

Quito, 5 de septiembre de 2024

Señor

ADRIAN IBARRA

CONCEJAL

PRESIDENTE DE LA COMISION DE USO DE SUELO

Señor

FIDEL CHAMBA

CONCEJAL

Señora

FERNANDA RACINES

CONCEJAL

Señor

EMILIO UZCATEGUI

CONCEJAL

Señor

DIEGO GARRIDO

CONCEJAL

Señor Arquitecto

JOSE MORALES

SECRETARIO DE TERRITORIO, HABITAT Y VIVIENDA

De mi consideración:

Dr. Jorge Eduardo Córdova Canelos, en mi calidad de ciudadano acreditado al mecanismo de participación ciudadana denominado Silla vacía, para participar, dentro del proyecto de "ORDENANZA METROPOLITANA SUSTITUTIVA DEL CAPITULO V, TITULO VI, LIBRO III.6 DEL CODIGO MUNICIPAL PARA EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO QUE ESTABLECE EL REGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA URBANISTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU (41) presentado por el señor Alcalde Metropolitano Pabel Muñoz López, al respecto expongo y digo:

Como lo he manifestado en varias intervenciones efectuadas, consideramos antitécnico y sin ningún tipo de fundamento, que en la propuesta de ordenanza se pretenda suprimir las distancias entre vallas en el casco comercial de la ciudad.

Dicho proyecto de ordenanza se encuentra en total contradicción con la normativa de la función pública del Urbanismo que establece:

"Todas las decisiones relativas a la planificación y gestión del suelo se adoptarán sobre la base del interés público, ponderando las necesidades de la población y

SECRETARÍA DE TERRITORIO, HABITAT Y VIVIENDA
Código: 24-1227-E
Fecha: 05 SEP 2024 Hora: 12:30
No. Hojas: 61
Firmado por: Pamela Albuja

61.

garantizando el derecho de los ciudadanos a una vivienda adecuada y digna, a un hábitat seguro y saludable, a un espacio de calidad tal como lo manifiesta los numerales 5 y 7 de la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de suelo.

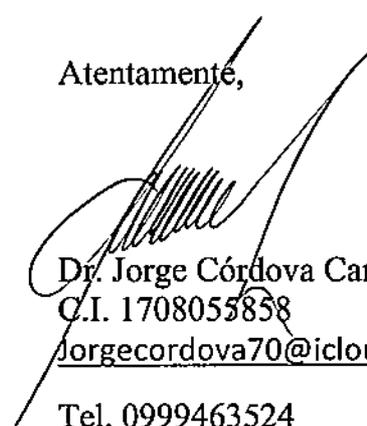
En este sentido señores concejales me he permitido efectuar una investigación relacionada con legislación publicitaria comparada, de las siguientes ciudades: Bogotá- Colombia, Buenos Aires- Argentina y Lima- Perú.

Con este antecedente, me permito presentar a la comisión los textos de normativa mencionados, en donde en su parte pertinente establecen distancias mínimas entre vallas publicitarias (Lima Perú 150 metros Radiales), (Buenos Aires Argentina, 200 metros entre vallas) (Bogotá Colombia 160 y 320 respectivamente).

En conclusión, bajo el análisis de la normativa presentada se evidencia, que no existe ningún argumento técnico para suprimir las distancias entre vallas, peor aún para poner un límite de instalación de vallas por administración zonal, lo que ocasionaría severos problemas ambientales, produciendo un desequilibrio en la cantidad de publicidad que se instale, lo cual generará efectos adversos en la Ciudad

Con estos antecedentes solicitamos la revisión del proyecto de normativa mencionada, incorporando para tal efecto distancias mínimas entre vallas publicitarias, sugiriendo que las mismas sean de 200 metros lineales entre vallas.

Atentamente,



Dr. Jorge Córdova Canelos
C.I. 1708055858
jorgecordova70@icloud.com

Tel. 0999463524



SECRETARÍA DE
AMBIENTE

BOGOTÁ



MANUAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL PARA EL DISTRITO CAPITAL

Subdirección de Calidad del Aire Auditiva y Visual
Área Técnica Publicidad Exterior Visual

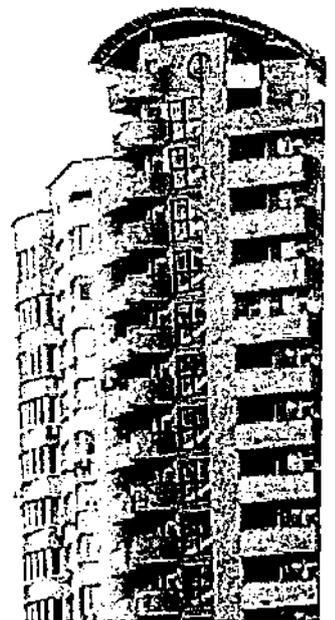


Tabla de contenido

PRESENTACIÓN	3
1. GENERALIDADES	4
2. AVISO EN FACHADA	5
3. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE INSTALACIÓN	5
3.1 Número de avisos por fachada	5
3.2 Tamaño de los avisos	6
3.3 Ubicación de los avisos	6
3.4 Edificaciones en donde se desarrollan varias actividades comerciales	7
3.5 Edificios en ejes de actividad múltiple con más de cinco pisos	7
3.6 Establecimientos de comercio que cuenten con cajeros automáticos	8
3.7 Prohibiciones	8
4. AVISOS SEPARADOS DE FACHADA	10
4.1 Características técnicas de instalación	10
4.2 Prohibiciones para la instalación de avisos separados de fachada	10
4.3 Tamaño de avisos	10
5. PENDONES Y PASACALLES	11
5.1 Pendones	11
5.1.1 Características de instalación	11
5.1.2 Condiciones de ubicación	13
5.1.3 Prohibiciones	13
5.2 Pasacalles	14
5.2.1 Características técnicas de instalación	14
5.2.2 Condiciones de ubicación	15
6. PUBLICIDAD EN VEHÍCULOS	16
6.1 Características técnicas de instalación	16
6.2 Área permitida	18
6.3 Prohibiciones	18
6.4 Consideraciones adicionales	19
7. MURALES ARTÍSTICOS	20
8. OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD	21
8.1 Publicidad aérea	21
8.2 Globos anclados, elementos inflables, maniqués, colombinas o similares	21
8.3 No está permitido colocar las anteriores formas de publicidad exterior en los siguientes sitios	22
9. VALLAS	23
9.1 Número de avisos por fachada	23
9.2 Tamaño de los avisos	23
9.3 Ubicación de los avisos	24
9.4 Registro de vallas tubulares	25
9.5 Desistimiento de la solicitud	26
9.6 Prohibiciones	26
9.7 Responsables	27
9.8 Vallas institucionales	27
9.8 Remoción de vallas	28
10. TERMINOLOGÍA	29

Presentación

Presentación

El Manual de Publicidad Exterior Visual para el Distrito Capital, tiene como objetivo presentar los lineamientos establecidos por la normativa ambiental a los elementos de publicidad exterior visual tanto en lo referente a las condiciones técnicas de instalación de estos, como el proceso de registro de estos elementos ante la autoridad ambiental competente.

La Secretaría Distrital de Ambiente como autoridad ambiental del Distrito Capital, busca determinar las condiciones técnicas de ubicación de la publicidad, indicando a su vez, las prohibiciones de instalación de estos elementos, al igual que las responsabilidades que recaen sobre los propietarios y anunciantes.

Por otro lado, la publicación y promoción de este Manual tiene un enfoque generalizado a corto, mediano y largo plazo, mediante el cual se busca crear conciencia ciudadana sobre la contaminación visual y la importancia de la armonía del paisaje urbano. Todo ello, promoviendo una cultura que permita que el Distrito Capital sea reconocido por su ordenamiento y belleza, y demostrar que de la mano con los elementos publicitarios existe una relación mutualista en la cual se puede enriquecer el paisaje y publicitar a los comerciantes al mismo tiempo.

Este documento es entonces considerado como una herramienta de consulta permanente para la ciudadanía, en tanto proporciona la información necesaria que le permite al ciudadano que quiera publicitarse, trabajar integralmente con el medio ambiente en lo que respecta a la publicidad exterior visual, aclarando, adicionalmente, la actuación administrativa que se debe contemplar para realizar el registro de dicha publicidad ante la Secretaría Distrital de Ambiente.

1. Generalidades

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

1. Definición:

Según el Artículo 2 del Decreto 959 de 2000 "Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, tableros electrónicos, pasacalles, pendones, colombinas, carteleras, mogadores, globos, y otros similares..."

Cabe anotar que solo es posible hacer publicidad exterior visual en los términos previstos en la normativa ambiental vigente que incluye: Ley 140/1994, el Decreto 959/2000, Decreto 506/2003, Resolución 5572/2009, Resolución 5453/2009, Acuerdo 79/2003 del Código de Policía, entre otras.

2. Lugares de ubicación de la Publicidad Exterior Visual:

Podrá ubicarse publicidad exterior visual en todo el territorio distrital, salvo en los siguientes casos estipulados por el Artículo 5 del Decreto 959 del año 2000.

*Artículo 5. Prohibiciones. No podrá colocarse publicidad exterior visual en los siguientes sitios:

- a) En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas distritales y la Ley 9ª de 1989, o con las normas que lo modifiquen, complementen o sustituyan.
- b) En las zonas históricas, edificios, o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos, y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
- c) (Modificado por el artículo 1º del Acuerdo 12 de 2000). En los sectores residenciales especiales, salvo que se trate de avisos adosados a la pared de establecimientos comerciales, los cuales, en los sectores antes señalados, no podrán tener iluminación. Esta prohibición no se aplicará sobre ejes de actividad múltiple ni aquellos establecimientos que por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno.
- d) En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma.
- e) En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
- f) Sobre vías principales y metropolitanas no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasa vía o en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular."

A continuación, se especifican las características técnicas de instalación de la publicidad exterior en el Distrito Capital.

Avisos en fachada

2. Avisos en fachada

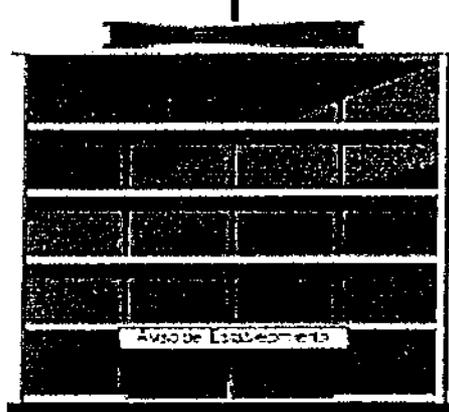
Según lo dispuesto en el Artículo 2 del acuerdo 12 del 2000, se definen los avisos como el "...conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.", es importante resaltar que en el parágrafo de este mismo artículo se enuncia "No serán considerados como avisos aquellos elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público".

3. Características técnicas de instalación

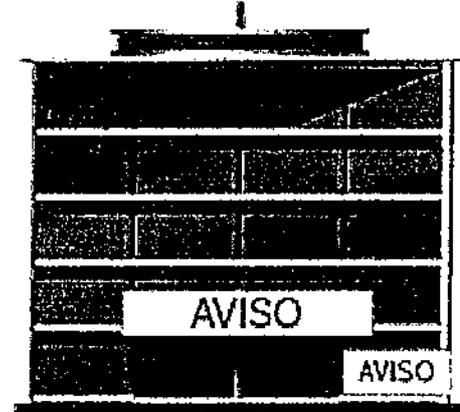
3.1 Número de avisos por fachada

De acuerdo con la normatividad sólo podrá existir un (1) aviso por fachada de establecimiento, excepto cuando la edificación contenga dos (2) o más fachadas en cuyo caso se autorizará un (1) aviso por cada una de las fachadas.

CUMPLE

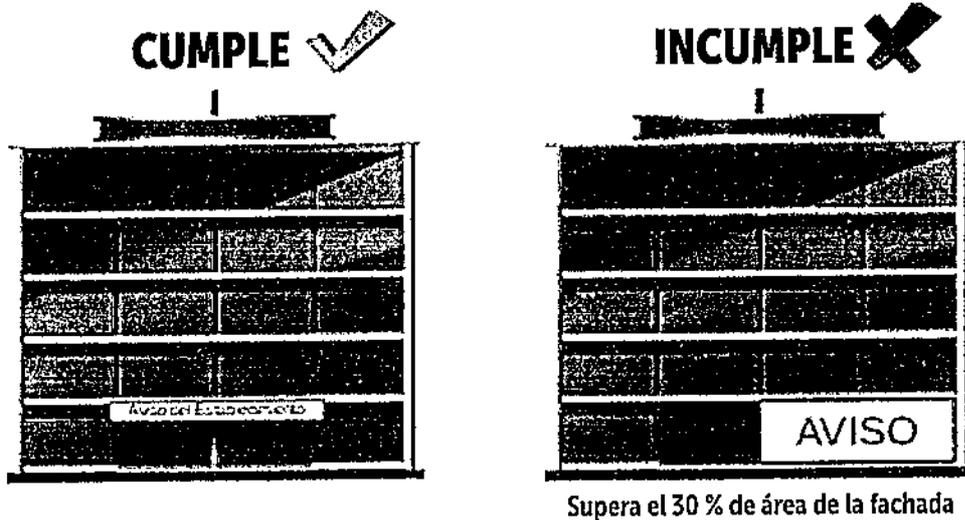


INCUMPLE



3.2 Tamaño de los avisos

Estos no podrán exceder el 30 % del área de la fachada del respectivo establecimiento. Es decir que, si el establecimiento de comercio funciona únicamente en el primer piso de la edificación, la fachada de este solo corresponde a la medida del alto por el ancho de la fachada correspondiente al primer piso.



3.3 Ubicación de los avisos

El aviso publicitario podrá ubicarse únicamente en la fachada respectiva del establecimiento de comercio sin superar el antepecho (*) del segundo piso en ninguno de los casos, es decir:

o Si el establecimiento funciona en el primer piso, el aviso debe estar ubicado en la fachada respectiva, no podrá en ningún caso ocupar el antepecho del segundo nivel.

o Si el establecimiento de comercio funciona en el primer y segundo piso, o en todos los pisos de una edificación, podrá ubicar su aviso en la fachada del primer piso o en el antepecho del segundo piso (sin superar dicho antepecho).

o Si el establecimiento de comercio funciona únicamente en el segundo piso, deberá ubicar el elemento de publicidad en el antepecho de dicho piso sin superar el mismo.

o Si el establecimiento de comercio funciona en el tercer piso o niveles superiores a este de igual forma debe ubicar el aviso en el antepecho del segundo piso sin superar el mismo. En caso de que en cada piso funcione un establecimiento de comercio diferente, todos los establecimientos para ubicar su publicidad deberán compartir la fachada hábil para la instalación de los avisos sin superar el antepecho del segundo piso.

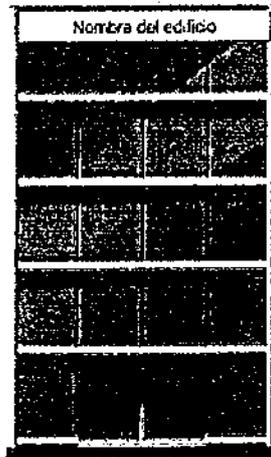
(*) El antepecho del segundo piso de una edificación es definido por el Decreto 506 del 2003 como "Borde inferior de la ventana del segundo piso que normalmente se destina a la colocación de los codos, o a una distancia del segundo piso 80 centímetros del piso hacia arriba", en otras palabras, corresponde a la distancia comprendida entre el borde superior de la placa del segundo piso y el borde inferior de las ventanas ubicadas en éste, sin superar 80 centímetros.

3.4 Edificaciones en donde se desarrollan varias actividades comerciales

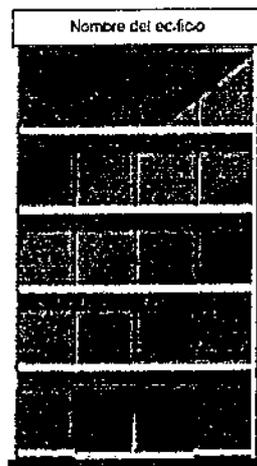
Cuando en una misma edificación se desarrollen varias actividades comerciales éstas se anunciarán observando los requerimientos de este acuerdo. Cuando en una misma edificación existan establecimientos de comercio con fachadas hacia vía pública cada uno de ellos podrá anunciar en su respectiva fachada observando las limitaciones anteriores.

3.5 Edificios en ejes de actividad múltiple con más de cinco pisos

Los edificios de oficinas ubicados sobre ejes de actividad múltiple que tengan más de cinco pisos podrán tener su propia identificación la cual podrá estar ubicada en su cubierta o en la parte superior de la fachada como se muestra en la imagen:



Fachada superior del edificio

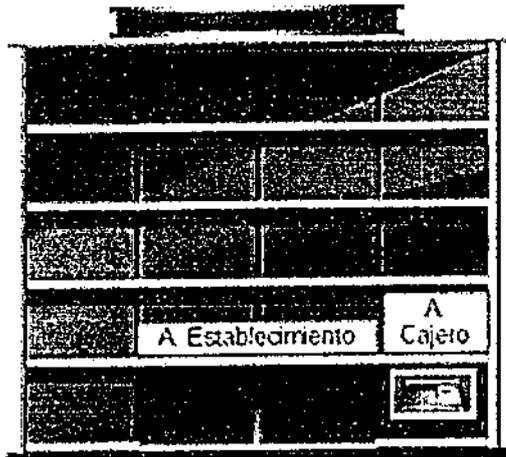


Cubierta

3.6 Establecimientos de comercio que cuenten con cajeros automáticos

- En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos se permitirá que estos cuenten con sus respectivos avisos, los cuales se considerarán para todos los efectos avisos distintos de aquellos que corresponden a los establecimientos de comercio ubicados en el inmueble. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del 30% del área del frente del cajero.

Establecimientos de comercio que cuentan con cajeros (*)



A, Establecimiento
= Aviso de establecimiento
A, Cajero = Aviso Cajero

(*) Aplica para todos los establecimientos que cuenten con cajeros (centros comerciales, grandes superficies, edificios con varias actividades comerciales, etc.)

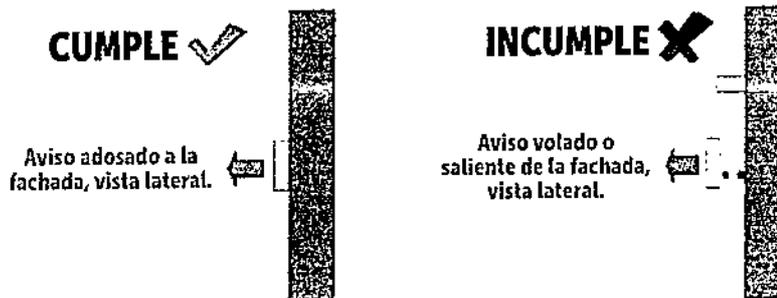
(**) En este caso el aviso del establecimiento debe cumplir con las condiciones técnicas de instalación anteriormente descritas dependiendo el piso en el que funcione el establecimiento comercial.

3.7 Prohibiciones

a) Tenga en cuenta que NO está permitido colocar avisos bajo las siguientes condiciones:

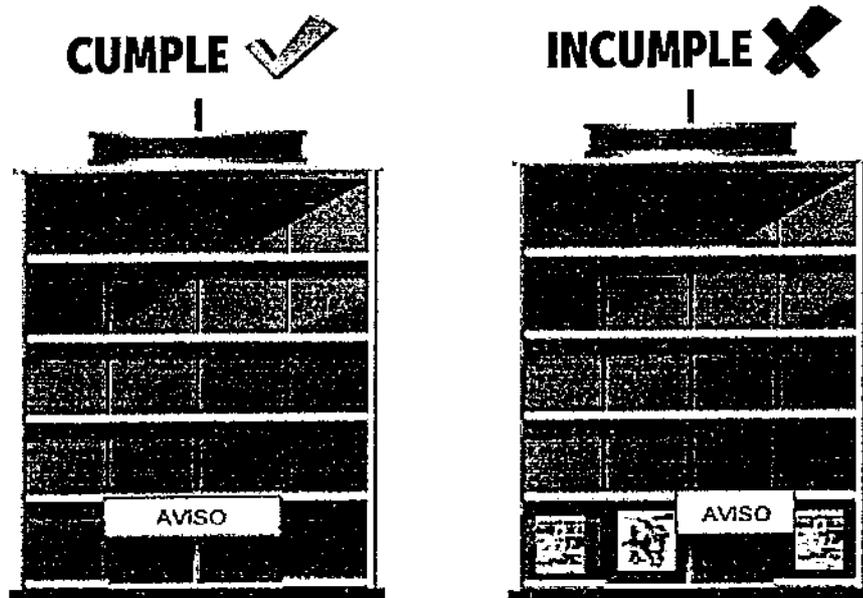
- Avisos que se encuentran salidos de la fachada o volados; por lo tanto, el aviso del establecimiento debe estar totalmente adosado a la fachada. En la siguiente figura se ilustra un caso en el cual se infringe la norma: se trata de un aviso que sobresale de la fachada y se encuentra ubicado en volumen no construido.

Prohibiciones - Avisos volados o salientes de fachada



- No están permitidos los avisos elaborados con materiales reflectivos. Cabe resaltar que en los sectores residenciales netos los avisos no podrán tener iluminación.
- No está permitida la instalación de elementos de publicidad visual que se encuentran pintados o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puertas de la edificación.

Prohibiciones – Publicidad pintada o incorporada a las ventanas o puertas de la edificación



- No está permitido instalar avisos en antepechos superiores al segundo piso, tal como se especificó en el ítem 1.1.3 Ubicación de los avisos.

b) Igualmente tenga presente que NO podrá instalar Publicidad Exterior Visual en los siguientes sitios:

- En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas distritales y la Ley 9a de 1989 o con las normas que lo modifiquen, complementen o sustituyan.
- En las zonas históricas, edificios, o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
- En los sectores residenciales especiales, salvo que se trate de avisos adosados a la pared de establecimientos comerciales, los cuales no podrán tener iluminación. Esta prohibición no se aplicará sobre ejes de actividad múltiple, ni aquellos establecimientos que por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno.
- En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma.
- En lugares en los que su ubicación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
- Sobre vías principales y metropolitanas, no se permitirá ubicar Publicidad Exterior Visual en movimiento, ya sea como pasavía, en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular. (Alcaldía Mayor de Bogotá - Decreto 959, 2000).

4. Avisos separados de fachada

De acuerdo con lo establecido en el Decreto 959 de 2000, en el Artículo 7, párrafo 1: "El aviso separado de la fachada será considerado como valla, en consecuencia, deberá efectuarse su registro ante la Secretaría Distrital de Ambiente".

Decreto 959 de 2000, en el Artículo 10 define la valla así: "Entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta".

4.1 Características técnicas de instalación

Las estaciones de expendio de combustibles, denominadas generalmente Estaciones de Gasolina y aquellos establecimientos comerciales con área de parqueo superior a 2.500 m² pueden colocar un aviso comercial separado de la fachada, dentro del predio, es decir, dentro de su perímetro siempre y cuando este elemento no anuncie en el mismo sentido visual al canopy o a los avisos de fachada (es decir cada elemento -- aviso en fachada y aviso separado de fachada - debe anunciar a una calle o una carrera distinta). Se entiende que los elementos no están en un mismo sentido visual del aviso del establecimiento de comercio, cuando forman entre ambos avisos un ángulo que puede oscilar entre ochenta grados (80º) y cien grados (100º), o cuando están a una distancia de más de cuarenta (40) metros entre ellos.

Los avisos comerciales separados de fachada podrán contar con dos caras, cumpliendo las especificaciones técnicas de instalación mencionadas. Adicionalmente, solo se admite un aviso separado de fachada por establecimiento que lo admita.

4.2 Prohibiciones para la instalación de avisos separados de fachada

Los avisos separados de fachada no se podrán instalar en los siguientes lugares:

- Zonas de protección ambiental.
- Cesiones públicas para parque y equipamientos.
- Andenes.
- Calzadas de vías.

4.3 Tamaño de los avisos

Para los avisos separados de fachada el tamaño y las dimensiones permitidas son las siguientes:

ALTO DEL ELEMENTO: La altura máxima permitida será de quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto del aviso.

ÁREA DEL ELEMENTO: La superficie del aviso separado de fachada no podrá ser superior a quince (15) metros cuadrados.

5. Pendones y pasacalles

Este tipo de elementos de publicidad exterior visual se clasifican de esta manera ya que buscan anunciar de manera temporal una actividad o evento cívico o cultural. Es importante resaltar que estos son utilizados exclusivamente para uso informativo y no son permitidos para usos comerciales.

A continuación, se enuncia la definición de estos elementos según el Artículo 2 de la Resolución 5453 del año 2009 la cual reglamenta específicamente estos elementos:

a) Pasacalle: Elemento elaborado en tela o material similar que se ubica sobre la vía pública y que pende de sus partes laterales de una reglilla en material rígido resistente a la intemperie. Tiene como única finalidad anunciar de manera temporal, una actividad, evento o la promoción de comportamientos cívicos.

b) Pendón: Elemento elaborado en tela o material similar que en la parte superior e inferior se encuentran adheridos a una reglilla de material rígido resistente a la intemperie. Se permitirá su ubicación para anunciar de manera temporal, una actividad o evento de carácter cívico, cultural, artístico, político o deportivo..."

Para la instalación de pendones y pasacalles se debe contar con la autorización previa de la alcaldía local en la cual se ubicará el elemento. Estos deben ser ubicados antes de 72 horas de la realización del evento o durante el término de duración de este y deben ser retirados dentro de las siguientes 24 horas de la terminación de dicho evento.

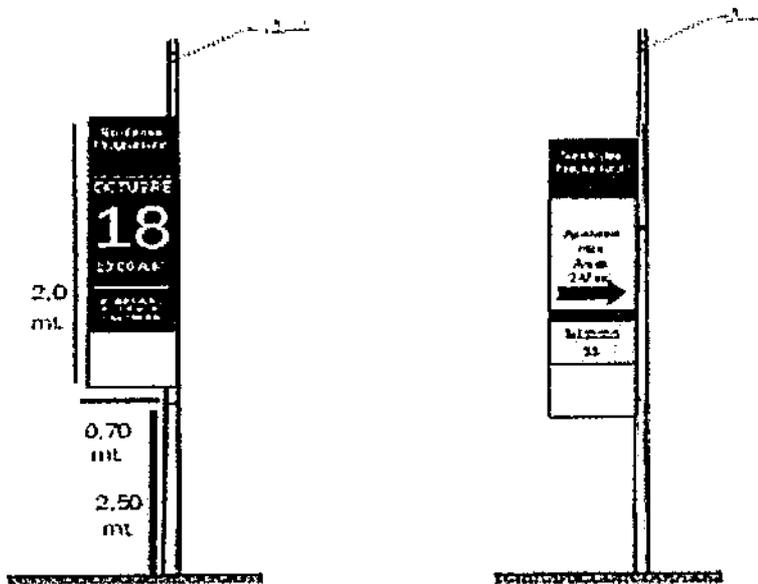
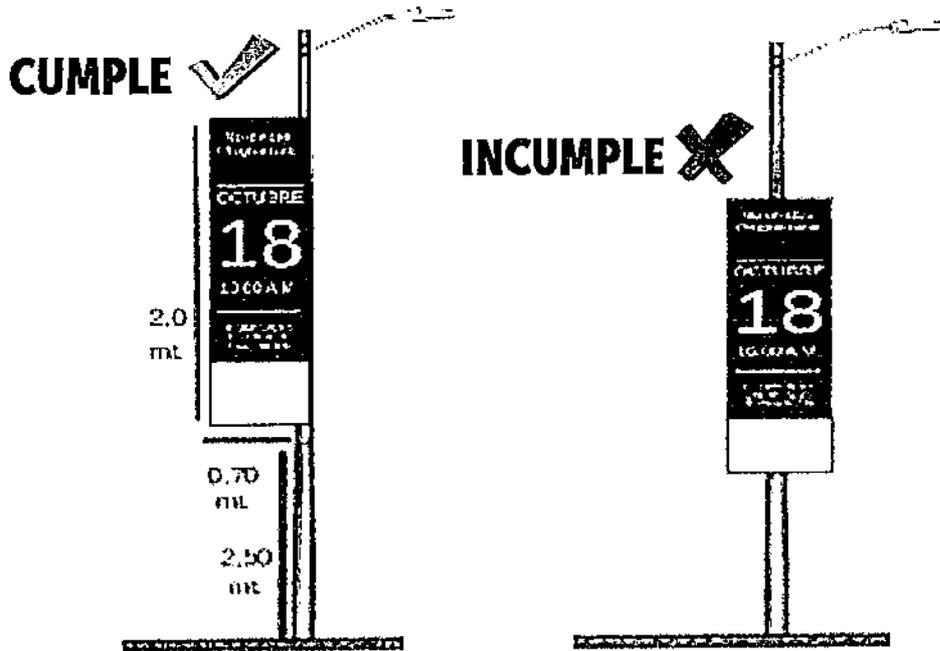
5.1 Pendones

5.1.1 Características de instalación

La instalación de pendones se permite para anunciar eventos cívicos, institucionales, culturales, artísticos, políticos y deportivos, no comerciales. Estos deben cumplir las siguientes condiciones:

- a) Estar elaborados en tela, banner o materiales similares, que sean resistentes a la intemperie.
- b) Deberán pender en su parte superior e inferior de una reglilla en material rígido resistente a la intemperie.
- c) Los bolsillos del pendón deben estar unidos por electrosellados o sellado térmico. Está prohibida la unión con pegantes o químicos.
- d) Los pendones deberán ser de cero punto, setenta metros (0.70 m) de ancho por dos metros (2.00 m) de alto, con dos (2) caras de exposición.
- e) Cada cara de exposición del elemento deberá distribuirse así:
 - * El setenta y cinco por ciento (75%) del área total de la cara de exposición del pendón, que deberá ubicarse en la parte superior del mismo será destinada a la información de la actividad o evento de carácter cívico, cultural, artístico, político o deportivo que se promociona.
 - * El veinticinco por ciento (25%) del área restante de la cara de exposición del elemento, la cual corresponderá al área inferior de la misma, deberá ser destinada al patrocinio publicitario del evento, en caso de que éste lo tenga.
- f) La impresión del elemento será digital, con policromía full color en mínimo trescientos puntos por pulgada (300 DPI).
- g) Su contenido debe obedecer a parámetros de diseño gráfico que permitan tener visibilidad media y cercana, orientados principalmente al peatón.
- h) Deben contar con los respectivos corta vientos, esto es, con perforaciones en forma de "U", de manera tal que se permita la libre circulación del viento a través de ellos. A continuación, se muestran diferentes ejemplos del cumplimiento e incumplimiento de los elementos de publicidad tipo pendón.

Incumplimiento por ubicación



Pendones y pasacalles

5.1.2 Condiciones de ubicación

Con respecto a la ubicación de los avisos y según la normativa ambiental vigente, los pendones deben ser ubicados de la siguiente manera:

- a) Tener registro escrito y previo de la alcaldía local respectiva, en donde se autorice su ubicación y se establezca de manera expresa el cumplimiento de los requisitos del elemento.
- b) Los pendones deberán ubicarse en los postes de mobiliario urbano destinados para tal fin en las vías de carácter intermedio y local de la ciudad.
- c) Deberán ir anclados tipo bandera con zunchos metálicos que los mantengan adheridos a los postes de manera firme y estable.
- d) El pendón se instalará de manera individual, es decir, que debe ir uno por poste, dirigido hacia el interior del andén y nunca sobre la vía.
- e) Deberán ubicarse a una distancia mínima de doscientos metros (200 m) entre uno y otro.
- f) El borde inferior del pendón, deberá estar a una altura mínima de dos metros con cincuenta centímetros (2.50 metros), contados a partir del nivel del andén.
- g) Para la aprobación de la instalación del pendón, deberá presentarse un documento que contenga el producto de instalación, desmonte y mantenimiento del elemento, estableciendo las medidas de seguridad correspondiente a cada parte del proceso.
- h) Sólo pueden ubicarse en vías que se encuentran clasificadas dentro de la malla vial intermedia y local, y en todo caso no tengan un ancho de vía superior a los veintidós metros (22 metros).

5.1.3 Prohibiciones

Según la normativa ambiental vigente, en materia de pendones se encuentra completamente prohibido:

- a) Instalar pendones en postes no autorizados.
- b) Instalarlos sobre vías principales y complementarias.
- c) Colocar pendones en postes de alta tensión.
- d) Instalar pendones en medio de dos (2) previamente ubicados y que conserven la distancia oficial.
- e) Colocar doble pendón en un solo poste o instalarlo en el poste en el lado que da a la vía vehicular.
- f) Instalar pendones sin las autorizaciones, ni las condiciones técnicas establecidas en la presente Resolución.
- g) Instalarlos sobre otros elementos de mobiliario urbano distinto a los postes de luminarias.
- h) Instalarlos donde interfieran con la visibilidad de la señalización vial y de la nomenclatura urbana.
- i) Instalarlos en lugares donde interfiera con el mantenimiento de la red de servicios públicos.

