

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

REGLAMENTO DE PUBLICIDAD

TITULO I
MARCO GENERAL

CAPITULO I
DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. (OBJETO).- El objeto de la presente norma jurídica es reglamentar la Ley Municipal Autonómica No 216 de 28 de diciembre de 2016, De Publicidad, estableciendo los requisitos, condiciones técnicas, restricciones y procedimientos 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:

1. Constitución Política del Estado de 7 de febrero de 2009;
2. Ley N° 2341 de 23 de abril de 2002, Ley de Procedimiento Administrativo;
3. Ley N° 031 de 19 de julio de 2010, Ley Marco de Autonomías y Descentralización "Andrés Ibáñez" y sus modificaciones;
4. Ley N° 482 de 9 de enero de 2014, Ley de Gobiernos Autónomos Municipales y sus modificaciones.
5. Ley Municipal Autonómica No 216 de 28 de diciembre de 2016, De Publicidad.
6. Ley Municipal Autonómica N° 217 de 27 de diciembre de 2016, De Integración, Modificación y Actualización de Patentes Municipales, modificada por las Leyes Municipales Autonómicas N° 221 de 8 de febrero de 2017, De Modificación a la Ley Municipal Autonómica N° 217 De Integración, Modificación y Actualización de Patentes Municipales, y Ley Municipal Autonómica No. 343 de 19 de diciembre de 2018, modificatoria a la Ley Municipal Autonómica de Integración, Modificación y Actualización de Patentes Municipales.

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 o 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 Gobierno Autónomo Municipal de La Paz - GAMLP de acuerdo a norma, los cuales serán sujetas a la disposiciones del presente reglamento.

ARTÍCULO 4. (PRINCIPIOS).- Además de los principios establecidos en la Ley Municipal Autonómica No 216 de 28 de diciembre de 2016 y en la Ley N° 2341, Ley de Procedimiento Administrativo, son aplicables los siguientes principios:

- a) **Principio de Legalidad y 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) **Principio de 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) **Principio de 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) **Principio de 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) **Principio de 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) **Principio de 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 subsidiariamente 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) **Principio de 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) **Principio de 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.
- i) **Principio de Verdad material.**- La Administración Pública investigará la verdad material en oposición a la verdad formal que rige el procedimiento civil;
- j) **Principio de Informalismo.**- La inobservancia de exigencias formales no esenciales por parte del administrado, que puedan ser cumplidas posteriormente, podrán ser excusadas y ello no interrumpirá el procedimiento administrativo;
- k) **Principio de Impulso de oficio.**- La Administración Pública está obligada a impulsar el procedimiento en todos los trámites en los que medie el interés público;
- l) **Principio de privilegio de fiscalización y de controles posteriores.**- El Trámite de Licencia de Publicidad, permitirá la aplicación de fiscalización posterior por parte del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, reservándose la autoridad administrativa municipal, el derecho de iniciar proceso administrativo sancionatorio, en caso de comprobar falta de veracidad de la información presentada por el usuario, en cualquier tiempo y momento, el incumplimiento de la norma y de aplicar las sanciones pertinentes en caso que la información presentada no sea veraz o el emplazamiento no corresponda con lo solicitado y autorizado.
- m) **Principio de preclusión.**- Que consiste en el cumplimiento estricto de los pasos y tiempos establecidos para la tramitación de la Licencia de Publicidad y procedimientos sancionatorios con base a la eficiencia y responsabilidad que determina la no repetición innecesaria de los mismos y la voluntad administrativa de seguir adelante buscando la "no repetición innecesaria de etapas ya concluidas.

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

1. **Acera:** Sección de la orilla de una vía pública de 2 metros aproximadamente que se reserva para el tránsito peatonal.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

2. **Alta publicitaria:** Registro en sistema para el inicio del cobro de la patente de publicidad.
3. **Anexo Técnico:** Es el documento técnico que establece las caracterizaciones, clasificación, condiciones y restricciones técnicas para los tipos de publicidad, que forma parte indivisible del presente reglamento.
4. **Aplicación de mensajería instantánea:** referida al medio digital instalado en el teléfono celular para recibir notificaciones o alertas vía internet.
5. **ATM:** Administración Tributaria Municipal.
6. **Baja publicitaria:** Registro en sistema para dar fin al cobro de patente a la publicidad de manera definitiva.
7. **Carpeta de trámite:** Es el conjunto de documentos presentados y generados en el Trámite de Licencia de Publicidad y que respaldan, técnica y jurídicamente, la licencia de Publicidad otorgada por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz
8. **Código ID:** Código numérico que identifica al elemento publicitario una vez registrado en el sistema informático. Contraseña (Password).- Clave de acceso, en formato alfanumérico, cifrada, codificada e intransferible, otorgada por el GAMLP a las personas individuales y jurídicas, públicas o privadas, que va relacionada a un nombre de usuario y que permite el acceso a la Plataforma iGob24/7 en Línea.
9. **Contaminación visual:** Es la concentración de varios elementos publicitarios en una calle, avenida, plaza o espacio público, en inmuebles públicos o privados, de tal manera que es difícil enfocarse en uno solo, percibiéndose como un conjunto aleatorio de imágenes.
10. **Correo electrónico:** Sistema de transmisión de mensajes por computadora u otro dispositivo electrónico a través de redes informáticas, por el cual se podrá notificar actuaciones relativas a los trámites iniciados mediante la plataforma iGob 24/7, que cuenten con autorización del administrado para el efecto.
11. **Declaración Jurada.**- Es la manifestación voluntaria, por la cual da fe de la veracidad de la información, de sus datos personales, de los documentos registrados y remitidos a través de la Plataforma virtual que adquiere valor legal suficiente, y compromete la responsabilidad del declarante en cualquier instancia administrativa o judicial.
12. **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 (canon) para el emplazamiento de elementos publicitarios.
13. **Estructura Publicitaria:** Cualquier medio físico utilizado para la exposición visual de publicidad.
14. **Elemento Publicitario:** Cualquier forma de publicidad emplazada.
15. **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 GAMLP.
16. **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.
17. **Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad:** Documento Técnico legal descargado de la Plataforma iGob24/7 al momento de efectuar la solicitud de emplazamiento de publicidad en calidad de Declaración Jurada y debidamente firmada por el contribuyente, cuya información es verificada por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz.
18. **Formulario de Inspección:** Es el documento técnico utilizado por el servidor público municipal encargado de realizar la inspección técnica de las actividades económicas y en el que se insertan los aspectos técnico-administrativos relativos a éstas.
19. **Hoja de Ruta:** Es el documento interno del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz creado para el registro de cada paso del Trámite de Licencia de Publicidad.
20. **Nombre de Usuario (Login):** Número único, otorgado por la Plataforma iGob24/7 a las personas individuales y jurídicas, públicas o privadas, que representa a un usuario de la Plataforma iGob24/7 en línea.

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

www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia

- 21. Nota de Cargo de Proceso Administrativo Sancionatorio:** Acto administrativo que se emite para dar inicio al Proceso Administrativo Sancionador, la cual es dirigida al presunto infractor, informándole sobre la presunta comisión de la Infracción, en virtud a Informe Técnico de fiscalización, conteniendo los datos descriptivos del o los elementos fiscalizados y las normas que sustentan el procedimiento, que debe ser debidamente notificada.
- 22. Nota de Cobro:** Acto administrativo que se emite para comunicar al Administrado el deber de pago de patentes y multas administrativas mediante la respectiva proforma de pago en una entidad bancaria autorizada.
- 23. Información Institucional:** Elementos informativos de la gestión de instituciones públicas emplazados en estructuras de propiedad exclusivamente estatal.
- 24. 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.
- 25. Licencia de Publicidad:** Permiso que otorga el GAMLP a una persona natural o jurídica para la instalación de elementos publicitarios en espacios públicos o privados y/o para realizar de exhibición de publicidad.
- 26. 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.
- 27. 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.
- 28. 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.
- 29. 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.
- 30. Patente Municipal a la Publicidad:** Es establecida conforme a lo previsto por la Constitución Política del Estado, cuyo hecho generador es la autorización y/o emplazamiento efectivo de la publicidad destinada a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales, como leyendas inscripciones, dibujos, fotografías, isotipos, logotipos, imagotipos, isologos, signos o similares, visibles desde las vías peatonales, vehiculares, terrestres o aéreas, de uso o dominio municipal, realizada por una persona natural o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal, profesional y actividades de servicio en general con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos, obligaciones de carácter lucrativo y que no sirva para la identificación de establecimientos de actividades económicas.
- 31. Plataforma iGob24/7 en Línea:** Sistema informático utilizado para administrar, generar, enviar, recibir, archivar o procesar información que permite la atención de solicitudes de Licencias de Publicidad, autorizaciones de Uso de espacio de dominio público, Renovaciones, Bajas Definitivas, Modificaciones, Desistimientos.
- 32. Solicitante/Usuario:** Persona natural o jurídica que presenta una solicitud en procura de la obtención de una licencia de publicidad, inicia su trámite y, una vez concluido el mismo asume las responsabilidades y obligaciones derivadas por Ley de la Licencia de Publicidad.
- 33. VIAE:** Variable de Identificación de Actividades Económicas, elemento publicitario que se encuentra aprobado en la Licencia de Funcionamiento, sujeto a reglamentación especial.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

CAPITULO II
DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

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

1. Publicidad Corporativa por su tamaño; de carácter permanente y temporal.
2. Publicidad Corporativa por su uso; de carácter permanente y temporal.
3. Publicidad Móvil;
4. Publicidad Eventual

ARTÍCULO 7. (ANALOGÍA).- **I.** Todo elemento publicitario que no pueda ser tipificado bajo ninguno de los tipos descritos dentro de la clasificación de publicidad establecida en artículo 6 del presente Reglamento Municipal, podrá ser autorizado por analogía debiendo ser adecuado por la Unidad de Publicidad a las características, condiciones técnicas, restricciones técnicas y uso dado por la persona natural o jurídica solicitante, al tipo de publicidad respectiva.

