑO

II. CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU TAMAÑO.- Comprendida por aquellas estructuras publicitarias o publicidad pintada con una superficie mayor a los dieciocho (18) metros cuadrados, mismas que pueden ser instaladas en espacios de uso o dominio público o en propiedad privada, y podrán ser:	
a.	Vallas Autoportantes: Estructuras publicitarias de una o más caras soportadas por uno o más elementos diseñados específicamente para este propósito. De una cara: Estructura publicitaria de una sola cara, misma que deberá ser instalada de manera paralela hacia la vía, en el caso de intersección de vías la misma podrá ser instalada en un ángulo que permita su aprovechamiento visual; De dos caras: Estructura publicitaria de dos caras, misma que deberá ser instalada de manera perpendicular a la vía;

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

	3. De tres o más caras: Estructura publicitaria conformada por una serie de caras, pudiendo instalarse de manera paralela o perpendicular a la vía; 4. Tótem: Estructura publicitaria autoportante que conforma un cuerpo sólido desde su base hasta su coronación, pudiendo éstos ser de una o más caras.
b.	Vallas Adosadas: Estructuras publicitarias instaladas en una construcción civil, sean estas en muros, cubiertas, terrazas u obras en construcción. 1. Sobre muros: Estructura publicitaria sujeta a muros, fachadas laterales, cuando así la infraestructura civil determine un espacio específico para su instalación. 2. Sobre cubiertas o terrazas: Estructura publicitaria instalada en las cubiertas o terrazas, cuando el cálculo estructural prevea dicha instalación. 3. En obras en construcción: Estructura publicitaria instalada en una obra civil en proceso de construcción.
c.	Pintada: Elemento publicitario en el que se aplica la técnica de pintura sobre la fachada, muro medianero, cubiertas o terrazas de un bien inmueble. No requiere de presentación de documentos técnicos
d.	Microperforada: 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. No requiere de presentación de documentos técnicos

III. CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU TAMAÑO.- Se establecen las siguientes condiciones y restricciones técnicas para publicidad corporativa por su tamaño:	
i.	Está prohibida la autorización y emplazamiento de elementos publicitarios y su uso en espacios públicos municipales establecidos como aires de río, franjas de uso y/o franjas de seguridad.
a.	Vallas Autoportantes: 1. Instalación de una sola estructura publicitaria por inmueble, que podrá ser adicionada 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. Colocar en forma visible el código QR, el cual contendrá: número, fecha y vigencia de la licencia de publicidad. 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; que garantice la seguridad de su instalación. 4. Al tratarse de vallas autoportantes iluminadas instaladas sobre vías de circulación vehicular, sus reflectores se ubicarán a una altura que no encandilen a los conductores de vehículos durante todo el recorrido. 5. La distancia mínima entre vallas autoportantes sean de una o más caras será de cien (100) metros lineales sobre una misma vía. 6. La superficie máxima permitida, resultado de la sumatoria de las caras de la estructura publicitaria no podrá exceder un área total de noventa (90) metros cuadrados; 7. Su instalación no deberá afectar las condiciones de aire, luz y visibilidad de predios vecinos.



	8. En caso de que el cartel rebase la línea municipal, el dueño de la valla deberá respetar la distancia mínima de seguridad de 1.5 metros con el cableado de servicios eléctricos y otros. 9. Los tótems deberán tener una altura máxima de 12 metros con una base no mayor a 1/3 de los mismos. 10. La estructura publicitaria y sus accesorios no deberán invadir propiedades colindantes. 11. La instalación no podrá estar ubicada en retiros obligatorios exigidos por la Ley de Uso de Suelos Urbanos (LUSU) vigente. 12. La sumatoria de los elementos publicitarios comprendidos en la Publicidad Corporativa por tamaño 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. 13. Para publicidad corporativa por tamaño se restringe la instalación de estructuras publicitarias 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 así lo permita, en base a criterio técnico que establezca la factibilidad de la solicitud de instalación, emitido por la Secretaría Municipal del Culturas y Turismo y otras unidades organizacionales competentes del GAMLP.
b.	Vallas Adosadas: 1. Instalación de un sola estructura por inmueble, que podrá ser adicionada 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. Colocar en forma visible el código QR, el cual contendrá: número, fecha y vigencia de la licencia de publicidad. 3. La estructura publicitaria estará sujeta por un soporte que garantice la seguridad de su instalación. 4. En todos los casos respetarán una distancia mínima entre vallas adosadas de cinco (5) metros; 5. En obras de construcción podrán ocupar la totalidad de la fachada, siempre y cuando la estructura publicitaria esté destinada 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 entre vallas, sean estas adosadas sobre cubierta o vallas autoportantes.
c.	Pintada: 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.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