5.2.2 Condiciones de ubicación

Los pasacalles o pasavías podrán ser ubicados así:

- a) Tener registro escrito y previo de la alcaldía local respectiva, en donde se autorice su ubicación y se establezca de manera expresa el cumplimiento de los requisitos del elemento.
- b) Entre uno y otro debe existir una distancia mínima de trescientos (300) metros.
- c) El borde inferior del elemento deberá estar a una altura mínima de 5 metros, contados a partir del nivel de la vía.
- d) Deberán ser instalados en los postes de mobiliario urbano destinados para tal fin.
- e) Sólo pueden ubicarse en vías que se encuentran clasificadas dentro de la malla vial intermedia y local. En todo caso no pueden tener un ancho superior a los veintidós metros (22 metros).

6. Publicidad en vehículos

Según lo dispuesto en la Resolución 5572 de 2009, normativa que regula la publicidad exterior visual en vehículos se define como "Publicidad Exterior Visual en vehículos automotores que publicitan sus productos, bienes o servicios el elemento que se utiliza como anuncio, identificación, señal, advertencia y propaganda que con fines culturales, comerciales, turísticos o informativos, se fijan o instalen, adheridos o pintados sobre las superficies exteriores de los mismos dispuesto para su apreciación visual desde vías de uso público, peatonales o vehiculares.

6.1 Características técnicas de instalación

- Solo se permitirá la fijación a instalación de publicidad exterior visual en el área hábil de los vehículos automotores, es decir en los costados laterales, siempre y cuando se haga en materiales resistentes a la intemperie, no reflectivos.

En todos los casos la publicidad se fijará o se instalará, de tal manera que permita identificar claramente los distintivos y colores originales del vehículo registrados en la licencia de tránsito. No se considera área hábil el costado anterior, ni el posterior del vehículo, lo mismo que la cabina de este.

- Para el caso de vehículos con carpa, de estacas o de láminas metálicas, se permitirá fijar o instalar Publicidad Exterior Visual en dichas superficies. Cuando el elemento sea fijado o adosado, deberá asegurarse de tal manera que no sea susceptible de desprenderse.

- En las motocicletas y similares se permitirá en los costados laterales sin cubrir el motor, los accesorios, los rines, ni llantas.

- En los remolques, semirremolques, pequeños remolques o similares se permitirá un elemento de publicidad exterior visual en cada costado lateral.

- La publicidad exterior visual deberá ser elaborada en materiales autoadhesivos o similares, o pintados con materiales no reflectivos, de alta resistencia a la intemperie o ensamblados sobre material estable, instalados con sistemas fijos resistentes a los fenómenos de la naturaleza. De igual forma se le deberá dar adecuado mantenimiento, de manera que no presente condiciones de inseguridad o deterioro.

A continuación, se representa gráficamente lo descrito anteriormente:

Vehículos con cabina



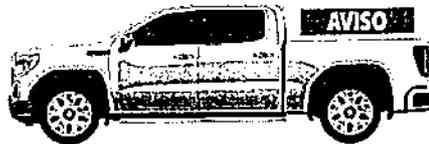
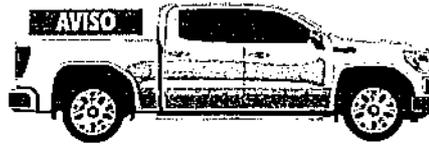
Nota: Solamente se permite la instalación de la publicidad en los costados laterales del vehículo, ni la cabina, ni los costados posterior y anterior pueden contener publicidad.



Vehículos tipo van

Nota: Solamente se permite la instalación de la publicidad en los costados laterales del vehículo, ni la cabina, ni las ventanas, ni los costados posterior y anterior pueden contener publicidad.

Vehículos carpados



Nota: Solamente se permite la instalación de la publicidad en los costados laterales de la carpa, ni la cabina, ni los costados posterior y anterior pueden contener publicidad.



Vehículos tipo automóvil

Vehículos tipo taxi



6.2 Área permitida

• Costados laterales, siempre y cuando se haga en materiales resistentes a la intemperie, no reflectivos. En todos los casos la publicidad se fijará o se instalará, de tal manera que permita identificar claramente los distintivos y colores originales del vehículo registrados en la licencia de tránsito. No se considera área hábil el costado anterior, ni el posterior del vehículo, lo mismo que la cabina de los vehículos. En ningún caso la Publicidad Exterior Visual podrá cubrir las ventanas, el área de las llantas, ni de los accesorios mecánicos.

• Para vehículos de servicio público individual de pasajeros (taxis), se establece como área hábil para instalar Publicidad Exterior Visual las capotas de los vehículos, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere el 50 % del área de la capota ni tenga una altura superior a sesenta (60) centímetros.

6.3 Prohibiciones

a) Instalar o fijar Publicidad Exterior Visual en las áreas no hábiles de los vehículos, a saber: Parte anterior y posterior de los vehículos, y las cabinas de estos.

b) En ningún caso la publicidad exterior visual podrá cubrir las ventanas, el área de las llantas, ni de los accesorios mecánicos del vehículo automotor.

c) No se permitirá la instalación o fijación de afiches, carteles o elementos adicionales a la publicidad exterior en el vehículo que ha sido registrada.

d) No se permitirá que la Publicidad Exterior Visual sobresalga de la estructura original del vehículo; por lo tanto, no podrán ocupar un área exterior a los costados sobre el cual se ha fijado.

e) Por ningún motivo podrá instalarse Publicidad Exterior Visual que obstaculice la visibilidad de las placas de identificación del vehículo o que induzca a error en su lectura.

f) No se permitirá Publicidad Exterior Visual en los vehículos automotores, incluyendo las motocicletas y similares - Carro Valla, Moto Valla, habilitados para anunciar publicidad exterior visual, como fin principal, por medio de vallas, avisos, letreros o cualquier otro elemento que se configure como publicidad exterior visual. Lo anterior aplica para las unidades acopladas al vehículo automotor, como: Remolques, remolques balanceados, semirremotque y pequeños remolques. Tampoco se permitirá publicidad exterior en vehículos de transporte escolar, ni se permitirá la ubicación de personas con ningún tipo de publicidad ya sea por medio de uniformes, carteles o cualquier otro tipo de mecanismo que persiga tal propósito, sobre los mismos vehículos.

g) Se prohíbe instalar Publicidad Exterior Visual en vehículos automotores, con imágenes en movimiento a través de pantallas electrónicas y tipo leds.

h) Se prohíbe instalar Publicidad Exterior Visual que promueva el tabaco y sus derivados (Ley 1335 de 2009).

i) La Publicidad Exterior Visual en vehículos automotores no puede tener iluminación.

j) Las leyendas y dibujos no se deben confundir con las señales de tránsito, o que induzcan a confusión con señalización vial.

6.4 Consideraciones adicionales

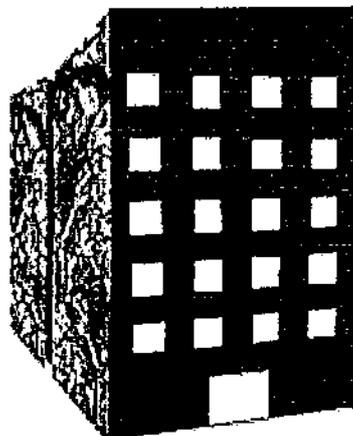
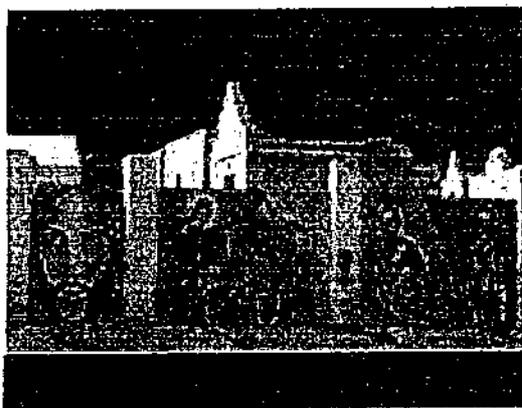
Los vehículos de tipo institucional deberán realizar el correspondiente registro ante la Secretaría Distrital de Ambiente, no obstante, no están sujetos a las condiciones técnicas de instalación mencionadas anteriormente.

7. Murales artístico

Al respecto de este elemento el Decreto 959 del año 2000 especifica en su Artículo 25 lo siguiente "...Murales artísticos. Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las cubiertas de las edificaciones y muros de cerramiento. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno; en todo caso requieren el correspondiente registro por parte del DAMA. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir ni en un mural ni en murales diferentes..."

De esta manera es claro que los murales solo pueden ser de tipo artístico y no pueden contener publicidad de ninguna manera. A continuación, se presenta un ejemplo de estos elementos para el caso que cumple la normativa y para el caso que no.

CUMPLE ✓



INCUMPLE ✗



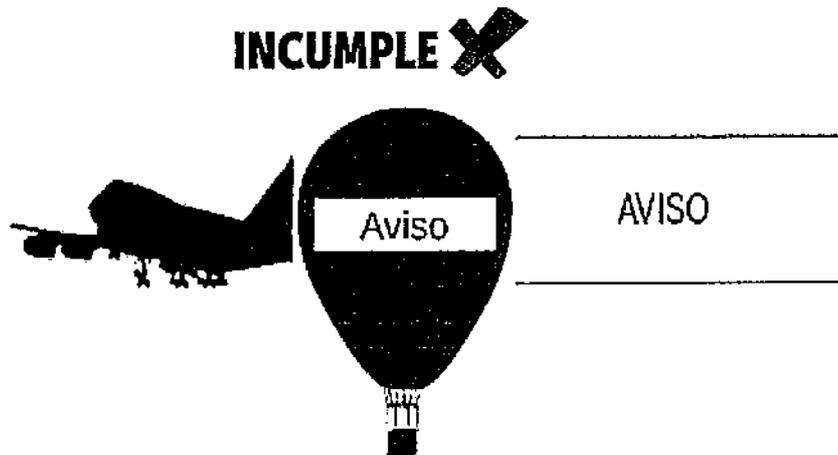
Murales artísticos

8. Otras formas de publicidad

Según el Decreto 959 del año 2000, son definidas como otras formas de publicidad los murales artísticos (descritos en el numeral 5), la publicidad aérea, los globos anclados, elementos inflables, colombinas y maniqués.

8.1 Publicidad aérea

Este tipo de publicidad incluye los globos libres y los dirigibles con Publicidad Exterior Visual, así como los aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior. En ningún caso será permitido arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Distrito Capital.



8.2 Globos anclados, elementos inflables, maniqués, colombinas o similares:

Los instrumentos de este tipo de publicidad, inclusive los instalados en lotes o edificaciones privadas, se sujetarán a lo previsto para las vallas, se registrarán ante el alcalde local correspondiente por un plazo máximo de 72 horas y en ningún caso sobre vías, no obstante, se hará registro también ante la Secretaría Distrital de Ambiente. El plazo de setenta y dos (72), se otorgará a cada establecimiento de comercio cada tres (3) meses, y se podrán fraccionar en periodos máximos de doce (12) horas.

A continuación, se presenta un ejemplo de estos elementos:

Globos Anclados



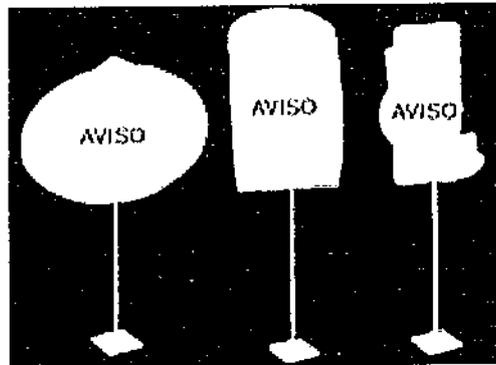
Dummi



Maniquíes



Colombinas



8.3 No está permitido colocar las anteriores formas de publicidad exterior en los siguientes sitios:

- En áreas que constituyan espacio público.
- En zonas históricas, edificios, o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos, y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
- En los sectores residenciales especiales.
- En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental.
- En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles.
- Sobre vías principales y metropolitanas.
- Sobre vías o zonas de carácter paisajístico.
- En puentes peatonales, vehiculares, separadores de vías y en las fachadas de las edificaciones.
- Sobre los elementos naturales como árboles, rocas y similares.
- Sobre luminarias de parques, plazoletas, vías peatonales, zonas verdes, elementos del sistema hídrico u orográfico y similares.

9.3 Condiciones principales

Las vallas deben cumplir las siguientes condiciones:

- **Distancia.** La distancia mínima entre vallas será de 160 metros en vías con tramos de actividad y de 320 metros en vías sin tramos de actividad.
- **Dimensiones vallas de estructura tubular.** La altura máxima será de 24 metros, el área de la valla no podrá tener más de 48 metros cuadrados y no podrá sobresalir del límite del inmueble.
- **Dimensiones vallas de estructura convencional.** El área de valla no podrá tener más de 48 metros cuadrados y podrá instalarse en culatas (sin exceder el 70 % del área de esta), en las cubiertas de edificios la valla no podrá sobresalir los costados de la edificación que la soporta.
- **Mantenimiento.** Se debe realizar en forma periódica por parte del propietario, de manera tal, que no presente condiciones de suciedad, inseguridad, inestabilidad o deterioro. La SDA realizará las revisiones pertinentes, para verificar el estricto cumplimiento de las condiciones y/o estado de las vallas.
- Las vallas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz.
- Cuando la Publicidad Exterior Visual se haga sobre vallas, en su parte inferior derecha deberá incluir el No de registro en forma visible y legible desde el espacio público.
- En ningún caso se podrá atravesar la cubierta de las edificaciones con estructuras tubulares o convencionales.

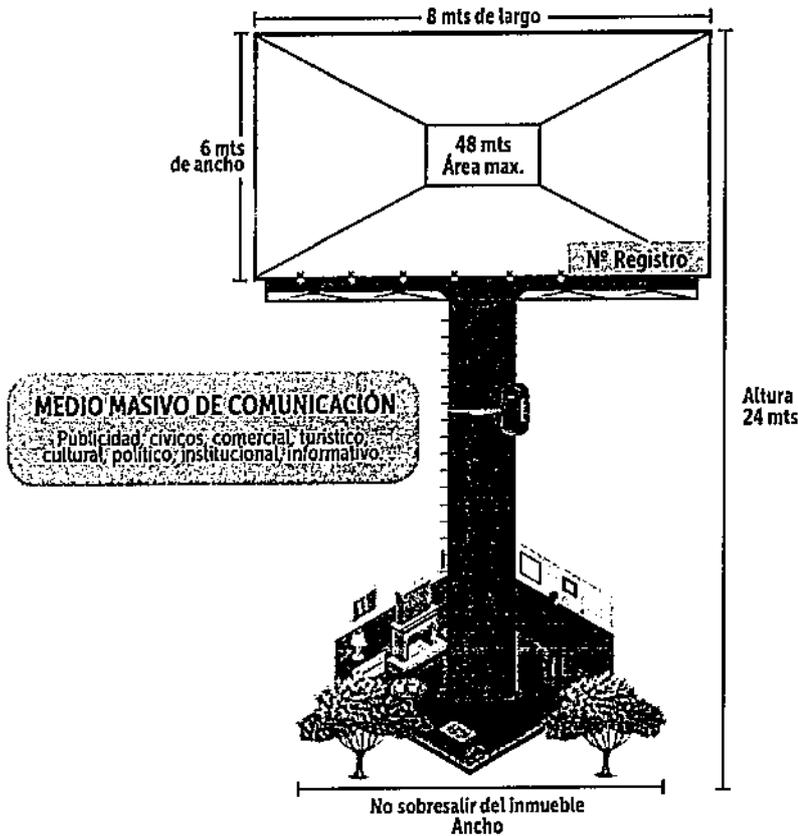
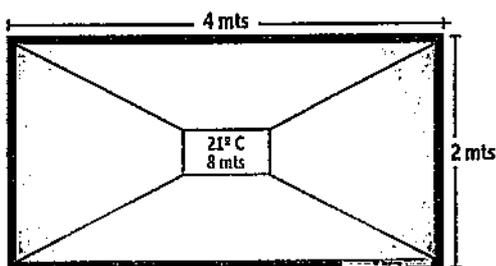


Figura #1: Definición dimensiones.

VALLA ELECTRÓNICA



NOTA: Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde mayor expida para el caso.



Figura #3. Valla electrónica

- Medios informativos electrónicos. En los tableros o vallas electrónicas se podrá anunciar únicamente información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos, así como campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública. Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde Mayor expida para el caso. Estos elementos no podrán anunciar electrónicamente marca, producto o servicio con propósito comercial alguno. El área expuesta del elemento será inferior a 8 metros cuadrados. Quienes patrocinen la colocación de tableros electrónicos tendrán derechos a hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10 %.

En todo caso el propietario de la valla deberá observar y cumplir los requisitos establecidos en las leyes 142 y 143 de 1994 o aquellas que reglamenten, modifiquen o sustituyan.

9.4 Registro de vallas tubulares

CONCEPTO DE REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL – PEV: El registro de PEV, es la autorización otorgada por la SDA, para ejercer la actividad de Publicidad Exterior Visual, cuando se compruebe el cumplimiento de las normas vigentes, teniendo en cuenta la información suministrada por su responsable y la verificación del cumplimiento de los requisitos por parte de la SDA.

El registro como tal, no concede derechos adquiridos, por lo cual, cada vez que se produzcan cambios en la normatividad, se modifique o traslade la PEV registrada, o se venza el término de vigencia del registro, se deberá obtener un nuevo registro o su actualización.

REGISTRO: Para la ubicación e instalación de las vallas, se debe realizar el registro dentro de los 10 días hábiles anteriores a esa actividad.

Una vez obtenido el registro, se podrá instalar el elemento de PEV.

Si la Secretaría Distrital de Ambiente encuentra que la solicitud de registro no cumple con las especificaciones técnicas y legales, negará la solicitud de registro exponiendo los argumentos que llevan a tomar dicha decisión.

En ese acto, la Secretaría ordenará al responsable del elemento de Publicidad Exterior Visual que proceda a su remoción en caso de estar instalada, o que se abstenga de hacerlo en caso contrario.

VIGENCIA DEL REGISTRO: (Acuerdo 610 de 2015) EL registro otorgado por la SDA, tendrá una duración de tres (3) años, prorrogable una sola vez, por un periodo de tres (3) años más. En vallas de obra el registro se otorga por el tiempo de vigencia de la Licencia de Construcción y quince (15) días más.

PÉRDIDA DE VIGENCIA DEL REGISTRO: Una vez otorgado el registro, el peticionario será notificado y si dentro de los (10) días siguientes a la comunicación no instala el elemento de PEV, dicho registro expirará, también se puede presentar en los siguientes casos:

- Cuando cambien las condiciones otorgadas con el registro.
 - Cuando se efectúen modificaciones sin solicitar la actualización del registro, dentro del término establecido.
 - O cuando se instale la PEV en la valla, en condiciones diferentes a las registradas.
- La SDA dará un término de tres (3) días hábiles para su adecuación o desmonte, si vencido este tiempo no se realizan las adecuaciones, se ordenará su remoción a costa del infractor.

ACTUALIZACIÓN Y/O CAMBIOS: Cualquier modificación o cambio de las condiciones iniciales del registro, se deberán avisar a más tardar dentro de los tres (3) días siguientes a la instalación y/o realización de los cambios.

PRÓRROGA: Se deberá solicitar dentro de los (30) días anteriores a la fecha de vencimiento del registro y se otorga por un periodo de tres (3) años adicionales al registro inicial, siempre y cuando se cumpla con las normas ambientales vigentes, vencido la prórroga se debe realizar una nueva solicitud del registro. Si no se presenta la solicitud de prórroga en el tiempo establecido, se deberá desmontar el elemento una vez vencida la vigencia del permiso y podrá solicitar un nuevo permiso.

El término para la radicación de la nueva solicitud de permiso será de dos (2) días anteriores a la fecha publicada por el SIIPEV (Sistema Integrado de Información de Publicidad Exterior Visual del Distrito Capital), para el vencimiento del término de la radicación de la nueva solicitud y se tendrá en cuenta el orden cronológico de radicación.

TRASLADOS: (Art. 42 - Decreto 959 de 2000) Los elementos que se encuentran con alguna autorización podrán ser trasladados siempre y cuando cumplan con las condiciones previstas en la normatividad ambiental vigente y previo aviso de 15 días a la SDA.

9.5 Desistimiento de la solicitud

En caso de que se omita cualquier información de la solicitud de registro o de los documentos que la acompañan, se entenderá desistida y se devolverá al solicitante.

9.6 Prohibiciones

La normativa ambiental establece las siguientes:

- Prohíbese su instalación en la zona ubicada al costado oriental de la línea determinada por las siguientes vías: avenida séptima desde el límite norte del distrito calle 246, siguiendo por la carrera séptima y su continuación por la carrera sexta hasta la calle 34 sur, siguiendo por ésta hasta la diagonal 36 sur avenida Ciudad de Villavicencio. Se exceptúa de esta prohibición las vallas que anuncien obras de construcción, remodelación, adecuación o ampliación.
- En ningún caso, las vallas podrán tener un área superior a 48 M2 en lotes sin construir, ni podrán utilizar pintura o materiales reflectivos.
- No se pueden instalar vallas en áreas de afectación de Espacio Público o en Espacio Público.

- Tampoco pueden ser instaladas a menos de 200 m de los bienes declarados Monumentos Nacionales.
- No pueden estar ubicadas en inmuebles de conservación arquitectónica y/o bienes de patrimonio cultural, en zonas históricas, edificios o sedes de entidades públicas, ni embajadas.
- En los sectores residenciales especiales.
- En zonas declaradas como reservas naturales, hídricas o de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas.
- Sobre vías principales y metropolitanas, no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasavía o en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular.
- Para la instalación de la valla en propiedad privada se debe contar con la autorización escrita del propietario.
- Toda valla cuya publicidad requiera mensaje específico (salud – medio ambiente – cultura – cívico) no podrá ser superior al 10% del área total.
- Se prohíbe a toda persona natural o jurídica instalar vallas relacionadas con la promoción del tabaco y sus derivados.
- La Publicidad Exterior Visual, relacionada con plataformas tecnológicas para la prestación de servicios de transporte no autorizados, a exhibir en vallas tubulares no está permitida. (Res. No. 040313 del 19/08/2016 - Superintendencia de Puertos y Transporte.).

9.7 Responsables

Será responsable por el incumplimiento de lo que aquí se reglamenta el propietario de la estructura en la que se anuncia.

El anunciante de la valla será responsable en caso de no identificarse al propietario de la estructura.

9.8 Vallas institucionales

Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Se registrarán por lo previsto en este acuerdo y sólo por excepción podrán utilizarse en el espacio público adyacente a la obra en desarrollo. Estas vallas son temporales y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos. El área máxima será de 18 metros. Se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos.

PUBLICIDAD POLÍTICA. Lo concerniente a la publicidad política se registrará por las normas legales vigentes y por lo establecido en el Decreto 959 de 2000.

9.9 Remoción de vallas

Para el cumplimiento de la orden de remoción la SDA, concederá un término de tres (3) días contados a partir de la fecha de ejecutoria del acto correspondiente.

Las vallas, avisos, pasacalles y demás formas de publicidad exterior visual que sean removidas por las autoridades Distritales serán depositados en los lugares dispuestos por la SDA para este efecto y podrán ser reclamados por sus propietarios previo el pago del costo incurrido por el desmonte y/o retiro a favor de la SDA y la presentación del recibo debidamente cancelado. Los elementos desmontados y no reclamados por el propietario dentro de los cinco (5) días siguientes de la fecha de ejecutoria de la resolución que ordena la remoción, podrán ser donados por la administración a un establecimiento de asistencia social de naturaleza pública o destruidos, de lo cual, se dejará constancia en un acta.



10 Terminología

Actualización del registro de la publicidad exterior visual: Inscripción de los cambios que se hagan a la publicidad exterior visual durante la vigencia del registro en relación con el tipo de publicidad, la identificación del anunciante y la identificación del dueño del inmueble.

Actuaciones Jurídicas: Se forman con el conjunto de actividades desarrolladas en el curso de un juicio, por la autoridad jurisdiccional o por las partes, o sea que se constituyen por todo el cúmulo de hechos o actos efectuados dentro de un juicio por las personas que en él intervienen como partes, terceros, ...

Adosado: En el caso de los avisos, cuando el elemento se fija a la fachada sin que exista espacio entre esta y el elemento.

Afiche o cartel: El afiche o cartel es un escrito o dibujo hecho sobre una lámina de papel resistente que se coloca temporalmente sobre carteleras, locales y mogadores dispuestos por la administración Distrital en lugares públicos para informar de la realización de una actividad o evento de carácter cultural, recreativo, artístico, educativo o deportivo.

Ancho de vía: Medida transversal de una zona de uso público, para el tránsito de peatones y vehículos, compuesta por andenes, calzadas, ciclorrutas, separadores y demás elementos del espacio público.

Antejardín: Área libre, de propiedad privada, perteneciente al espacio público, comprendida entre la línea de demarcación de la vía y el paramento de construcción, sobre la cual no se admite ningún tipo de edificación a excepción de los voladizos permitidos por las normas específicas.

Anunciante: Persona, empresa, producto, obra, proyecto, actividad o servicio a que se refiere la publicidad exterior visual.

Antepecho del segundo piso: Es el área que se encuentra entre el borde inferior de la ventana del segundo piso hasta el cénit del primer piso. En el caso de que el inmueble no cuente con ventanas en el segundo piso o sea una proyección del primer nivel, el antepecho será la distancia del borde de la apertura de la puerta y el borde final de la fachada.

Área hábil para instalar publicidad exterior visual en vehículos: Es aquella parte exterior del vehículo en la que se puede instalar o fijar publicidad exterior visual conforme a las características y condiciones técnicas ambientales que se establezcan en el presente acuerdo, en su posterior regulación por parte de la autoridad ambiental y en concordancia con las normas establecidas por las autoridades de tránsito nacional y distrital.

Avisos: Se entiende por aviso el conjunto de elementos distintos que hacen parte integral de la fachada construida, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos instalados en las fachadas de las edificaciones. No serán considerados como avisos aquellos elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público y tarifas siempre y cuando no contengan ningún elemento de publicidad visual exterior.

Aviso separado de fachada: Elemento de publicidad exterior visual tipo aviso que se encuentra adherido al piso mediante una estructura rígida, metal, concreto, mampostería u otro material estable con sistemas fijos, que a su vez se encuentra ubicada dentro de los parámetros o áreas libres del predio. Este aviso puede estar también dentro del inmueble.

Cartelera local: Se entiende por cartelera local la estructura que se encuentra adosada a los muros de cerramiento de los lotes, dispuesta por la Administración Distrital con el propósito de ubicar publicidad en ella.

Contaminación visual: Saturación del paisaje basada en estándares ambientales definidos por la Secretaría Distrital de Ambiente, debido a la fijación y exposición tanto de los elementos de publicidad exterior visual, como de los elementos no considerados publicidad exterior visual pero que impactan el paisaje. La contaminación visual, afecta la calidad de paisaje por cuanto altera el sentido del lugar y de los aspectos arquitectónicos, estéticos y culturales de la ciudad, generando en los ciudadanos percepciones de confusión, estrés, distracción y otros estímulos y sensaciones agresivas que afectan negativamente el ambiente, y por lo tanto la calidad de vida de los habitantes.

Culata: Se entiende por culata el muro de un inmueble que colinda con construcciones vecinas o también puede estar orientado a la zona exterior.

Elementos mayores de Publicidad Exterior Visual: Aquellos elementos de publicidad exterior visual que se ubiquen en presentación de gran formato hasta un máximo de 48 m². Estos elementos se instalan sobre estructuras independientes en materiales resistentes sobre los cuales se integra físicamente la publicidad.

Elementos menores de Publicidad Exterior Visual: Son aquellos elementos de pequeño formato que en su presentación no altera la estructura de un inmueble o vehículo y están instalados sin superar proporcionalmente el tamaño del mismo.

Espacio público: Es el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses, individuales de los habitantes.

Elementos naturales del entorno de la ciudad, las zonas de reserva forestal o ambiental, las zonas de ronda de los cuerpos de agua y áreas protegidas y otros elementos que constituyen la estructura ecológica principal y, en general, por todas las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyan, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

Fachada: Cara o pared de una edificación que da sobre el exterior ya sea sendero peatonal, área de uso comunal, vía, espacio público o espacio de uso privado, que afecta de manera arquitectónica el desarrollo del tejido urbano.

Frente del inmueble: Alzada o cara de la edificación que da a una vía pública, que se determina por la nomenclatura del inmueble de conformidad con el certificado catastral, plano de manzana catastral y/o certificado de tradición de matrícula inmobiliaria. Para aquellos inmuebles esquineros se entenderá que cuenta con dos (2) frentes de vía.

Globo Anclado, Elemento Inflable: Son elementos de publicidad de carácter temporal, por un plazo máximo de 72 horas, que se ubican en lotes y edificaciones privadas y en ningún caso sobre vías. Los instrumentos de este tipo de publicidad se sujetarán a lo previsto para las vallas.

Inclusión lumínica a residencias: Penetración lumínica dentro de las edificaciones de uso residencial, de luz o iluminación, proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del elemento que ilumina dicha publicidad.

Incumplimiento ostensible o manifiesto: Es la infracción a las normas de publicidad exterior visual que se determina con la simple confrontación visual o normativa sin acudir a instrumentos.

Innovación tecnológica: Introducción de nuevas características técnicas y tecnológicas a un elemento de publicidad exterior visual.

Línea de demarcación: Es la línea que determina el límite entre la propiedad privada y las zonas de uso público.

Malla Arterial Vial Complementaria: Es la red de vías que articula operacionalmente los subsistemas de la malla arterial principal, facilita la movilidad de mediana y larga distancia como elemento articulador a escala urbana.

Malla Arterial Vial Principal: Es la red de vías de mayor jerarquía, que actúa como soporte de la movilidad y la accesibilidad urbana y regional y de conexión con el resto del país. (Modificado por el Artículo 128 del Decreto 469 de 2003).

Mobiliario urbano: Es el conjunto de elementos que se encuentran en el espacio público destinados a proporcionar un servicio a los ciudadanos, con el fin de mejorar su calidad de vida y el embellecimiento de la ciudad haciendo parte integral del desarrollo de las grandes ciudades. Asimismo, para que las personas puedan disfrutar de un adecuado y seguro uso del espacio público.

Mogador: Se define como la estructura ubicada por las autoridades distritales o autorizadas por éstas en el espacio público, con el fin de que a ellas se adosen carteles o afiches Murales artísticos o decorativos: Son los que se pintan directamente sobre las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. No podrán incluir ningún tipo de publicidad, ni evocar marca, producto o servicio y solo se podrán instalar con previa autorización de la Secretaría Distrital de Ambiente.

Nuevos elementos de Publicidad Exterior Visual: Son aquellos elementos que por variación de formatos tradicionales brindan innovaciones tecnológicas, ecológicas y estéticas.

Paisaje urbano: Se entiende por paisaje urbano la composición entre, el paisaje construido, delimitado por factores arquitectónicos y urbanísticos y el paisaje natural, del cual hace parte la estructura típica del sistema.

Pasacalles y pendones: Son formas de publicidad exterior visual que sirven para anunciar de manera temporal, actividades o eventos cívicos, institucionales, culturales, artísticos y políticos.

Pantalla: Medio físico de comunicaciones donde se proyectan imágenes luminosas, las cuales pueden tener diferentes emisores y receptores. La proyección de imágenes puede tener diferentes características de secuencia, resoluciones, colores y tamaños, incluso pueden ser únicas o múltiples.

Paramento: Plano vertical que delimita la fachada de un inmueble, sobre un área pública o privada.

Patrimonio Cultural Construido del Distrito: El patrimonio cultural construido de Distrito está conformado por los Bienes de Interés Cultural, definidos en las normas propias de esa materia, y que poseen un interés histórico, artístico, arquitectónico o urbanístico para la ciudad.

Pendones: Son elementos de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar, de manera temporal, una actividad o evento de carácter cultural, cívico, educativo o deportivo.

Permiso: Acto administrativo mediante el cual la autoridad ambiental otorga la facultad de usar un recurso natural.

Propaganda electoral: Es la que realizan los partidos, los movimientos políticos y los candidatos cuando quieren acceder a cargos de elección popular, con fin de obtener apoyo electoral.

Publicidad de eventos realizados en el espacio público: Es aquella publicidad exterior visual que se permite, de manera temporal, para anunciar o promocionar un evento específico que se efectúa en el espacio público. El evento debe estar previamente autorizado por la Secretaría Distrital de Gobierno.