II. Las normas del presente reglamento referidas a otorgación de licencias y autorizaciones se interpretarán con arreglo a todos los métodos admitidos en Derecho, pudiéndose llegar a resultados extensivos o restrictivos de los términos contenidos en aquellas. En exenciones tributarias y fiscalizaciones serán interpretadas de acuerdo al método literal.

III. La analogía será admitida para llenar los vacíos legales, pero en virtud de ella no se podrán afectar derechos, establecer exclusiones ni exenciones, aplicar sanciones, ni modificar normas existentes.

IV. La aplicación de la analogía deberá ser justificada en el Informe Técnico, especificando las condiciones de la adecuación en cuanto a su registro, emisión de Licencia y cobro de patente, pudiendo comprender dos tipos de publicidad en un mismo elemento categorizados de forma diferente para diversas etapas del procedimiento.

ARTÍCULO 8. (MITIGACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL).- **I.** Con la finalidad de evitar contaminación visual, la Unidad de Publicidad restringirá de manera específica la emisión de autorizaciones en bienes de dominio municipal y la emisión de Licencias de Publicidad en espacios públicos y privados para el emplazamiento de Publicidad Corporativa y Eventual, con el respaldo de un Informe Técnico.

II. Las restricciones de carácter general en determinadas áreas o zonas para la emisión de Licencias de Publicidad en espacio público o privado, para evitar contaminación y saturación visual, deberán ser impuestas mediante Resolución Administrativa emitida por la Unidad de Publicidad sobre la base de un informe técnico y legal que sustenten la medida.

III. Además de las restricciones técnicas establecidas en el Anexo Técnico, la Concentración de elementos publicitarios de cualquier categoría, incluyendo VIAE, a una distancia menor a 2 metros lineales constituye contaminación visual, siendo causal de rechazo de la autorización.

ARTÍCULO 9. (CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS) Los elementos publicitarios para su autorización deberán cumplir con las condiciones técnicas y no incurrir en las restricciones técnicas establecidas en el Anexo Técnico del presente Reglamento, el cual forma parte indivisible de éste.

**TITULO II
MARCO OPERATIVO**

**CAPITULO I
REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS**

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	1 AÑO
EVENTUAL	1 DÍA	1 MES

II. La Unidad de Publicidad emitirá Licencias de Publicidad en formato Digital en la Plataforma Web del GAMLP, misma que podrá ser descargada e impresa por el contribuyente durante su vigencia.

III. Para los elementos publicitarios móviles con vigencia menor a un año y eventuales, 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 realizar la solicitud de la Licencia de Publicidad los siguientes:

1. Formulario de Solicitud de Publicidad firmado por el (la) solicitante o el (la) representante legal en caso de personas jurídicas, el cual se constituye en declaración jurada de la veracidad de la información proporcionada y de compromiso de cumplimiento de la normativa respecto a publicidad. Se deberá presentar un Formulario de Solicitud de nuevo registro por cada elemento publicitario corporativo. En caso de publicidades móviles, eventuales, renovaciones y bajas, el Formulario de Solicitud podrá ser de varios elementos;
2. Copia simple de la Cédula de Identidad del solicitante o del representante legal de la persona jurídica según corresponda;
3. Copia simple de Testimonio de representación legal, cuando corresponda;
4. Carta poder de representación notariada que especifique la tramitación ante la Unidad de Publicidad del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, cuando corresponda;
5. 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 Autónomo Municipal, cuando no tengan sucursales o filiales en el municipio de La Paz;
6. Memorándum y/o Autorización de uso de espacio municipal emitido por 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 14, una vez determinada la factibilidad técnica del emplazamiento:

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

Nº	REQUISITO COMPLEMENTARIO	CORPORATI-VA POR TAMAÑO	CORPORATI-VA 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.) (excepto para elementos simples sin estructura o adosados)	OBLIGATORIO	CUANDO CORRESPONDA	CUANDO CORRESPONDA	CUANDO CORRESPONDA
2	Para elementos emplazados en bienes en copropiedad o propiedad horizontal, carta del o los propietarios o representante 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. En caso de elementos corporativos por su uso emplazados en actividades económicas, Licencia de Funcionamiento del establecimiento.	OBLIGATORIO	CUANDO CORRESPONDA	NO APLICA	NO APLICA
3	Reporte del Registro Único Automotor (RUAT) para vehículos automotores o número identificativo para otro tipo de móviles (cabinas).	NO APLICA	NO APLICA	OBLIGATORIO	NO APLICA
4	Formulario de Compromiso de retiro de elementos publicitarios.	NO APLICA	NO APLICA	NO APLICA	OBLIGATORIO

II. En caso de vallas corporativas autoportantes con estructuras unipolares, adosadas a espacios públicos o arcos viales, se requerirá la presentación de Póliza de seguro contra daños a terceros por un tiempo igual o mayor al periodo de vigencia de la Licencia de Publicidad.

ARTÍCULO 13. (FORMULARIOS DE SOLICITUD Y NOTIFICACIONES).- **I.** Los Formularios de Solicitud para los trámites realizados en la Unidad de Publicidad se constituyen en Declaraciones Juradas, deben ser llenados y descargados en la Plataforma iGob24/7 o aquella que sea habilitada para este propósito, y serán incluidos en trámites físicos a presentar en la Unidad de Publicidad para su atención, con la firma del representante legal o propietario de la actividad económica.

II. Las evidencias digitales (fotografías, documentos, videos, etc.), deben que ser adjuntadas al formulario mediante las opciones establecidas en la plataforma IGOB 24/7, sin modificación de la data.

III. La Unidad de Publicidad podrá requerir al solicitante la presentación de documentos originales que hacen parte de los requisitos para verificar su autenticidad, de verificarse algún

tipo de alteración o falsedad del documento, anulará el trámite de otorgación de licencia o la licencia emitida, reservándose el derecho a iniciar las acciones legales que correspondan.

IV. A través del Formulario de Solicitud, el solicitante otorga su consentimiento para ser notificado a través del correo electrónico y del número de teléfono móvil por medio de una aplicación de mensajería instantánea, consignados en el respectivo Formulario de Solicitud, en relación al trámite objeto del mismo.

V. Las notificaciones que se señalan en el presente reglamento serán practicadas mediante correo electrónico y/o aplicación móvil, en caso de no ser realizadas por medio físico.

ARTÍCULO 14. (PROCEDIMIENTO PARA OBTENCIÓN DE LICENCIA PUBLICIDAD).- I.

Para la obtención de Licencia de Publicidad, el solicitante deberá cumplir con la presentación de los requisitos establecidos en los artículos 11 y 12 del presente Reglamento Municipal, por cada elemento publicitario de manera individual, cumpliendo el siguiente procedimiento, de acuerdo a la categoría de publicidad:

II. Verificación preliminar, a realizarse en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles, computables desde la fecha de presentación de la Solicitud:

1. Una vez ingresado el trámite en la plataforma de la Unidad de Publicidad, el técnico asignado verificará que los requisitos estén completos conforme al procedimiento aplicable y que el formulario de solicitud se encuentre correctamente llenado.
2. El técnico asignado solicitará la emisión del reporte de deudas de los elementos solicitados.
3. El solicitante no deberá estar incluido en el Registro de Riesgo por Incumplimiento de la Unidad de Publicidad, sujeto a verificación por el técnico asignado.
4. En caso de que cuente con deudas de los elementos solicitados u otras observaciones a la solicitud, se notificará al solicitante por los canales de comunicación establecidos, otorgándole un plazo de diez (10) días hábiles, para regularizar la observación;
5. En caso de cumplir con la presentación de los requisitos establecidos, la solicitud será admitida y se notificará al solicitante a través de mensaje electrónico o por medio físico, requiriendo la presentación de los requisitos complementarios señalados en el artículo 12 del presente Reglamento, otorgando un plazo no mayor a diez (10) días hábiles.
6. En caso de no ser admitida la solicitud, se comunicará al solicitante a través de mensaje electrónico o por medio físico, dando a conocer las observaciones, en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles.