	3. No se podrá utilizar pintura reflejante.
d.	Microperforada: 1. En fachadas; el área a cubrir con publicidad microperforada, no deberá exceder el 70% del total del área de fachada incluyendo las cortinas de cierre y vitrinas. 2. No se podrá emplazar publicidad corporativa mayor al 70% de la fachada.

PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO

IV. CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO.- Comprendida por aquellas estructuras publicitarias o publicidad pintada con una superficie menor a los dieciocho (18) metros cuadrados, que por su uso son instaladas en un inmueble o lugar distinto a donde se encuentre o desarrolle la actividad económica (espacios de uso o dominio público o en propiedad privada) generadora de la publicidad, la que podrá ser:	
a.	Adosada: Estructura publicitaria sobrepuesta a la fachada principal o lateral de un bien inmueble.
b.	Pintada: Elemento publicitario en el que se aplica la técnica de pintura sobre la fachada o muro medianero de un bien inmueble. No requiere de presentación de documentos técnicos
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. No requiere de presentación de documentos técnicos
d.	Paletas Autoportantes: Estructura publicitaria soportada por un elemento propio diseñados específicamente para este propósito.
e.	Tótem: Estructura publicitaria autoportante que conforma un cuerpo sólido desde su base hasta su coronación con publicidad, pudiendo éstos ser de una o más caras

V. CONDICIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO.- Se establecen las siguientes condiciones y restricciones técnicas para publicidad corporativa por su uso:	
i.	Está prohibida la autorización y emplazamiento de elementos publicitarios y su uso en espacios públicos municipales establecidos como aires de río, franjas de uso y/o franjas de seguridad.
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 estructuras publicitarias tipo "carteleras" respetarán una distancia mínima con elementos corporativos por su tamaño, de cincuenta (50) metros. 5. En caso de "carteleras" se deberá comunicar mediante nota la suspensión temporal de cada campaña publicitaria, para fines de liquidación.
b.	Pintada: 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.
c.	Microperforada/Autoadhesiva/Bobinas: La superficie de la publicidad microperforada/ autoadhesiva/plásticos, está comprendida en el porcentaje total permitido.
d.	Paletas Autoportantes: 1. El emplazamiento deberá ser realizado guardando una distancia mínima entre sí de ciento veinte (120) metros lineales. 2. El emplazamiento deberá ser realizado guardando una distancia mínima entre la paleta autoportante y otra publicidad corporativa de sesenta (60) metros lineales. 3. La estructura no debe exceder de un metro con noventa centímetros (1,90m) de ancho, por treinta centímetros (30cm) 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; 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.
e	Totems:

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

	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 considerados como Publicidad Corporativa por su uso.
--	--

VI. RESTRICCIONES TÉCNICAS PARA PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO	
Las restricciones para publicidad corporativa por su uso, son las siguientes:	
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;
d.	Se prohíbe la ocupación con estructuras publicitarias en predios vecinos colindantes, así como sus accesorios;
e.	No podrán alterar las condiciones constructivas de ninguna edificación;
f.	No podrán alterar ni obstruir salidas de emergencia ni retiros obligatorios establecidos por la normativa municipal;
g.	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;
h.	La instalación no podrá estar ubicada en retiros obligatorios exigidos por la normativa de Uso de Suelos Urbanos vigente.
i.	No podrán sobrepasar la Altura Máxima de Fachada (AMF) establecida en el patrón de asentamiento correspondiente; siempre y cuando se encuentren instaladas dentro de un radio de cien (100) metros lineales de miradores, plazas o apachetas definidos en la normativa de Uso de Suelos Urbanos vigente.
j.	Deberán respetar una distancia mínima entre carteleras de cinco (5) metros;