Publicidad Exterior Visual: Es el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas. Se puede hacer a través de vallas, tableros electrónicos, avisos, pasacalles, pendones, carteleras, mogadores, globos y otros similares.

Publicidad Exterior Visual con Movimiento: Es cualquier elemento de publicidad exterior visual que se destina a llamar la atención del público a través de leyendas, elementos visuales o imágenes en movimiento mediante la utilización o instalación de pantallas, o cualquier otro dispositivo electrónico dinámico.

Publicidad Exterior Visual en movimiento o en vehículos automotores: Actividad de comunicación con fines culturales, comerciales, turísticos, informativos e institucionales que se instala sobre las superficies exteriores de los vehículos automotores.

Publicidad con cubrimiento en edificaciones en proceso de construcción o remodelación de obra: Es aquella publicidad que se hace a través de la utilización de materiales microperforados que no opongan resistencia al viento y cuya finalidad sea el aislamiento total de los impactos generados por la obra.

Publicidad Exterior Visual sobre fachadas: Es aquella publicidad exterior visual que se proyecta sobre la fachada de una edificación a través de la proyección de imágenes.

Retroceso: Aislamiento de las edificaciones, con respecto al frente del lote que se levanta hacia espacio público.

Registro: Es la autorización otorgada por la Secretaría Distrital de Ambiente para ejercer la publicidad exterior visual con el cumplimiento de los requisitos legales.

Responsable del elemento de publicidad exterior visual: Persona natural o jurídica que registra el elemento de la publicidad exterior visual. En caso de imposibilidad para localizar al dueño del elemento de publicidad exterior visual, responderán por el incumplimiento de las normas el anunciante y el propietario del mueble o inmueble donde se ubique el elemento.

Reincidencia: Es reincidente aquella persona que una vez desmontado voluntaria u oficiosamente un elemento de publicidad exterior visual vuelve a instalarlo sin autorización de la Secretaría Distrital de Ambiente.

Renuencia: Se considera renuente la persona que no acata una orden de desmonte de un elemento de publicidad exterior visual.

Sección vial o sección transversal: Representación gráfica de una vía, que esquematiza, en el sentido perpendicular al eje, sus componentes estructurales, tales como: andenes, calzadas, ciclo vías, o ciclorrutas, separadores, zonas verdes y aquellos que conforman su amoblamiento.

Vida útil: Percepción que cualifica la duración del elemento, desde su instalación hasta su destino final. Describe el periodo promedio para el cual el elemento ha sido diseñado (construido).

Voladizo: Elemento volumétrico de la fachada de una edificación que sobresale del paramento de construcción en pisos diferentes del primero y se proyecta sobre el espacio público, antejardín o vía.

Valla: Se entiende por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares, que se coloca para su apreciación visual en lugares exteriores. Éste se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos, el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta. Para todos los efectos, cada valla estará integrada por la cara publicitaria y la estructura que la soporta.

Valla comercial: elemento de publicidad exterior visual que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos, el cual se integra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta. Para todos los efectos, cada valla estará integrada por la cara publicitaria y la estructura que la soporta.

Valla institucional: Elemento tipo valla que tiene por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado.

Vehículos de transporte público: Es el elemento que se utiliza como anuncio, identificación, señal, advertencia y propaganda con fines culturales, comerciales, turísticos o informativos, que se fijan o se instalan, adheridos o pintados sobre las superficies exteriores de los mismos. Se encuentra dispuesto para su apreciación visual desde la vía pública de uso público, peatonal y vehicular, haciendo uso de buses, busetas, colectivos, taxis y vehículos del sistema de transporte masivo, siempre y cuando no contravenzan las normas de tránsito de igual o superior jerarquía.

Vehículos de transporte de productos o que presten servicios: Es el elemento que se utiliza como anuncio, identificación, señal, advertencia y propaganda con fines culturales, comerciales, turísticos o informativos, que se fijan o se instalan adheridos o pintados sobre las superficies exteriores de los mismos, dispuesto para su apreciación visual desde la vía pública de uso público, peatonal, vehicular.

Vía V – 0: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad, definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de cien (100 metros). Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V – 1: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de sesenta (60) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V–2: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de cuarenta (40) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V-3: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de treinta (30) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V-3E: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de veinticinco (25) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V-4: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de veintidós (22) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V-5: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de dieciocho (18) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V-6: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de dieciséis (16) metros. Los perfiles viales de este tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Zonas de densidad alta: Zonas en las cuales se autoriza un grado más elevado de aprovechamiento del paisaje, mayor densidad de ubicación de elementos de Publicidad Exterior Visual y la instalación de elementos exclusivos para éstas conforme a los estudios técnicos realizados por la Secretaría Distrital de Ambiente. En estos lugares podrán cohabitar todos los elementos PEV debidamente reglamentados en tamaños y distancias.

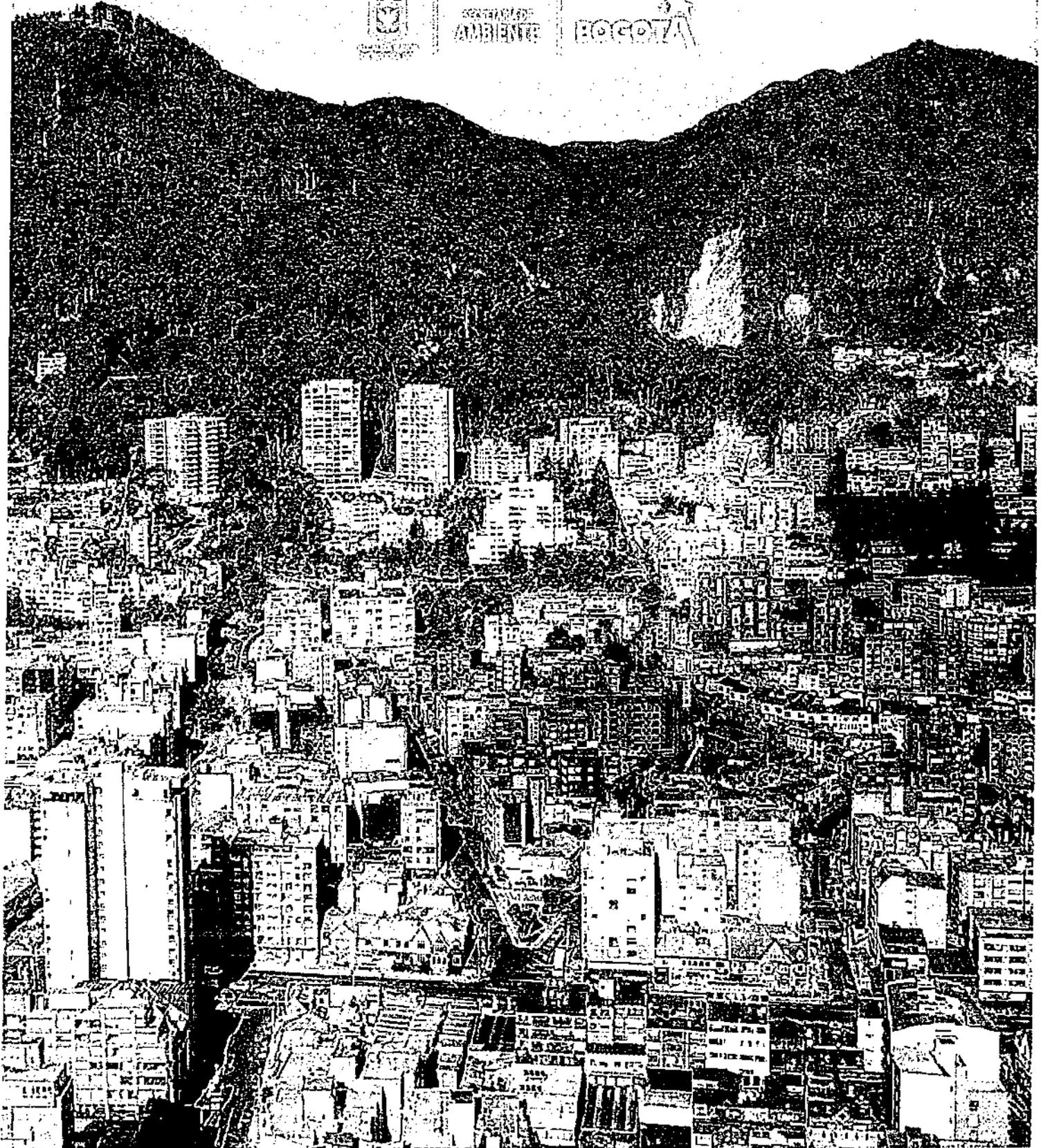
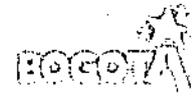
Zonas de densidad media: Zonas que, conforme a los resultados de los estudios previos, admiten un nivel intermedio de densidad publicitaria, así como la utilización de elementos de publicidad exterior visual reglamentados por la autoridad ambiental con base en los estudios que definan la saturación paisajística. En estos lugares podrán cohabitar algunos elementos PEV debidamente reglamentados en tamaño y distancias.

Zonas de densidad baja: Zonas que por la configuración del espacio público y sus condiciones características poseen una capacidad de carga del paisaje menor, razón por la cual la instalación de elementos de Publicidad Exterior Visual, se restringe solo a los elementos permitidos por la autoridad ambiental, con base en los estudios técnicos de saturación paisajística. En estos lugares solo podrán existir elementos menores debidamente reglamentados en tamaño y distancias.

Secretaría Distrital de Ambiente
Avenida Caracas No. 54-58
Subdirección de Calidad del Aire, Auditiva y Visual
www.ambientabogota.gov.co



SECRETARÍA DE
AMBIENTE





LEY N - N° 2.936

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR

TÍTULO I

DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL

Artículo 1° - *Objeto*- La presente Ley tiene por objeto regular las condiciones de la actividad publicitaria exterior, con el fin de proteger, promover y mejorar los valores del paisaje urbano y de la imagen de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Quedan sometidas a las disposiciones de esta Ley toda actividad publicitaria que se desarrolle y se perciba en el espacio público cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje y las condiciones de colocación, conservación y retiro de instalaciones y/o elementos publicitarios mediante los cuales se desarrolla y materializa la actividad objeto de la presente. Quedan exceptuadas de los términos de la misma, la actividad publicitaria que esté específicamente regulada.

Artículo 2° - *Autoridad de Aplicación*- El Poder Ejecutivo establece por vía reglamentaria la autoridad de aplicación de la presente Ley.

Artículo 3° - *Sujetos responsables*- Los sujetos de la actividad publicitaria, a los fines de este ordenamiento son:

- a) *Anunciantes*: Personas físicas o jurídicas que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realizan por sí o con intervención de una agencia de publicidad, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.
- b) *Agencias de Publicidad*: Personas físicas o jurídicas que toman a su cargo por cuenta y orden de terceros, funciones de asesoramiento, creación y planificación técnica de los elementos destinados a difundir propaganda o anuncios comerciales, la administración de campañas publicitarias o cualquier actividad vinculada con ese objeto.
- c) *Titular del medio de difusión*: Persona física o jurídica que desarrolla la actividad cuyo objeto es la difusión de mensajes que incluyan o no publicidad, por cuenta y orden de terceros, mediante elementos portantes del anuncio de su propiedad e instalados en lugares que expresamente ha seleccionado al efecto.
- d) *Industrial publicitario*: Persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta, instala o de cualquier otra forma realiza los elementos utilizados en la actividad publicitaria.
- e) *Instalador o matriculado publicitario*: Persona física o jurídica, inscripto en el Registro de Instalador o Matriculado Publicitario creado por Ley N° 2604 # (B.O.C.B.A. N° 2855).

1211 L.R. 10/11

42

Los sujetos de la actividad publicitaria son solidariamente responsables por toda violación o inobservancia de las normas relacionadas con la actividad publicitaria, referente a la instalación, habilitación, autorización del anuncio y del mantenimiento en perfecto estado de seguridad, limpieza, y pintura.

TÍTULO II
TIPOS DE PUBLICIDAD
CAPÍTULO 1
DEFINICIONES

Artículo 4° - *Tipos de publicidad*- Se clasifican en:

4.1. Según el contenido, la ubicación y la permanencia.

4.1.a. Anuncio: Toda imagen, leyenda, inscripción, signo, símbolo, dibujo y/o emisión luminosa, que pueda ser percibido en o desde el espacio público y realizado o no con fines comerciales.

4.1.b. Aviso: Anuncio publicitario colocado en un sitio y/o local donde no se desarrolla el comercio, industria y/o profesión y/o no se expenden los productos o no se prestan los servicios publicitados.

4.1.c. Letrero: Anuncio colocado en el mismo sitio y/o local donde se desarrolla la actividad, comercio, industria y/o profesión y que publicita exclusivamente la misma.

4.1.d. Ocasional: Letrero que corresponde a una actividad circunstancial: remate, venta o locación de inmuebles, cambio de domicilio o sede, liquidación de mercaderías, y eventos temporales.

4.1.e. Combinado: Anuncio colocado en el mismo local del comercio, industria y/o profesión y que publicita simultáneamente dicha actividad y a productos y servicios que expenden o prestan en dicho local.

Queda exceptuada de tal definición la actividad publicitaria efectuada en el interior de locales habilitados para el ejercicio del comercio, referida a productos o servicios que en los mismos se ofrecen o venden.

4.2. Según el tipo de emplazamiento del soporte:

4.2.a. Frontal: paralelo a la línea oficial, o de ochava, o de retiro obligatorio o del frente del edificio.

4.2.b. Saliente: perpendicular a la línea oficial o de retiro obligatorio.

4.2.c. Medianera: sobre muro divisorio de predio.

4.2.d. Sobre techo: sobre techos, azoteas o terrazas de inmuebles.

4.2.e. En el interior de predios: sobre el terreno natural o el solado de la parcela.

4.2.f. Sobre vallas: sobre cerramientos de obras destinados a tal fin.

4.3. Según sus características:

4.3.a. Afiches: Anuncio impreso en papel, vinilo o cualquier otro sustrato que se utilice a tales efectos y tenga por finalidad ser fijado en cartelera.

4.3.b. Iluminado: Anuncio que recibe luz artificial mediante fuentes luminosas externas, instaladas expreso delante, atrás, arriba, abajo, a uno o ambos costados del mismo.

4.3.c. Luminoso: Anuncio que emite luz propia porque el mensaje publicitario, texto y/o imagen está formado por elementos luminosos o porque consiste en una lámina translúcida o transparente, iluminada por detrás de la cara visible, que es el soporte del mensaje, texto o imagen publicitaria.

4.3.d. Animado: Anuncio que produce sensación de movimiento por articulación de sus partes y/o por efecto de luces, medios mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros.

4.3.e. Móvil: Anuncio fijado en transporte público de pasajeros: colectivos, micros, automóviles de alquiler con taxímetro o transportes privados de empresas de servicios.

4.3.f. Estructura representativa: Anuncio que posee o no cualquiera de las formas geométricas comunes o consistentes en esqueleto o armazón de cualquier material, simple, luminoso, iluminado o animado, con inscripciones o figuras.

4.3.g. Electrónico: Anuncio que funciona mediante la aplicación de circuitos electrónicos, para emitir, captar y reproducir mensajes e imágenes.

4.3.h. Mixto: Anuncio que reúne más de una de las características enunciadas.

4.3.i. Simple: Anuncio que no reúne ni adiciona ninguna de las características señaladas en los incisos precedentes.

La publicidad exterior que por sus características o tipo de tecnología empleada genere sensación de movimiento en su mensaje o imágenes, cualquiera sea su tamaño y ubicación, deberá presentar tanto en forma previa al otorgamiento de los permisos -sin perjuicio de los restantes recaudos que la propia ley y su reglamentación establezcan-, como ya otorgado el permiso y puesto en funcionamiento, estudios de impacto lumínico al tránsito vehicular y peatonal, en este último caso la presentación debe realizarse dentro de los ciento ochenta (180) días posteriores a su instalación. Dichos estudios deberán ser tratados y considerados por la Comisión de Paisaje Urbano al momento de analizar el otorgamiento del permiso o renovación, teniendo preponderancia las opiniones vertidas por el representante que se designe en materia de seguridad vial.

Asimismo, la Comisión de Paisaje Urbano y/o la Autoridad de aplicación, podrán solicitar los informes y estudios complementarios que resulten necesarios para garantizar la preservación del ambiente y la seguridad vial y peatonal.

4.4. Según su soporte:

4.4.a. Cartelera Porta afiche: Elemento destinado exclusivamente a la fijación de afiches.

4.4.b. Estructura portante publicitaria: soporte de sostén de anuncios.

4.4.c. Columna: Soporte vertical de gran altura constituida por un tubo de acero que sostiene avisos publicitarios, de característica aislada (sin arrimar a los muros), y en interior de predios.

4.4.d. Toldo: Cubierta no transitable, fija, móvil y/o rebatible.

4.4.e. Medianera: Muro divisorio de predio.

- 4.4.f. Telón Publicitario: Elemento de tela o material similar colocado en forma vertical al frente de las obras en construcción, cubriendo la fachada y fijado a andamios o estructuras similares.
- 4.4.g. Marquesina: Cubierta fija y no transitable, que puede conformar o no, un cajón de doble techo y que puede llevar anuncios en sus caras. No puede tener soportes de apoyo sobre la acera.

CAPÍTULO 2 CONDICIONES DE INSTALACIÓN

Artículo 5° - *Condiciones de instalación-*

5.1. Frontales

Características. Pueden contar con mensajes que hagan referencia a la actividad desarrollada en el lugar, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad que en el mismo se desarrolle. Permite el sponsoreo de una marca relacionada con la actividad. Sólo se permite un anuncio frontal por fachada de local.

Se admitirá un letrero frontal en coronamiento de edificio hasta la altura del edificio existente, cuando se trate de un uso comercial o industrial desarrollado en edificio propio, íntegramente ocupado por una misma empresa. Este letrero podrá alcanzar una altura máxima de 4 m. (cuatro metros).

Condiciones de instalación: Los anuncios deben instalarse paralelos al plano de fachada y deben cumplir con las siguientes condiciones:

5.1.a. Distrito R1:

5.1.a.1. La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros).

5.1.a.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 0,60 m. (cero/60 metros).

5.1.a.3. El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos.

5.1.a.4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros).

5.1.a.5. Pueden ser simples o luminosos.

5.1.a.6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente.

5.1.b. Distrito R2:

5.1.b.1. La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros).

5.1.b.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros).

5.1.b.3. El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos.

5.1.b.4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros).

5.1.b.5. Pueden ser simples, iluminados o luminosos.

5.1.b.6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente.

5.1.c. Distritos C - E - I:

5.1.c.1. La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros).

5.1.c.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 01 m. (un metro).

5.1.c.3. El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos.

5.1.c.4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros).

5.1.c.5. Pueden ser simples, iluminados, luminosos, electrónicos, animados o mixtos.

5.1.c.6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente.

5.1.d. Distritos AE y APH:

Sólo se permite anuncios de características simples con una superficie publicitaria no mayor al 05% (cinco por ciento) del total de fachada. Deben contar con dictamen del Consejo Asesor de Asuntos Patrimoniales de la Ciudad de Buenos Aires, cuya decisión es vinculante.

Sólo puede anunciar la actividad que se desarrolla en el lugar, sea esta temporal o no.

5.2. Salientes

Características. Pueden contar con mensajes que hagan referencia a la actividad desarrollada en el lugar, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad que en el mismo se desarrolle. Permite el sponsoreo de una marca relacionada con la actividad. Sólo se admite un saliente por fachada de local, el ancho máximo permitido es de 0,40 m. (cero/40 metros).

Condiciones de instalación. Los anuncios salientes son aquellos ubicados perpendicularmente al plano de la fachada y deben cumplir con las siguientes condiciones:

5.2.a. Distrito R1:

5.2.a.1. La saliente máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros).

5.2.a.2. La altura máxima permitida del dispositivo es de 0,60 m. (cero/60 metros).

5.2.a.3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 m. (dos/50 metros) medidos desde el nivel de la acera.

5.2.a.4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos.

5.2.a.5. Pueden ser simples o luminosos. En caso de ser luminosos deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (uno/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial y establecimientos de atención de la salud.

5.2.a.6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un saliente por frente.

5.2.b. Distrito R2:

5.2.b.1. La saliente máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros).

5.2.b.2. La altura máxima permitida del dispositivo es de 0,80 m. (cero/80 metros).

5.2.b.3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 m. (dos/50 metros.) medidos desde el nivel de la acera.

5.2.b.4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos.

5.2.b.5. Pueden ser simples o luminosos. En caso de ser luminosos deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (uno/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial o establecimientos de atención de la salud.

5.2.b.6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un saliente por frente.

5.2.c. Distrito C - E - I:

5.2.c.1. La saliente máxima permitida es de 1 m. (un metro)

5.2.c.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 1 m. (un metro)

5.2.c.3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 (dos/50 metros) medidos desde el nivel de la acera.

5.2.c.4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos.

5.2.c.5. Pueden ser simples, iluminados, luminosos, electrónicos o animados. En caso de ser luminosos, iluminados, electrónicos o animados, deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (un/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial o establecimientos de atención de la salud.

5.2.c.6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un saliente por frente.

5.2.d. No se puede instalar este tipo de dispositivos en los Distritos AE, APH y en el tramo comprendido sobre la Av. Corrientes entre las calles San Martín y la Av. Leandro N. Alem.

5.3. - *Toldos Publicitarios*-

Se permite exclusivamente la publicidad referente al nombre del establecimiento y el esponsorio relacionado con la actividad, la cual se ubicará en la falda de los toldos fijos, móviles y/o rebatibles. Deben ser contruidos en lona u otro material flexible, y la altura de paso no podrá ser en ninguno

de sus puntos, incluyendo la falda, inferior a 2,50 metros. Los toldos no podrán contar con soportes u otros elementos que lo fijen a la acera.

La saliente máxima del elemento no podrá superar 1/3 del ancho de la acera.

En las plantas altas el ancho no puede ser mayor al del vano, recogiéndose en el interior del mismo.

5.4.- Medianeras-

Condiciones de instalación:

Los anuncios publicitarios en medianeras deben ajustarse a las siguientes condiciones:

5.4.a. Los anuncios en medianeras deben ser en lona y colocarse con un soporte publicitario debidamente acabado y pintado.

5.4.b. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder el 50% (cincuenta por ciento) de la totalidad de la medianera visible.

5.4.c. No se admite como tratamiento de fondo la fijación de lonas o cualquier otro elemento decorativo diferente al revestimiento de obra o pintura sobre el paramento.

5.4.d. Las medianeras pueden dotarse con sistema de iluminación. Cuando el anuncio tenga luces intermitentes y/o afecte a viviendas permanentes o establecimientos de atención de la salud, deben instalarse a 1.50 m. (un/50 metros) del muro medianero o a 1 m. (un metro) del mismo si sus luces fueran fijas.

5.4.e. Los anuncios en medianeras deben estar constituidos predominantemente por imágenes.

5.4.f. La autoridad de aplicación debe en todos los casos priorizar la utilización de nuevas tecnologías, con la intervención de la Comisión de Paisaje Urbano.

5.5. - *Estructuras portantes publicitarias* - Estructuras sobre techos, azoteas o terrazas de inmuebles Condiciones de instalación: Los soportes publicitarios en techos, azoteas o terrazas de edificio deben cumplir con las siguientes condiciones:

5.5.a. Se instala alineado o no con la fachada. En ningún caso puede exceder los límites de la línea de edificación.

5.5.b. El anuncio publicitario puede alcanzar la altura máxima de 10 m. (diez metros).

En cualquiera de los casos abajo mencionados. Pueden ser simples, luminosos, electrónicos o iluminados.

En todos los casos no debe superar una vez y media la altura del edificio o inmueble en el que se encuentra emplazado ni tampoco superar al edificio más alto de la cuadra.

5.5.c. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 60 m² (sesenta metros cuadrados) si se encuentra emplazada en inmuebles cuya altura no supere los 10 m. (diez metros) del nivel de la acera.

5.5.d. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 80 m² (ochenta metros cuadrados) si se encuentra emplazada en inmuebles cuya altura no supere los 15 m. (quince metros) del nivel de la acera.

5.5.e. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 100 m² (cien metros cuadrados) si se encuentra en inmuebles cuya altura supere los 15 m. (quince metros) del nivel de la acera.

5.5.f. Cuando el anuncio tenga luces intermitentes y/o afecte a viviendas permanentes o centros de atención de la salud, estas deben instalarse a 1.50 m. (uno/50 metros) del muro medianero o a 1 m. (un metro) del mismo si sus luces fueran fijas.

5.5.g. Todos los elementos portantes deben estar debidamente enmascarados siguiendo el color del edificio.

5.5.h. La autoridad de aplicación debe en todos los casos priorizar la utilización de nuevas tecnologías, con la intervención de la Comisión de Paisaje Urbano.

5.5.i. La superficie publicitaria del anuncio se mide por el área del polígono que lo circunscribe, pasando por los puntos extremos; no forman parte del polígono ni el pedestal ni las estructuras portantes.

5.5.j. Sólo se permite una estructura portante sobre cada techo, azotea o terraza.

5.6. - Columnas en predios-

Condiciones de instalación: Las columnas publicitarias emplazadas en interior de predios deben cumplir con las siguientes condiciones:

5.6.a. Pueden tener dos fases publicitarias.

5.6.b. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 120 m² (ciento veinte metros cuadrados).

5.6.c. La altura máxima permitida para la columna es de 20 m. (veinte metros) medidos desde el nivel del terreno.

5.6.d. El anuncio publicitario no puede comenzar, sin excepción, antes de los 3 m. (tres metros) medidos desde el nivel del terreno.

5.6.e. Se debe dar adecuada terminación a su empotramiento, embaldosado, alisado, parquizado.

5.6.f. Las columnas deben ser de sección circular y deben estar protegidas por tratamiento anticorrosivo y de terminación adecuada.

5.6.g. En el interior de predios sólo está permitido el emplazamiento de columnas de sección circular. Se admite el emplazamiento de una (01) columna de sección circular por predio. Cuando el predio cuente con un frente superior a los 100 m. (cien metros) lineales se admite la colocación de una (01) columna cada 100 m. (cien metros) lineales.

5.6.h. Quedan prohibidas las columnas publicitarias en microcentro y macrocentro.

5.7. - Telón publicitario-

Los anuncios publicitarios en los telones sobre frentes de obras nuevas, obras de refacción y/o remodelación de fachadas se encuentran sujetos a las siguientes disposiciones:

5.7.a. La superficie total del telón a utilizar puede contener publicidad.

5.7.b. Este tipo de anuncio es exclusivamente de carácter temporal y requiere para la tramitación del permiso la presentación del proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno.

5.7.c. Deben cubrir la totalidad de la longitud de fachada teniendo como límite la altura del edificio.

Estos soportes se encuentran condicionados al permiso o aviso de obra correspondiente.

5.7.d. El material de estos soportes debe ser de lona microperforada ignífuga a los efectos de garantizar seguridad y paso de aire y luz.

5.7.e. Deben ser de características simples y/o iluminados.

5.7.f. A los efectos impositivos tributan como aviso frontal.

5.7.g. Deben ajustarse a lo indicado en la Ley Nacional de Higiene y Seguridad #, sus anexos y reglamentación y al Código de Edificación #.

5.7.h. En ningún caso pueden impedir la visión de los letreros reglamentarios exigidos por el Código de la Edificación #.

5.7.i. No pueden instalarse en terrenos baldíos.

5.8. - *Publicidad sobre vallas provisionales en obras y en terrenos baldíos* – Carteleras porta afiche

Características: A los efectos de la presente ley las obras susceptibles de contar con afiches publicitarios, entendidos como tales aquellos pasibles de mensajes cambiables e impresos en papel, vinilo o cualquier otro sustrato que se utilice a tales efectos, son las obras nuevas y las obras especiales de ampliación, refacción, transformación, demolición total y/o restauración de fachada. Superficies permitidas: para un frente de lote de 8,66 m. (ocho/66 metros) tomado como medida lineal de frente parcelario, la superficie publicitaria total no puede exceder un máximo de 10 m² (diez metros cuadrados), quedando fuera de esa cifra tope el espacio destinado tanto a los marcos respectivos como a cada separación de mensaje. La altura de emplazamiento de los elementos, no puede superar los 5 m. (cinco metros) medidos desde el nivel del suelo.

El frente de 8,66 m. (ocho/66 metros) se toma como patrón para aplicar en forma proporcional a los frentes de mayor longitud a efectos del cálculo de la superficie publicitaria tope de 10 m². (diez metros cuadrados) de publicidad cada 8,66 m. (ocho/66 metros) lineales de frente.

A los fines de fijar patrones para la superficie publicitaria de cada dispositivo, se toman los paños de 1,09 m. (uno/09 metros) por 1,48 m. (uno/48 metros) y sus múltiplos.

Para la instalación de publicidad en obras, quien solicite el permiso debe contar con las autorizaciones que sean legalmente exigibles y materializar el vallado.

Condiciones de la instalación: Los anuncios publicitarios en obras deben ajustarse a las siguientes condiciones:

5.8.a. Los soportes publicitarios deben instalarse adosados al cierre reglamentario.

5.8.b. Los soportes publicitarios deben ubicarse:

5.8.b.1. Dispositivos menores a seis (06) módulos: a 0,25 m. (cero/25 metros) mínimo de la rasante del terreno.

5.8.b.2. Dispositivos de seis (06) o más módulos: a 0,25 m. (cero/25 metros) mínimo de la rasante del terreno.

5.8.b.3. En todos los casos los soportes deben guardar una distancia mínima de 0,25 m. (cero/25 metros) de las líneas medianeras.

5.8.c. Los soportes publicitarios no pueden superar los 5 m. (cinco metros) de altura sobre la rasante del terreno en la alineación oficial.

5.8.d. Los dispositivos deben exhibir la identificación de la empresa responsable y su correspondiente número de matrícula otorgado por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

5.8.e. La superficie de vallado que no contenga publicidad debe contar con protección de las características generales de las "Cercas al frente", establecidas en el artículo 4.3.2.1. del Código de Edificación # con el fin de evitar la pegatina libre.

5.8.f. Aquellos dispositivos que excedan la medida de seis (06) módulos sólo pueden ser instalados sobre avenidas.

5.8.g. Sólo se permite la instalación de un único tipo de dispositivo por ubicación en lo que hace a sus medidas.

5.9. - Marquesinas-

Características: pueden contar con un mensaje que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a la que se dedique y se permitirá el sponsoreo relacionado con la actividad.

Deben contar con iluminación Genital mínima de 25 lux medidos a un (1) metro de línea oficial y a un metro con sesenta y cinco centímetros (1,65 mts), de altura desde el nivel de cordón.

Condiciones de instalación: las marquesinas deberán cumplir con las siguientes condiciones:

Distritos C-E-I:

La altura máxima del dispositivo debe ser de un (1) metro.

Se deberá ubicar por encima de los tres (3) metros medidos desde el nivel de la acera. La saliente máxima del dispositivo debe ser de un (1) metro.

Cuando exista balcón en el piso superior se podrá ubicar a partir de los dos metros con cincuenta (2,50 m). La saliente máxima no podrá superar la línea del balcón, y no podrá en ningún caso ser mayor a un (1) metro.

Pueden ser simples, iluminadas y luminosas.

La superficie publicitaria puede incluir el cien por ciento (100%) de la superficie total de cada cara.

En distritos C-E-I comprendidos dentro del polígono delimitado por Av. General Paz, Av. Cabildo, Av. Santa Fe, Av. Juan B. Justo, Av. Córdoba, Av. Pueyrredón, Av. Corrientes, Pte. José E. Uriburu, Hipólito Yrigoyen, Av. Jujuy, Av. Belgrano, Av. Ing. Huergo, Av. Brasil, Av. Pedro de Mendoza, Riachuelo, y Av. General Paz, se admite una altura máxima del dispositivo de dos metros (2 m).

La superficie publicitaria no debe superar el cincuenta por ciento (50%) de la superficie total de cada cara

Distritos R1- R2- APH- AE: No se podrá instalar este dispositivo en estos distritos.

Se permiten marquesinas en las condiciones descritas por la presente ley con una altura de hasta un metro (1 m) en los distritos R2all definidos por el Código de Planeamiento Urbano # comprendidos en el siguiente polígono. Av Pueyrredón, Lavalle, Estado de Israel, Lerma, Araoz, Av. Corrientes, Humboldt, Sunchales, Cucha Cucha, Batalla del Parí, Paysandú, Av. San Martín, Av. Juan B. Justo, Condarco, Lazcano, Av. Lope de Vega, Miranda, Av. Juan B. Justo, Av. Gral. Paz, Av. Juan B. Alberdi, Lacarra, Av. Eva Perón, Pumacahua, Santander, Inclán, Chiclana, Av. Pavón, Av. Jujuy, Av. Pueyrredón.