III. Para Publicidad Corporativa se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Una vez admitida la Solicitud, luego de la Verificación Preliminar, el solicitante debe proceder a la presentación de requisitos complementarios en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. Una vez que la solicitud sea admitida formalmente y se hayan presentado los requisitos complementarios en la plataforma de la Unidad de Publicidad, el técnico asignado efectuará una revisión de la documentación presentada - en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles posteriores a la recepción de la solicitud.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

3. Los técnicos de la Unidad de Publicidad evaluarán los requisitos presentados. En caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de requisitos complementarios, se otorgará un plazo adicional no mayor a diez (10) días hábiles para subsanar las mismas.
4. Cuando se trate de emplazamiento en bienes patrimoniales, la Unidad de Publicidad requerirá mediante nota a la Secretaría Municipal de Culturas y Turismo, la emisión de un Informe de factibilidad del emplazamiento.
5. Determinada la factibilidad técnica, se emitirá el Informe Técnico en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles, estableciendo el cumplimiento de las condiciones técnicas incluidas en el Anexo Técnico del presente Reglamento, las condiciones de aprobación del o los elementos (características, dimensiones, lugar exacto de emplazamiento, captura fotográfica, tiempo de vigencia de la licencia, y otros requeridos para su correcta individualización).
6. La Unidad de Publicidad, a través del Técnico del área de Sistemas, realizará el Registro del elemento publicitario en el sistema informático, asignación del Código ID, emisión de la Licencia de Publicidad y su posterior notificación al solicitante. El operador del sistema registrará cada cara del elemento publicitario como un elemento publicitario independiente, con indicación del emplazamiento en espacio público o privado.
7. En caso de que el trámite sea interrumpido por cualquier tipo de causa atribuible al solicitante por más de 30 días calendario y no exista emplazamiento publicitario, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre y archivo del trámite, considerándose el mismo como no iniciado.
8. En caso de que exista emplazamiento publicitario sin que se hubiera dado cumplimiento al procedimiento por parte del solicitante, el trámite será derivado al área de fiscalización para realización de las acciones administrativas correspondientes.

IV. Para Publicidad Móvil, se debe cumplir el siguiente procedimiento:

1. Una vez admitida la Solicitud, luego de la Verificación Preliminar, el solicitante debe proceder a la presentación de requisitos complementarios en la plataforma de la Unidad de Publicidad.
2. Una vez que la solicitud sea admitida formalmente y se hayan presentado los requisitos complementarios en la plataforma de la Unidad de Publicidad, el técnico asignado efectuará una revisión de la documentación presentada - en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles posteriores a la recepción de la solicitud.
3. Los técnicos de la Unidad de Publicidad evaluarán los requisitos presentados. En caso de existir observaciones al cumplimiento de la presentación de requisitos complementarios, se otorgará un plazo adicional no mayor a cinco (5) días hábiles para subsanar las mismas.
4. Una vez subsanados los requisitos, se emitirá el Informe Técnico en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles, estableciendo las condiciones de aprobación del o los elementos (características, dimensiones, placa de control del vehículo, captura fotográfica, tiempo de vigencia de la licencia, y otros requeridos para su correcta individualización).
5. La Unidad de Publicidad, a través del técnico del área de Sistemas, realizará el Registro del elemento publicitario en el Sistema Informático, asignación del Código ID, emisión del Formulario Único Municipal (FUM) y posterior notificación al solicitante para su respectivo

pago en las entidades financieras autorizadas en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles;

6. Realizado el pago del Formulario Único Municipal (FUM) el solicitante deberá comunicar el pago a la Unidad de Publicidad de manera física o virtual por los canales establecidos de comunicación.
7. Verificado el pago se emitirá Licencia de Publicidad.
8. En caso de que el trámite sea interrumpido por cualquier tipo de causa atribuible al solicitante por más de 30 días calendario y no exista emplazamiento publicitario, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre y archivo del trámite, considerándose el mismo como no iniciado.
9. En caso de que exista emplazamiento publicitario sin que se hubiera dado cumplimiento al procedimiento por parte del solicitante, el trámite será derivado para su fiscalización o emisión de nota de cobro.

V. Para Publicidad Eventual, se debe cumplir el siguiente procedimiento:

1. Una vez admitida la Solicitud, luego de la Verificación Preliminar, el solicitante debe proceder a la 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 tres (3) días hábiles.
3. Una vez cumplidos los requisitos complementarios, se emitirá el Informe Técnico en un plazo no mayor de tres (3) días hábiles acorde a la fecha de emplazamiento, estableciendo las condiciones de aprobación del o los elementos (características, dimensiones, ubicación exacta, tiempo de vigencia de la licencia, y otros requeridos para su correcta individualización).
4. La Unidad de Publicidad, a través del Técnico del área de Sistemas, realizará la aprobación del Formulario de Solicitud de Licencia de Publicidad, emisión de la liquidación y el Formulario Único Municipal (FUM) para 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.
8. En caso de no retiro del emplazamiento publicitario o emplazamientos no contemplados en la patente, el trámite será remitido al área de fiscalización para realización de las acciones administrativas correspondientes.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

- VI.** En todos los casos, los trámites finalizados de todos los tipos de publicidad serán digitalizados en su integridad, con todos los documentos presentados por el contribuyente, así como todos los documentos emitidos por la Unidad e incorporados y resguardados en la base de datos de seguimiento y control, para posteriormente ser remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad.

CAPITULO II
REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO PARA EMPLAZAMIENTO
EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO MUNICIPAL

ARTÍCULO 15. (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. En caso de tratarse de inmuebles bajo administración de otra unidad organizacional dependiente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, será dicha instancia la encargada de realizar la solicitud del 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 (macro distrito, zona, calle, número, croquis y superficie) conforme al procedimiento establecido en el siguiente artículo.

III. La determinación de la fórmula de cálculo del monto del canon por uso de espacio de dominio municipal será definida mediante Resolución Administrativa emitida por la Dirección de Competitividad e Inversiones, con el sustento de informes técnico-económico y legal.

ARTÍCULO 16. (PROCEDIMIENTO).- I. Para la obtención de la Licencia de Publicidad Corporativa con uso de espacio de dominio municipal, se seguirá el procedimiento general establecido en los parágrafos II y III del Artículo 14 del presente Reglamento, hasta la emisión del Informe Técnico de aprobación, en el cual se deberá realizar la determinación del Canon por Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal para el Emplazamiento de Publicidad, a partir de lo cual, se seguirá el siguiente procedimiento:

- 1.** La Unidad de Publicidad a través del área legal revisará el trámite, verificando el cumplimiento del procedimiento, y procederá a emitir la Nota de comunicación del monto del canon para su notificación al solicitante, quien de forma expresa deberá señalar su aceptación al monto del canon determinado por uso de espacio público y tendrá un plazo máximo de diez (10) días hábiles para proceder con el pago.
- 2.** Una vez cancelado el Canon por uso de espacio público el solicitante deberá informar sobre el pago a través de los canales de comunicación establecidos, en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles. En caso de que el solicitante se acoja a un plan de pagos del canon, deberá seguirse el procedimiento establecido en el Artículo 18 del presente Reglamento. De existir una presentación de proyecto de inversión deberá dar cumplimiento al Artículo 17.
- 3.** Verificado el pago o suscrito el Plan de Pagos del canon, la Unidad de Publicidad a través del área legal emitirá un Informe legal y el Documento de Autorización, en el plazo de siete (7) días hábiles.

4. Firma del documento de autorización por el Autorizado y Jefatura de la Unidad de Publicidad.
5. Registro en el sistema informático del (o 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. El Técnico asignado del área de sistemas registrará cada cara del elemento publicitario como un elemento publicitario independiente, con indicación del emplazamiento en espacio público.
6. En caso de que el solicitante manifieste desacuerdo con el monto del derecho de autorización o no presente una respuesta en el plazo de diez días hábiles, se presumirá la declinación de la solicitud y se procederá al cierre y archivo del trámite, considerándose el mismo como no iniciado; debiendo realizar el personal técnico una inspección para verificar que no exista ningún emplazamiento de estructuras publicitarias.
7. Los trámites finalizados serán digitalizados y remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad o, en caso de Proyectos de Inversión, serán remitidos a la unidad organizacional competente para su seguimiento, conforme al Artículo 17 del presente reglamento.

II. En caso de que el solicitante opte por la presentación de un proyecto de inversión económica para el pago del canon de uso de espacio de dominio municipal, seguirá el procedimiento establecido en parágrafo precedente, además de lo establecido en el artículo 17 del presente reglamento.

III. No se requerirá la emisión de Documento de Autorización para elementos emplazados en puestos de venta o estaciones de trabajo particulares, o con superficies menores a 1 (un) metro cuadrado, debiendo emitirse directamente la Licencia de Publicidad.

IV. Los elementos corporativos en espacio de dominio municipal deben llevar una plaqueta con el ID que permita su identificación rápida desde el inicio de su emplazamiento.