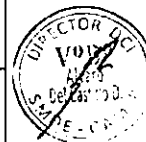


PUBLICIDAD MOVIL

VII. CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD MOVIL	
La publicidad móvil se clasifica en:	
a.	Adosada: Estructura publicitaria incorporada en la parte superior de los

Calle Mercado N° 1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377

www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia



	vehículos o cabinas de transporte por cable.
b.	Pintada: Elemento publicitario pintado en la carrocería del vehículo o cabina de transporte por cable. No requiere de presentación de documentos técnicos
c.	Microperforada/Autoadhesiva: Elemento publicitario adherido a vehículos o cabinas de transporte por cable. No requiere de presentación de documentos técnicos
d.	Con Recurso Tecnológico: Elemento publicitario con pantallas u otros.

VIII. CONDICIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD MOVIL.- El emplazamiento de publicidad móvil en vehículos o cabinas de transporte por cable, se regirá por las siguientes condiciones técnicas:	
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 micro perforados/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 y radio taxis), 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.	Las estructuras publicitarias en vehículos deberán permanecer en perfectas condiciones de seguridad a fin de conservar la buena imagen y estética general de los vehículos.

IX. RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD MOVIL.- Las estructuras y elementos publicitarios instalados en vehículos automotores o cabinas de transporte por cable, deberán observar las siguientes restricciones técnicas:	
a.	Se prohíbe el colocado de adhesivos publicitarios en parabrisas frontal, parabrisas trasero, vidrios laterales, retrovisores y placas de circulación; se exceptúa de la

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

	restricción aquellos elementos publicitarios micro perforados 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.	Los elementos publicitarios no deberán ser brillosos
d.	No se podrá utilizar pintura reflejante.
e.	No se deben instalar estructuras publicitarias en movimiento de ningún tipo.
f.	La Publicidad Móvil no podrá sobrepasar los porcentajes establecidos en los incisos a), b) y c) del cuadro precedente, 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.
g.	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.

PUBLICIDAD EVENTUAL

X. CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD EVENTUAL.- La publicidad eventual se clasifica en:	
a.	Pancartas/Banners/Banderolas: 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 GAMLP, 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 por empresas registradas mediante la difusión de imagen en elementos digitales, estructuras portátiles, distribución de volantes, personas disfrazadas, puntos de venta móvil, activaciones y otros, alusivos a alguna actividad económica, servicio, producto o promoción de un evento.
I. En caso de combinación de dos (2) o más clases de elementos publicitarios detallados en los incisos precedentes, el interesado deberá obtener la correspondiente autorización emitida por la Unidad de Publicidad, por cada elemento y procediendo al pago de la	



Calle Mercado N° 1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377

www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia

patente por publicidad eventual por cada elemento solicitado.

XI. CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD EVENTUAL.- El emplazamiento de publicidad eventual, se regirá por las siguientes condiciones y restricciones técnicas:	
a.	Pancartas/ Banners/Banderolas: 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 GAMLP. 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. 5. Las banderolas deberán ser emplazadas a una altura no menor a 1,00 metro, no debiendo interferir con señalización oficial de cualquier tipo, observando los parámetros de seguridad de los ciudadanos. 6. No podrán ser elaboradas utilizando pinturas de alto brillo y/o fosforescentes; 7. No podrán ser mayores de siete (7) metros de largo por un (1) metro de ancho.
b.	Telones: 1. La elaboración deberá realizarse en material de superficie no reflejante. 2. Serán emplazadas respetando la señalización oficial de cualquier tipo. 3. Deberán observar los parámetros de seguridad de los ciudadanos. 4. 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. 5. No podrán sobrepasar o sobresalir la superficie de los muros exteriores; 6. De manera excepcional se permite cubrir vanos o accesorios de ventilación por un plazo máximo de diez días, siempre y cuando se prevea que los mismos no se vean afectados en su normal funcionamiento.
c.	Inflables: 1. Cuando el objeto se encuentre suspendido, deberá estar anclado directamente en el lugar en que se realice la promoción o evento anunciado. 2. En caso de superar la superficie de 6 metros cuadrados, deberá cancelar la patente por publicidad eventual por otro Inflable y así sucesivamente en función a los metros cuadrados utilizados.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