No se podrá instalar este dispositivo en el área comprendida por Rivadavia, Cerrito (acera Oeste), Av. Santa Fe, Florida, San Martín, Av. Leandro N. Alem y Rivadavia. Ni en los tramos de la Avenida Santa Fe entre Cerrito y Av. Pueyrredón, ni en la Av. Córdoba entre Cerrito y Av. Callao, ni en la Av. Callao entre Av. Rivadavia y Av. Santa Fe.

Área de Reserva de la Ciudad: debe ser objeto de un proyecto especial.

Artículo 6° - *Parasoles y sombrillas-*

Se permite el sponsoreo en sombrillas ubicadas en el espacio público perteneciente a locales gastronómicos habilitados de acuerdo a la Ordenanza N° 33.266 # y sus modificatorias, Sección 11ª, Capítulo 11.8 - AD 700.60, Código de Habilitaciones y Verificaciones.

Artículo 7° - *Publicidad en centros y paseos de compras-*

7.1. Sobre frentes y/o muros exteriores de los centros y paseos de compras.

Características: Se encuentran ubicados sobre frentes y muros del inmueble comercial que enfrentan al espacio público.

Condiciones de instalación: Los soportes publicitarios sobre frentes y muros exteriores de este tipo de establecimientos deben ajustarse a:

7.1.a. Pueden ser frontales o salientes.

7.1.a.1. Frontales: La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros). La altura del dispositivo máxima permitida es de 2 m. (dos metros). El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros). Pueden ser simples, luminosos y/o iluminados. La superficie máxima permitida es de 10 m² (diez metros cuadrados).

7.1.a.2. Salientes: La saliente máxima permitida es de 1 m. (un metro). La altura máxima del dispositivo es de 1 m. (un metro). El dispositivo debe instalarse a partir de los 3 m. (tres metros), medidos desde el nivel de la acera. Pueden ser simples, luminosos y/o iluminados.

7.1.b. Sólo se admite un anuncio por frente y/o muro exterior.

7.2. Las disposiciones de este artículo no son de aplicación para los edificios de centros y paseos de compras que se encuentren catalogados y/o bajo disposiciones de protección patrimonial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y/o APH, los que no admiten publicidad en sus muros exteriores.

Artículo 8º - Letreros ocasionales- Condiciones de instalación:

Se admite un elemento por unidad funcional del inmueble. Deberá ser frontal con una superficie máxima de 2 m² (dos metros cuadrados).

En ningún caso pueden conformar cuerpos espaciales por adición de planos, circunscribiéndose exclusivamente a planos bidimensionales paralelos al plano frontal de apoyo.

Constructivamente se componen de tres elementos, según las características morfológicas y cualitativas que se detallan, para cuya realización, la reglamentación podrá ampliar el espectro incorporando otros materiales:

- 1) Estructura Resistente. La estructura resistente se compone por un marco perimetral, con refuerzos internos que aseguren que el mismo sea indeformable, de caño de chapa de acero con protección anticorrosivo o aluminio de sección y espesores a determinar por el respectivo calculo estructural, con presillas u ojales para anclaje incorporados a la misma. Estos se dispondrán en cada vértice, y con intermedios centrados cuando la distancia entre los amarres supere los 100 cm (cien centímetros).
- 2) Plano Publicitario. El plano publicitario se confecciona en materiales caracterizados por su bajo peso, resistencia e imprimibles, tales como lona plástica, vinilo, materiales plásticos alveolares o similares, convenientemente sujetos a la estructura resistente.
- 3) Elementos de Anclajes. Los elementos de anclaje se conforman por un conjunto de bulones o varillas roscadas y abrazaderas; cables de acero y prensa cables (en cuyo caso se utilizarán tres prensa cables como mínimo por cada anclaje). Los materiales de los anclajes deben ser tratados a fin de que sean resistentes a la intemperie.

Los letreros ocasionales se fijan únicamente a elementos estructurales del edificio, o a elementos resistentes colocados en forma definitiva, tales como barandas de balcón, carpinterías metálicas, etc.

Queda prohibido el uso de sogas, alambres de hierro, galvanizado o similares, así como ataduras de cualquier tipo para el anclaje de los carteles.

Artículo 9º - Contenedores estacionarios de recolección de basura- Los mismos pueden ser utilizados como soporte para el auspicio y promoción de campañas de difusión, únicamente orientadas a conductas ciudadanas sobre preservación del medio ambiente y del espacio público.

Artículo 10 - *Publicidad en colectivos, ómnibus, micros y automóviles de alquiler con taxímetro-*.

- a) En el transporte público de pasajeros: colectivos, ómnibus y micros, este tipo de anuncios se rige por la Resolución de la C.N.R.T. N° 451/99 #.
- b) En los Automóviles de alquiler con taxímetro, la publicidad se rige por lo establecido en los Decretos Nros. 1022/88 # (B.M. N° 18228) y 1183/07 # (B.O.C.B.A. N° 2756).

Artículo 11 - *Condiciones comunes-* Los elementos publicitarios no deben alterar las características físicas del vano y sus carpinterías (curvatura de los arcos, rejas, carpintería de ventanas).

CAPÍTULO 3 ZONIFICACIÓN

Artículo 12 - *Zonificación-* La actividad publicitaria se rige conforme a los distritos aquí mencionados los que se asimilan al Código de Planeamiento Urbano # sólo a los efectos publicitarios, conforme al siguiente cuadro:

CUADRO SÍNTESIS PARA LA INSTALACIÓN DE ANUNCIOS SEGÚN LOS DIFERENTES DISTRITOS

UP	ASIMILA CON UP (2)	APH	ASIMILA CON APH (3)	AE	ASIMILA CON AE (4)	E4	R1	ASIMILA CON R1 (5)	R2	ASIMILA CON R2 (6)	C1- C2- C3	E1- E2- E3	ASIMILA CON C1- C2-C3 E1-E2-E3-I (7)
----	--------------------------	-----	---------------------------	----	--------------------------	----	----	--------------------------	----	--------------------------	------------------	------------------	--

I - Según ubicación y contenido

a) Aviso	-	-	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P
b) Letreros	-	8	8	8	8	-	P	P	P	P	P	P	P
c) Letrero ocasional	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P	P	P

II - Según el emplazamiento

a) Frontal	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P	P	P
b) Saliente	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P	P	P
c) Medianera	-	-	-	-	-	-	-	P	P	P(1)	P	P	P
d) Sobre azotea	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	P(1)	P(1)	P(1)
e) Interior de predios (A)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	P	P	P
f) Sobre vallas	-	-	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P

III - Según sus características

a) Afiches	-	-	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P
b) Iluminado	-	-	-	-	-	-	-	-	P	P	P	P	P

<p>(3) No admite ningún tipo de publicidad. Al solo efecto publicitario se asimilan a Distrito APH: U21 sector C, U32, U33, AE2 (sobre Juramento y Vuelta de Obligado) AE3, AE5, AE6, AE7, AE8, AE9, AE12, AE13, AE14 y AE16</p>
<p>(4) Sólo admite publicidad institucional. Al sólo efecto publicitario se asimilan a Distritos AE : ARE</p>
<p>(5) Al sólo efecto publicitario se asimilan a Distritos R1 los siguientes distritos: U3, U4, U5, U6 Zona 3, U7 Zona B, U8, U9, U10, U12 área uso residencial, U13, U15 Zona 1, U15 Zona 2, U16, U17 Zona I, U20 Zona 1, U20 Zona RU, U21 Sector A, U21 Sector B, U23 Zona 1, U23 Zona 9, U23 Zona 10, U26 Zona 2, U26 Zona 3, U28, U31, U34, U35, U36 Zona A, AE1, AE4, AE15, AE17, AE18, AE19, AE20, RU, UF, AU, P y U22 Sector RU</p>
<p>(6) Al sólo efecto publicitario se asimilan a Distritos R2: U1, U2, U6 Zona 2, U6 Zona 4, U20 Zona 2a, U20 Zona 2b, U20 Zona 3, U20 Zona 4, U20 Zona 5, U21 Sector D, U23 Zona 2, U23 Zona 4, U23 Zona 5, U23 Zona 7, U23 Zona 8, U29 Zona II, U36 Zona B</p>
<p>(7) Al sólo efecto publicitario los siguientes Distritos se asimilan a los que se detalla a continuación: U19 Sector C se asimila a E3, U22 Sector B se asimila a E1, U17 Zona II se asimila a I, U19 Sector A se asimila a I, U19 Sector B se asimila a I, U22 Sector A se asimila a I, U23 Zona 3 se asimila a C3, U23 Zona 6 se asimila a C3, U29 Zona I se asimila a C3, U29 Zona III se asimila a C3, AE2 (sobre Av. Cabildo) se asimila a C3.</p>
<p>(8) Sólo simples y hasta un máximo del 5% del total de la fachada. No admite sponsorero. Requiere dictamen del Consejo Asesor De Asuntos Patrimoniales de la CABA, con excepción de los comprendidos en el artículo 16 de la presente.</p>
<p>OBSERVACIONES: Los distritos U11 (Puerto Madero) y U19 Sector D (Área Industrial - Comercio Mayorista) deben contar con la intervención de la Comisión de Paisaje Urbano.</p>

12.1. Distritos R1: Son zonas destinadas al uso residencial exclusivo con viviendas individuales y colectivas de densidad media o media-baja y altura limitada.

Área disponible para publicidad:

- a) Sólo se admite la instalación de letreros y letreros ocasionales ubicados sobre la red vial secundaria definida por el Código de Planeamiento Urbano #.
- b) Pueden ser frontales o salientes según los artículos 5.1.a y 5.2.a.

12.2. Distritos R2: Son zonas destinadas al uso residencial general con alto o medio bajo grado de densificación y consolidación, en el cual se admiten usos compatibles con la vivienda.

Área disponible para publicidad:

- a) Sólo se admite la instalación de letreros, letreros ocasionales y avisos.
- b) Pueden ser frontales, salientes o en carteleras porta afiches, según lo establecido en los artículos 5.1.b y 5.2.b.
- c) Pueden ser simples, iluminados y/o luminosos.
- d) Pueden ubicarse carteleras porta afiches de obras, toldos, medianeras y telones.

12.3. Distritos C: Se denominan así a los agrupamientos de usos: administrativo, financiero, comercial y de servicios, a distintos niveles cualitativos y cuantitativos, que definen rasgos diferenciales entre distintas categorías de centros. Sólo admite el uso residencial con restricciones.

- A) Distrito C1- Área Central: Es el área destinada a localizar el equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a escala nacional, regional y urbana, en el más alto nivel de densidad y diversidad, dotada de las mejores condiciones de accesibilidad para todo tipo de transporte de pasajeros.
- B) Distrito C2 - Centro Principal: Son zonas destinadas a la localización de equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a escala de sectores urbanos que se desarrollan en correspondencia con vías de alta densidad de transporte público de pasajeros.
- C) Distrito C3 - Centro Local: Son las zonas destinadas a la localización del equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a escala local y barrial con adecuada accesibilidad.

Área disponible para publicidad en los Distritos C

- a) Admite la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos.
- b) Pueden ser frontales; salientes; en medianeras; en interior de predios; sobre vallas de obras y sobre techos, terrazas o azoteas de inmuebles.
- c) Pueden ser simples, iluminados, luminosos, mixtos, electrónicos, animado, afiches y estructura representativa.
- d) Pueden ubicarse sobre carteleras porta fiches, sobre toldos, sobre medianeras, sobre telones publicitarios, sobre estructura portante publicitarias y sobre columnas.
- e) En el Distrito C1, en el área de la Av. 9 de Julio deben adecuarse a lo establecido en el Artículo 12, inciso 16.1 de la presente norma.

12.4. Distritos E: Se denominan así a aquellas áreas, dotadas de buena accesibilidad, donde se localizan usos que sirven al conjunto urbano y/o regional que por sus características de tamaño, molestias, etc. no deben localizarse en zonas centrales o residenciales. En estos distritos se admiten también usos complementarios que contribuyen a mejorar la funcionalidad de aquellos.

- A) Distrito E1 - Equipamiento Mayorista
- B) Distrito E2 - Equipamiento General
- C) Distrito E3 - Equipamiento Local

Área Disponible para Publicidad:

Se asimilan a lo dispuesto para los distritos C.

12.5. Distrito I: Son zonas destinadas al agrupamiento de las actividades manufactureras y de servicios cuya área de mercado es predominantemente la Ciudad de Buenos Aires y que por sus características admiten ser localizadas en el ejido urbano.

- A) Distrito I1 - Industrial Exclusivo
- B) Distrito I2 - Industrial compatible con el uso residencial en forma restringida

Área disponible para publicidad:

Se asimilan a lo dispuesto para los distritos C.

12.6. Distrito E4 - Equipamiento especial: Son zonas de localización de usos singulares, que por sus características, requieren terrenos de gran superficie y normas particularizadas para cada actividad. Estos elementos constituyen los grandes equipamientos a escala urbana y/o regional.

Este distrito no admite publicidad salvo la institucional.

12.7. Distrito Portuario - P: Son zonas afectadas a la actividad portuaria y los usos complementarios indispensables para el desarrollo de dicha actividad. Cualquier publicidad no relacionada con la actividad portuaria, debe ser aprobada por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires.

12.8. Distritos de Urbanización Determinada - U: Son zonas que con la finalidad de establecer o preservar conjuntos o sectores urbanos de características diferenciales, son objeto de regulación integral en materia de uso, ocupación, subdivisión de suelo y plástica urbana.

12.8.1. Distrito U1 - Barrio Comandante Piedrabuena: Al solo efecto publicitario se asimila el Distrito U1 a distrito R2.

12.8.2. Distrito U2 - Barrio M.T. de Alvear, Barrio General José de San Martín, Barrio John F. Kennedy, Barrio Soldati I, Barrio Manuel Dorrego y Barrio Presidente Illia. Al solo efecto publicitario se asimila el Distrito U2 a Distrito R2

12.8.3. Distrito U3: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1.

12.8.4. Distrito U4 - Barrio Juan XXIII: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1.

12.8.5. Distrito U5 - Barrio Parque Almirante Brown: Al solo efecto publicitario este distrito se asimila al Distrito R1.

12.8.6. Distrito U6 - Barrio General Savio:

Zona 1: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito UP, no admitiendo en consecuencia ningún tipo de publicidad.

Zona 2: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R2.

Zona 3: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1.

Zona 4: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R2.

12.8.7. Distrito U7 - Lugano III y IV:

Zona A: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito UP, no admitiendo en consecuencia ningún tipo de publicidad.

Zona B: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1.

12.8.8. Distrito U8 - Lugano V: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1.

12.8.9. Distrito U9 - Barrio Ricchieri: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1.

12.8.10. Distrito U10 - Ante Puerto: Zona de localización de edificios públicos. Al solo efecto publicitario se asimila este distrito a Distrito R1.

12.8.11. Distrito U11 - Puerto Madero: Cualquier intervención publicitaria a efectuar en esta área debe ser objeto de un proyecto especial que debe ser presentado ante la Comisión de Paisaje Urbano quien debe expedirse al respecto. No se admite ningún tipo de intervención publicitaria en el Sub distrito de Valor Patrimonial así como tampoco en el Sub distrito Urbanización Parque a excepción de lo normado por Ordenanza N° 51.818 # (B.O.C.B.A. N° 274).

12.8.12. Distrito U12 - Catalinas Sur:

Área de Uso Residencial: se asimila al solo efecto publicitario a Distrito R1.

Área de Uso Público: se asimila al solo efecto publicitario a Distrito UP.

12.8.13. Distrito U13 - Catalinas Norte: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1.

12.8.14. Distrito U15 - Barrio Parque:

Zona 1: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1

Zona 2: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1

Zona UP: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito UP

12.8.15. Distrito U 16 - Aeroparque:

Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1 teniendo en cuenta que al producirse la desafectación del actual destino del Aeroparque Jorge Newbery este distrito queda automáticamente afectado a Distrito UP.

12.8.16. Distrito U 17 - Villa Soldati:

Zona I: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

Zona II: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I.

12.8.17. Distrito U 19 - Área Industrial - Comercio Mayorista:

Sector A - Área Industrial: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I.

Sector B - Comercio Mayorista: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I.

Sector C - Comercio Mayorista: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito E3.

Sector D - Área de Reserva de la Ciudad: requiere intervención de la Comisión de Paisaje Urbano.

12.8.18. Distrito U 20 - Barrio Nuevo Colegiales:

Zona 1 (Z1): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

Zona 2a (Z2a): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 2b (Z2b): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2

Zona 3 (Z3): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 4 (Z4): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 5 (Z5): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona RU (Reserva Urbana): Dado su carácter urbanístico de reserva y morfología edilicia sin normar, no se admiten intervenciones publicitarias en este subdistrito.

Zona UP1: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria.

Zona UP2: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria.

Zona UP3: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria.

Zona UP4: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria.

Zona UP5: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria.

Zona UP6: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria.

12.8.19. Distrito U 21 - Área Industrial Lisandro de la Torre:

Sector A: Afectado a Distrito UF.

Sector B: Afectado a Distrito UF.

Sector C: Afectado a Distrito APH.

Sector D: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

12.8.20. U 22 - Desarrollo Urbanístico Industrial:

Sector A: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I.

Sector B: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito E1.

Sector RU: Se asimila a Distrito RU.

12.8.21. U 23 - Barrio Nuevo Belgrano:

Zona 1 (Z1): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

Zona 2 (Z2): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 3 (Z3): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3.

Zona 4 (Z4): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 5 (Z5): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 6 (Z6): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3.

Zona 7 (Z7): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 8 (Z8): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona 9 (Z9): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1

Zona 10 (Z10): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1

12.8.22. U 26 - Barrio Parque Central:

Zona 1 (Z1): Se asimila a Distrito UP. no permitiendo por lo tanto ningún tipo de intervención publicitaria.

Zona 2 (Z2): No admite ningún tipo de intervención publicitaria.

Zona 3 (Z3): No admite publicidad salvo la institucional.

Zona 4 (Z4): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito UP no permitiendo por lo tanto ningún tipo de intervención publicitaria.

12.8.23. U 28 - Belgrano R: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

12.8.24. U 29 - Polo de Atracción La Recoleta:

Zona I: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3.

Zona II: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

Zona III: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3.

12.8.25. U 31: La totalidad de este Distrito al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

12.8.26. U 32 - Área de Protección Patrimonial de Antiguo Puerto Madero: Al solo efecto publicitario se asimila a distrito APH a excepción de lo normado por la Ordenanza N° 51.818 # (B.O.C.B.A. N° 274).

12.8.27. U 33 - Yrurtia: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito APH.

12.8.28. U 34: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

12.8.29. U 35 - Barrio Mitre: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

12.8.30. U 36 - Barrio Cornelio Saavedra:

Zona A: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

Zona B: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2.

12.8.31. - Casos Particulares: Barrio "Las Cañitas" se asimila a R2.

12.9. Distritos AE - Arquitectura Especial: Zonas que por el carácter histórico, tradicional o ambiental que ya poseen son objeto de un ordenamiento especial mediante normas particularizadas con el fin de preservar dicho carácter.

12.9.1. Distrito AE 1 - Terraza Agüero: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1.

12.9.2. Distrito AE 2 - Av. Cabildo entre Juramento y Echeverría Sobre Av. Cabildo: se asimilara a C 3. Sobre Juramento y Vuelta de Obligado: al solo efecto publicitario se asimila a APH.

12.9.3. Distrito AE 3 - Av. Presidente R. S. Peña y Av. Julio A. Roca: Al solo efecto publicitario este Distrito se asimila a Distrito APH.

12.9.4. Distrito AE 4 - Circuito Turístico La Boca: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1.

12.9.5. Distrito AE 5 - Av. Alvear entre Callao y Libertad: Se asimila a Distrito APH.

12.9.6. Distrito AE 6 - Plaza Congreso: Se asimila a Distrito APH.

12.9.7. Distrito AE 7 - Plazoleta Carlos Pellegrini: Se asimila a Distrito APH.

12.9.8. Distrito AE 8 - Plaza de Mayo: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito APH.

12.9.9. Distrito AE 9 - Plaza Lavalle: Se asimila a Distrito APH.

12.9.10. Distrito AE 12 - Entorno de la Plaza San Martín: Se asimila a Distrito APH.

12.9.11. Distritos AE 13 y 14 - Aceras cubiertas con pórticos.: Sólo se permite un (01) anuncio institucional por edificio constituido por caracteres independientes en los edificios frentistas a las avenidas Leandro N. Alem y Paseo Colón.

12.9.12. Distrito AE 15 - Parcelas Frentistas a Av. General Paz: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1.

12.9.13. Distrito AE 16 - Florida, Paraguay, Reconquista y Viamonte: Al solo efecto publicitario este Distrito se asimila a Distrito APH 1.

12.9.14. Distrito AE 17 - Pasajes de Palermo Viejo - Villa Alvear: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1.

12.9.15. Distrito AE 18 - Conjunto Ravignani - Ancon: Al solo efecto publicitario este distrito se asimila a Distrito R1.

12.9.16. Distrito AE 19 - Bordes de distrito lindantes con el distrito U3: Al solo efecto publicitario este distrito se asimila a Distrito R1.

12.9.17. Distrito AE 20 - Entorno Centro Judicial: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1.

12.10. Distrito RU - Renovación Urbana: Corresponde a zonas en las que existe la necesidad de una reestructuración integral. A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1.

12.11. Distrito UF - Urbanización Futura: Corresponde a terrenos de propiedad pública, aún no urbanizados, u ocupados por instalaciones y usos pasibles de remoción futura; así como a las tierras destinadas al uso ferroviario: zona de vías, playa de maniobra, estaciones y terrenos aledaños a esos usos. Estos distritos están destinados a desarrollos urbanos integrales que exigen un plan de conjunto previo en base a normas y programas especiales. A los efectos publicitarios, este distrito se asimila a R1 a excepción de las áreas lindantes a vías de tránsito rápido las que se rigen por lo establecido en el artículo 12.16.3 de la presente.

12.12. Distrito UP - Urbanización Parque: No se admite ningún tipo de publicidad excepto lo normado para el Sistema de Padrinazgo de Plazas, Ordenanza N° 43.794 # (B.M. N° 18.631).

12.13. Distrito AU - Bajo Viaducto de Autopistas Urbanas: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1.

12.14. Distrito ARE - Área Reserva Ecológica: No se admite ningún tipo de publicidad, salvo la institucional.

12.15. Distrito APH - Área de Protección Histórica: Este distrito abarca ámbitos que por sus valores históricos, arquitectónicos, simbólicos y ambientales poseen un alto significado patrimonial, siendo merecedores de un tratamiento de protección de sus características diferenciales.

No admite ningún tipo de publicidad, salvo las excepciones expresamente autorizadas por las normas vigentes.

12.16. Áreas Especiales

12.16.1. Las disposiciones del presente artículo se aplican a las estructuras portantes publicitarias en el área comprendida por Av. 9 de Julio y las calles Carlos Pellegrini y Cerrito, en los tramos que éstas resultan paralelas a la arteria mencionada y entre el eje de la calle Lavalle al eje de la calle Sarmiento:

A.1) Los anuncios pueden ser luminosos y/o animados y/o electrónicos.

A.2) Deben ajustarse a lo especificado en el artículo 5.5 de la presente. Los anuncios sobre techos, azoteas y/o terrazas que excedan las superficies y alturas máximas permitidas tienen carácter singular y demandan estudio especial de la Comisión de Paisaje Urbano sobre un proyecto específico, dada la característica de isla publicitaria de este tramo.

A.3) Se debe acompañar propuesta con fotografías y memoria descriptiva de las características generales del anuncio, la que debe ser aprobada por la Comisión de Paisaje Urbano.

Los anuncios de cualquier tipo, frontales, salientes, en medianeras, en interior de predios, marquesinas, sobre vallas de obras, y sobre techos, azoteas y/o terrazas de inmuebles colocados en el área comprendida por Av. 9 de Julio y las calles Carlos Pellegrini y Cerrito, cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, tipo de publicidad y condiciones de instalación, que implique el uso de nuevas tecnologías y/o que exceda las superficies, alturas máximas y cualquier otra condición prevista para su clase, demanda estudio especial y aprobación de la Comisión de Paisaje Urbano, de la Agencia de Protección Ambiental y del organismo de tránsito que se establezca por vía reglamentaria sobre un proyecto específico, dadas las características de la isla publicitaria, debiendo atenderse a los siguientes requisitos:

B.1) Los anuncios pueden ser luminosos y/o animados y/o electrónicos.

B.2) Se debe acompañar propuesta con fotografías y memoria descriptiva de las características generales del anuncio.

B.3) Se debe acompañar estudio de impacto lumínico al tránsito vehicular y peatonal.

Así como también dar cumplimiento a lo establecido en el último párrafo del apartado 4.3.

12.16.2. No se permiten estructuras sobre techos, azoteas y/o terrazas en los tramos delimitados por las siguientes calles:

B.1. Av. 9 de Julio entre Juncal y Av. del Libertador San Martín.

B.2. Av. Córdoba entre Rodríguez Peña y Libertad.

B.3. Av. Córdoba entre Suipacha y Av. Leandro N. Alem.

B.4. Av. Santa Fe entre Rodríguez Peña y Libertad.

B.5. Av. Santa Fe entre Suipacha y Maipú.

B.6. Av. Las Heras entre Av. Pueyrredón y Av. Sarmiento.

B.7. Av. Belgrano entre Solís y Salta.

B.8. Av. Belgrano entre Tacuarí y Av. Paseo Colón.

B.9. Av. Independencia entre Solís y Salta.

B.10. Av. Independencia entre Tacuarí y Av. Paseo Colón.

El resto de los anuncios colocados en esta área se rigen por las normas generales vigentes para cada distrito.

12.16.3. Las playas de estacionamiento que cuenten con más de 100 m. (cien metros) lineales de frente quedan exceptuadas de lo dispuesto en el artículo 13.2, inciso p). Pueden colocar dispositivos, los que estarán situados en todos sus puntos a una altura mínima de 2,5 m. (dos/5 metros) sobre la rasante de la acera del terreno y cuya altura no puede superar los 7 m. (siete metros) sobre la referida rasante.

12.16.4. Las disposiciones del presente artículo se aplican a las estructuras portantes publicitarias, sobre techos, azoteas y/o terrazas en el área comprendida por la Av. Corrientes entre la Av. Callao y eje de la Av. Leandro N. Alem, las que se rigen en lo referente a alturas y máximos de superficies permitidos a lo normado en el artículo 5.5 de la presente, las que se asimilan a lo especificado en los puntos A.1) y A.3) del párrafo precedente.

El resto de los anuncios colocados en esta área se rigen por las normas generales vigentes para cada distrito.

12.16.5. Publicidad en áreas lindantes a vías de tránsito rápido.

En un todo de acuerdo a la Ley N° 2.148 # (B.O.C.B.A. N° 2.615) que declara la plena integración y participación de la Ciudad de Buenos Aires al Sistema Nacional de Seguridad Vial aprobado por Decreto Nacional N° 779/95 # reglamentario de la Ley Nacional de Tránsito y Seguridad Vial N° 24.449 # , y su Resolución N° 533/98 # que reglamenta la publicidad en la red nacional de caminos, el presente inciso reglamenta las condiciones de instalación y características de la publicidad en las áreas lindantes a vías de tránsito rápido en la Ciudad de Buenos Aires, las cuales quedan exceptuadas de la zonificación descripta en el artículo 12.

Autopista Sur 25 de Mayo	AU1
AU2	AU2
Autopista General Paz	AU4
Autopista Perito Moreno	AU6
Autopista Occidental Pte. Héctor J. Cámpora	AU7
AV1 Sur Presidente Arturo Frondizi	AV1
Avenida 27 de Febrero	AV2
Avenida Perito Moreno	AV3
Avenida Parque	ex AU3
Ex Autopista Central	ex AU3
Autopista Presidente Dr. Arturo Humberto Illia	
Avenida Leopoldo Lugones	
Avenida Intendente Cantilo	

De las normas a observar:

- A) Las estructuras publicitarias deben guardar una distancia mínima de 200 m. (doscientos metros) entre sí. Sólo se permiten carteles de publicidad estática.
- B) Se permiten carteles simples, luminosos, iluminados, no electrónicos ni animados.
- C) En cuanto al mensaje publicitario se admite la exteriorización de frases cortas publicitarias (máximo 15 palabras, cualquiera sea el tamaño de la letra utilizada), logotipo, marca o imagen que comprenda al producto.
- D) Sólo está permitido la utilización, tanto en la estructura publicitaria de sostén como en el cartel publicitario de pinturas, tintas y elementos mate que eviten todo tipo de reflejo.
- E) Cada cartel publicitario debe contar con una estructura de sostén adecuada a dicho fin, la que debe garantizar la absorción de los esfuerzos bajo cualquier tipo de condiciones climáticas. La misma debe contar con bases de fundaciones adecuadas a las tensiones soportadas. En estas vías sólo se admite la colocación de los siguientes tipos de soportes publicitarios: estructura portante publicitaria sobre techo, azotea y/o terraza y columnas.
Las estructuras mencionadas deberán cumplimentar los requisitos mencionados en el Artículo 20.
- F) En todos los casos los anuncios publicitarios pueden ser simples o doble faz,
- G) La superficie publicitaria máxima permitida por faz es de 60 m² (sesenta metros cuadrados).
- H) Será de aplicación las prohibiciones absolutas enumeradas en el artículo 3° de la Resolución 533/98 # de la Dirección Nacional de Vialidad (B.O 04/06/98) y las prohibiciones respecto al tipo de elementos enunciados en el punto 4° de la misma norma.

12.16.6. Sin perjuicio del distrito al que pertenezcan, los clubes de barrio comprendidos en la Ley 1807 # se asimilarán al solo efecto publicitario a lo especificado para los Distritos C3.

CAPÍTULO 4 DE LAS PROHIBICIONES

Artículo 13 - *Publicidad no autorizada* - De las prohibiciones.

13.1. Un anuncio no debe:

- a) Atentar contra la dignidad de las personas y/ o vulnerar los derechos y garantías reconocidos en la Constitución Nacional # y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires #. En caso de verificarse tal publicidad, la autoridad de aplicación debe ordenar el retiro inmediato de la misma, sin perjuicio de las sanciones que pudieran corresponder a los responsables de la misma.
- b) Afectar la calidad ambiental por ninguno de los siguientes motivos:
 - 1 El brillo de sus luces o frecuencia en su encendido.
 - 2 Producir ruidos y/o sonidos molestos, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1540 # (B.O.C.B.A. N° 2694).

- 3 Emitir radiaciones nocivas, dentro del marco establecido por la Ley 123 # (B.O.C.B.A. N° 622) de la Ciudad de Buenos Aires, su modificatoria Ley 452 # (B.O.C.B.A. N° 1025) y aquellas concordantes en la materia.
- c) Contravenir las disposiciones contenidas en las normas de tránsito vigentes y su reglamentación.
- d) Perjudicar la visibilidad de la nomenclatura de calles y caminos, señales de tránsito u otras advertencias de interés general.

13.2. Quedan prohibidos los elementos publicitarios en los lugares que se indican a continuación:

- a) Fuentes, estatuas, monumentos y otras expresiones artísticas, templos y edificios públicos. A los efectos de la prohibición establecida en el presente inciso quedan comprendidas las aceras perimetrales.
- b) Plazoletas, parques, paseos, bulevares y terrenos públicos, sin perjuicio de lo normado en la presente. A los efectos de la prohibición establecida en este inciso quedan comprendidas las aceras perimetrales.
- c) Postes de señalización de tránsito y de paradas de vehículos de pasajeros, las columnas de alumbrado y los árboles, y todo otro elemento no habilitado expresamente a tal efecto ubicado en los espacios públicos.
- d) El solado de las aceras y el pavimento de la calle.
- e) Las señales viales y/o sus estructuras portantes.
- f) Los cruces a nivel de la vía pública con vías férreas. En estos encuentros no se puede colocar anuncios sobre las superficies triangulares con lados adyacentes de 5 m. (cinco metros) medidos sobre la línea oficial y 6 m. (seis metros) sobre las prolongaciones de las líneas de las barreras. Esta prohibición alcanza a los muros incluidos en esta superficie. Se exceptúa la colocación de anuncios frontales sobre las líneas oficiales desde los 5 m. (cinco metros) y hasta los 10 m. (diez metros) de las líneas de las barreras.
- g) Cementerios y muros que los circundan.
- h) La Avenida Sarmiento y las arterias interiores del Parque 3 de Febrero.
- i) Las cúpulas, agujas y cubiertas de tejas.
- j) La colocación de publicidad en la parte exterior del aporticamiento obligatorio de las aceras.
- k) Los anuncios luminosos e iluminados en balcones. Los simples sólo son admitidos cuando se trate de letreros ocasionales
- l) Cuando obstruyan la visual en la zona de seguridad de esquina, definida por la prolongación de las líneas de ochava.
- m) Los que afecten la visual de las señales viales y semáforos.
- n) En los cordones y en los escalones de las escaleras situadas en la vía pública.
- ñ) En vehículos o remolques, en circulación o estacionados en la vía pública, cuya finalidad principal sea la transmisión de mensajes publicitarios.