ARTÍCULO 17. (PROYECTOS DE INVERSIÓN DEL CANON).- I. En caso de que el solicitante opte por la presentación de un proyecto de inversión económica, deberá presentar un Proyecto de Inversión conforme al contenido mínimo establecido en el Anexo 2 del Presente Reglamento de Publicidad, el cual deberá ser evaluado por la unidad organizacional competente en Inversiones que emitirá un Informe Económico estableciendo si existe factibilidad de la propuesta de inversión o, en su caso, las observaciones que deberán ser subsanadas por el solicitante, debiéndose notificar al mismo para subsanación y posterior continuidad del procedimiento, conforme al presente artículo, sujeto a las siguientes condiciones:

1. De acuerdo al sustento técnico y económico del proyecto de inversión, el Informe Económico deberá recomendar a cuánto ascenderá el porcentaje de inversión del monto del canon de uso de espacio de dominio municipal.
2. El monto mínimo de inversión para acogerse a esta modalidad es de 5000 UFVs. (CINCO MIL UNIDADES DE FOMENTO A LA VIVIENDA).
3. La inversión solo podrá ser aprobada para su ejecución durante la vigencia del Documento de Autorización del respectivo elemento publicitario.

II. El procedimiento que debe cumplirse, a partir de la emisión del informe económico por parte de la Unidad Organizacional Competente en inversiones, es el siguiente:

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

1. La Unidad de Publicidad notificará al solicitante sobre la factibilidad de la propuesta de inversión y el porcentaje de inversión que se considerará como canon de uso de espacio municipal;
2. El administrado deberá presentar a la Unidad de Publicidad una aceptación expresa en un plazo de cinco (5) días hábiles;
3. En caso de existir un porcentaje del monto del canon para su pago en efectivo, este deberá ser cancelado por el solicitante de manera previa a la emisión del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal;
4. De corresponder, emisión del Formulario Único Municipal con el porcentaje del monto del canon de derecho de autorización, para su pago en las entidades financieras autorizadas en el plazo de cinco (5) días hábiles;
5. Una vez cancelado el Canon por uso de espacio de dominio municipal, en un plazo no mayor de siete (7) días hábiles, la Unidad de Publicidad a través del área legal, emitirá el Informe Legal y el Documento de Autorización;
6. Firma del documento de autorización por el Autorizado y Jefatura de la Unidad de Publicidad;
7. El Técnico asignado del área de sistemas de la Unidad de Publicidad, realizará el registro en el sistema informático 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. Se registrará cada vista del elemento publicitario como un elemento publicitario independiente;
8. Se deberá remitir copias del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal y la documentación relativa a la propuesta de inversión, a las áreas involucradas en la inversión económica para el seguimiento respectivo, conforme al Artículo 19 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 18. (PLAN DE PAGOS PARA PAGO DEL CANON).- Se podrá otorgar un plan de pagos del canon por autorización de uso de espacio de dominio municipal de dos (2) hasta seis (6) cuotas mensuales, cuando el monto supere las 3000 UFVs (TRES MIL UNIDADES DE FOMENTO A LA VIVIENDA), debiendo seguir el siguiente procedimiento:

1. Presentación de una Nota de Solicitud a la Unidad de Publicidad, indicando el número de cuotas solicitado, la cual tendrá la calidad de Compromiso de Pago, debiendo hacer constar esto en la solicitud;
2. La Unidad de Publicidad, a través de los técnicos designados, realizará la evaluación de la solicitud y notificación al solicitante en caso de rechazo o de existir observaciones para su subsanación;
3. En caso de procedencia, el Plan de Pagos deberá ser plasmado en el Documento de Autorización establecido en el Artículo 16 del presente Reglamento, estableciéndose en el mismo las cláusulas respectivas que lo regulen, para su firma por ambas partes y prosecución del procedimiento conforme artículo 16;
4. En caso de incumplimiento del Plan de pagos, se procederá al inicio de las acciones administrativas correspondientes;

5. 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.

ARTÍCULO 19. (SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN DE LA INVERSIÓN AUTORIZADA).- I.

El GAMLP, a través de la Unidad Organizacional responsable del bien o área donde se realizará la inversión, 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 continua, para cuyo efecto deberá enviarse a ésta unidad organizacional toda la información respectiva previo a su ejecución.

II. En caso de que en el seguimiento y supervisión, se identifique 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, la Unidad de Publicidad 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 por la unidad organizacional competente en inversiones, 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.

IV. En caso de no solicitar renovación, al cumplimiento del Documento de Autorización de Uso de Espacio de Dominio Municipal deberá restituirse el bien al dominio municipal en las mismas o mejores condiciones considerando el proyecto de inversión, en un plazo máximo de 15 (quince) días hábiles.

ARTÍCULO 20. (PUBLICIDAD SUJETA A PROYECTOS DE INVERSIÓN CON INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS).- I.

La Unidad de Publicidad podrá autorizar el emplazamiento de elementos publicitarios sujetos a proyectos de inversión que contemplen intercambio de bienes y servicios en favor del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, sujeto a las siguientes condiciones:

1. El emplazamiento de elementos publicitarios para fomentar el cuidado, mejoramiento y preservación de bienes inmuebles, áreas verdes, parques, plazas, espacios recreacionales y otros bienes que fueran objeto de priorización o interés institucional, deberá sustentarse en un proyecto de inversión cuyo objeto sea en beneficio del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, bajo los criterios técnicos y condiciones que defina la unidad organizacional que ejerce tuición sobre el respectivo bien.
2. Los proyectos de inversión deberán cumplir con el contenido mínimo establecido en el Anexo 2 del presente Reglamento y serán previamente evaluados por la(s) unidad(es) organizacional(es) que ejerce(n) tuición sobre los referidos bienes.
3. Los elementos publicitarios deberán cumplir con las condiciones técnicas y no incurrir en restricciones técnicas establecidas en el Anexo Técnico del presente Reglamento.
4. El monto de inversión deberá contemplar el 100% del monto del canon de uso de espacio municipal y del cálculo de la patente anual de los elementos publicitarios contemplados. Según la inversión propuesta se determinará el tiempo de emplazamiento autorizado bajo esta modalidad.
5. El seguimiento y supervisión de la inversión se realizará por parte de la unidad organizacional que ejerce tuición sobre los respectivos bienes.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

6. La Unidad de Publicidad creará un Registro especial de elementos publicitarios autorizados en el marco del presente artículo para su seguimiento y monitoreo.

II. El procedimiento a seguirse es el siguiente:

1. Solicitud de la Unidad Organizacional responsable del bien objeto de la inversión, adjuntando el Informe técnico sobre los bienes a intervenir, el proyecto de Inversión de la persona Jurídica proponente y los requisitos que correspondan establecidos en los artículos 11 y 12 del presente Reglamento.
2. Verificación Preliminar conforme al Art. 14 párrafo II, del presente Reglamento.
3. Una vez admitida la Solicitud, luego de la Verificación Preliminar, la Unidad de Publicidad emitirá un Informe Técnico de sobre viabilidad técnica y determinación de los montos de canon por uso de espacio municipal y de cálculo de patente que debe cubrir la inversión.
4. Emisión de Informe Económico de la unidad organizacional competente que evalúe la factibilidad de la inversión propuesta, y determine el tiempo de emplazamiento que representa la inversión.
5. Emisión de Informe Legal de la Unidad de Publicidad sobre cumplimiento del procedimiento, adjuntando el Documento de Autorización.
6. Firma por las partes del Documento de Autorización.
7. Ejecución de la Inversión Propuesta bajo seguimiento y supervisión de la Unidad que ejerce tuición sobre el respectivo bien.
8. Validación de la inversión conforme al Artículo 19 del presente Reglamento.

CAPITULO III
REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO PARA RENOVACIÓN,
BAJAS Y EXHIBICIÓN TEMPORAL

ARTÍCULO 21. (REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO 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.

II. Para la renovación de licencias de publicidad móvil se deberá realizar el pago de la respectiva patente de Publicidad de la gestión vigente. Con el comprobante de pago de la patente verificado en el sistema, se procederá a emitir la Licencia de Publicidad móvil para su notificación al solicitante. La renovación de Licencias de publicidad móvil de gestiones vencidas se hará con el pago previo de la multa establecida.

III. La Licencia de Publicidad Eventual no admite renovación, debiendo el solicitante tramitar una nueva autorización para cada actividad en el marco del presente Reglamento Municipal.

IV. Para publicidad corporativa, el administrado, por anticipado o hasta un plazo no mayor a 60 días calendario desde la fecha del vencimiento de la Licencia de Publicidad, deberá solicitar por la Plataforma habilitada, la renovación de la Licencia de Publicidad correspondiente, con la presentación de los siguientes requisitos:

1. Formulario de solicitud de renovación detallando el o los elementos publicitarios, su Código ID y características técnicas; el cual se constituye en Declaración Jurada del mantenimiento de las mismas características del elemento según su registro;
2. Licencia de Funcionamiento vigente de la actividad económica solicitante;

3. Si se tratara de Publicidad Corporativa por Tamaño, deberá presentar Póliza de seguro vigente;

V. Para la renovación de publicidad corporativa se debe cumplir el siguiente procedimiento:

1. Verificación preliminar conforme al artículo 14, parágrafo II del presente Reglamento.
2. Una vez admitida la Solicitud, luego de la Verificación Preliminar, se emitirá el Informe Técnico de renovación en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles;
3. A través del Área de Sistemas se aprobará el Formulario de renovación de Licencia de Publicidad y se procederá a la renovación de Licencia de Publicidad, la cual será notificada al solicitante;
4. En caso de que el solicitante no presente los requisitos o transcurran 30 días calendario de interrupción imputable al interesado, se procederá al inicio de la fiscalización del elemento publicitario;
5. La renovación del Documento de Autorización de uso de espacio de dominio municipal deberá seguir el procedimiento establecido en el artículo 16 en lo que corresponda;
6. Los trámites finalizados serán digitalizados y remitidos a archivo de la Unidad de Publicidad;
7. En caso de verificarse que el elemento publicitario renovado no corresponde a las características del elemento emplazado, se fiscalizará el mismo, en caso de que se afecten los parámetros de cálculo de la patente.