	3. No deben estar inflados con ninguna clase de gas tóxico, inflamable o explosivo; 4. No deben ser emplazados en aceras, vías vehiculares ni impedir el normal flujo vehicular y peatonal, salvo que el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz habilite espacios destinados para éste uso.
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. 3. En caso de superar la superficie de 10 metros cuadrados, deberá cancelar la patente por publicidad eventual por otra Carpa, toldo y/o sombrilla y así sucesivamente en función a los metros cuadrados utilizados. 4. No pueden ser emplazados en aceras y vías públicas ni impedir el normal flujo vehicular y peatonal, salvo que el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz habilite espacios destinados para éste uso;
e.	Puntos de Promoción Empresarial: 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. 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. 2. Para el caso de publicidad nómada o en movimiento, denominada "activación", 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,; 3. 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. 4. Si el punto de promoción utilizara estructuras portátiles para publicitar, la dimensión permitida por cada estructura no podrá ser mayor a 4 metros cuadrados, sobrepasada esa dimensión se deberá solicitar la autorización de otro punto adicional debiendo cancelar su patente. 5. Los "digitales" deberá contar con un resumen técnico emitido por el (la) profesional del diseño y cálculo estructural, dentro del cual se especifique los puntos de sujeción, plano del emplazamiento, descripción de la estructura y los estudios de viento correspondientes. 6. No deberán obstaculizar el normal tránsito peatonal y vehicular; 7. No podrán ser implementados en calzadas de forma que impidan la circulación peatonal.



Calle Mercado N°1298, Telefonos Piloto: 2650000 - 2202000 - 2204377

www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia

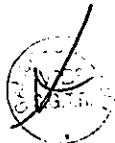
	8. No podrán ocupar mobiliario urbano; 9. Al constituirse en publicidad de características versátiles se podrá aplicar las restricciones técnicas de otros tipos de publicidad, aplicables de manera análoga, para el resguardo, seguridad de las personas, bienes y evitar la contaminación visual.
--	--

AFICHES

XII. CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PARA AFICHES.- El emplazamiento de afiches en los espacios habilitados, deberá observar las siguientes condiciones y restricciones técnicas:	
a.	Se podrán emplazar afiches, únicamente en los espacios habilitados exclusivamente para dicho efecto por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
b.	No podrán sobrepasar los 0,80 metros de ancho x 1 metro de alto;
c.	La elaboración deberá realizarse en material de superficie no reflejante;
d.	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.
e.	El emplazamiento no podrá sobrepasar los diez (10) días hábiles.
f.	Las solicitudes no podrán exceder de una vez al mes por empresa solicitante.
g.	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 GAML P 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, de incurrir en la presente prohibición serán sancionados conforme al procedimiento establecido en el presente Reglamento Municipal.



PUBLICIDAD INNOVADORA



XIII. PARÁMETROS TÉCNICOS DE LA PUBLICIDAD INNOVADORA.- Se establecen como parámetros técnicos para publicidad innovadora los cuales pueden incorporar un enfoque social, por modernidad, innovación visual o mecanismos de cuidado al medio ambiente, siendo los siguientes:

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

1.	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 aquella publicidad que cuente con señalización digital, 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 audiovisual videomapping, 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 10 segundos. 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, en un espacio habilitado para el efecto. 8. Roller Ligth 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 publicidad que en sus estructuras internas dependen de máquinas mecánicas que permite movimiento, se clasifican en: 1. Vallas Mecánicas, Prisma, Trivision, Roller Ligth, 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, Roller Ligth, 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, 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.
2.	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 la clasificación de la publicidad establecida en el presente reglamento, los cuales están compuestos por: 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 la presente normativa identificándose como Paletas Autoportantes.
3.	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 y apoyo a pequeños emprendimientos establecidos en un modelo de gestión previamente aprobado por la Secretaría Municipal de Desarrollo Económico. Estos elementos se encuentran en concordancia con la clasificación establecida en la presente normativa.
4.	Innovadores Publicidad Sostenible: Esta publicidad es transversal a las categorías de publicidad innovadora.



Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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 18mts². 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 de la publicidad establecida en la presente normativa, identificándose como: 1. Vallas Auto portantes, de una cara, dos caras, tres o más caras, tótems. 2. Vallas y Carteleros 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 de la publicidad establecida en 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, por analogía de conformidad al artículo 7 del presente Reglamento de Publicidad.	