- o) La instalación de carteles y todo tipo de publicidad institucional, comercial y política en parques, plazas y espacios verdes públicos, salvo las que están sujetas al sistema de padrinazgo.
- p) En las playas de estacionamiento de la Ciudad de Buenos Aires según lo dispuesto por el Código de Edificación de la Ciudad #, la Ordenanza N° 35.387 # (B.M. N° 16.711) y por el Código de Habilitaciones y Verificaciones de la Ciudad de Buenos Aires #.
- q) Los que desfiguren los lineamientos del diseño de la fachada ocultando balcones y ventanas.

13.3. Quedan prohibidos los siguientes tipos de anuncios:

- a) La realización de publicidad mediante carteles, pegatinas, etiquetas, vinilos u otros procedimientos similares fijada sobre paramentos de edificios, instalaciones, superficies traslúcidas, monumentos, obras públicas, alumbrado y/o cualquier otro servicio público.
- b) Los pasacalles, entendiéndose por tales a cualquier elemento que se coloque colgado o suspendido transversalmente o paralelos a la calzada y por encima de ella, fijado a cualquier elemento ubicado en la acera o en los edificios frentistas, contenga o no mensajes publicitarios.
- c) Los de cualquier naturaleza vinculada con servicios fúnebres y cementerios privados dentro de un radio menor de 150 m. (ciento cincuenta metros) de hospitales, sanatorios y/o cualquier otro establecimiento público o privado donde se asisten enfermos.
- d) La propaganda comercial en vehículos fúnebres.
- e) Los anuncios aéreos de cualquier naturaleza ejecutados por medio de vehículos de transporte aéreo o aerostatos.
- f) Los sonoros de cualquier tipo en vía pública.
- g) Los que reproduzcan señales o símbolos de uso vial con fines publicitarios.
- h) Los que utilicen como material lámina reflectora, siempre que impliquen un riesgo para el tránsito.
- i) La publicidad de tabacos, cigarrillos u otros productos destinados a fumar según lo establecido por la Ley N° 1799 # (B.O.C.B.A. N° 2313).
- j) La publicidad de la actividad comercial de la práctica de tiro al blanco que incluya la exhibición de armas de fuego y cualquier otra que las exhiba.
- k) Las columnas publicitarias u otros elementos publicitarios no autorizados, destinados a ser emplazados en la vía pública, salvo los elementos correspondientes al mobiliario urbano.
- l) Los exhibidores, entendiéndose por tales los artefactos especiales de cualquier tipo o forma, que incluyan leyendas publicitarias, contengan o no mercaderías, y que se encuentren instalados en la vía pública.
- m) La colocación de balizas de todo tipo ubicadas sobre anuncios, exceptuándose las exigidas por los organismos de control de aviación.

- n) Los anuncios exhibidos en carteleras o pantallas portadas o trasladadas por personas o animales, exceptuándose las arterias Florida, Perú y Lavalle en los tramos en los cuales son peatonales.
- ñ) La denominada pegatina libre.
- o) Cualquier forma de publicidad de sustancias psicoactivas dirigidas a personas menores de dieciocho (18) años de edad, sea para su venta, promoción, entrega u oferta en forma gratuita, cuando su mensaje, contenido, finalidad o consigna estén asociados a la cultura infanto juvenil, conforme lo establecido en el Artículo 4° de la Ley N° 2318 # (B.O.C.B.A. N° 2702).
- p) Los que tengan por objeto la promoción explícita o implícita de la oferta sexual que se desarrolla y/o facilita en establecimientos, los que hagan explícita o implícita referencia a la solicitud de personas destinadas al comercio sexual, y los que incluyan imágenes de contenido sexual vinculadas con la promoción de la oferta o comercio de sexo que lesionen la dignidad de la persona. Quedan comprendidos en esta prohibición los volantes que se entreguen, distribuyan y/o se coloquen para ser retirados en cualquier espacio público o en las puertas de acceso a los locales en general.

Artículo 14 - *Características de los soportes publicitarios*- El diseño y las características constructivas de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deben reunir las condiciones de seguridad y calidad precisas para la función a la que se destinen, debiendo cumplimentar la Norma CIRSOC.

TÍTULO III COMISION DE PAISAJE URBANO

Artículo 15 - *Comisión de Paisaje Urbano*- Créase la Comisión de Paisaje Urbano, en adelante C. de P. U., en el ámbito de la autoridad de aplicación. Está integrada por un representante de cada uno de los siguientes organismos o los que en el futuro los reemplacen:

- Dirección General de Ordenamiento de Espacio Público
- Dirección General de Fiscalización de Obras y Catastro
- Consejo de Plan Urbano Ambiental
- Dirección General de Seguridad Vial
- Administración Gubernamental de Ingresos Públicos
- Dirección Legal y Técnica de la autoridad de aplicación

La Presidencia de la Comisión, es ejercida por el representante de la Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público o el organismo que en el futuro la reemplace, quien tiene voz y voto. Esta repartición asignará de su seno al Secretario Administrativo del Cuerpo, quien tiene voz,

pero no voto en las reuniones. Los representantes de las restantes reparticiones tendrán el carácter de vocales con voz y voto y serán asignados por los respectivos organismos. En caso de empate el voto del Presidente define.

Tendrá participación en la C.de P. U., con voz, pero sin voto, un representante de cada una de las siguientes organizaciones:

- Cámara Argentina de Anunciantes
- Cámara Argentina de la Industria del Letrero y Afines
- Asociación Argentina de Empresas de Publicidad Exterior
- Cámara Argentina de Empresas de Publicidad en la Vía Pública
- Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires

La intervención y dictamen de la C.de P.U. serán obligatorios cuando:

- a) Surjan dudas respecto a la aplicación e interpretación de la presente ley y reglamento que se dicte, o en el trámite de las actuaciones relacionadas en la materia.
- b) Existan discrepancias de criterio entre distintas reparticiones, en un caso dado, con relación a las materias regladas por el presente ordenamiento.
- c) Sea necesario expedirse respecto de anuncios a instalarse en distritos en los que no se haya determinado el área disponible para publicidad.

La Comisión tiene facultades para aprobar proyectos y/o propuestas particulares previstas en esta Ley. La misma se reunirá como mínimo cada quince (15) días.

Artículo 16 - Protección del Patrimonio- En los elementos catalogados o áreas declaradas sitios de interés histórico, artístico, paisajístico y/o natural, se prohíbe todo tipo de intervención y/o actividad publicitaria, a excepción de edificios de museos, bibliotecas o análogos, con independencia de su nivel de catalogación, que pueden divulgar sus exhibiciones o actividades temporales, mediante anuncios instalados como banderolas, paralelas o perpendiculares a la fachada, ejecutadas en tela o materiales análogos. El sponsoreo no podrá exceder el 10% (diez por ciento) de la superficie. Se permite en forma expresa en los elementos catalogados o áreas declaradas sitio de interés histórico, artístico, paisajístico y/o natural, la instalación de anuncios publicitarios establecidos en el Artículo 5.7 en las obras nuevas y/o refacción y/o remodelación de fachadas que se ejecuten en los lugares enumerados en este artículo. La publicidad no podrá exceder el 10% (diez por ciento) de la superficie del telón.

TÍTULO IV

PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADOS EN SUELO DE DOMINIO PÚBLICO

Artículo 17 - Publicidad en dominio público- Toda publicidad que utilice soportes situados en suelo de dominio público, con excepción de los elementos expresamente regulados por esta Ley, debe

ser objeto de licitación pública y queda sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

Artículo 18 - *Permisos especiales*- La autoridad de aplicación puede permitir la utilización del equipamiento público como soporte divulgativo o informativo de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo y/o sanitario de singular importancia estipulando su duración.

TÍTULO V RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS PERMISOS

CAPÍTULO 1 PROCEDIMIENTO

Artículo 19 - *Iniciación*- El procedimiento de tramitación del permiso de publicidad se inicia mediante presentación de solicitud que debe contener los datos exigidos en cuanto a identificación, domicilio y matrícula publicitaria del interesado, lugar de ubicación del o de los anuncios, particularidades (clasificación, tipo y características), superficie, fecha y firma del mismo.

Artículo 20 - *Documentación*- Junto con la solicitud del permiso, se debe presentar una memoria explicativa, en la que se deben exponer todos los datos relativos al desarrollo de la actividad, forma de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas, dimensiones, emplazamiento, y demás características de la actividad publicitaria y se debe aportar, en su caso, cuantos permisos o autorizaciones sean necesarios.

Para las estructuras de sostén de los soportes son obligatorios los siguientes requisitos:

- a) Proyecto técnico suscripto por técnico competente y visado por el Colegio Profesional correspondiente, el que debe contener memoria y planos (Plano en calco y tres copias heliográficas, de acuerdo a normas del Código de Edificación #). El técnico competente debe contar con matrícula habilitante, quien suscribirá el proyecto conjuntamente con el industrial publicitario. Cuando se trate de estructuras sobre techos, azoteas y/o terrazas y de columnas en predios, el matriculado debe ser de primera categoría. En los casos en que la estructura de sostén de los soportes se trate de cartelera porta afiche, se debe presentar boceto con desarrollo del frente y ubicación de los módulos, especificando cotas de altura y distancias linderas.
- b) Para los anuncios que demanden estructuras especiales de sostén y/o instalaciones mecánicas eléctricas de alta tensión, se exige plano de acuerdo a las normas contenidas en el Código de la Edificación #. El plano respectivo debe contar con la firma de instalador matriculado de primera categoría y la del industrial publicitario.

- c) Dirección facultativa visada por el Colegio Profesional correspondiente y compromiso de asumir el mantenimiento de las condiciones de la instalación durante la vigencia del permiso, en caso de otorgarse, el que reviste carácter de declaración jurada. En los casos en que la estructura de sostén de los soportes se trate de cartelera porta afiche, no se requerirá el visado por el Colegio Profesional.
- d) Para el caso particular de las columnas debe acompañarse el estudio de suelos respectivo firmado por profesional competente.
- e) Plano parcelario actualizado a escala 1/2.000, en el que se señalen claramente los límites del lugar donde se pretenda llevar a cabo la instalación y plano de situación con ubicación acotada de los elementos.
- f) Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 cm. por 15 cm. (diez centímetros por quince centímetros) y soporte digital JPG de forma que permita su perfecta identificación.
- g) Permiso del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres (03) meses.
- h) Fotocopia del permiso o aviso de obra para aquellos casos en los que la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén efectuando o vayan a efectuarse obras.
- i) Alineación oficial si la instalación pretende ubicarse en un solar u obra.
- j) Fotocopia autenticada de la matrícula publicitaria.
- k) Póliza de seguro de responsabilidad civil o certificado emitido por compañía aseguradora que cubra los posibles daños a personas o cosas durante el montaje, permanencia y desmonte de la instalación publicitaria.

Artículo 21 - *Permiso para frontales, salientes, toldos y marquesinas*- Cuando la actuación publicitaria consista en un frontal, saliente, toldo, o marquesina, puede tramitarse conjuntamente con el permiso de obra o de habilitación de la actividad del local. Si se solicita autónomamente la instalación de un frontal, saliente, toldo, o marquesina, dicha solicitud se tramita según el procedimiento previsto en los artículos 19 y 20 de la Ley 2.936 # .

Artículo 22 -*Tramitación*- El procedimiento de otorgamiento de permiso para el desarrollo de actividades publicitarias contempladas en la presente Ley, se ajusta a los siguientes trámites:

- a) La solicitud acompañada de la documentación prevista para cada caso en los artículos anteriores, se debe presentar en la Mesa de Entradas que disponga la reglamentación de la presente ley.
- b) La oficina receptora dispone de un plazo de veinte (20) días hábiles para examinar la solicitud y la documentación aportada, y en su caso formular requerimiento al interesado para que subsane los defectos de la documentación o acompañe la que siendo preceptiva, no se haya

presentado, otorgándole para ello un plazo de diez (10) días hábiles con advertencia que si no lo hiciera se le tendrá por desistido de su petición.

- c) A efectos del cómputo de los plazos de tramitación, se considera iniciado el expediente en la fecha de entrada de la documentación completa en la mesa de entradas del órgano competente para su tramitación.
- d) La resolución del órgano competente debe producirse en un plazo no superior a noventa (90) días hábiles, contado desde el día siguiente de iniciado el expediente.
- e) Para el caso de publicidad sobre vallas provisionales en obras y en terrenos baldíos, la autoridad de aplicación receptorá la documentación pertinente la cual revestirá carácter de declaración jurada y de cumplimentarse los requisitos requeridos queda aprobada al momento de su presentación.

CAPÍTULO 2

OTRAS DISPOSICIONES SOBRE LOS PERMISOS

Artículo 23 - *Seguro de responsabilidad civil*- Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera permiso de obra, el titular debe antes de retirar el permiso, presentar comprobante de pago del mismo y de la póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmonte de la instalación publicitaria.

Artículo 24 - *Identificación de la instalación*- Los propietarios, los titulares de las instalaciones publicitarias y el industrial publicitario, tienen la obligación de identificar los soportes a cuyo efecto deben colocar en lugar visible: el número de expediente que identifique el correspondiente permiso, la identificación de los sujetos responsables y su correspondiente matrícula publicitaria.

CAPÍTULO 3

PLAZOS DE VIGENCIA DE LOS PERMISOS

Artículo 25 - *Plazos*- El plazo de vigencia de las autorizaciones para instalaciones publicitarias reguladas en esta ley es de cinco (05) años desde la fecha de su otorgamiento.

Se exceptúan de esta regla general, los permisos para las instalaciones reguladas en los artículos 5.1., 5.2 y 5.3., por estar vinculadas al desarrollo de la actividad propia del local, y las instalaciones o actividades publicitarias de carácter temporal. Los plazos de vigencia de los permisos para instalaciones o actividades de carácter temporal son:

- a) Telones: seis (06) meses prorrogables por igual período.
- b) Ocasionales: tres (03) meses prorrogables por igual período.

Artículo 26 - Prórroga del permiso- Las prórrogas se solicitarán con una antelación mínima de treinta (30) días hábiles a la de la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

- a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG. Las mismas deben acreditar mediante certificación ante escribano público la fecha en que se tomó la fotografía.
- b) Certificado de profesional competente donde se testifique que la instalación se ajusta al permiso concedido y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o dispuestas en el permiso.
- c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para el otorgamiento del permiso.

La prórroga se entiende automáticamente concedida transcurridos ciento veinte (120) días hábiles desde la solicitud de la misma, siempre que se haya solicitado dentro del plazo exigido, a excepción de los casos contemplados en los incisos a) y b) del Artículo 25, en los que se entenderá automáticamente concedida a los treinta y cinco (35) días hábiles.

En el supuesto que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias, no puede entenderse concedida la prórroga hasta que se compruebe que aquellas han sido corregidas.

En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la autorización queda automáticamente sin vigencia.

CAPÍTULO 4 CONSERVACIÓN DE LA INSTALACIÓN

Artículo 27 - Deber de conservación- Los sujetos responsables de las instalaciones publicitarias de acuerdo a lo establecido en el Artículo 3° deben mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos y obras precisas para el cumplimiento de tales fines.

Artículo 28 - Orden de ejecución- La autoridad de aplicación puede ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias, la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el artículo anterior.

A estos efectos, la autoridad de aplicación concede al titular de las instalaciones publicitarias un plazo de entre ocho (08) y quince (15) días hábiles, en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizarlas en dichos plazos, en cuyo caso la autoridad de aplicación podrá conceder un plazo mayor.

El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilita al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a adoptar cualquiera de estas medidas:

- a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación.
- b) Imposición de las sanciones previstas.

Sin perjuicio de lo previsto en los apartados anteriores, cuando el órgano competente aprecie la existencia de un peligro grave o inminente para la seguridad de personas o bienes, puede adoptar las medidas que estime oportunas para evitarlo sin necesidad de resolución administrativa previa.

TÍTULO VI REGIMEN SANCIONATORIO

CAPÍTULO 1 PROCEDIMIENTO ESPECIAL DE INFRACCIONES.

Artículo 29 - Procedimiento de infracciones- Comprobada una infracción a las disposiciones de esta norma o aquellas que resulten de aplicación, la autoridad de aplicación procede de la siguiente manera:

1. Se labra acta de comprobación en la que se intima, de corresponder, a su regularización dentro de un plazo no mayor de diez (10) días hábiles. En el caso de los letreros ocasionales descritos en el Art. 8vo, el plazo de regularización es de dos (2) días hábiles, en virtud del riesgo público que los mismos podrían generar.
2. Ante el incumplimiento de lo intimado y vencido el plazo otorgado por la autoridad de aplicación, la Administración queda facultada para disponer el retiro inmediato del anuncio y sus estructuras de soporte, procediendo a su secuestro y pudiendo recurrir al auxilio de la fuerza pública en caso de ser necesario. De la misma forma, este procedimiento se aplica para remediar los incumplimientos generados por los letreros ocasionales.
3. La autoridad de aplicación puede proceder a la clausura del local donde se encuentre instalado el anuncio en contravención.
4. En caso de techos, azoteas y terrazas y predios baldíos se procederá a la clausura de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Habilitaciones y Verificaciones, Ordenanza N° 33.266 # (B.M. N° 15.419).
5. Si la infracción no fuera susceptible de ser corregida, en razón de mediar impedimento de zonificación o cualquier otra circunstancia reglamentaria insalvable:
 - a) Se labra el acta de comprobación correspondiente.
 - b) Se dispone el retiro inmediato del anuncio, medida que ejecutará la repartición que corresponda, pudiendo recurrir al auxilio de la fuerza pública en caso de ser necesario.
 - c) La autoridad de aplicación puede proceder a la clausura del local donde se encuentra instalado el anuncio.

Artículo 30 - *Elementos Secuestrados*- Los elementos secuestrados pueden ser devueltos a sus dueños a solicitud de los mismos. Si la autoridad administrativa facultada para sancionar la falta se hubiere expedido de manera favorable al administrado, éste no deberá pagar los gastos ocasionados por el retiro, traslado y depósito. En caso contrario, el administrado deberá pagar dichos gastos para poder retirar los elementos secuestrados.

Artículo 31 - *Infracciones por anuncios especiales*- En los casos de anuncios que afecten la seguridad del tránsito, se encuentren prohibidos por las normas vigentes, atenten contra la moral y las buenas costumbres, ofrezcan peligrosidad por su estado de deterioro o sus responsables no exhiban el comprobante de vigencia de la póliza de seguros, en todos los casos:

- a) Se dispone su retiro inmediato sin notificación alguna, labrándose acta de comprobación.
- b) Se labra el acta de comprobación en la que se intima, de corresponder, a su regularización dentro de un plazo no mayor a diez (10) días hábiles.
- c) Ante el incumplimiento de lo intimado y/o vencido el plazo otorgado por la autoridad de aplicación, la Administración queda facultada para proceder de igual manera que la establecida en el Artículo 29, incisos 3° y 4° de la presente Ley.
- d) En los casos de las carteleras porta afiche y afiches colocados en infracción, se dispondrá su retiro inmediato sin notificación alguna, labrándose acta de comprobación.

CAPÍTULO 2

FALTAS Y SANCIONES

Artículo 32 - *Faltas*- Los distintos sujetos de la actividad publicitaria excepto el anunciante y la agencia de publicidad serán pasibles de acuerdo a la gravedad o reiteración de las infracciones en las que incurrieren a la suspensión en el uso de la matrícula, lo cual implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto la pena aplicada sea cumplida o haya desaparecido la causa que la motivó.

Se consideran infracciones las acciones y omisiones que contravengan la presente Ley las que quedan incorporadas a la Ley N° 451 #, Régimen de Faltas de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 33 - *Faltas en Letreros Ocasionales*- Para los letreros ocasionales descriptos en el Art. 8°, son considerados sujetos responsables de los incumplimientos, los propietarios de los inmuebles que alojen a los letreros y los anunciantes del objeto publicitario.

A los fines de determinar la sanción, se asimila el incumplimiento de las condiciones constructivas descriptas en el Art. 8° de la presente con la instalación de carteles en la vía pública en lugares no habilitados.

Artículo 34 - *Falta por no contar con Matrícula*- La realización de actividades publicitarias sin contar con la respectiva Matrícula Publicitaria se rige por lo establecido en el Art. 74°, Título II "Protección de la Actividad Pública y Privada", Capítulo I "Administración Pública y Servicios Públicos", de la Ley N° 1472 # . (B.O.C.B.A. N° 2055), Código Contravencional de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

CAPÍTULO 3 DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Los permisos y/o autorizaciones de publicidad en vigencia caducan en la fecha fijada en cada uno de ellos.

Todos los anuncios instalados que no se ajusten a los requisitos contemplados en la presente Ley tienen un plazo de ciento ochenta (180) días a contar desde la promulgación de la misma, para readecuarlos a sus requisitos, sin que se produzca la caducidad de la vigencia de los permisos y/o autorizaciones oportunamente otorgados. Los gastos que demande la readecuación a la norma estarán a cargo del permisionario. Vencido este plazo la autoridad de aplicación queda facultada a disponer la caducidad automática de los permisos y/o autorizaciones y el retiro de los anuncios.

Observaciones Generales

1. # La presente Norma contiene remisiones externas #
2. Se deja constancia que las referencias al/los organismos consignados se refieren al/los mencionados en las normas, o a aquellos que actualmente los hubieren sustituido en las atribuciones y funciones previstas en la presente.
3. El texto original del Artículo 12.3.b. de la presente, fue vetado parcialmente por el Artículo 1° del Decreto 1482/2008 texto conforme Decreto N° 1491/2008, Art.1°. El Veto parcial fue aceptado por Resolución 249/LCBA/2009, texto subrogado por Resolución 567/LCBA/2009.
4. El artículo 12 apartado 16 inciso 6 fue vetado por el Art. 2° del Decreto N° 1.482/2008, BOCBA 3092 del 9/01/2009. El veto fue aceptado por Art. 2° de la Resolución de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires N° 249/2009, BOCBA 3248 del 1/09/2009, texto conforme Art. 1° de la Resolución de la Legislatura de la CABA N° 567/2009, BOCBA 3332 del 4/01/2010.



Municipalidad Metropolitana de Lima

ORDENANZA N° 2348-2021

LIMA, 20 DE MAYO DE 2021

EL ALCALDE METROPOLITANO DE LIMA

POR CUANTO:

El Concejo Metropolitano de Lima, en Sesión Ordinaria de la fecha;

Estando en uso de las facultades establecidas en el numeral 8 del artículo 9 y en el artículo 157 de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades y sus modificatorias y de conformidad con lo opinado por la Comisión Metropolitana de Desarrollo Urbano, Vivienda y Nomenclatura, mediante sus Dictamen N° 044-2021-MML-CMDUVN de fecha 31 de marzo de 2021, el Concejo Metropolitano de Lima, por UNANIMIDAD y con dispensa del trámite de aprobación del acta, aprobó la siguiente:

ORDENANZA QUE REGULA LAS DISPOSICIONES TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE AUTORIZACIÓN PARA LA UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN LOS DISTRITOS DE LA PROVINCIA DE LIMA

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Artículo 1. Objeto y finalidad

La presente ordenanza tiene por objeto regular las disposiciones técnicas y procedimientos administrativos de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior; a fin de establecer su uniformidad para los distritos de la provincia de Lima.

Tiene por finalidad, preservar la seguridad pública, ambiente urbano y orden público; así como, la conservación, estética y mejora del ornato local.



Artículo 2. Ámbito de aplicación

Las disposiciones contenidas en la presente ordenanza, son de obligatorio cumplimiento para la Municipalidad Metropolitana de Lima, Municipalidades Distritales en lo que sean aplicables, y toda persona natural o jurídica de derecho público o privado delimitada en el ámbito de la provincia de Lima, con excepción del Centro Histórico de Lima.

Artículo 3. Excepciones

Las disposiciones de la presente ordenanza, no son aplicables para los casos de propaganda electoral, el cual presenta su propia regulación; los elementos distintivos que identifican a las ambulancias médicas, vehículos del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú y todo vehículo de propiedad de las entidades públicas.

Asimismo, no requiere contar con autorización municipal para la instalación de publicidad exterior, los anuncios informativos en general que no constituyan publicidad comercial.



Municipalidad Metropolitana de Lima

Artículo 4. Principios de los elementos de publicidad de exterior

Para el cumplimiento del objeto y finalidad de la presente ordenanza, se establecen los siguientes principios:

- a) **Responsabilidad.**- Toda ubicación de elementos de publicidad exterior no debe generar contaminación visual en perjuicio de la ciudadanía y/o conductores de unidades vehiculares.
- b) **Protección y cuidado del ambiente urbano y ornato local.**- La autoridad municipal debe prever la conservación de la salud de las personas y el disfrute de las cualidades físicas y estéticas derivadas del ornato de la ciudad.
- c) **Uniformidad de ubicación.**- La autoridad municipal ejerce única y exclusivamente aprobar la ubicación del elemento de publicidad exterior en bienes de dominio público, dominio privado y unidades móviles, sujetas al cumplimiento de aspectos técnicos y normativos salvaguardando la seguridad de las personas y el ornato local.
- d) **Limitación.**- La autoridad municipal debe establecer disposiciones uniformes para la ubicación de elementos de publicidad exterior evitando la exclusividad, monopolio y acaparamiento en favor del agente económico.
- e) **Mensaje publicitario.**- La difusión de todo elemento de publicidad exterior no debe expresar o generar mensajes de prácticas o actos discriminatorios.

Artículo 5. Definiciones

Para efectos de la presente ordenanza se aplican las siguientes definiciones:

1. **Adosar.**- Colocar una cosa contigua o apoyada a otra.
2. **Adherir.**- Pegar o unir algo a otra cosa, generalmente utilizando una sustancia.
3. **Alféizar.**- Es el paramento correspondiente a la parte baja de la ventana.
4. **Altura de edificación.**- Es la medida vertical de una edificación.
5. **Arquitecto (a).**- Profesional especializado en arquitectura encargado de proyectar y diseñar edificaciones u otros elementos de infraestructura según reglas, normas, técnicas y estéticas determinadas por ley.
6. **Azotea.**- Nivel accesible que se ubica encima del lecho del último piso.
7. **Área de exhibición.**- Es la superficie expresada en metros cuadrados (m²) que ocupa el elemento de publicidad exterior.
8. **Berma.**- Espacio físico o franja longitudinal, paralela y adyacente a la superficie de rodadura de la carretera, utilizada como zona de seguridad para el estacionamiento de vehículos en caso de emergencia.
9. **Bicicleta.**- Ciclo de dos ruedas accionado exclusivamente por el esfuerzo muscular de las personas que lo ocupan, y principalmente a través de la transmisión de movimiento a las ruedas traseras en particular mediante pedales o manivelas.
10. **Bienes de dominio privado.**- Son aquellos destinados al uso o fines particulares o privados.
11. **Bienes de dominio público.**- Son aquellos bienes de aprovechamiento o utilización pública tales como: parques, plazas, malecones, acantilados, bosques, intercambios viales, puentes, túneles; así como sus elementos constitutivos como aceras, bermas, calzadas, jardines, separadores y similares en favor de la ciudadanía.





Municipalidad Metropolitana de Lima

12. **Bienes de servicio público.-** Son todos aquellos bienes que sirven para la prestación de cualquier servicio público.
13. **Canopy.-** Estructura auto portante, compuesta generalmente por elementos metálicos, cuyas bases se encuentran ancladas o cimentadas al suelo del predio y su cobertura es de material liviano. La misma que, forma parte de las obras o instalaciones autorizadas en grillos o estaciones de servicio.
14. **Casa rodante.-** Vehículo adaptado para ser usado como vivienda a través de carrocería especializada o techo levadizo. Cuenta con camas, zona de cocina, mesas, etc., y también son denominados para uso de vivienda o de acampar.
15. **Cerca.-** Elemento de cierre que delimita una propiedad o dos espacios abiertos.
16. **Concedente.-** Es quien otorga una concesión a una entidad pública y/o privada.
17. **Contaminación visual.-** Es el fenómeno mediante el cual se ocasionan impactos negativos en la percepción visual, por el abuso de ciertos elementos que alteran la estética o la imagen del paisaje urbano, y que generan una saturación visual alterando el ornato local, tránsito y en general el orden para una ciudad.

Por otro lado, estos elementos provocan contaminación visual cuando se ubican de manera aglomerada sin autorización, en relación a su tamaño, distribución y cantidad.

18. **Cruce peatonal.-** Zona transversal al eje de una vía, destinada al cruce o paso de peatones.
19. **Pago por aprovechamiento.-** Es el pago que se realiza para el uso y/o aprovechamiento de un bien de dominio público, a favor de una persona natural o jurídica.
20. **Edificación.-** Obra de carácter permanente, cuyo destino es albergar actividades humanas. Comprende las instalaciones fijas y complementarias y adscritas a ella.
21. **Elemento de publicidad Exterior (EPE).-** Son textos, leyenda o forma de representación visual gráfica, mediante el cual se difunde, promociona o identifica a las marcas, denominaciones, servicios o actividades de carácter profesional, comercial, financiera e industrial, bienes, expresiones religiosas y organizaciones sociales, instituciones públicas o privadas e internacionales. La misma que, debe incluir para su sostenimiento una estructura o elemento físico portador.



22. **Leyenda.-** Todo mensaje que se desea transmitirse al público, pudiendo ser de forma textual, gráfica o mixta.
23. **Elemento fijo.-** Es el elemento de publicidad exterior que se encuentra ubicado en un bien de dominio privado, público o de servicio; y que por las características que presenta no puede ser desplazado.
24. **Elemento de publicidad exterior en marquesina.-** Es aquel que se está adosado en el elemento arquitectónico que sobresale y forma parte de la edificación.
25. **Estudio mecánica de suelos.-** Todo documento elaborado y suscrito por un ingeniero civil especializado en mecánica de suelos, mediante el cual se determina la resistencia del terreno, previo a la construcción y/o retiro de edificaciones y soportes de los elementos de publicidad exterior. La misma que, sirve como base para determinación del tipo de cimentación a usarse.
26. **Fachada.-** Pared exterior de una edificación, con vista frontal, lateral o posterior.
27. **Faja de servidumbre.-** Es la proyección sobre el suelo de la faja que ocupa los conductores eléctricos, seguida de la distancia de seguridad, según lo señalado en el Código Nacional de Electricidad, o la norma que lo sustituya.
28. **Fotomontaje o posicionamiento virtual.-** Es el resultado de la combinación fotografía de un elemento de publicidad exterior con la fotografía de la ubicación propuesta, a fin de establecer una simulación real.



Municipalidad Metropolitana de Lima

29. Intercambio vial.- Zona en la que dos o más carreteras se cruzan a distinto nivel, para el desarrollo de todo movimiento posible de cambio de dirección de una carretera a otra, con o sin interrupciones en el tráfico vehicular.
30. Islas.- Área situada entre los carriles de circulación, destinada para el control de las corrientes del tránsito en sus diferentes movimientos. Sirve como refugio de los peatones.
31. Ingeniero Civil.- Profesional de Ingeniería especializado en obras civiles, que comprende la construcción de infraestructura (vial, servicios públicos, etc.), equipamiento y/o de cualquier otro tipo de estructura, según las normas, estudios y reglas que se establecen en las leyes que le sean aplicables.
32. Lados del vehículo.- Son ubicaciones que comprende la unidad móvil en sus lados derecho e izquierdo, frontal, posterior y techo; estando como referencia, el punto de visión del conductor.
33. Led.- Diodo semiconductor que emite luz, cuando se le aplica tensión o corriente.
34. Memoria descriptiva.- Toda descripción del proyecto del elemento de publicidad exterior, que contiene: introducción, antecedentes, ubicación, especificaciones técnicas, material predominante, número de caras, leyenda, descripción del entorno urbano, medidas de seguridad, tolerancias, mantenimiento, entre otros similares.
El contenido de la memoria descriptiva está sujeto según el tipo de elemento de publicidad exterior. La misma que, es elaborada por un arquitecto y/o ingeniero civil.
35. Metros radiales.- Toda medida de ángulo central de una circunferencia, cuya longitud de arco es igual a su radio.
36. Mezanino.- Todo piso habitable que no cubre la totalidad de un piso inferior, creando un espacio de doble altura. La misma que, se considera un piso más.
37. Mobiliario urbano.- Conjunto de elementos instalados en los ambientes de dominio público, destinado para el uso de las personas.
38. Óvalo o rotonda.- Toda intersección de forma de anillo (circular u oval) que une tramos de carreteras.
39. Paso a desnivel.- Cruce a diferentes niveles (hacia abajo o hacia arriba) entre dos o más carreteras, líneas férreas o la combinación entre ambas éstas, conocidas como BYPASS.
40. Pantalla led.- Dispositivo electrónico conformado por LEDs, que puede desplegar datos, información, imágenes y videos.
41. Parque.- Todo espacio público destinado a la recreación; donde predomina las áreas verdes naturales.
42. Pista o calzada.- Parte de la carretera destinada a la circulación de vehículos compuesta por uno o más carriles.
43. Plaza.- Espacio público pavimentado, destinado a la recreación, tránsito de personas y/o actividades cívicas.
44. Plano de estructuras.- Representación gráfica de elementos estructurales, sujetas al cumplimiento de determinadas normas aplicables para su dibujo.
45. Propietario del elemento de publicidad exterior.- Toda persona natural o jurídica titular del elemento de publicidad exterior, a quien se le otorga la autorización requerida.
46. Remolcador.- Unidad vehicular utilizada exclusivamente para jalar semirremolques, y dar soporte a la carga que se traslada. Se le conoce también como: tracto camión, tracto remolcador o tractor de carretera para semirremolques.
47. Retiro.- Toda distancia que existe entre el límite de propiedad y el límite de la Edificación, conocido como el retiro municipal.