ARTÍCULO 22. (REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO PARA BAJA).- En caso de retiro del elemento publicitario ya sea de publicidad corporativa o móvil, el titular de la Licencia de Publicidad, deberá llenar el Formulario de Solicitud de Baja del registro publicitario en la Plataforma iGob24/7 cargando las capturas fotográficas del retiro del elemento, cumpliendo el siguiente procedimiento:

1. Verificación preliminar conforme al artículo 14, parágrafo II del presente Reglamento.
2. Una vez admitida la Solicitud, luego de la Verificación Preliminar, se procederá a la realización de la inspección del elemento. En caso de existir observaciones a la solicitud, se realizará la notificación al solicitante por los canales de comunicación establecidos, otorgando un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles para subsanar las mismas;
3. En caso de conformidad con la documentación, se emite el Informe Técnico dando curso a la baja en el plazo de cinco (5) días hábiles;
4. El Área de sistemas realiza la Pre-baja del o de los elementos publicitarios y emite el 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. El Área de sistemas realizará el Registro de la baja definitiva del elemento publicitario considerando la fecha del Formulario de baja o del retiro de la publicidad;

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

7. Una vez que se han pagado las patentes generadas con la Pre baja, el Sistema Génesis II genera el formulario 403 (Declaración Jurada de Inhabilitación) que debe ser impreso y luego firmado por Jefatura de Unidad e incorporado al trámite.
8. En caso de que no se efectivice el pago del FUM emitido, se remitirá con informe, todos los actuados al Área de Fiscalización o a la Administración Tributaria Municipal del GAMLP para el inicio de las acciones correspondientes para la recuperación de la deuda tributaria;
9. En caso de efectivizarse el pago, el trámite finalizado será escaneado para la bases de datos y archivado en la Unidad de Publicidad;
10. Los casos de imposibilidad de inspección del elemento, se justificarán en el Informe Técnico. La baja de móviles, en su caso, podrá acreditarse mediante la presentación de documentos con carácter público que demuestren la no propiedad del vehículo o que el mismo ya no opera en la jurisdicción municipal de La Paz. Estos casos quedarán sujetos a verificación o fiscalización posterior.

ARTÍCULO 23. (TRATAMIENTO DE ELEMENTOS CORPORATIVOS CON EXHIBICIÓN TEMPORAL DE PUBLICIDAD).- I. Los administrados que tengan autorizados elementos corporativos con exhibición temporal de publicidad, deberán registrarse en el Registro especial de elementos publicitarios sujetos a Exhibición Temporal de publicidad, en el cual deberán ser habilitados los elementos para pago de la patente de publicidad temporal conforme a los meses que tengan exhibición publicitaria.

II. Para la exhibición temporal de publicidad en elementos corporativos se deberá completar el Formulario de Solicitud de Exhibición Temporal de Publicidad en Elementos Corporativos en la plataforma iGob24/7 y realizar el pago previo de la patente de publicidad por alta publicitaria. La patente será calculada por el período de exhibición solicitado.

III. La autorización de exhibición temporal de publicidad en elementos corporativos debe cumplir con lo siguiente:

1. Los elementos no deben contar con deuda anterior por patentes de publicidad.
2. Cada Cara o Vista se registra como un elemento publicitario independiente relacionado por un código de estructura.
3. El elemento publicitario debe contar con la Licencia de Publicidad y habilitación en el Registro especial de elementos publicitarios sujetos a Exhibición Temporal de publicidad para exhibición temporal de publicidad.

IV. Para la solicitud de exhibición publicitaria temporal en elementos corporativos se deberá seguir el siguiente procedimiento:

1. El solicitante debe generar el Formulario de Solicitud /Declaración jurada en el IGOB 24/7, por cada elemento y por cada periodo de emplazamiento;
2. El solicitante debe ingresar trámite mediante plataforma con los siguientes requisitos:
 - a. Formulario de solicitud de exhibición temporal de publicidad en elementos corporativos;
 - b. Fotocopia de Licencia de Publicidad vigente y/o solicitud de renovación en curso.

3. El personal técnico de la Unidad verificará la inexistencia de adeudos en relación al elemento publicitario objeto de la solicitud;
4. Se emitirá el Formulario Único Municipal (FUM) y su traslado al solicitante;
5. El Comprobante de pago del FUM emitido tiene la calidad de "Autorización" de Exhibición Temporal por el tiempo señalado en el mismo.
6. El tiempo máximo para la atención del trámite, no debe exceder de cinco (5) días hábiles desde la recepción del mismo en la Unidad de Publicidad hasta la emisión del FUM;
7. Remisión del trámite al técnico respectivo para la verificación y control del tiempo de emplazamiento e incorporación en el trámite del Comprobante de Pago emitido por el Génesis II.

V. Las condiciones para la exhibición temporal de publicidad son las siguientes:

1. La exhibición temporal en este tipo de elemento publicitario se realiza luego del pago del Formulario Único Municipal (FUM) por autorización temporal de exhibición publicitaria, no admitiéndose ningún tipo de regularización o trámite post exhibición publicitaria;
2. La exhibición no autorizada de publicidad, se fiscalizará y sancionará conforme al procedimiento establecido en el Título IV del presente Reglamento;
3. No se establece límites al periodo de tiempo de exhibición publicitaria solicitado por el contribuyente;
4. La exhibición publicitaria debe concluir indefectiblemente en la fecha que el FUM pagado como autorización temporal así lo estipule;
5. No existen ampliaciones de exhibición temporal, debiéndose realizar un nuevo trámite de solicitud.

TITULO III

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y EXENCIONES AL PAGO DE PATENTES

CAPITULO I

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAML P Y ENTIDADES ESTATALES

ARTÍCULO 24. (EMPLAZAMIENTO DE ELEMENTOS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DEL GAML P).- I. Todas las Unidades Organizacionales del GAML P que pretendan emplazar elementos de 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, estando exentas del pago de patente por publicidad.

Las unidades organizacionales que emplacen elementos de información institucional de acuerdo al párrafo 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 a la normativa correspondiente.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

ARTÍCULO 25. (EMPLAZAMIENTO DE ELEMENTOS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL DE ENTIDADES ESTATALES).- I.

Para el emplazamiento de elementos de información institucional en bienes de patrimonio de la entidad estatal, las entidades públicas 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 elementos de información institucional de acuerdo al párrafo 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 26. (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 reenumerados, deberán dar cumplimiento al presente Reglamento Municipal y cancelar la patente de publicidad correspondiente, siendo también corresponsables por el incumplimiento a la normativa legal vigente.

CAPITULO II
EXENCIONES AL PAGO DE PATENTES

ARTÍCULO 27. (PUBLICIDAD COAUSPICIADA POR EL GAMLP).- I. El emplazamiento de elementos publicitarios referidos a actividades con fines benéficos, educativos, deportivos, culturales, de salud o de interés social que no tengan fines de lucro coauspiciados por el GAMLP están exentas del pago de la patente por publicidad, cuando la solicitud sea realizada por la Unidad Organizacional del GAMLP solicitante ante la Unidad de Publicidad con un plazo mínimo de quince (15) días hábiles previos al emplazamiento.

II. La Unidad Organización respectiva del GAMLP recibirá y evaluará la solicitud de las personas naturales o jurídicas, para acogerse a esta exención de acuerdo a sus fines, emitiendo un Informe de justificación con el detalle de los elementos a emplazarse, ubicación, dimensiones, imagen corporativa, tiempo de exposición, autorización de uso de espacio. La solicitud deberá ir acompañada de copias de las Licencias de Funcionamiento de las actividades beneficiarias de la exención o la justificación en caso de no ser incluidas.

III. La solicitud y el Informe de justificación se derivarán con respaldo indicado a la Unidad de Publicidad, 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.

IV. 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.

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

www.lapaz.bo, La Paz - Bolivia

V. El límite máximo de exención es de 10 días calendario de emplazamiento.

ARTÍCULO 28. (PUBLICIDAD EN EVENTOS DEL GAMLP).- I. Los eventos organizados por el GAMLP referidos a actividades de carácter institucional que cuenten con el apoyo sin fines de lucro de la empresa privada están exentos 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.

III. La solicitud debe ser enviada a la Unidad de Publicidad con una anticipación mínima de cinco (5) días hábiles y debe contener un informe de justificación con el detalle del 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, los elementos a emplazarse, ubicación, dimensiones, imagen corporativa, tiempo de exposición, autorización de uso de espacio.

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 29. (EXCEPCIONES A LA OTORGACIÓN DE LICENCIAS DE PUBLICIDAD).-

I. No requerirán de licencia de publicidad:

- a) Los elementos publicitarios relacionados exclusivamente a la identificación de actividades sin fines de lucro, organismos internacionales de cooperación o desarrollo con convenio con el Estado Boliviano, Delegaciones Diplomáticas, conforme a los documentos de su constitución o presencia en el país.
- b) 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.
- c) 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 necesidad de llevar la identificación de la empresa que presta determinado servicio.
- d) Los elementos informativos emplazados en bienes de dominio público o en vehículos que lleven la identificación de la institución que presta determinado servicio, siempre y cuando hayan obtenido autorización respectiva en el marco establecido para el efecto.
- e) Los elementos publicitarios que sean autorizados en el marco del Artículo 20. (Publicidad Sujeta a Proyectos de Inversión con Intercambio de Bienes y Servicios) del presente Reglamento.

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.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

TITULO IV
FISCALIZACIÓN Y CONTROL

CAPITULO I
SISTEMA DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL, INFRACCIONES Y SANCIONES

ARTÍCULO 30. (INSTANCIAS RESPONSABLES).- I. La Dirección de Competitividad e Inversiones 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.

II. La Unidad de Publicidad, es la unidad organizacional del GAMLP responsable de ejecutar un sistema de fiscalización y control respecto a elementos publicitarios que incurran en infracciones y prohibiciones establecidas en el presente reglamento, cuyo procedimiento sancionador se registrá por lo establecido en el presente reglamento.

III. Para el retiro de elementos publicitarios de grandes dimensiones en espacio público, participarán unidades organizacionales y empresas municipales que de acuerdo a su competencia coadyuven técnica y operativamente en el retiro, previa coordinación respectiva.

IV. Guardia Municipal participará en apoyo a los operativos de retiro de elementos publicitarios prohibidos o emplazados sin autorización.

V. La Guardia de Transporte participará en apoyo a los operativos de retiro de elementos publicitarios móviles emplazados sin autorización y colocado de precintos de "publicidad no autorizada" en móviles.

VI. Las Subalcaldías son las encargadas del retiro de elementos publicitarios emplazados en aceras y calzadas y 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 31. (SISTEMA DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE PUBLICIDAD).- I. La Unidad de Publicidad ejecutará el Sistema de Fiscalización y Control de Publicidad de forma periódica de acuerdo a programación, según los distritos que conforman la jurisdicción del municipio de La Paz, cuyos componentes son:

1. Operativo de control de emplazamientos y contraste con el registro de licencias de publicidad y verificaciones rutinarias
2. Operativo de concientización de prohibiciones.
3. Operativo de retiro de elementos prohibidos
4. Fiscalización mediante ejecución de procesos administrativos sancionatorios, conforme al procedimiento establecido en el Capítulo II del presente Título.

II. Los subcomponentes y procedimientos de ejecución de los componentes del Sistema de Fiscalización y Control de Publicidad establecidos en el párrafo precedente, se determinarán mediante los Protocolos de Actuación aprobados conforme al Artículo 50 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 32. (OBLIGACIONES).- Las personas naturales o jurídicas que emplacen o pretendan emplazar elementos publicitarios tienen las siguientes obligaciones:

1. Contar con Licencia de Publicidad.

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

2. 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 la correspondiente actualización de datos.
3. 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 a bienes inmuebles privados si corresponde.
4. 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 en el caso de 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.
5. Identificar los elementos publicitarios según categoría corporativa y móvil, colocando en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el Numero de ID ó código QR.
6. Mantener la infraestructura de los elementos publicitarios en condiciones de seguridad en resguardo de la integridad física de las personas y su entorno físico, realizando los trabajos necesarios para su limpieza y mantenimiento.
7. 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.
8. Cumplir con los plazos y procedimientos de solicitud de emplazamiento, renovación, baja y emplazamiento temporal en elementos corporativos, establecidos en el presente reglamento.
9. Proceder con el retiro de las estructuras publicitarias que no cumplan con el fin para el cual fueron instaladas o que fue instruido según procedimientos aplicables.
10. Pagar las patentes de publicidad correspondientes.

ARTÍCULO 33. (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:

1. Transferir, alquilar, vender o realizar cualquier otra forma de disposición del espacio de dominio público municipal;
2. Disponer o utilizar el espacio para fines distintos a los de Publicidad;
3. Ocupar espacios adicionales no considerados en la Licencia o autorización;
4. Violentar los precintos dispuestos por el GAMLP;
5. Delegar la administración del espacio autorizado;
6. Proporcionar o presentar documentos alterados y consignar datos falsos en la solicitud de Licencia y/o autorización u otras solicitudes ante la Unidad de Publicidad.
7. Impedir y obstaculizar los controles, inspecciones o fiscalizaciones que efectúe el personal del GAMLP;
8. No brindar información a la Unidad de Publicidad, sobre el retiro o modificación de elementos publicitarios emplazados
9. Transferir la autorización concedida y/o Licencia de Publicidad a terceras personas;
10. Prolongar el emplazamiento del elemento publicitario sin contar con la respectiva licencia de publicidad, debiendo, en su caso, realizar el trámite de renovación en el plazo de hasta (2) meses de su vencimiento.
11. El emplazamiento de afiches en los espacios no autorizados públicos o privados, por cualquier organización pública, privada, o persona natural, se encuentra prohibido, siendo pasible el infractor al proceso de fiscalización correspondiente e imposición de las sanciones establecidas en el presente Reglamento, en caso de incumplimiento.

ARTÍCULO 34. (INFRACCIONES Y SANCIONES).- **I.** En caso de que la Unidad de Publicidad verifique la comisión de las infracciones señaladas en el presente artículo, se aplicarán las siguientes sanciones:

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

INFRACCIÓN		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) por metro cuadrado (m ²).
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) por metro cuadrado (m ²).
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, religión, salud o deporte.	Multa equivalente a 400 UFVs. (Cuatrocientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda) por metro cuadrado (m ²).
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	Ocasionar daños personales, o al ornato público y/o privado, por emplazamientos ilegales o por no realizar un adecuado 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) por metro cuadrado (m ²).
10	Declarar o proporcionar 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.	Multa equivalente a un mes de patente de la gestión vigente.
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) por metro cuadrado (m ²).
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	Emplazar elementos publicitarios eventuales sin contar con la respectiva autorización.	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda) por unidad calculada de superficie.
24	No renovar la Póliza de Seguro contra daños a terceros de los elementos publicitarios registrados, y/o no presentarla a la Unidad de Publicidad como documentación actualizada,	Multa equivalente a 600 UFVs. (Seiscientas 00/100 Unidades de Fomento a la Vivienda)
25	Realizar la exhibición publicitaria en elementos corporativos habilitados para pago temporal de patente, sin contar con la autorización respectiva.	Multa equivalente al 20% de la patente mensual por cada mes de exhibición publicitaria.
26	La reincidencia en la Infracción N° 25 del presente Artículo.	Suspensión de autorización de exhibición temporal en dicho elemento por un periodo de 3 meses continuos.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

27	No contar con la plaqueta de identificación con el Número ID en la estructura, para elementos corporativos en espacio de dominio público municipal.	Multa equivalente a 400 UFVs. (Cuatrocientas 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 de 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, serán aplicadas para cada elemento publicitario a partir de realizada la infracción hasta la emisión de la Resolución Administrativa Sancionatoria.

II. Las multas previstas en el artículo precedente que no señalan su aplicación por metro cuadrado (m²), no requieren cálculo de la multa debiéndose aplicar únicamente la multa establecida.

III. Para elementos publicitarios corporativos cuya infracción señala su aplicación por metro cuadrado (m²) se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Cálculo 1} = (((\text{VM} * \text{ME} / 12) * \text{S}) + (\text{CPM} * \text{S} * \text{ME})) * \text{UFV}$$

DONDE:

VM = VALOR DE LA MULTA previstas en el artículo 34 según corresponda

ME = MESES EMPLAZADOS

S = SUPERFICIE

CPM = COSTO DE LA PATENTE POR MES

UFV: UNIDAD DE FOMENTO A LA VIVIENDA

IV. Para elementos publicitarios móviles cuya infracción señala su aplicación por metro cuadrado (m²) se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Cálculo 2} = (((VM*ME/12)*S) + (CPM*S*ME))*UFV$$

DONDE:

VM = VALOR DE LA MULTA

ME = MESES EMPLAZADOS

S = SUPERFICIE

CPM = COSTO DE LA PATENTE POR MES

UFV: UNIDAD FR FOMENTO A LA VIVIENDA

V. Para elementos publicitarios Eventuales se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Cálculo 3} = ((VM*D/30)) + (CR*D))* UC$$

Dónde:

VM = VALOR DE LA MULTA

D = DIAS EMPLAZADOS

CR = COSTO REGULAR

UC = UNIDADES CALCULADAS (conforme a Anexo Técnico)

VI. Para Afiches se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Cálculo 4: Multa} \times Qa$$

Dónde:

Multa = La prevista 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).- **I.** 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 y en la Resolución Administrativa, proceda de manera voluntaria al pago de la multa en el plazo no mayor a quince (15) días hábiles y proceda a subsanar la infracción cometida.