Municipalidad Metropolitana de Lima

48. **Seguro de Responsabilidad Civil.-** Contrato emitida por la compañía aseguradora, quien otorga un monto de indemnización al asegurado, por los daños y perjuicios que éste pueda generar a terceros, como consecuencia del elemento de publicidad exterior.
49. **Separador.-** Todo componente vial ubicado longitudinalmente para separar el tránsito vehicular; la misma que, impide el paso de vehículos entre calzadas.
50. **Talud.-** Inclinación de diseño derivada del terreno lateral de la carretera, que se encuentra compuesta de tierra.
51. **Túnel.-** Todo tramo de carretera longitudinalmente cubierto por un armazón de concreto y/o pavimento.
52. **Ubicación de elemento de publicidad exterior.-** Es el lugar autorizado por la autoridad municipal, donde se pretende establecer, adherir o adosar el elemento de publicidad exterior.
53. **Unidad móvil con elemento de publicidad exterior.-** Toda unidad vehicular portadora de uno o más elementos de publicidad exterior; a excepción de vehículos que transporten contenedores. La misma que, se encuentran comprendidos las bicicletas de dos ruedas (no motorizadas).
54. **Vereda.-** Parte pavimentada de una vía, de uso para la circulación de personas.
55. **Vía.-** Espacio destinado al tránsito de vehículos y/o personas.
56. **Vías expresas.-** Aquellas que forman parte del Sistema Nacional de Carreteras, que cruzan el Área Metropolitana de Lima - Callao, y se vinculan con el resto del país.
57. **Vías arteriales.-** Aquellas que llevan el tránsito vehicular entre áreas principales y a velocidades medias de circulación.
58. **Vía colectoras.-** Aquellas cuya función es llevar el tránsito vehicular desde un sector urbano hacia las vías Arteriales o Expresas.
59. **Vía local.-** Aquellas vías cuya función es proveer el acceso a los predios.



CAPÍTULO II

CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 6. Características físicas

1. **Afiche.-** Son de naturaleza temporal o indeterminada, cuyo mensaje es impreso en una lámina de papel, vinil, cartón o material similar, que puede adherirse a una superficie.
2. **Banderola.-** Son de naturaleza temporal, cuya leyenda es impreso o adherido sobre una tela u otro material similar; la misma que, se sujeta sus extremos o de algún otro elemento para su sostenimiento.

Toda la banderola que atraviese de un extremo a otro de una vía en forma transversal, es considerada como pasacalle.

2. **Cartelera o vallas.-** Todo elemento fijo de superficie plana, que se adosa a un cerco de propiedad municipal y/o privada, para la instalación de afiches.
4. **Elemento ecológico.-** Todo elemento cuyo mensaje está elaborado con plantas y/o flores en estado natural, procedentes del sembrado en taludes.



Municipalidad Metropolitana de Lima

5. Escaparate.- Todo espacio cerrado generalmente conformado con cristales, situado en la entrada de un establecimiento comercial, para la exhibición de su publicidad y/o mercadería.
6. Inflable publicitario.- Son de naturaleza temporal, cuyo mensaje se presenta en material flexible, de formas distintas y con un sistema de llenado de aire a presión, pudiendo ser continuo o sellado; La misma que está sujeta a una superficie fija a nivel del suelo para su sostenimiento.
7. Letras recortadas.- Son mensajes conformados por letras, números o símbolos que son independientes entre sí; el cual que se adosan a los muros de una edificación, sin impedir que se distingan el elemento arquitectónico.
8. Letrero.- Toda estructura sencilla que se instala directamente a un muro.
9. Panel simple.- Es un elemento auto portante, sostenido o no en uno o más parantes.
10. Panel monumental.- Todo elemento que puede ser de una (1) o de dos (2) caras, requiriéndose de una estructura especial para el sostenimiento de sus dos o más puntos de apoyo.

Se denomina Panel Monumental Unipolar cuando se cuenta con una (1) o dos (2) caras requiriéndose de un punto de apoyo para su sostenimiento. Siendo ambas figuras en mención, son edificadas de conformidad con las disposiciones establecidas en el Reglamento Nacional de Edificaciones y las normas técnicas que le sean aplicables, o las que la sustituyan.

11. Paleta publicitaria.- Todo elemento cuyas dimensiones o medidas no son mayores a la de 1,80 m. de altura por 1,20 m. de ancho con 0,35 m de espesor. El cual incluye su estructura para su sostenimiento o soporte. Siendo elaboradas de uno (1) o de dos (2) caras.
12. Placa.- Toda lámina o plancha superpuesta a la superficie de un muro o fachada con dimensiones no mayores a un cuadrado de 30 centímetros por lado, y con un espesor máximo de 15 mm.
13. Plancheta publicitaria.- Todo elemento que no presenta iluminación, ubicado perpendicularmente a un paramento, de material plástico, metal o similar, con dimensiones máximas de 30 cm. por 30 cm. y con un espesor máximo de 5 mm.



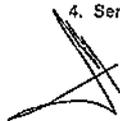
Toldo.- Toda estructura o armazón que se encuentra recubierto de tela u otro material similar que contenga uno o más elementos de publicidad exterior en la falda (frontal y/o lateral), no pudiendo exceder las dimensiones del mismo, el cual deberá sostenerse únicamente de la fachada del inmueble y proyectarse sobre el retiro municipal y/o vía pública.

15. Tótem.- Toda estructura auto portante, ubicada verticalmente, con una dimensión máxima de 2 m., de ancho y 15 m., de alto; que presenta hasta dos (02) caras.
16. Volumétrico.- Objetos o volúmenes que, de forma conjunta o individual representan alguna marca o forman parte de una leyenda.

Artículo 7. Características técnicas

1. Especial.- Por presentar medios mecánicos, electromecánicos, eléctricos, electrónicos, tecnología, pantallas led o la combinación de todos ellos; para ser utilizados para su exhibición.
2. Lumínoso.- Por presentar en su interior de su estructuración, uno o más elementos para su iluminación.
3. Iluminado.- Por contener en su exterior uno o más elementos de iluminación.
4. Sencillos.- Por contener características de apariencia y forma.

CAPÍTULO III





Municipalidad Metropolitana de Lima

COMPETENCIAS MUNICIPALES

Artículo 8. Municipalidad Metropolitana de Lima

Corresponde a la Municipalidad Metropolitana de Lima, realizar las siguientes actividades:

1. Regular en el ámbito de la provincia de Lima, toda autorización para la ubicación del elemento de publicidad exterior.
2. Establecer las áreas o lugares de ubicación del elemento de publicidad exterior conforme al siguiente detalle:
 - a) Retiros, muros de bienes de dominio privado ubicados en la circunscripción del Cercado de Lima, y que estén vinculados con la identificación y actividad del establecimiento.
 - b) Bienes de dominio público que conforman el Sistema Vial Metropolitano.
 - c) Mobiliario urbano ubicado en el Cercado de Lima y el Sistema Vial Metropolitano.
 - d) Los locales comerciales ubicados en el interior de las galerías comerciales, centros comerciales, campos feriales y mercados, con frente a las áreas comunes de circulación de uso público, ubicados en la jurisdicción de Cercado de Lima, y que estén vinculados a la identificación y actividad del establecimiento que afecten material urbanísticas y/o generen un riesgo a la seguridad pública.
3. Velar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la presente ordenanza, siendo a nivel de la Provincia de Lima.
4. Resolver los recursos de impugnación en relación a la ubicación del elemento de publicidad exterior en el ámbito de su competencia.
5. Celebrar convenios de cooperación, con empresas dedicadas con el rubro de publicidad a fin de contribuir con mejoras de infraestructura urbana y el ornato local ciudad.
6. Celebrar convenios de cooperación interinstitucional de carácter complementario vinculado con la ubicación del elemento de publicidad exterior.



Celebrar convenios de cooperación interinstitucional con las municipalidades distritales en relación a la ubicación de elementos de publicidad exterior contenidas en sus vías locales interceptadas con el Sistema Vial Metropolitano de su circunscripción, previa ejecución y/o de la delegación de facultades que le han sido encomendadas.

Frente a la existencia de un convenio de delegación, toda municipalidad distrital debe remitir de manera trimestral, un listado que contengan las autorizaciones emitidas que se derivan de su facultad que se le ha sido otorgado.

Artículo 9. Municipalidades Distritales

Corresponde a las Municipalidades Distritales realizar las siguientes actividades:

1. Regular conforme a las disposiciones que se deriven de esta ordenanza en relación a la ubicación de elementos de publicidad exterior sujetas dentro del ámbito de su circunscripción distrital que le corresponda.
2. Establecer las áreas o lugares de ubicación de elementos de publicidad exterior conforme al siguiente detalle:
 - a) Los bienes de dominio público de sus vías locales.
 - b) El mobiliario urbano ubicado en sus vías locales.



Municipalidad Metropolitana de Lima

- c) Las áreas libres, muros exteriores de los bienes de dominio privado ubicados en su circunscripción distrital correspondiente; incluyendo aquellas que colinden con el Sistema Vial Metropolitano, sin sobresalir los límites del predio, cumpliendo con los parámetros establecidos en la presente ordenanza.
3. Ejercer labores de fiscalización municipal, respecto a la ubicación de elementos de publicidad exterior en sus vías locales.
4. Resolver los recursos impugnatorios de los procedimientos administrativos que autorizan la ubicación de elementos de publicidad exterior en sus vías locales.
5. Celebrar convenios de cooperación con empresas privadas dedicadas a la actividad de elementos de publicidad exterior, a fin de mejorar la infraestructura urbana y ornato local, en sus vías locales.
6. Ante la existencia de un convenio de delegación de facultades celebrado con la Municipalidad Metropolitana de Lima, toda municipalidad distrital debe remitir de manera trimestral, un listado identificando las autorizaciones emitidas en el marco de las facultades delegadas.

CAPÍTULO IV

ÓRGANOS COMPETENTES Y OBLIGACIONES DERIVADAS DE LA MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

Artículo 10. Subgerencia de Autorizaciones Urbanas - Gerencia de Desarrollo Urbano

La Subgerencia de Autorizaciones Urbanas (SAU) adscrita a la Gerencia de Desarrollo Urbano (GDU), es competente para realizar lo siguiente:

1. Atender las solicitudes de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior general en:
 - a. Bienes de dominio público que conforman el Sistema Vial Metropolitano y lo administrado por la Municipalidad Metropolitana de Lima.
 - b. Los elementos de publicidad exterior conforme a su clasificación y características, señaladas en los artículos 6 y 7 de la presente ordenanza. A excepción de loteros, letras recorridas, placas y toldos que compete autorizar a la Gerencia de Desarrollo Económico conforme se indica en el Artículo 12.
 - c.  Retiros municipales o muros exteriores de los bienes de dominio privado ubicados en el Cercado de Lima.
 - d. En unidades móviles que circulen en el ámbito de la provincia de Lima.
2. Resolver las solicitudes de ubicación de elementos de publicidad exterior, señalados en los literales a, b y c inciso 2 del artículo 8 de la presente ordenanza.
3. Resolver en primera instancia administrativa, los recursos impugnativos de Reconsideración que se presenten contra las resoluciones de subgerencia.
4. Iniciar de oficio el pedido de nulidad, permitiéndose para su pronunciamiento a la Gerencia de Desarrollo Urbano.
5. Proponer propuestas de proyectos normativos municipales y/o actualización, según el caso en concreto.

Artículo 11. Gerencia de Desarrollo Urbano

La Gerencia de Desarrollo Urbano (GDU), es competente para realizar lo siguiente:



Municipalidad Metropolitana de Lima

1. Resolver en segunda instancia administrativa, los Recursos de Apelación interpuestos contra las Resoluciones de Subgerencia emitidas por la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas de primera instancia; agotándose con ello la vía administrativa.
2. Resolver los pedidos de nulidad remitidas por la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas.
3. Proponer al Alcalde Metropolitano de Lima, propuestas de regulación e implementación de proyectos, convenios de cooperación interinstitucional e instrumentos similares que permitan complementar las disposiciones para la ubicación de elementos de publicidad exterior.
4. Proponer propuestas de proyectos normativos municipales y/o actualización, cuando el caso lo requiera.
5. Celebrar convenios de cooperación interinstitucional en aspectos complementarios para la ubicación de elementos de publicidad exterior en el ámbito de su competencia.

Artículo 12. Gerencia de Desarrollo Económico

La Gerencia de Desarrollo Económico a través de sus dependencias, es competente para atender las solicitudes de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior vinculadas con la identificación de su actividad económica que desarrolla. Siendo estos elementos: letreros, letreros recorridos, placas y toldos.

Asimismo, le compete evaluar en los locales comerciales ubicados en el interior de las galerías comerciales, centro comercial y mercados, con frente a las áreas comunes de circulación de uso público en el Cercado de Lima, y que estén vinculados a la identificación del establecimiento.

La atención de las solicitudes, esta referida en gestionar la tramitación, suscripción y expedición de autorizaciones, certificados y/o resoluciones vinculadas con el rubro que se menciona.

Queda prohibida toda ubicación de elementos de publicidad exterior vinculada con la identificación de su actividad económica en la vía pública.

Artículo 13. Gerencia de Fiscalización y Control

Es el órgano de línea competente para realizar la fiscalización municipal (de oficio o a pedido de parte) cuando corresponda a imposición de sanciones administrativas (derivadas de su procedimiento administrativo sancionador) frente al incumplimiento de las disposiciones municipales administrativas establecidas en la presente ordenanza.

Cuando sea solicitado, previa fiscalización de la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas de la Gerencia de Desarrollo Urbano (GDU), se remitirá a través de un informe técnico para conocimiento de la Gerencia de Fiscalización y Control los hechos que constituyen infracción administrativa, para las acciones que correspondan de su competencia; sin perjuicio de poder contar con el apoyo técnico especializado, si el caso lo amerita.

No obstante, la Gerencia de Fiscalización y Control frente a la existencia de hechos infractores de carácter no técnicos referidos a la ubicación de elementos de publicidad exterior, son susceptibles de oficio, según sea el caso en particular a ser fiscalizados y sancionados administrativamente, prescindiéndose de un Informe Técnico.

Artículo 14. Actividades posteriores de la autorización

Los órganos administrativos señalados en los Artículos 10 y 11 están obligados a realizar los siguientes:

- a. Respetar las condiciones establecidas en las autorizaciones para la ubicación del elemento de publicidad exterior otorgado al solicitante, pudiendo ser; solo el propietario cuando se trate de bienes de dominio público; para el caso de bienes de dominio privado y unidades móviles, será





Municipalidad Metropolitana de Lima

el propietario, aquel que tenga (tercero) en su poder el documento que le haya sido autorizado por este último, o el arrendatario para realizar dicha gestión.

El tiempo de permanencia del elemento de publicidad exterior es indeterminado, salvo para los casos de banderolas, inflables publicitarios de campañas o eventos temporales, que se encuentran sujetas dentro del plazo máximo permitido de seis (06) meses.

- b. Realizar la fiscalización posterior, con relación a las características físicas y técnicas del elemento de publicidad exterior que consta en la autorización otorgada.

Asimismo, de las condiciones por las cuales se le fue otorgada según el caso al solicitante.

Artículo 15. Obligaciones del solicitante

Son obligaciones del solicitante, una vez otorgado lo autorizado, realizar las siguientes acciones:

1. Realizar el mantenimiento (estado de presentación, limpieza, funcionamiento y seguridad) del elemento de publicidad exterior autorizado, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
2. Cumplir con el uso y condiciones mediante el cual se le otorgo lo autorizado, siendo este de carácter intransferible.
3. Mantener en el mismo lugar o ubicación, el elemento de publicidad exterior autorizado
4. Colocar en un lugar visible (área de exhibición, fuera de ella o en el soporte que la sostenga) el elemento de publicidad exterior autorizado, a través de un cartel informativo que contenga los siguientes datos: número de Resolución de Subgerencia y el nombre del solicitante.
5. El cartel informativo debe presentar como medida máxima en mayores dimensiones del elemento de publicidad exterior autorizado de 60 cm x 60 cm; caso contrario, se presenta conforme a su tamaño.
6. Respetar las disposiciones técnicas aplicadas en el elemento de publicidad exterior autorizado
7. No promover o incitar con el elemento de publicidad exterior, cuyo contenido este referido a prácticas o actos discriminatorios.
8. Asegurar que la base eléctrica del elemento de publicidad exterior de tipo especial o luminoso a ser ubicado en un bien de dominio público, posea un sistema automático de encendido y apagado, respetando los horarios establecidos por autoridad municipal.



Artículo 16. Obligación del profesional responsable

El profesional responsable debe garantizar las condiciones de seguridad contenidas en los planos y documentos suscritos por el referido, en relación a los elementos de publicidad exterior ubicados en los bienes de dominio público, de dominio privado y unidades móviles.

TÍTULO II

DISPOSICIONES TÉCNICAS

CAPÍTULO I

ESPECIFICACIONES

Artículo 17. Condiciones estructurales



Municipalidad Metropolitana de Lima

Las condiciones estructurales se constituyen en la estabilidad, rigidez y resistencia contenidas en el elemento de publicidad exterior y el lugar donde se ubican, sujetas al cumplimiento de las normas técnicas peruanas que le sean aplicables.

Artículo 18. Instalaciones eléctricas

Los elementos de publicidad exterior de tipo especial, luminoso e iluminado que utilicen energía eléctrica u otra fuente similar, para su iluminación y funcionamiento, deben cumplir con las condiciones de seguridad establecidas en el Código Nacional de Electricidad (CNE), Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE) y normas complementarias que le sean aplicables; a fin de evitar descargas eléctricas, interferencia con otras señales de terceros, reflejo o irradiación de luz.

Queda prohibido el uso de un grupo autónomo de combustión interna para la proyección de iluminación y/o funcionamiento de elementos de publicidad exterior señalados con anterioridad; caso contrario, está permitido el uso de dispositivos de ahorro energético y/o fuentes de energía renovable, donde su base eléctrica lo permita.

Los elementos de publicidad exterior de tipo iluminado, deben presentar una proyección de luz que no sobrepasen los límites de su área de exhibición, a fin de producir un efecto de desvanecimiento. Cuando se trate del tipo luminoso y especial, deben proyectar un haz de luz de forma descendente, evitando la contaminación lumínica.

Artículo 19. Distancia de seguridad en fajas de servidumbre

Los elementos de publicidad exterior en general, ubicadas debajo de las fajas de servidumbre deben respetar las distancias de seguridad y presentar la autorización emitida de la empresa concesionaria de electricidad, conforme lo dispone el Código Nacional de Electricidad (CNE), o la norma que la sustituya.

CAPÍTULO II

ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PRIVADO Y CENTRO HISTÓRICO DE LIMA

Artículo 20. Bienes de dominio privado

El elemento de publicidad exterior ubicado en bienes de dominio privado, debe formar un conjunto armónico con el volumen de la edificación; a fin de evitar propiciar la contaminación visual que afecte el ambiente urbano y ornato local.

Artículo 21. Centros históricos, monumentos históricos de valor monumental, o integrante del ambiente urbano monumental, o de zona monumental

Los elementos de publicidad exterior vinculados con la identificación y actividad económica a ser ubicado en los inmuebles declarados como monumentos históricos, de valor monumental, o integrante del ambiente urbano monumental o de zona monumental y demás inmuebles, deben estar adecuados conforme a las disposiciones establecidas en el Plan Maestro del Centro Histórico de Lima 2029 con visión al 2035 y el Reglamento Único de Administración del Centro Histórico de Lima, aprobados por las Ordenanzas N° 2194 y N° 2195, y previa aprobación expedida por el Ministerio de Cultura.

La ubicación de los elementos de publicidad exterior permitidos para los locales comerciales en el Centro Histórico de Lima, solo pueden ser: letreros, letras recortadas, placas y toldos. Siendo autorizados por la Gerencia de Desarrollo Económico, previa aprobación del Programa Municipal para la Recuperación del Centro Histórico de Lima - PROLIMA.

TÍTULO III



Municipalidad Metropolitana de Lima

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE AUTORIZACIÓN PARA LA UBICACIÓN DE
ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DE LOS PROCEDIMIENTOS

Artículo 22. Autorización de elementos de publicidad exterior emitidas por la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas.

Es otorgada por la autoridad municipal competente, a cargo de la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas, a través de la emisión de una Resolución de Subgerencia, que se encuentra sujeta al cumplimiento de las disposiciones establecidas en el TUO de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS o la norma que la sustituya.

Asimismo, con la Resolución de Subgerencia, se entrega al solicitante un adhesivo con la impresión del código QR (Quick Response) que contiene las características del elemento de publicidad exterior autorizado.

El solicitante debe colocar el adhesivo en un lugar visible de fácil verificación en el elemento de publicidad exterior autorizado, ubicados en los bienes de dominio privado y unidades móviles. Para el caso, de los bienes de dominio público, deben colocarse en su soporte.

Artículo 23. Autorización automática

La autorización automática se emite de forma gratuita, para la ubicación del elemento de publicidad exterior en los siguientes casos:

- a. Cuando se ubiquen en bienes de dominio privado que presten un servicio público, organismos internacionales, templos, conventos y establecimientos de organizaciones religiosas y de todas sus denominaciones y centros educativos estatales. Las mismas que, presentan la identificación de sus nombres y una sola ubicación.
- b. Cuando se ubiquen de forma temporal para fines informativos referidos a sus actividades religiosas, culturales, recreativas, deportivas, cívicas, benéficas no lucrativas y publicidad institucional solicitada por la entidad pública. Siendo todas ellas, ubicadas en bienes de dominio privado.



Toda ubicación de elementos de publicidad exterior, están sujetas al cumplimiento de las disposiciones técnicas, establecidas en la presente ordenanza.

Artículo 24. Autorización con evaluación previa.

La autorización con evaluación previa, se emite para la ubicación de elementos de publicidad exterior en los siguientes casos:

- a. Cuando se ubiquen en bienes de dominio privado en el Cercado de Lima.
- b. Cuando se ubiquen en bienes de dominio público que conforman el Sistema Vial Metropolitano.
- c. Cuando se ubiquen en las unidades móviles que prestan el servicio de transporte público y privado que circule en la provincia de Lima.

Toda ubicación de elementos de publicidad exterior, se encuentran sujetas al cumplimiento de las disposiciones técnicas, establecidas en la presente ordenanza.

CAPÍTULO II

REQUISITOS

Artículo 25. Requisitos para la autorización de elementos de publicidad exterior



Municipalidad Metropolitana de Lima

Los requisitos, procedimiento y plazos para la autorización de elementos de publicidad exterior emitidas por la Gerencia de Desarrollo Económico, los mismo que se encuentran regulados en el artículo 33 de la Ordenanza N° 2186-MML o norma que la modifique o sustituya.

Los requisitos para la autorización de elementos de publicidad exterior emitidas por la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas son las siguientes:

Son requisitos generales para el otorgamiento de la autorización:

1. El formato de solicitud (declaración jurada) que contiene los siguientes datos:
 - a. El número del recibo de pago, por derecho de trámite.
 - b. La identificación del solicitante (DNI o RUC).
 - c. Cuando la solicitud sea presentada por persona distinta al propietario del bien de dominio privado o unidad móvil, se tiene que presentar el documento que autorice la ubicación del elemento publicidad exterior debidamente suscrita por el propietario.
 - d. La carta de responsabilidad de instalación suscrita por el responsable competente (arquitecto o ingeniero civil), excepto para los procedimientos previstos en la Ordenanza N° 2186-MML (letreros, letras recortadas, placas y toldos), o la que la sustituya.
2. Documentos adjuntos:
 - a. El arte o diseño del elemento de publicidad exterior, que incluya sus detalles y dimensiones, además del área o espacio destinado para el número de la autorización.
 - b. Las fotografías actuales donde se pretende ubicar el elemento de publicidad exterior donde se aprecie su entorno urbano; caso contrario, para las unidades móviles donde sus fotografías visualicen sus lados.
 - c. El fotomontaje (por cada cara) o posicionamiento virtual de la ubicación del elemento de publicidad exterior, donde se aprecie su entorno urbano; caso contrario, para las unidades móviles donde sus fotografías visualicen sus lados.
3. La carta poder simple firmado por el propietario y/o representante legal de una persona jurídica, siempre y cuando, el trámite a gestionarse sea realizado por un tercero.
4. La declaración jurada de conservación y mantenimiento de los elementos de publicidad exterior, en caso sea autorizado. De igual manera, el compromiso de retirar de manera voluntaria, todos los componentes que se deriven del elemento de publicidad exterior, ante el pedido de la autoridad municipal; salvo excepción para los procedimientos previstos en la Ordenanza N° 2186-MML (letreros, letras recortadas, placas y toldos) o la que la sustituya.
5. La memoria descriptiva del elemento de publicidad exterior, donde se señale el procedimiento de su instalación y mantenimiento.
6. La declaración jurada de no afectación de áreas verdes y arbolado, respecto a la ubicación de los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público.



Adicionalmente, de los documentos precitados, según la clasificación y características del elemento de publicidad exterior, y su ubicación; se requiere presentar lo siguiente:

(i) En bienes de dominio privado:

- a. Documento simple suscrito por el propietario del bien de dominio privado, mediante el cual se autorice la ubicación del elemento publicitario exterior.
- b. Documento de aprobación expedida por el Ministerio de Cultura, cuando se trate para la ubicación de elementos de publicidad exterior en predios declarados como monumento, de valor monumental o integrante del ambiente urbano monumental y de zona monumental.

(ii) En bienes de dominio público:

- a. Plano de ubicación con la trama de coordenadas UTM WGS84, a escala de 1/500 o 1/250, y el esquema de localización, a escala de 1/5000.

Asimismo, las distancias de la arista más saliente del elemento de publicidad exterior y el eje de la base al borde exterior de la pista, coordenada UTM WGS84 de la ubicación exacta, norte



Municipalidad Metropolitana de Lima

magnético, secciones viales, veredas, bermas, separadores, altura y zonificación de las edificaciones cercanas, árboles, postes y demás componentes existentes de la vía pública. Siendo elaborado y suscrito por un arquitecto colegiado.

- b. Plano de ubicación en archivo digital del formato: *.dwg y *.PDF.
- c. Documento de autorización emitida por la empresa concesionaria de electricidad, respecto a las distancias de seguridad, establecidas en el Código Nacional de Electricidad (CNE); siempre y cuando, se encuentre dentro de la faja de servidumbre de redes aéreas eléctricas y estructuras de soporte de alta o media tensión.
- d. Declaración jurada del profesional encargado quien suscribe los planos.
- e. Seguro de responsabilidad civil vigente.

(iii) En unidades móviles:

- a. Indicar el número de la tarjeta de propiedad de la unidad móvil y/o del remolcador, de ser el caso.
- b. Declaración Jurada señalándose las características de la unidad móvil, en donde figure lo siguiente: categoría, marca, modelo, color, números de asientos.
- c. Presentar copia de la inmatriculación del registro de propiedad vehicular para el caso de casas rodantes.
- d. Indicar el número de la Tarjeta Única de Circulación - TUC y su fecha de expedición, cuando se trate de unidades móviles dedicados a la prestación de servicio de transporte público de pasajeros.

(iv) Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipo: panel simple, valla, paleta, monumental, lótem y volumétrico:

- a. Plano de ubicación con trama de coordenadas UTM WGS84, a escala 1/500 o 1/250, y esquema de localización, a escala 1/5000. Se debe indicar las distancias de la arista más saliente del elemento de publicidad exterior y del eje de la base al borde exterior de la pista, coordenada UTM WGS84 de la ubicación exacta, norte magnético, secciones viales, veredas, bermas, separadores, altura y zonificación de las edificaciones cercanas, árboles, postes y demás componentes existentes de la vía pública; elaborado y suscrito por un arquitecto colegiado.
- b. El plano de ubicación en archivo digital en formato: *.dwg y *.PDF.
- c. Declaración Jurada del Profesional encargado quien suscribe los planos.
- d. Presentar memoria descriptiva y plano de estructuras a escala conveniente, elaborado y suscrito por un Ingeniero Civil colegiado, conforme a lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Edificaciones.
- e. Estudio de Mecánica de Suelos con panel fotográfico de la exploración en campo, con fines de cimentación de acuerdo al literal e), del inciso 6.2.1, del artículo 6° de la Norma E-050, del Reglamento Nacional de Edificaciones, en caso de elementos de publicidad exterior que cuenten con soportes de mayor o igual a 20 centímetros de diámetro.

(v) Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipo: luminoso, iluminado o especial en bienes de dominio público o privado:

- a. Memoria descriptiva, memoria de cálculos y especificaciones técnicas, así como el proyecto donde se grafique el recorrido de conexión del suministro eléctrico hasta el elemento de publicidad exterior. Siendo elaborado y suscrito por un Ingeniero Electricista o Mecánico Electricista colegiado.
- b. Plano de instalaciones eléctricas a escala conveniente. Siendo elaborado y suscrito por un Ingeniero Electricista o Mecánico Electricista colegiado.
- c. Declaración jurada del profesional que suscribe los planos.
- d. Carta de factibilidad de conexión eléctrica, otorgada por la empresa prestadora de servicios, en caso de corresponder.

No obstante, sin perjuicio de lo señalado, los elementos de publicidad exterior a ser ubicados en bienes de dominio público o privado deben aplicarse las disposiciones establecidas en el Código Nacional de Electricidad (CNE) y demás normas que le sean aplicables por su naturaleza y/o especialidad.





Municipalidad Metropolitana de Lima

(vi) Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipo: banderolas, inflables publicitarios de campañas o eventos temporales:

- a. Documento simple donde se consigne su tiempo de exhibición, no pudiendo excederse de seis (06) meses.

(vii) Para el caso de los elementos de publicidad exterior a ser ubicadas en áreas y/o infraestructura concesionada:

- a. El solicitante, debe adjuntar el documento que señale la opinión favorable del concedente a favor del concesionario, con la verificación del área y/o servicio concesionado.
- b. Respetar y cumplir las disposiciones legales y técnicas establecidas en la presente ordenanza, en lo que le corresponda.

CAPÍTULO III

EXPEDIENTE ADMINISTRATIVO

Artículo 26. Recepción y armado del expediente

El funcionario de la unidad de recepción documental verifica en el acto, la presentación de los documentos (requisitos) establecidos en el Capítulo II del Título III de la presente ordenanza; estableciéndose así, el armado del expediente administrativo, quien tiene a su vez, la condición de declaración jurada. Sin la existencia de observaciones, se genera la asignación de un número, sello y firma del formato de solicitud (declaración jurada) y la foliación cada uno de los documentos presentados, tanto los originales como las copias.

El administrado presenta en el expediente solo un juego del Formulario de Declaración Jurada y de la documentación técnica requerida.

26.2 De no cumplir el expediente con lo indicado en el numeral precedente, en un solo acto y por única vez, el funcionario a cargo de la unidad de recepción documental realiza las observaciones por falta de requisitos que no puedan ser salvadas de oficio, requiriendo al administrado que las subsane dentro de un plazo máximo de dos (02) días hábiles.

La observación se anota bajo firma del receptor en la solicitud y en el cargo que se entrega el administrado, indicando que, de no ser subsanadas en el plazo estipulado, se tiene por no presentada su solicitud.



26.3 Dentro del plazo establecido en el numeral precedente y mientras esté pendiente la subsanación, son aplicables las siguientes reglas:

- a) No procede el cómputo de plazos para que opere el silencio administrativo, ni para la presentación de los recursos administrativos.
- b) No procede la aprobación automática del procedimiento administrativo, de ser el caso.
- c) El funcionario a cargo de la unidad de recepción documental no remite la solicitud o documentos al órgano competente para el inicio del procedimiento administrativo.