II. Se exceptúan las multas establecidas para elementos de publicidad eventual, a los cuales no se aplica la atenuante debiendo pagar el 100% de la multa establecida.

CAPITULO II PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

ARTÍCULO 38. (FISCALIZACIÓN MEDIANTE EJECUCIÓN DE PROCESOS ADMINISTRATIVOS SANCIONATORIOS).- **I.** En el área de su competencia y en su labor de supervisión y vigilancia del cumplimiento normativo, la Unidad de Publicidad investiga, procesa y sanciona la comisión de infracciones, para cuyo efecto debe identificar a las personas, individuales o colectivas, presuntamente responsables de los hechos susceptibles de iniciación del procedimiento administrativo sancionatorio.

II. Para el inicio del proceso administrativo sancionatorio, se realizarán las Diligencias Preliminares, para cuyo efecto se podrán realizar todas las inspecciones, actuaciones o diligencias que sean necesarias y pertinentes, y que permitan comprobar, de modo fehaciente, la existencia

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

y veracidad de infracciones y presuntos responsables, mediante obtención de la siguiente información referencial:

1. Determinación del elemento publicitario, dimensiones aproximadas, características y tipología.
2. Ubicación en propiedad privada o espacio de dominio municipal
3. Determinación de la infracción y de la multa.
4. Determinación del sujeto infractor, en cuanto a identidad y domicilio.
5. 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.
6. Fotografías en las que se identifique la publicidad o estructura publicitaria.

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.

V. Los procesos de fiscalización pueden ser iniciados de las siguientes formas:

- a) Por denuncia ingresada mediante plataforma sitram.
- b) De oficio, como producto de los controles rutinarios u operativos del sistema de fiscalización y control establecidos en el Artículo 31 del presente Reglamento.
- c) Según antecedentes de trámites previos, por no completar requisitos por renovación, abandono de trámites y otros casos, en que el elemento ya se encuentra emplazado, en cuyo caso el proceso sancionatorio tendrá fecha de inicio desde la fecha en que se produjo el emplazamiento publicitario o se tenga evidencia de su emplazamiento.

VI. Los elementos individuales a ser fiscalizados deberán tener un tamaño mínimo de un metro cuadrado.

VII. No será procedente la fiscalización de publicidad móvil, cuando la actividad económica acredite contar con licencia de publicidad otorgada por otro municipio, o tenga su domicilio en otro municipio según licencia de funcionamiento y el vehículo tenga un RUAT de radicatoria en otro municipio.

VIII. Por la clase de funciones que cumple la Unidad de Publicidad, se autorizará la habilitación de días y horas extraordinarios a través de una Orden de Servicio, para llevar adelante, notificaciones, inspecciones de verificación y control, operativos de retiro de elementos publicitarios con el fin de liberar el espacio público municipal ocupado sin autorización, por lo que se podrá habilitar días y horas extraordinarias para realizar estas actividades.

ARTÍCULO 39. (APLICACIÓN INMEDIATA DE SANCIONES).- 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. Para el retiro de elementos publicitarios corporativos emplazados sin autorización en espacio de dominio público municipal, se seguirá el procedimiento establecido en el artículo 47 del presente Reglamento.

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.

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.

III. Cuando el responsable de la infracción no llegara a ser habido o no asumiere la deuda por multa, el responsable subsidiario (anunciante responsable de la marca corporativa) pasará a la calidad de responsable subsidiario de la deuda de la multa.

ARTÍCULO 41. (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 nota de cargo debe contener los datos insertos en el Informe Técnico referidos a descripción del elemento fiscalizado, fecha de la inspección, datos del presunto infractor, pudiendo contener otros antecedentes y captura(s) fotográfica(s) del elemento.

III. La nota de cargo deberá adjuntar el Cuadro de Determinación de la Multa, con el desglose de los factores de cálculo de la multa, el monto de la UFV del día de cálculo, la indicación del informe técnico que lo sustenta y la transcripción de la fórmula de cálculo utilizada según el presente reglamento.

IV. 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 atribuyen, las infracciones establecidas y las normas vulneradas, para que pueda asumir su defensa.

V. Se podrá emitir reiterativas de Nota de Cargo de Proceso Administrativo Sancionatorio en caso de variación de datos de los datos consignados en el informe técnico o en el cuadro de multas o por vencimiento del plazo de emisión de Resolución Administrativa.

VI. Para conocimiento de los interesados las Notas de Cargo estarán disponibles en un Panel de Notificaciones por Secretaría en las oficinas de la Unidad de Publicidad.

ARTÍCULO 42. (TRAMITACIÓN).- I. 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

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

descargos presentados, garantizando en todo momento el pleno ejercicio de defensa, emitiéndose Informe Legal.

II. En caso de presentación de descargos que desvirtúen la infracción, se procederá a emitir nota de respuesta, señalando que el Proceso Administrativo Sancionatorio se deja sin efecto y consiguiente cierre y archivo del expediente.

III. En caso de que existan razones para cambio del Informe Técnico o la Nota de Cargo, se procederá a realizar una nueva notificación con la Nota de Cargo en cuyo caso, se retrotrae el proceso sancionatorio a la etapa correspondiente.

IV. El plazo máximo para emisión de la Resolución Administrativa sancionatoria será de 6 meses desde la emisión de la Nota de Cargo, conforme al 17 de La Ley 2341 de Procedimiento Administrativo.

V. La tramitación de los procesos administrativos sancionatorios para elementos publicitarios emplazados en espacios de dominio público municipal se realizará conforme al artículo 47 del presente Reglamento, y en lo que corresponda según el presente Artículo.

ARTÍCULO 43. (EMISIÓN DE RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA).- I. Vencido el término de prueba, el (la) Jefe de la Unidad de Publicidad queda habilitado para dictar 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 Resolución instruirá las acciones administrativas pertinentes y el cobro de la multa, para cuyo efecto estará acompañada del Formulario Único Municipal (FUM) que establece el cálculo de la multa actualizada total sin descuento, para su pago en el plazo de 10 días hábiles.

III. Para la emisión de la Resolución Administrativa se debe actualizar cuadro de multas para ajustar el tiempo de exposición publicitaria en caso de que el elemento publicitario continúe emplazado.

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 GAMLPL.

ARTÍCULO 44. (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 45. (ESTABLECIMIENTO DE FACILIDADES DE PAGO Y FORMAS ALTERNATIVAS DE PAGO DE MULTAS ADMINISTRATIVAS).- I. La Unidad de Publicidad mediante una Resolución Administrativa respaldada por informes técnico y legal, podrá conceder por una sola vez con carácter improrrogable facilidades para el pago o formas alternativas de pago de la multa administrativa a solicitud expresa del administrado, en cualquier momento, inclusive estando iniciada la ejecución coactiva.

II. La facilidad de pago o forma alternativa de pago tendrá efecto simplemente suspensivo, por cuanto el incumplimiento del pago en los términos definidos en la Resolución Administrativa que la aprueba, dará lugar automáticamente a la ejecución de las medidas que correspondan adoptarse por la Unidad de Publicidad según sea el caso.

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) Al retiro del elemento publicitario por parte del GAMLP conforme a lo establecido en el artículo 47 del presente Reglamento.

ARTÍCULO 47. (PROCEDIMIENTO PARA EL RETIRO DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS CORPORATIVOS EN ESPACIO DE DOMINIO PÚBLICO MUNICIPAL, SIN LA CORRESPONDIENTE AUTORIZACIÓN).- En caso de advertirse elementos publicitarios que sean emplazados en espacios de dominio público municipal sin contar con la respectiva autorización y licencia de publicidad, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Se notificará al propietario con Nota de Cargo de Proceso Administrativo otorgando el plazo de 3 días hábiles para el retiro voluntario de la estructura publicitaria no autorizada. En caso de no contarse con datos sobre el propietario de la valla, la nota será colocada en la estructura publicitaria mediante un cedulón.
2. Vencido dicho plazo, en caso de desobediencia e inobservancia al retiro de la estructura publicitaria observada, la Unidad de Publicidad emitirá Resolución Administrativa que impondrá el retiro inmediato de la estructura publicitaria. La admisión de recursos administrativos se hará con Efecto Devolutivo, para la ejecución de la sanción de retiro en resguardo de la seguridad ciudadana.
3. El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de las Unidades Organizacionales necesarias, procederá al retiro y decomiso de la estructura publicitaria no autorizada y liberación del espacio público municipal, debiendo el infractor correr con todos los gastos institucionales emergentes y vinculados que se produzcan como consecuencia del retiro y decomiso señalado.
4. La devolución del elemento publicitario estará condicionada al pago de la multa impuesta por la infracción cometida, al pago de los gastos incurridos para retiro del elemento, en caso de haberse realizado por parte del GAMLP y al resarcimiento de daños y perjuicios que hubiere ocasionado el emplazamiento ilegal del elemento, en un plazo máximo de 90 días calendario, vencido el cual, el GAMLP dispondrá del elemento retirado cumpliendo con las respectivas actuaciones administrativas.
5. Serán aplicables para la tramitación de los procesos administrativos sancionatorios para elementos publicitarios emplazados en espacios de dominio público municipal, en lo que corresponda, las disposiciones del presente Capítulo II – Procedimiento Sancionador.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

ARTÍCULO 48.- (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. Las personas naturales y jurídicas serán incorporadas en el registro de riesgo por incumplimiento a partir de ejecutoriada la Resolución Administrativa que impone la infracción y sanción respectivas.