Transcurrido el plazo y de no ser subsanadas las observaciones por incumplimiento de requisitos, se considera como no presentada la solicitud o formulario y se devuelve con sus recaudos cuando el administrado se apersona a reclamar, reembolsando el monto de los derechos de tramitación que hubiese abonado. De ser subsanadas las observaciones, se procede conforme a lo establecido en el numeral 62.1 del presente artículo y se remite al órgano competente.

26.4 La Municipalidad mantiene la facultad de requerir única y exclusivamente la subsanación de aquellos requisitos que no hayan sido subsanados por el administrado o cuya subsanación no resulte satisfactoria, de conformidad con lo dispuesto por la norma correspondiente a fin de



Municipalidad Metropolitana de Lima

que realice la subsanación debida en un plazo de quince (15) días hábiles. En ningún caso se puede realizar nuevas observaciones invocando la facultad señalada en el presente numeral. De no subsanar de forma satisfactoria lo requerido dentro del plazo establecido, la Municipalidad declara la improcedencia de lo solicitado.

26.5 El incumplimiento de la obligación señalada en el numeral que antecede, constituye una falta administrativa sancionable de conformidad con lo dispuesto por el TUO de la Ley N° 27444; así como, una barrera burocrática ilegal, siendo aplicables las sanciones establecidas en el Decreto Legislativo N° 1256, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Prevención y Eliminación de Barreras Burocráticas, sin perjuicio de la obligación del administrado de subsanar las observaciones formuladas.

CAPÍTULO IV

AUTORIZACIÓN DE LA UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 27. Plazo para el otorgamiento de autorización

La autoridad municipal correspondiente, debe expedir la autorización de ubicación de elementos de publicidad exterior dentro de un plazo no mayor a veinte (20) días hábiles contados a partir del día siguiente de la fecha de presentación en mesa de partes, siempre y cuando contenga los requisitos completos.

Artículo 28. Aplicación del silencio administrativo

Para los casos de elementos de publicidad exterior ubicados en bienes de dominio privado y unidades móviles se aplica el silencio administrativo positivo, conforme lo prescribe el TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General. Para hacer efectivo su derecho, únicamente debe presentar el cargo debidamente sellado con la recepción correspondiente, el cual constituye la autorización.

Para los casos de elemento de publicidad exterior, en bienes de dominio público, opera el silencio administrativo negativo.

Artículo 29. Vigencia de la autorización

La vigencia de las autorizaciones de los elementos de publicidad exterior en propiedad privada, bien de dominio público y unidades móviles es indeterminada. Con excepción de las banderolas y/o inflables publicitarios de campañas o eventos temporales.

Artículo 30. Caducidad de la autorización

En el caso de ampliación de las vías o construcción de infraestructura, la autorización de elementos de publicidad exterior caduca en forma automática, sin derecho de compensación alguna por parte de la municipalidad. En consecuencia, el titular de la autorización, debe en un plazo no mayor de quince (15) días hábiles, luego de recibida la comunicación de la municipalidad, retirar dicho elemento autorizado, así como todos sus componentes, tales como estructuras, cables, zapatas, soportes y área de exhibición.

Artículo 31. Derechos intransferibles

La autorización otorgada para la ubicación de elementos de publicidad exterior, tiene la condición de intransferible, consecuentemente, no es susceptible de ser transferido.

Artículo 32. Revocatoria de autorizaciones

La Gerencia de Desarrollo Urbano, dentro de sus competencias, puede disponer la revocatoria de las autorizaciones emitidas, en los siguientes casos:

1. Cuando se ha verificado el incumplimiento de las condiciones establecidas en la autorización y vencido el plazo de 15 (quince) días otorgados para su adecuación, el titular de la autorización no cumpliera con las condiciones señaladas en la misma.





Municipalidad Metropolitana de Lima

2. Cuando se haya consignado datos falsos en la información, formularios u otros documentos presentados para la obtención de la autorización.
3. Cuando se constata la instalación de elementos de publicidad exterior en forma contraria a las especificaciones técnicas autorizadas.
4. Cuando se constata la instalación de elementos de publicidad exterior en forma contraria a las especificaciones contenidas en la presente ordenanza y normas municipales que la complementan.
5. En los casos de impedimentos y/o resistencia a los procedimientos de control de fiscalización municipal posterior, a la emisión de la autorización.
6. No cumplir con las condiciones de seguridad de defensa civil.
7. Cuando así lo disponga la autoridad judicial competente.

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO

ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DOMINIO PRIVADO

Artículo 33. Cercos

Para la ubicación de elementos de publicidad exterior en inmuebles cercados, se debe tener en consideración lo siguiente:

- a) Cuando el elemento de publicidad exterior sea utilizado como cerco, debe tener una altura máxima de 3.00 m, desde el nivel de la vereda.
- b) Cuando el elemento de publicidad exterior, se adose al cerco del inmueble, debe tener una altura máxima de 3.00 m, desde el nivel de la vereda, sin sobresalir las dimensiones del mismo, teniendo un espesor máximo de 0.10 m.
- c) Cuando el elemento de publicidad exterior sea iluminado, sus componentes deben ubicarse únicamente en el extremo superior del cerco, los cuales podrán invadir un máximo de 0,50 m, los aires de la vía pública.

Para cercos de obras en construcción o demolición, se podrán colocar únicamente elementos de publicidad exterior tipo alichas, con una altura máxima de 3.00 m., desde el nivel de la vereda sin sobresalir las dimensiones del cerco de obra existente.

Artículo 34. Edificaciones en proceso de construcción

Los elementos de publicidad exterior, podrán permanecer instalados durante el tiempo de ejecución de la obra, siendo responsabilidad del solicitante realizar el mantenimiento permanente a fin de no afectar el ornato del distrito, debiendo cumplir con los artículos pertinentes dependiendo de su ubicación.

Artículo 35. Edificaciones con fachadas del límite de la propiedad

Para la ubicación de elementos de publicidad exterior en edificaciones con fachadas del límite de la propiedad, se debe considerar lo siguiente:

- a) Los elementos de publicidad exterior pueden invadir los aires de la vía pública hasta 0 10 m., desde el límite de la propiedad, colocándose a una altura mínima de 2.10 m., desde el nivel de la vereda.
- b) En caso de tratarse de elementos de publicidad exterior de tipo iluminado, sus componentes tienen que estar únicamente en la parte superior del mismo, los cuales pueden invadir un





Municipalidad Metropolitana de Lima

máximo de 0.50 m., de los aires de la vía pública. En ningún caso, se puede invadir el nivel o el piso superior inmediato.

- c) Se permite la ubicación de una plancheta publicitaria, en locales comerciales de manera perpendicular en el muro adyacente, en la esquina superior del vano y a una altura mínima de 2.10 m., desde el nivel de la vereda.
- d) El elemento de publicidad exterior se ubica únicamente en el muro perteneciente al local comercial caso contrario, debe contar con la autorización correspondiente.
- e) No se puede ubicar los elementos de publicidad exterior en ninguna parte de los pisos superiores en relación del primer piso de la fachada, para el caso de las edificaciones comerciales con puerta a calle que no tengan espacio en el primer piso pueden ubicar elementos de publicidad exterior hasta el alféizar de la ventana del piso superior.
- f) Los toldos con elementos de publicidad exterior, podrán cubrir el 80% de la vereda hasta un máximo de 1.00 m y a una altura mínima de 2.10 m, desde el piso terminado de la vereda hasta la terminación del alero del mismo.
- g) Los toldos con elementos de publicidad exterior, no deberá cubrir vanos, ni niveles superiores de la edificación.
- h) Los toldos con elementos de publicidad exterior, no pueden tener ningún tipo de instalaciones eléctricas, ni podrán ser luminosos ni especiales.
- i) Tratándose de predios que no cuentan con habilitación urbana se tomara como referencia la medida de 1.20 m como sección de vereda.
- j) Se permite la ubicación de elementos de publicidad exterior en material banner adhesivo, vinil adhesivo, vinil arenado o pavonado, en puertas de ingreso y/o salida de las personas y/o vehículos, ventanas, mamparas y celosías en el primer piso de edificaciones, sin obstaculizar la visión, ventilación e iluminación de los ambientes o áreas a las que sirve.

Artículo 36. Edificaciones con retiro

Para las edificaciones con retiro, se debe tener en consideración lo siguiente:

- a) Es permitido la ubicación de pancles monumentales, simples, unipolares, lótem, volumétricos, en el retiro de la edificación, únicamente si cuentan con zonificación comercial y/o industrial, debiendo tener en consideración los literales siguientes.
- El elemento de publicidad exterior ubicado en el retiro de la edificación, no podrá obstaculizar el paso peatonal, vehicular, rampas para personas con discapacidad o elementos arquitectónicos que la compongan.
- c) El elemento de publicidad exterior ubicado en el retiro de la edificación, tendrá una altura máxima de 15.00 m, sin sobrepasar la altura de la edificación existente, siempre y cuando en las colindantes no tenga el uso de vivienda.
 - d) El elemento de publicidad exterior ubicado en el retiro de la edificación, no puede hacer uso de los aires de la vía pública.
 - e) Las distancias entre los elementos de publicidad exterior ubicados en retiros de edificaciones, deben tener como mínimo 150 metros radiales, exceptuando las estaciones de servicios.
 - f) Los toldos con elementos de publicidad exterior, pueden cubrir el área del retiro de la edificación, a una altura mínima de 2.10 m, desde el nivel de vereda hasta la terminación del alero.
 - g) Los toldos con elementos de publicidad exterior, no deben cubrir vanos ni niveles superiores de la edificación.
 - h) Los toldos con elementos de publicidad exterior, no pueden tener ningún tipo de instalaciones eléctricas, ni podrán ser luminosos ni especiales.





Municipalidad Metropolitana de Lima

- i) Se permite la ubicación de elementos de publicidad exterior en material banner adhesivo, vinil adhesivo, vinil arenado o pavonado, en puertas de ingreso y/o salida de las personas y/o vehículos, ventanas, mamparas y celosías en el primer piso de edificaciones con retiro municipal, sin obstaculizar la visión, ventilación e iluminación de los ambientes o áreas a las que sirve.

Artículo 37. Estaciones de servicios

En las estaciones de servicios, se toma en consideración lo siguiente:

- a) En los surtidores y/o dispensadores ubicados en las estaciones de servicio, solo se permite la ubicación de afiches o vinil adhesivo que formen un conjunto armónico, y que no obstaculicen las herramientas utilizadas en dicha actividad comercial.
- b) Los elementos de publicidad exterior adosados al canopy, no deben sobresalir de su altura.
- c) Los elementos de publicidad exterior de tipo tótem, donde se colocan el listado de precios, deben tener una altura máxima de 15 m, ubicadas en el retiro de la estación de servicios, sin afectar visualmente a los inmuebles colindantes, la circulación de los peatones y/o vehículos.
- d) En las estaciones de servicios, no pueden ubicarse elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar, volumétrico.
- e) Los elementos de publicidad exterior de tipo banderolas deben tener una dimensión máxima de 2 m. x 1 m.; el cual incluye tanto el soporte y elemento mismo; los cuales no deberán saturar el espacio del estacionamiento de servicio pudiendo colocarse un máximo de cinco (05) ubicadas en lugares que no afecte el tránsito peatonal y/o vehicular, rampas para personas con discapacidad o elementos arquitectónicos que la compongan.
- f) En las columnas del canopy se podrán ubicar elementos de publicidad exterior únicamente relacionados, con la identificación del surtidor o isla, y de forma paralela al estacionamiento vehicular.
- g) Se permite la ubicación de elementos de publicidad exterior en material banner adhesivo, vinil adhesivo, vinil arenado o pavonado, en puertas de ingreso y/o salida de las personas y/o vehículos, ventanas, mamparas y celosías en el primer piso de la estación de servicio, sin obstaculizar la visión, ventilación e iluminación de los ambientes o áreas a las que sirve.

Artículo 38. Edificios corporativos

Se pueden ubicar elementos de publicidad exterior que contenga el logo y el nombre comercial de tipo "letras recortadas", adosadas al primer y/o último piso de la edificación de uso comercial se incluyen a las edificaciones con fachada al límite de la propiedad.

Artículo 39. Vallas

Se debe de considerar lo siguiente

- a) La valla tiene que presentar un área exhibición máxima de 12.00 m², cubriendo no más del 50% de la dimensión del muro sobre el cual se ubica.
- b) Las vallas tienen que estar ubicadas a una altura mínima de 0.50 m desde el nivel de la vereda.
- c) Las vallas, no pueden invadir u obstaculizar los vanos de las puertas, ventanas ni ductos
- d) Las vallas ubicadas en los cercos de edificaciones, solo es permitido cuando se encuentren ubicadas en una zonificación comercial y/o industrial.

Artículo 40. Escaparates

Los escaparates que alberguen elementos de publicidad exterior sencillos y/o iluminados, maniqués, muebles de exhibición y productos, deben contar con una superficie de vidrio





Municipalidad Metropolitana de Lima

templado y/o laminados (vidrios de seguridad) que delimite el espacio de exhibición con el área de afluencia de personas.

ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO

Artículo 41. Ejecución de obras

Otorgada la autorización para la ubicación de un elemento de publicidad exterior, el administrado solicitará la autorización para la ejecución de obras en áreas de dominio público, así como, de ser el caso, la interferencia de vías ante las dependencias correspondientes.

Artículo 42. Derecho de propiedad

La autorización de un elemento de publicidad exterior no otorga derecho de propiedad respecto de la ubicación en el bien del dominio público. Asimismo, no podrán ser invocadas para excluir o disminuir las responsabilidades civiles o penales en las que hubiera incurrido el anunciante o el propietario del elemento de publicidad exterior en el ejercicio de su actividad.

Artículo 43. Elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público

Se podrán ubicar conforme al siguiente detalle:

1. Separadores centrales:

- a) Elementos de publicidad exterior cuya área de exhibición, incluyendo el soporte presente una altura de hasta 15.00 metros. Cualquier componente del elemento de publicidad exterior debe estar a una distancia horizontal no mayor o igual a 1.50 metros de la pista o calzada.
- b) La distancia entre elementos de publicidad exterior será no menor de 150 metros radiales. Se considera la distancia de los elementos de publicidad exterior ubicado en separadores laterales.
- c) Respecto a la vía Panamericana Norte, Panamericana Sur, Antigua Panamericana Sur, Ramiro Prialé, Carretera Central y la Vía expresa Línea Amarilla, está prohibido instalar elementos de publicidad exterior en sus separadores centrales.

2. Separadores laterales

Elementos de publicidad exterior, cuya área de exhibición, incluyendo el soporte, cuenten con una altura de hasta 15.00 m. Cualquier componente del elemento de publicidad exterior, deberá estar a una distancia horizontal no mayor o igual a 1.00 m. de la pista o calzada.

- b) La distancia entre elementos de publicidad exterior, será no menor de 150.00 metros radiales. Se considerará los elementos de publicidad exterior ubicados en separadores centrales.

3. Separadores laterales de vías expresas

Únicamente para el caso de las vías expresas: Panamericana Norte, Panamericana Sur, Antigua Panamericana Sur, Ramiro Prialé, Carretera Central y Vía expresa Línea Amarilla, se podrán instalar elementos de publicidad exterior en separadores laterales, cumpliendo con las siguientes características técnicas

- a) En separadores laterales con dimensiones de hasta 6 metros de ancho aproximado:

Si el vértice inferior del área de exhibición del elemento de publicidad exterior incluyendo el soporte, se encuentre a una altura de hasta 15.00m., del nivel del suelo, la distancia horizontal del vértice más cercano a la vía no será menor de 1.50 m.

- b) En separadores laterales con dimensiones de hasta 8 metros de ancho aproximado:





Municipalidad Metropolitana de Lima

Si el vértice inferior del área de exhibición del elemento de publicidad exterior incluyendo el soporte, se encuentre a una altura de hasta 15.00m., del nivel del suelo, la distancia horizontal del vértice más cercano a la vía no será menor de 2.00 m.

c) En separadores laterales con dimensiones de hasta 12 metros de ancho aproximado:

Si el vértice inferior del área de exhibición del elemento de publicidad exterior incluyendo el soporte, se encuentre a una altura de hasta 15.00m., del nivel del suelo, la distancia horizontal del vértice más cercano a la vía no será menor de 2.50 m.

d) En separadores laterales con dimensiones de hasta 15 metros de ancho aproximado:

Si el vértice inferior del área de exhibición del elemento de publicidad exterior incluyendo el soporte, se encuentre a una altura de hasta 15.00m., del nivel del suelo, la distancia horizontal del vértice más cercano a la vía no será menor de 4.00 m.

e) En separadores laterales con dimensiones de hasta 21 metros de ancho a más:

Si el vértice inferior del área de exhibición del elemento de publicidad exterior incluyendo el soporte, se encuentre a una altura de hasta 15.00m., del nivel del suelo, la distancia horizontal del vértice más cercano a la vía no será menor de 6.00 m.

f) La distancia entre ellos no será menor a 300 metros radiales. Asimismo, cuando el elemento de publicidad exterior esté dotado de elementos externos de iluminación, su saliente máxima sobre su área de exhibición no podrá exceder de 2.00 metros.

Artículo 44. Banderolas tipo pasacalles

Deberán ubicarse en las vías colectoras y locales a una altura mínima de 5.00 m. del nivel de la pista o calzada a la parte más baja de la banderola, y a una distancia de 100 m. entre ellas. De uso exclusivo para las instituciones públicas o publicidad estatal.

Artículo 45. Restricciones

Las restricciones aplicadas en la publicidad exterior ubicadas en los bienes de dominio público son:



- Los soportes y área de exhibición de los elementos de publicidad exterior tendrán una distancia mínima de 15.00 metros radiales de los troncos de individuos arbóreos de gran altura, semáforos, señales y dispositivos de control del tránsito, antenas de telecomunicación, postes con cámaras de vigilancia, a fin de no interferir con la visibilidad de estas.
- Deberán guardar una distancia mínima de 20.00 metros lineales de los cruces peatonales y/o curvas.
- No deberán exceder los 15 metros de altura, la cual incluye soportes y área de exhibición.
- El área de exhibición no podrá ser mayor a 185 m² entre ambas caras, y deberán ubicarse a una altura mínima de 3.00 metros del nivel del suelo, y en perpendicular al separador y a la vía, a excepción de los elementos de publicidad exterior tipo volumétricos y ecológicos.
- Para paletas publicitarias, sus medidas no deberán exceder de 1.80 m. de altura, por 1.20 m. de ancho y 0.40 cm de espesor y no se permitirá características especiales.
- Los Elementos de Publicidad Exterior no deben interferir con la existencia de individuos arbóreos y/o de porte arbóreo de gran altura y en cantidades considerables, para que no sea susceptible a podas severas o talas clandestinas.

Artículo 46. Consideraciones adicionales

- Los elementos de publicidad exterior de tipo sencillos e iluminados, deberán tener una distancia mínima de 150.00 metros radiales, respecto de hospitales, clínicas, postas, centros educativos y universidades. La cual será medida desde el vértice de los límites de propiedad o zonificación, más cercano al elemento de publicidad exterior.



Municipalidad Metropolitana de Lima

- b) Los elementos de publicidad exterior de tipo: luminosos y especiales, deberán tener una distancia mínima de 300 metros radiales, respecto de hospitales, clínicas, postas, centros educativos, universidades, institutos, instituciones públicas, estadios, embajadas, templos, iglesias catedrales, conventos y zonas residenciales. La cual será medida desde el vértice de los límites de propiedad o zonificación, más cercano al elemento de publicidad exterior.

Artículo 47. Horario de funcionamiento del elemento de publicidad exterior especial y luminoso

Los elementos de publicidad exterior especiales y luminosos deben contar con un sistema automático de control de encendido y apagado, para el cumplimiento del horario de funcionamiento, establecido de lunes a domingo, incluyendo feriados, desde la 07:00 horas hasta las 23:00.

Artículo 48. Elemento de publicidad exterior ecológico

- a) Serán instalados en taludes naturales o artificiales existentes, que formen parte de las vías del Sistema Vial Metropolitano de Lima y/o vías locales en general.
- b) Deberán tener una altura máxima de 15 cm; debiendo el solicitante, mantener en buen estado de conservación del elemento de publicidad exterior ecológico.
- c) Se podrá utilizar como máximo 80 m² del talud natural, como área de exhibición del elemento de publicidad exterior, siempre y cuando no se afecte la visibilidad vehicular, ni se interrumpa el libre tránsito peatonal.

Artículo 49. Los elementos de publicidad exterior sostenible

Son aquellos que cuentan con energía renovable como la energía eólica, solar, entre otros, se regirá por lo establecido en el Capítulo IV sobre elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público, según corresponda.

Artículo 50. Mobiliario urbano

La ubicación de elementos de publicidad exterior únicamente para casetas telefónicas autorizadas por la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas o el órgano correspondiente, a excepción del mobiliario urbano instalados en áreas y/o infraestructura concesionada, tales como casetas telefónicas, contenedores de basura soterrados, bebederos, paraderos, parqueaderos de bicicletas; la cual no deberá superar las dimensiones del mobiliario urbano.

No está permitida la colocación de elementos de publicidad exterior con características especiales en el mobiliario urbano.

Artículo 51. Observaciones sustanciales

El elemento de publicidad exterior ubicado en bienes de dominio público que se proyecte a una distancia menor de cien (100 m.) metros radiales de los puentes peatonales, del inicio de un Intercambio vial, de un paso a desnivel y del inicio o final de un túnel; así como, el que incumpla con la distancia de seguridad en cajas de servidumbres eléctricas y la distancia entre elementos de publicidad exterior establecido en el Artículo 43° y sus restricciones establecidas en el Artículo 45° de la presente Ordenanza; acarrea la improcedencia de lo solicitado por parte de la Municipalidad; a excepción de los elementos de publicidad exterior ecológico.

ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN UNIDADES MÓVILES

Artículo 52. Unidades móviles que presten servicios de transporte público

Se encuentran sujetas a las siguientes características:





Municipalidad Metropolitana de Lima

- a) Los elementos de publicidad exterior se ubicarán en el lado izquierdo de la unidad de transporte de servicio público, deberá conservar los márgenes laterales dejando libre el área inferior, desde la ventanilla del conductor hasta el área inferior de la última ventana posterior.
- b) Los elementos de publicidad exterior se ubicarán en el lado derecho de la unidad de transporte de servicio público, deberá conservar los márgenes laterales dejando libre la puerta de ingreso de los pasajeros y el área interior de la última ventanilla posterior.

Artículo 53. Unidades móviles no motorizadas (bicicletas)

Se encuentran sujetas a las siguientes características:

- a) Los elementos de publicidad exterior deberán ser de material flexible adhesivo los cuales se ubicarán en los laterales de las ruedas, cuadro y tubos que conforman la bicicleta.
- b) Los elementos de publicidad exterior no podrán sobrepasar las dimensiones de la bicicleta o que obstaculicen el pedaleo del ciclista.
- c) No se permitirá la ubicación de elementos de publicidad exterior especiales, luminosos o iluminados, ni obstaculizar la visibilidad de las láminas retro reflectantes de la bicicleta.
- d) Los elementos de publicidad exterior no deberá alterar las características propias de la bicicleta.

Artículo 54. Unidades móviles de transporte universitario, escolar y personal

Los elementos de publicidad exterior deberán ser de material flexible adhesivo, ubicados en el lado derecho e izquierdo de la unidad móvil.

Artículo 55. Unidades móviles de servicio de transporte de carga y/o mercancías

Se deberán sujetar al cumplimiento de las siguientes características:

- a) Los elementos de publicidad exterior deberán ser de material flexible adhesivo ubicados en los lados derecho e izquierdo de la carrocería.
- b) Los elementos de publicidad exterior no deben ser ubicados en las puertas laterales derecha e izquierda de la unidad móvil.

Artículo 56. Casas rodantes

Se deberán sujetar al cumplimiento de las siguientes características:

- a) Los elementos de publicidad exterior podrán ubicarse en la parte frontal y posterior de la unidad móvil ocupando la tercera parte del área disponible de la carrocería.
- b) Los elementos de publicidad exterior deberán ser de material flexible adhesivo podrán ubicados en el lado derecho e izquierdo de la carrocería.

Artículo 57. Unidades móviles de transporte turístico

Los elementos de publicidad exterior deberán ser de material flexible adhesivo ubicados en el lado derecho e izquierdo de la carrocería.

CAPÍTULO VI

PROCEDIMIENTOS COMPLEMENTARIOS

Artículo 58. Regularización de autorización

Los elementos de publicidad exterior instalados y/o ubicados en bienes de dominio público sin contar con la autorización municipal correspondiente, pueden ser regularizados, previo cumplimiento y adecuación con las disposiciones técnicas que se derive de la presente ordenanza.





Municipalidad Metropolitana de Lima

Una vez vencido el plazo de regularización, la Subgerencia de Autorización Urbanas de la Gerencia de Desarrollo Urbano, procederá a informar a la Gerencia de Fiscalización y Control se sirva a iniciar el procedimiento administrativo sancionador e imposición de la sanción administrativa correspondiente, previa remisión del informe técnico que incluye medios de prueba que la sustentan.

Artículo 59. Requisitos de la regularización de autorización

En caso que se requiera regularizar y obtener la autorización correspondiente para un elemento de publicidad exterior instalado sin autorización, deberá presentar los requisitos establecidos en la presente ordenanza, según corresponda. Asimismo, adicionalmente al pago por el derecho de trámite correspondiente, deberá realizar un pago por concepto de compensación del aprovechamiento de un bien de dominio público, equivalente a cinco (05) UIT.

Artículo 60. Procedimiento para la regularización de autorización

Ingresada la solicitud de autorización de elemento de publicidad exterior en vía de regularización, se procederá conforme al procedimiento establecido en la presente Ordenanza y de cumplir con todas las disposiciones establecidas se emitirá la Resolución correspondiente, en caso, no cumpla con las disposiciones establecidas en la presente Ordenanza, la solicitud será denegada.

Artículo 61. Baja de la autorización del elemento de publicidad exterior

Las personas naturales o jurídicas que comuniquen el retiro de un elemento de publicidad exterior autorizado, deberán iniciar el procedimiento de baja de la autorización ante la Municipalidad correspondiente, el cual opera desde su presentación. Este procedimiento está sujeto a la aprobación automática y es gratuito.

En el caso de los Elementos de Publicidad Exterior, ubicados en bienes de dominio público, deberán realizar el retiro de todos los componentes del elemento de publicidad exterior, incluyendo las zapatas; caso contrario, serán pasibles del inicio de acciones administrativas sancionadoras o judiciales.

La solicitud de baja de la autorización del elemento de publicidad exterior será admitida de forma automática, sin perjuicio, de continuar con la cobranza de la deuda generada pendiente por el uso del aprovechamiento de un bien de dominio público.

Artículo 62. Cambio de leyenda

La modificación de la leyenda de los elementos de publicidad exterior deberá comunicarse a la autoridad municipal correspondiente a través de un documento simple. Para el caso de Letras Recontadas, no opera cambio de leyenda.

En caso, se modifique las características técnicas y/o estructurales del elemento de publicidad exterior, se deberá solicitar una nueva autorización.

CAPÍTULO VII

ÁREAS Y/O INFRAESTRUCTURA CONCESIONADAS

Artículo 63. Contrato de concesión y otros

Para la obtención de la autorización del elemento de publicidad exterior mediante un contrato de concesión, áreas y/o infraestructuras concesionadas, se requiere realizar lo siguiente:

- a) Adjuntar la opinión favorable del concedente a favor del concesionario con la verificación del área y/o servicio concesionado.
- b) Cumplir con lo dispuesto en el Capítulo IV de la presente ordenanza, respecto a elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público, en lo que le corresponda.



Municipalidad Metropolitana de Lima

Artículo 64. Infraestructura y/o Inmobiliario

Cuando el contrato de concesión contemple la incorporación de elementos de publicidad exterior en infraestructura y/o mobiliario urbano cuya finalidad sea de servicio público, se aplican las siguientes disposiciones.

- a) Se autoriza la colocación de elementos de publicidad exterior en casetas telefónicas, siempre que no se supere sus dimensiones y dentro de los parámetros técnicos establecidos en la presente ordenanza.
- b) Se autoriza la colocación de elementos de publicidad exterior en contenedores de basura soterrados y bebederos, siempre que no supere sus dimensiones, permita su identificación y dentro de los parámetros técnicos establecidos en la presente ordenanza.
- c) Se autoriza la colocación de elementos de publicidad exterior en paraderos, siempre que no supere sus dimensiones y dentro de los parámetros técnicos establecidos en la presente ordenanza.
- d) Se autoriza la colocación de elementos de publicidad exterior en parqueaderos de bicicletas, siempre que no supere sus dimensiones, permita su identificación y dentro de los parámetros técnicos establecidos en la presente ordenanza.
- e) Se autoriza la colocación de un (01) afiche adhesivo en los muros exteriores laterales de la infraestructura de baños públicos, siempre que no supere las medidas de 2m x 1m.
- f) Se autoriza la colocación de un (01) afiche adhesivo al módulo de peaje, siempre que no supere sus dimensiones y dentro de los parámetros técnicos establecidos en la presente ordenanza.
- g) Queda prohibida la colocación de elementos de publicidad exterior especiales, en los literales antes señalados.
- h) En otros casos de elementos de publicidad exterior en infraestructura y/o mobiliario urbano en contratos de concesión, la Gerencia de Desarrollo Urbano evalúa cada caso de forma particular considerando su naturaleza y finalidad, el beneficio que genera para la ciudadanía y las disposiciones de la presente Ordenanza.



CAPÍTULO VIII

APROVECHAMIENTO DEL BIEN DE DOMINIO PÚBLICO

Artículo 65. Hecho imponible

El hecho imponible aplicado en el aprovechamiento del bien de dominio público en relación a su uso, ocupación, ubicación y duración por el tiempo que permanezca el/los elementos de publicidad exterior, conforme su clasificación y características, se realiza conforme al siguiente detalle:

N°	Clasificación del elemento de publicidad exterior	Valor (%) de la UIT por m ² de área de exhibición por cara
1	Panel simple	5,00
2	Panel monumental /unipolar simple	7,00
3	Panel monumental /unipolar luminoso e iluminado.	9,00
4	Panel monumental /unipolar especial.	10,00





Municipalidad Metropolitana de Lima

5	Voluntario	8,00
6	Ecológico	5,00
7	Paleta	5,00
8	Tótem	8,00
9	Inflable publicitario.	7,00

Asimismo los montos calculados conforme al cuadro citado, no se expresan en céntimos, siendo redondeado, si el caso lo amerita. De igual manera, para el área de exhibición del elemento de publicidad exterior (m²) se calcula por cada lado del área precitada.

Artículo 66. Aprovechamiento y pago

El aprovechamiento del uso de un bien de dominio público que contenga un elemento de publicidad exterior autorizado, se requiere la ejecución del pago (hecho imponible) correspondiente. La misma que, se efectúa de forma mensual hasta el último día hábil del mes precedente. Cuando se trata de plazos menores a la de un mes, el pago es al contado.

El titular de la autorización del elemento de publicidad exterior, es responsable en cumplir con el pago correspondiente hasta el último día del aprovechamiento de la vía pública o hasta la fecha en que se decida dar la baja de su autorización.

Artículo 67. Atraso en el pago

Cuando no se realice el pago dentro del plazo correspondiente, el Servicio de Administración Tributaria (SAT) ejecuta la acción de cobranza de la deuda pendiente de pago; asimismo, procede a poner en conocimiento a la Gerencia de Fiscalización y Control para las acciones que correspondan, según el caso.

TÍTULO IV

DISPOSICIONES MUNICIPALES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I

OBLIGACIONES GENERALES Y PROHIBICIONES

Artículo 68. Obligaciones

Se establecen como obligaciones generales, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 15 y otros, las siguientes acciones:

1. Gestionar la autorización municipal para realizar la ubicación de los elementos de publicidad exterior independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
2. Salvaguardar la seguridad física de las personas, la libre circulación de sus ocupantes en un bien de dominio privado, de los vecinos o de quienes circulen en la vía pública, derivada de la ubicación de elementos de publicidad exterior; independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
3. Respetar y cumplir la reglamentación de distancia para redes de energía y telecomunicaciones establecidas por el Gobierno Nacional, cuando se realice la ubicación de elementos de publicidad exterior que le haya sido autorizado; independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.