III. La incorporación de administrados a este registro por otras causales se sustentará en un informe en el que constarán el o los incumplimientos, con indicación de los montos no percibidos por el GAMLP ocasionados.

IV. 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.

ARTÍCULO 49.- (RETIRO DE ESTRUCTURAS EN DETERIORO, RIESGO INMINENTE O ABANDONADAS).- I. De conformidad al artículo 24 parágrafos I al III de la Ley Municipal Autónoma G.A.M.L.P N°216 de 28 de diciembre de 2016, al advertirse una estructura publicitaria en deterioro, riesgo inminente o abandonada, el personal técnico de la Unidad de Publicidad, deberá notificar al titular de la licencia o al propietario del inmueble donde se encuentre instalado el elemento publicitario, para su retiro inmediato.

II. 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.

III. Se notificará mediante un cedulón que se colocará en la estructura publicitaria solicitando que el propietario se apersona ante la Unidad de Publicidad a efectos de asumir el procedimiento de retiro inmediato.

IV. En caso de no verificarse el retiro, se procederá al inicio de las acciones administrativas o judiciales que correspondan.

CAPITULO III
APLICACIÓN DEL PRESENTE REGLAMENTO

ARTÍCULO 50. (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.

ARTÍCULO 51. (INSTRUCTIVOS Y/O CIRCULARES).- La Jefatura de la Unidad de Publicidad, en el marco del presente reglamento, podrá emitir instructivos y/o circulares para su operatividad, seguimiento, control y supervisión, así como para aprobar otros formularios complementarios o modificar los que sean necesarios.

ARTICULO 52. (APLICACION SUPLETORIA).- Se aplicarán de manera supletoria las normas del Procedimiento Administrativo General establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo en todo lo no previsto por el presente Reglamento.

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

REGLAMENTO DE PUBLICIDAD

ANEXO TÉCNICO 1

1. 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.
- j. **Innovadoras:** Desarrollan y aplican tecnología visual, digital, proyectiva, electromecánica, inteligencia artificial y otras artes creativas y efectivas, que rompen con los esquemas tradicionales y generen un impacto positivo en el público. Su procedimiento de autorización y sus condiciones y restricciones técnicas son aquellas del tipo de publicidad al que pertenecen o según su adecuación por analogía.

PUBLICIDAD CORPORATIVA POR TAMAÑO

2. 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.
 1. 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;

2. De dos caras: Estructura publicitaria de dos caras, misma que deberá ser instalada de manera perpendicular a la vía;
 3. De tres o más caras: Estructura publicitaria conformada por una serie de caras, pudiendo instalarse de manera paralela o perpendicular a la vía;
- b) **Tótem:** Estructura publicitaria autoportante que conforma un cuerpo sólido desde su base hasta su coronación, pudiendo éstos ser de una o más caras.
- c) **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.
- d) **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
- e) **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.

3. CONDICIONES Y RESTRICCIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU TAMAÑO.-

Se establecen las siguientes condiciones y restricciones técnicas para publicidad corporativa por su tamaño:

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 la Plaqueta con el ID, o Código QR (el cual contendrá: dirección exacta, número ID), 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;

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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;
 14. Para publicidad corporativa por tamaño se restringe la instalación de estructuras publicitarias sobre infraestructuras civiles, puentes, viaductos, canalizaciones, embovedados y otras similares que afecten la estabilidad e integridad de estas infraestructuras;
 15. La instalación de elementos publicitarios corporativos por su Tamaño en Aires de Río canalizados según el Sistema de Información Municipal será evaluada previamente por la autoridad competente del GAMLP, en cuanto a su factibilidad técnica;
 16. La instalación de elementos publicitarios corporativos por su Tamaño en Aires de Río embovedados según el Sistema de Información Municipal, será evaluada previamente, si corresponde a criterio sustentado de la Unidad de Publicidad, por la autoridad competente del GAMLP en cuanto a su factibilidad técnica;
 17. Se restringe la instalación de estructuras publicitarias en plazas, rotondas, áreas verdes y otros espacios similares, que a criterio técnico de la Unidad de Publicidad afecten su valor patrimonial, estético y representativo, salvo las autorizadas en el marco del Artículo 20 del presente Reglamento.
 18. Se restringe la instalación de estructuras publicitarias que conforme al Artículo 8 de presente Reglamento causen contaminación visual.
 19. Para la correcta identificación del elemento publicitario, debe estar identificado con el ID asignado por la Unidad de Publicidad, mismo que será instalado en la estructura (fuera del área de efectiva de emplazamiento) y deberá ser visible en dos vistas.
- 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;
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

4. 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:** Elementos publicitarios impresos en autoadhesivos para ser adheridos en superficies 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 diseñado 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 cara

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

5. CONDICIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO.-

Se establecen las siguientes condiciones y restricciones técnicas para publicidad corporativa por su uso:

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: 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:

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

a. RESTRICCIONES TÉCNICAS PARA PUBLICIDAD CORPORATIVA POR SU USO

Las restricciones para publicidad corporativa por su uso, son las siguientes:

- b. Los elementos publicitarios no podrán cubrir los vanos de la edificación;
- c. 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;
- d. En caso de "carteleras" no podrá tener una dimensión superior a los 18 (dieciocho) metros cuadrados;
- e. Se prohíbe la ocupación con estructuras publicitarias en predios vecinos colindantes, así como sus accesorios;
- f. No podrán alterar las condiciones constructivas de ninguna edificación;
- g. No podrán alterar ni obstruir salidas de emergencia ni retiros obligatorios establecidos por la normativa municipal;
- h. 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;
- i. La instalación no podrá estar ubicada en retiros obligatorios exigidos por la normativa de Uso de Suelos Urbanos vigente;
- j. 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;
- k. Deberán respetar una distancia mínima entre carteleras de cinco (5) metros;
- l. La instalación de elementos publicitarios corporativos por su Uso en Aires de Río canalizados según el Sistema de Información Municipal será evaluada previamente, si corresponde a criterio sustentado de la Unidad de Publicidad, por la autoridad competente del GMLP, en cuanto a su factibilidad técnica;
- m. La instalación de elementos publicitarios corporativos por su Uso en Aires de Río embovedados según el Sistema de Información Municipal, será evaluada previamente, si corresponde a criterio sustentado de la Unidad de Publicidad, por la autoridad competente del GMLP en cuanto a su factibilidad técnica.
- n. Se restringe la instalación de estructuras publicitarias en plazas, rotondas, áreas verdes y otros espacios similares, que a criterio técnico de la Unidad de Publicidad afecten su valor patrimonial, estético y representativo, salvo las autorizadas en el marco del Artículo 20 del presente Reglamento.
- o. Se restringe la instalación de estructuras publicitarias que conforme al Artículo 8 de presente Reglamento causen contaminación visual.

PUBLICIDAD MOVIL

6. CLASIFICACIÓN PUBLICIDAD MOVIL

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

La publicidad móvil se clasifica en:

- a) **Adosada:** Estructura publicitaria incorporada en la parte superior de los 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.

7. CONDICIONES TÉCNICAS PUBLICIDAD MOVIL.-

El emplazamiento de publicidad móvil en vehículos o cabinas de transporte por cable, se registrará 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, carries, 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.

8. 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 colocados de adhesivos publicitarios en parabrisas frontal, parabrisas trasero, vidrios laterales, retrovisores y placas de circulación; se exceptúa de la 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

9. 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.
- f) **Bobinas:** Elementos publicitarios impresos en nylon que a manera de rollos que cubren diversas superficies en puestos de venta, estaciones de trabajo, paredes y otros.
- g) 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 patente por publicidad eventual por cada elemento solicitado.

10. 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;

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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;
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:

- a. 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;
- b. 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;
- c. 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;
- d. 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;
- e. 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;
- f. No deberán obstaculizar el normal tránsito peatonal y vehicular;
- g. No podrán ser implementados en calzadas de forma que impidan la circulación peatonal;
- h. No podrán ocupar mobiliario urbano;
- i. 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.

11. 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 GAMLP como ser: verjas, jardineras, árboles, postes de alumbrado de servicio público, juegos infantiles, bancos, monumentos, cualquier bien inmueble público, fachadas de bienes privados, bienes de servicio

Ciudad de Nuestra Señora de La Paz
Gobierno Autónomo Municipal

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.