Municipalidad Metropolitana de Lima

Artículo 69. Prohibiciones

Se establecen las siguientes prohibiciones en relación a los bienes de dominio privado, público y unidades móviles, conforme al siguiente detalle:

1. Bienes de dominio privado

- a) Ubicar elementos de publicidad exterior en muros de dominio privado, que se encuentran en un estado deteriorado o en mal estado de conservación.
- b) Ubicar elementos de publicidad exterior sobre cercos de edificaciones.
- c) Ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla Led) en cercos de edificaciones.
- d) Ubicar elementos de publicidad exterior que invadan los aires de la vía pública, a excepción de los elementos de publicidad exterior establecidos en los Artículos 33, 35 y 39.
- e) Ubicar elementos de publicidad exterior en pisos superiores al primer piso de edificaciones con fachada a nivel de vereda, excepto a los edificios corporativos y para edificaciones comerciales con puerta a calle que no tengan espacio en el primer piso.
- f) Ubicar elementos de publicidad exterior en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación residencial, educativa, hospitales, centros históricos y otros similares.
- g) Ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla Led) en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación comercial y/o industrial.
- h) Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y volumétrico en estaciones de servicios.
- i) Ubicar elementos de publicidad de tipo banderola debajo del canopy de las estaciones de servicios.
- j) Ubicar elementos de publicidad exterior en muros laterales y posteriores de dominio privado, salvo excepción para las estaciones de servicios.
- k) Ubicar elementos de publicidad exterior en las azoteas de edificaciones de los bienes de dominio privado.
- l) Obstaculizar la visión del otro elemento de publicidad exterior debidamente autorizado.



2. Bienes de dominio público

- a) Ubicar banderolas de tipo pasacalle en las vías expresas y arteriales del Sistema Vial Metropolitano.
- b) Ubicar elementos de publicidad exterior que incluya o sean semejantes con las señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación para el tránsito peatonal y/o vehicular.
- c) Ubicar elementos de publicidad exterior que emitan algún tipo de sonido como parte de su sistema de publicidad; independientemente de su clasificación y características derivadas de ella.
- d) Ubicar elementos de publicidad exterior en el perímetro y/o en el interior de las plazas, parques, rotondas, áreas calificadas como Zonas de Recreación Pública (ZRP) u otros similares.



Municipalidad Metropolitana de Lima

- e) Ubicar elementos de publicidad exterior que ocupen total o parcialmente la superficie o aires de las pistas, banquetas, jardines, estacionamientos, veredas, ciclovías y aires de propiedad privada, salvo excepción de las banderolas de tipo pasacalle en las vías colectoras y locales.
- f) Ubicar elementos de publicidad exterior en los intercambios viales o pasos a desnivel, puentes peatonales y/o túneles, cuya distancia sean menores a los cien (100) metros radiales; a excepción del elemento de publicidad exterior ecológico
- g) Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y tótem en las islas de refugio o de peatón.
- h) Ubicar elementos de publicidad exterior en malecones, acantilados, playas, ríos, lagunas, litoral costero, pampas, sistema de montañas, cerros, lomas, pantanos y humedales.
- i) Ubicar elementos de publicidad exterior en las áreas declaradas como zonas arqueológicas, zonas declaradas monumentos históricos, de valor monumental o integrante del ambiente urbano monumental o zona monumental
- j) Ubicar elementos de publicidad exterior en los árboles, en los elementos de señalización, en los postes de alumbrado público o portadores de cables, en los postes y cables de transmisión de energía eléctrica, en las antenas de telecomunicación y en los postes con cámaras de vigilancia u otros similares
- k) Ubicar elementos de publicidad exterior situada en curvas, cruces peatonales, confluencia de vías o de cualquier lugar en el que se obstaculice el tránsito vehicular y/o peatonal.
- l) Ubicar elementos de publicidad exterior que interfieran u obstaculicen la visión de los conductores de vehículos y/o tránsito peatonal, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
- m) Ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visibilidad de las señalizaciones de tránsito nomenclatura u informativa, aun cuando sean removibles.
- n) Ubicar elementos de publicidad exterior pintados, pegados (leyenda) o adheridos en las veredas, banquetas, pistas, banquetas, mobiliario urbano y otros componentes de la vía pública.
- o) Ubicar elementos de publicidad exterior reflectivo, de colores o composiciones que induzcan a la confusión y/o obstaculización en el tráfico vehicular.
- p) Efectuar el tratamiento de tala y retiro, trasplante y/o podas severas de individuos arbóreos sin la autorización respectiva de la Subgerencia de Gestión Ambiental de la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Gestión Ambiental.

3. Unidades móviles

- a) Ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, en unidades móviles sin autorización municipal.
- b) Ubicar elementos de publicidad exterior de material rígido, metálico, plástico, maderas u otros similares, en los techos de la unidad móvil.
- c) Ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, que reposen sobre la capota o maletera de la unidad móvil.
- d) Ubicar de elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, en los parabrisas y ventanillas de las unidades móviles; así como, de objetos, carteles, calcomanías u otros similares
- e) Ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, dentro del margen de veinte (20) centímetros alrededor de la placa de rodaje, señalización de peso y medidas vehiculares de la unidad móvil.



Municipalidad Metropolitana de Lima

- f) Ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visualización de las láminas retro reflectoras de seguridad u otros accesorios similares de la unidad móvil, conforme a las disposiciones emitidas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- g) Por ubicar elementos de publicidad exterior según su clasificación que incluya o sea semejantes a las señales, símbolos o dispositivos oficiales utilizadas en el control y orientación para el tránsito peatonal o vehicular.
- h) Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo volumétrico en toda la unidad móvil.
- i) Ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la unidad móvil.
- j) Ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la parte frontal y posterior de la unidad móvil, con excepción de la casa rodante.
- k) Ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación mixta (física y técnica) que sobresalga del frente, parte posterior y laterales de la carrocería de la unidad móvil; salvo se trate de publicidad de material flexible adhesivo.

CAPÍTULO II

INFRACCIONES ADMINISTRATIVAS

Artículo 70, Infracciones

Constituyen infracciones administrativas para la presente ordenanza, las siguientes conductas:

Infracciones leves

1. Por no realizar el mantenimiento (estado de presentación, limpieza, funcionamiento y seguridad) de los elementos de publicidad exterior de tipo afiche, banderola, cartelera, valla, ecológico, escaparate, inflable publicitario, panel simple, panel monumental, panel unipolar, láminas, palata publicitaria, plancheta publicitaria, escaparate y volumétrico.
2. Por ubicar en forma distinta a lo autorizado el/los elemento/s de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
3. Por ubicar elementos de publicidad exterior que incluya o sean semejantes con las señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación para el tránsito peatonal y/o vehicular.
4. Por no comunicar toda modificación de leyenda derivada de los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio privado.
5. Por ubicar elementos de publicidad exterior que emitan algún tipo de sonido como parte de su sistema de publicidad, independientemente de su clasificación y características derivadas de ella.
6. Por ubicar elementos de publicidad exterior sobre cercos de edificaciones.
7. Por ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla Led) en cercos de edificaciones.
8. Por ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla Led) en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación comercial y/o industrial.
9. Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y volumétrico en estaciones de servicios.
10. Por ubicar elementos de publicidad de tipo banderola debajo del canopy de las estaciones de servicios.
11. Por obstaculizar la visión del otro elemento de publicidad exterior debidamente autorizado.





Municipalidad Metropolitana de Lima

12. Por ubicar elementos de publicidad exterior reflectivo, de colores o composiciones que induzcan a la confusión y/o obstaculización en el tráfico vehicular
13. Por ubicar elementos de publicidad exterior que incluya o sean semejantes con las señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación para el tránsito peatonal y/o vehicular.
14. Por promover o incitar con el elemento de publicidad exterior, cuyo contenido este referido a prácticas o actos discriminatorios descritos en la Ordenanza 2160-MML o la que la sustituya.
15. Por ubicar elementos de publicidad exterior en los aires de la vía pública; salvo que se encuentren conforme a las disposiciones establecidas en los artículos 33,35 y 39 de la ordenanza.
16. Por ubicar en los elementos de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella, que obstaculicen los ductos de iluminación y/o ventilación de la propiedad de terceros
17. Por ubicar elementos de publicidad exterior en muros de dominio privado, que se encuentren en un estado deteriorado o en mal estado de conservación.
18. Por ubicar elementos de publicidad exterior en muros laterales y posteriores de dominio privado, salvo excepción para las estaciones de servicios.
19. Por ubicar elementos de publicidad exterior en las azoteas de edificaciones de los bienes de dominio privado.
20. Por ubicar elementos de publicidad exterior en pisos superiores al espacio de edificaciones con fachada a nivel de vereda.
21. Por ubicar en los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público, dotados de elementos externos de iluminación, cuya saliente máxima de su área de exhibición exceda de los dos (2) metros
22. Por ubicar banderolas de tipo pasacalle en las vías expresas y arteriales del Sistema Vial Metropolitano
23. Por ubicar elementos de publicidad exterior en el perímetro y/o en el interior de las plazas, parques, óvalos o rotondas u otros similares.
Por ubicar elementos de publicidad exterior que ocupen total o parcialmente la superficie o aires de las plazas, parques, jardines, estacionamientos, veredas, ciclovías y aires de propiedad privada, salvo excepción de las banderolas de tipo pasacalle en las vías colectoras y locales.
25. Por ubicar elementos de publicidad exterior en malecones, acantilados, playas, ríos, lagunas, litoral costero, pampas, sistema de montañas, cerros, lomas, pantanos y humedales.
26. Por ubicar elementos de publicidad exterior situada en curvas, cruces peatonales, confluencia de vías o de cualquier lugar, en el que se obstaculice el tránsito vehicular y/o peatonal.
27. Por ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visibilidad de las señalizaciones de tránsito, nomenclatura o informaliva; aun cuando sean removibles.
28. Por ubicar elementos de publicidad exterior en árboles, elementos de señalización, postes de alumbrado público, cables de transmisión de energía o teléfono y en obras de arte de la vía pública.
29. Por ubicar elementos de publicidad exterior en los Intercambios viales o pasos a desnivel, puentes peatonales y/o funeles, cuya distancia sean menores a los cien (100) metros radiales.
30. Por ubicar elementos de publicidad exterior de material rígido, metálico, plástico, maderas u otros similares, en los lados de la unidad móvil.
31. Por ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, que reposen sobre la capota o maletera de la unidad móvil.





Municipalidad Metropolitana de Lima

32. Por ubicar de elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella en los parabrisas y ventanillas de las unidades móviles; así como, de objetos, carteles, balconcillos u otros similares.
33. Por ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, dentro del margen de veinte (20) centímetros alrededor de la placa de rodaje, señalización de peso y medidas vehiculares de la unidad móvil.
34. Por ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visualización de las láminas retro reflectoras de seguridad u otros accesorios similares de la unidad móvil, conforme a las disposiciones emitidas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
35. Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo volumétrico en toda la unidad móvil.
36. Por ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la unidad móvil.
37. Por ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la parte frontal y posterior de la unidad móvil, con excepción de la casa rodante.
38. Por ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación mixta (física y técnica) que sobresalga del frente, parte posterior y laterales de la carrocería de la unidad móvil; salvo se trate de publicidad de material flexible adhesivo.
39. Por no exhibir o mostrar en un lugar visible (área de exhibición, fuera de ella o en el soporte que la sostenga) del elemento de publicidad exterior autorizado, un cartel informativo que contenga los datos del número de Resolución de Subgerencia y el nombre del solicitante, así como, de sus dimensiones de medida máxima descrita en la ordenanza.
40. Por ubicar otros elementos de publicidad exterior autorizado, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella, no respetando ni cumpliendo con las disposiciones técnicas establecidas en la ordenanza.

Infracciones graves

41. Por no respetar y cumplir la reglamentación de distancia para redes de energía y telecomunicaciones establecidas por el Gobierno Nacional, cuando se realice la ubicación de elementos de publicidad exterior autorizado; independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.

Infracciones muy graves

42. Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y volumétrico en estaciones de servicios.
43. Por ubicar otros elementos de publicidad exterior sin autorización municipal de tipo panel monumental, panel unipolar y tótem.
44. Por ubicar elementos de publicidad exterior en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación residencial, edificios, hospitales, centros históricos y otros similares.
45. Por comprometer la seguridad física de las personas, la libre circulación de sus ocupantes en un bien de dominio privado, de los vecinos o de quienes circulen por la vía pública; todas ellas derivadas de la ubicación de elementos de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
46. Por ubicar elementos de publicidad exterior pintados, pegados (leyenda) o adheridos en las veredas, sardines, pistas, berinas, mobiliario urbano y otros componentes de la vía pública.
47. Por ubicar otros elementos de publicidad exterior sin autorización municipal de tipo afiche, banderita, cartelera, valla ecológica, escaparate, inflable publicitario, panel simple, paleta publicitaria, plancheta publicitaria y volumétrico.



Municipalidad Metropolitana de Lima

48. Por ubicar estos elementos de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se derivan de ella, que interfieran u obstaculicen la visión de los conductores de vehículos y/o del tránsito peatonal.
49. Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y lótem en las Islas de refugio de los peatones
50. Por ubicar elementos de publicidad exterior en las áreas declaradas como zonas arqueológicas, zonas declaradas monumentos históricos, de valor monumental o integrante del ambiente urbano monumental o zona monumental.
51. Por no asegurar que la base eléctrica del elemento de publicidad exterior de tipo especial o luminoso a ser ubicado en un bien de dominio público, deba poseer un sistema automático de encendido y apagado, respetando el horario (de lunes a domingo, de 07:00 hasta las 23:00 horas) establecido por la autoridad municipal.
52. Por ubicar elementos de publicidad exterior según clasificación y características que se derivan de ella, sin autorización municipal en unidades móviles.

Artículo 71. Sanciones administrativas y medidas correctivas

Las sanciones administrativas y la aplicación de medidas correctivas según el caso, descritas en el Anexo de la presente ordenanza; son tramitadas conforme a las disposiciones establecidas en el Régimen de Aplicación de Sanciones Administrativas - RASA y el Cuadro de Infracciones y Sanciones Administrativas - CISA de la Municipalidad Metropolitana de Lima, aprobada por la Ordenanza N° 2200, o la que la sustituya.

CAPÍTULO III

RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA Y ACTUALIZACIÓN

Artículo 72. Responsabilidad administrativa

La responsabilidad administrativa se atribuye sobre cualquier persona natural o jurídica, nacional o extranjera que incumpla con las disposiciones municipales administrativas emitidas por la autoridad municipal; a través de la aplicación de sanciones administrativas.



Artículo 73. Sujetos de infracción y responsabilidad administrativa

Se constituyen en sujetos de infracción y responsabilidad administrativa las siguientes personas:

- a) El agente económico.
- b) La persona natural o jurídica descritas en los supuestos establecidos del artículo 11 del Régimen de Aplicación de Sanciones Administrativas - RASA, que le sean aplicables.

Artículo 74. Actualización de títulos

Modifíquese los títulos de los Sub Rubros: 6.1 "ANUNCIOS, AVISOS O ELEMENTOS PUBLICITARIOS EN GENERAL", 6.2 "PUBLICIDAD EN PREDIOS (BIENES DE DOMINIO PRIVADO)", 6.3 "PUBLICIDAD EN BIENES DE USO PÚBLICO (VÍA PÚBLICA)" y 6.4 "PUBLICIDAD EN UNIDADES MÓVILES" derivados del Rubro 6. ORNATO del Cuadro de Infracciones y Sanciones Administrativas - CISA; mediante su reemplazo conforme al siguiente detalle: "6.1 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN GENERAL", "6.2 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PRIVADO", "6.3: ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO" y "6.4 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN UNIDADES MÓVILES".



Municipalidad Metropolitana de Lima

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. Apruébese el Anexo 1 Cuadro de Sanciones por incumplir las disposiciones municipales administrativas establecidas en la presente ordenanza; y, reemplácese el mismo, en el Cuadro de Infracciones y Sanciones Administrativas - CISA de la Municipalidad de Lima, en lo referido al Rubro 06: ORNATO, de los Sub Rubros 6.1 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN GENERAL; 6.2 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PRIVADO; 6.3: ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO y 6.4: ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN UNIDADES MÓVILES, que como anexo forma parte de la presente Ordenanza.

Segunda. Aprobación de Formatos de solicitud.

Aprobese el formato de solicitud de autorización para ubicación de elemento de publicidad exterior contenido en el Anexo 2 que forma parte de la presente Ordenanza.

Tercera. Aplicación excepcional

Facúltase a las municipalidades distritales dentro del ámbito de la provincia de Lima, el uso parcial o total de las disposiciones y/o anexo de la presente ordenanza o la expedición de sus propios cuadros de sanciones administrativas, teniendo como marco legal referencial la norma precitada.

Cuarta. Reglamentación y/o disposiciones adicionales

Facúltase al Alcalde Metropolitano de Lima, para que mediante Decreto de Alcaldía reglamente, de ser necesario, lo dispuesto en la presente ordenanza.



De igual manera, a la Gerencia Desarrollo Urbano, o quien haga sus veces, emitir disposiciones que complementen la aplicación e implementación, de ser necesario, la presente ordenanza.

Quinta. Actualización del procedimiento de autorización

Cuando se modifiquen las características (físicas y técnicas) y/o sus componentes estructurales que lo fueron autorizadas con la normativa anterior, para la ubicación de los elementos de publicidad exterior (antes denominados anuncios y avisos publicitarios), se tiene que gestionar una nueva autorización, alineada a las disposiciones establecidas en la presente ordenanza.

Sexta. Garantía de la autorización para bienes de dominio público

Facúltase a la Municipalidad Metropolitana de Lima la recepción de la Carta Fianza presentada por el administrado, en la gestión realizada para la obtención de su autorización, para la ubicación de los elementos de publicidad exterior (EPE) en los bienes de dominio público. La misma que, resulta ejecutada (de oficio o a pedido de parte) cuando se contraviene las disposiciones de la presente ordenanza.

Séptima. Informativa

Las municipalidades distritales o provinciales no les corresponde regular el contenido o desarrollo de los elementos de publicidad exterior; toda vez que, es de competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.

Octava. Publicación



Municipalidad Metropolitana de Lima

Encarguese a la Secretaría General del Concejo, la publicación de la presente ordenanza en el Diario Oficial "El Peruano", y a la Subgerencia de Gobierno Digital e Innovación de la Gerencia de Administración, la publicación en el portal institucional de la Municipalidad Metropolitana de Lima (www.munlima.gob.pe), el mismo día de su publicación; así como, en la Plataforma digital única del Estado Peruano (www.gob.pe).

Novena. Vigencia

La presente ordenanza entra en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS TRANSITORIAS

Primera. Procedimiento temporal

Los procedimientos administrativos de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior (antes denominado anuncios y avisos publicitarios) iniciados (previa solicitud del solicitante) antes de la entrada en vigencia de la presente ordenanza, se regirán por la normativa anterior (Ordenanza N°1094 modificada por la Ordenanza N°1703) hasta su conclusión. De igual manera para el trámite de los recursos administrativos (reconsideración y apelación).

Segunda. Difusión

La Gerencia de Desarrollo Urbano en coordinación con la Gerencia de Participación Vecinal y, las que resulten vinculadas con la materia, son las encargadas de realizar difusión de las disposiciones establecidas en la presente ordenanza.

De igual manera, en realizar la capacitación para todo el personal de la Corporación Municipal.

Tercera. Actualización del Texto Único de Procedimientos Administrativos

La Gerencia de Desarrollo Urbano, con la entrada en vigencia de la presente ordenanza, procede a realizar la actualización en el Texto Único de Procedimientos Administrativos de la Corporación Municipal, en relación sus nuevos procedimientos administrativos.

Cuarta. Plazo de regularización de autorización

El plazo de regularización de autorización conforme a lo establecido en el artículo 58 de la presente ordenanza, es de noventa (90) días calendario, contado a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA DEROGATORIA

Única. Derogación

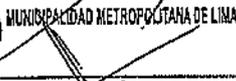
Deróguense las Ordenanzas N°1094 y su modificatoria Ordenanza N°1703; así como, todas aquellas disposiciones que se oponen a la presente ordenanza.

POR TANTO:

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase


MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

YOLANDA FALCÓN-LIZARASO
Secretaria General del Concejo


MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

JORGE MUÑOZ WELLS
ALCALDE



ANEXO 01:
CUADRO DE SANCIONES

[...]
06. ORNATO

6.1 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN GENERAL

CODIGO	DESCRIPCION DE LA INFRACCION	MULTA EN PROPORCION A LA DIVISIÓN	MEDIDA CORRECTIVA	GRADUALIDAD
06-0101	Por no realizar el mantenimiento (estado de presentación, limpieza, funcionamiento y seguridad) del/los elemento/s de publicidad exterior de tipo afiche, banderola, cartelera, valla, ecológico, escaparate, inflable publicitario, panel simple, panel monumental, panel unipolar, tótem, paleta publicitaria, plancheta publicitaria, escaparate y volumétrico.	0,50	Retiro	L
06-0102	Por ubicar en forma distinta a lo autorizado el/los elemento/s de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.	1,00	Retiro	L
06-0103	Por ubicar elementos de publicidad exterior que incluya o sean semejantes con las señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación para el tránsito peatonal y/o vehicular.	0,25	Retiro	L
06-0104	Por ubicar elementos de publicidad exterior que emitan algún tipo de sonido como parte de su sistema de publicidad, independientemente de su clasificación y características derivadas de ella.	0,25	Retiro	L
06-0105	Por ubicar elementos de publicidad exterior sobre cercos de edificaciones.	0,25	Retiro	L



06-0106	Por ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla Led) en cercos de edificaciones.	0,50	Retiro	L
06-0107	Por ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla Led) en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación comercial y/o industrial.	0,50	Retiro	L
06-0108	Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y volumétrico en estaciones de servicios.	2,00	Retiro	MG
06-0109	Por ubicar elementos de publicidad de tipo banderola debajo del canopy de las estaciones de servicios.	0,05	Retiro	L
06-0110	Por obstaculizar la visión del otro elemento de publicidad exterior debidamente autorizado.	0,50	Retiro	L
06-0111	Por ubicar elementos de publicidad exterior reflectivo, de colores o composiciones que induzcan a la confusión y/u obstaculización en el tráfico vehicular.	0,50	Retiro	L
06-0112	Por ubicar elementos de publicidad exterior que incluya o sean semejantes con las señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación para el tránsito peatonal y/o vehicular.	0,50	Retiro	L
06-0113	Por promover o incitar con el elemento de publicidad exterior, cuyo contenido este referido a prácticas o actos discriminatorios descritas en la Ordenanza 2160-MML o la que la sustituya.	0,50	Retiro	L
	Por no exhibir o mostrar en un lugar visible (área			



06-0114	de exhibición, fuera de ella o en el soporte que la sostenga) del elemento de publicidad exterior autorizado, un cartel informativo que contenga los datos del número de Resolución de Subgerencia y el nombre del solicitante; así como, de sus dimensiones de medida máxima descrita en la ordenanza.	0,05	Retiro	L
06-0115	Por ubicar el/los elemento/s de publicidad exterior autorizado, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella, no respetando ni cumpliendo con las disposiciones técnicas establecidas en la ordenanza.	0,50	Retiro	L
06-0116	Por no respetar y cumplir la reglamentación de distancia para redes de energía y telecomunicaciones establecidas por el Gobierno Nacional, cuando se realice la ubicación de elementos de publicidad exterior autorizado; independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.	1,00	Retiro	G
06-0117	Por comprometer la seguridad física de las personas, la libre circulación de sus ocupantes en un bien de dominio privado, de los vecinos o de quienes circulen por la vía pública; todas ellas derivadas de la ubicación de elementos de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.	2,00	Retiro	MG
06-0118		2,00	Retiro	MG



Firmado digitalmente por:
GÓMEZ DE NEGRI Iñata
Consejero Fatima FAU 201313806
cstf
Módulo: Soy el autor del
documento
Fecha: 24/05/2021 12:20:10-0500

	Por ubicar el/los elemento/s de publicidad exterior sin autorización municipal de tipo panel monumental, panel unipolar y tótem			
06-0119	Por ubicar el/los elemento/s de publicidad exterior sin autorización municipal de tipo afiche, banderola, cartelera, valla, ecológico, escaparate, inflable publicitario, panel simple, paleta publicitaria, plancheta publicitaria y volumétrico.	2,00	Retiro	MG
06-0120	Por ubicar elementos de publicidad exterior en las áreas declaradas como zonas arqueológicas, zonas declaradas monumentos históricos, de valor monumental o integrante del ambiente urbano monumental o zona monumental.	2,00	Retiro	MG

6.2. ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PRIVADO

CODIGO	DESCRIPCION DE LA INFRACCION	MULTA EN PROPORCION A LA UIT VIGENTE	MEDIDA CORRECTIVA	GRADUALIDAD
06-0201	Por no comunicar toda modificación de leyenda derivada de los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio privado.	0,05	Retiro	L
06-0202	Por ubicar el/los elemento/s de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella, que obstaculicen los ductos de iluminación y/o ventilación de la propiedad de terceros.	0,50	Retiro	L
06-0203	Por ubicar elementos de publicidad exterior en muros de dominio	0,50	Retiro	L



	privado, que se encuentran en un estado deteriorado o en mal estado de conservación.			
06-0204	Por ubicar elementos de publicidad exterior en muros laterales y posteriores de dominio privado; salvo excepción para las estaciones de servicios	0,50	Retiro	L
06-0205	Por ubicar elementos de publicidad exterior en las azoteas de edificaciones de los bienes de dominio privado.	0.50	Retiro	L
06-0206	Por ubicar elementos de publicidad exterior en pisos superiores al primer piso de edificaciones con fachada a nivel de vereda.	0.50	Retiro	L

6.3 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO

CODIGO	DESCRIPCION DE LA INFRACCION	MULTA EN PROPORCION A LA UIT VIGENTE	MEDIDA CORRECTIVA	GRADUALIDAD
06-0301	Por ubicar elementos de publicidad exterior en los alres de la vía pública; salvo que se encuentren conforme a las disposiciones establecidas en los artículos 35 y 39 de la ordenanza.	0,50	Retiro	L
06-0302	Por ubicar en los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público, dotados de elementos externos de iluminación, cuya saliente máxima de su área de exhibición exceda los dos (2) metros.	0,25	Retiro	L



06-0303	Por ubicar banderolas de tipo pasacalle en las vías expresas y arteriales del Sistema Vial Metropolitano.	0,50	Retiro	L
06-0304	Por ubicar elementos de publicidad exterior en el perímetro y/o en el Interior de las plazas, parques, óvalos o rotondas u otros similares.	0,50	Retiro	L
06-0305	Por ubicar elementos de publicidad exterior que ocupen total o parcialmente la superficie o áreas de las pistas, bermas, jardines, estacionamientos, veredas, ciclovías y áreas de propiedad privada; salvo excepción de las banderolas de tipo pasacalle en las vías colectoras y locales.	0,50	Retiro	L
06-0306	Por ubicar elementos de publicidad exterior en malecones, acantilados, playas, ríos, lagunas, litoral costero, pampas, sistema de montañas, cerros, lomas, pantanos y humedales.	0,50	Retiro	L
06-0307	Por ubicar elementos de publicidad exterior situada en curvas, cruces peatonales, confluencia de vías o de cualquier lugar, en el que se obstaculice el tránsito vehicular y/o peatonal	0,50	Retiro	L
06-0308	Por ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visibilidad de las señalizaciones de tránsito, nomenclatura o informativa; aun	0,50	Retiro	L



Firmado digitalmente por:
GGERO DENEGRI Luján
Consuelo Falina FAU 201313806
soft
Atributo: Soy el autor del
documento
Fecha: 24/05/2021 12:00:10-0500

	cuando sean removibles.			
06-0309	Por ubicar elementos de publicidad exterior en árboles, elementos de señalización, postes de alumbrado público, cables de transmisión de energía o teléfono y en obras de arte de la vía pública.	0,50	Retiro	L
06-0310	Por ubicar elementos de publicidad exterior en los intercambios viales o pasos a desnivel, puentes peatonales y/o túneles, cuya distancia sean menores a los cien (100) metros radiales.	0,50	Retiro	L
06-0311	Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y volumétrico en estaciones de servicios.	2,00	Retiro	MG
06-0312	Por ubicar elementos de publicidad exterior pintados, pegados (leyenda) o adheridos en las veredas, sardineles, pistas, bermas, mobiliario urbano y otros componentes de la vía pública.	2,00	Retiro	MG
06-0313	Por ubicar el/los elemento/s de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella, que interfieran u obstaculicen la visión de los conductores de vehículos y/o del tránsito peatonal.	2,00	Retiro	MG
06-0314	Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel	2,00	Retiro	MG



	monumental, unipolar y tótem en las islas de refugio de los peatones.			
06-0315	Por no asegurar que la base eléctrica del elemento de publicidad exterior de tipo especial o luminoso a ser ubicado en un bien de dominio público, deba poseer un sistema automático de encendido y apagado, respetando el horario (de lunes a domingo, de 07:00 hasta las 23:00 horas) establecida por la autoridad municipal.	2,00	Retiro	MG

6.4 ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN UNIDADES MÓVILES

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DE LA INFRACCIÓN	MULTA EN PROPORCIÓN A LA UNIDAD VIGENTE	LA MEDIDA CORRECTIVA	GRADUALIDAD
06-0401	Por ubicar elementos de publicidad exterior de material rígido, metálico, plástico, maderas u otros similares, en los lados de la unidad móvil.	0,05	Retiro	L
06-0402	Por ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, que reposen sobre la capota o maletera de la unidad móvil.	0,05	Retiro	L



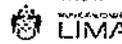
06-0403	Por ubicar de elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, en los parabrisas y ventanillas de las unidades móviles; así como, de objetos, carteles, calcomanías u otros similares.	0,50	Retiro	L
06-0404	Por ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, dentro del margen de veinte (20) centímetros alrededor de la placa de rodaje, señalización de peso y medidas vehiculares de la unidad móvil.	0,25	Retiro	L
06-0405	Por ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visualización de las láminas retro reflectoras de seguridad u otros accesorios similares de la unidad móvil, conforme a las disposiciones emitidas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.	0,50	Retiro	L
06-0406	Por ubicar elementos de publicidad exterior de tipo volumétrico en toda la unidad móvil.	0,50	Retiro	L



06-0407	Por ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la unidad móvil.	0,50	Retiro	L
06-0408	Por ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la parte frontal y posterior de la unidad móvil, con excepción de la casa rodante.	0,50	Retiro	L
06-0409	Por ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación mixta (física y técnica) que sobresalga del frente, parte posterior y laterales de la carrocería de la unidad móvil; salvo se trate de publicidad de material flexible adhesivo.	0,50	Retiro	L
06-0410	Por ubicar elementos de publicidad exterior según clasificación y características que se derivan de ella, sin autorización municipal en unidades móviles.	2,00	Retiro	MG



Municipalidad Metropolitana de Lima



Firmado digitalmente por:
GOBIERNO REGIONAL LIMA
Consuelo Fatima FAU 2013 13892
soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 24/05/2021 12:35:37-0500

ANEXO N° 02
EXPEDIENTE N°:

SOLICITA: AUTORIZACIÓN PARA UBICACIÓN DE ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

MUNICIPALIDAD DE LIMA
SOLICITUD - DECLARACIÓN JURADA

A LA MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

1.00 ADMINISTRADO:

Persona Natural o Jurídica	RUC/DNI	Representante Legal	D.N.I	Teléfono/Celular

Domicilio	Referencia	Distrito

N° Autorización Municipal de Funcionamiento	Vigencia	Municipalidad	Uso

N° Certificado Operación del Vehículo/ Fecha Exp.	N° Recibo de Pago por Derecho de Trámite

2.00 ADMINISTRADO. ANTE UD., SOLICITO:

AUTORIZACIÓN PARA LA UBICACIÓN DE ELEMENTO DE PUBLICIDAD
 REGULARIZACIÓN DE ELEMENTO DE PUBLICIDAD SIN AUTORIZ. MUNICIPAL
 ELEMENTO DE PUBLICIDAD APROB. CON AUTORIZACIÓN AUTOMÁTICA
 Otros: _____

UBICACIÓN DE ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN:

BIEN DE DOMINIO PRIVADO
 BIEN DE DOMINIO PÚBLICO
 UNIDAD MÓVIL
 MOBILIARIO URBANO

3.00 UBICACIÓN DEL ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR:

BIEN DOMINIO PRIVADO DONDE SE PROYECTA UBICAR EL ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Domicilio	Referencia

BIEN DE DOMINIO PÚBLICO / MOBILIARIO URBANO

Nombre de la Vía, Cdra., Km. y lado	Referencia

UNIDAD MÓVIL DONDE SE PROYECTA INSTALAR EL ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Propietario	N° de Placa

4.00 DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR A UBICAR:



Municipalidad Metropolitana de Lima

Tipo de elemento de publicidad exterior (ver reverso de solicitud e indicar número).

Cantidad

Se adjunta a la presente solicitud los documentos que se requieren en el Texto Único de Procedimientos Administrativos de la Municipalidad Metropolitana de Lima y la Ordenanza que Regula las Disposiciones Técnicas y Procedimientos Administrativos de Autorización para la Ubicación de Elementos de Publicidad Exterior en los Distritos de la Provincia de Lima según corresponda, a las características de los elementos de publicidad exterior indicados en ítem 5.00 del presente, sometiéndome a las penalidades que la normativa determine, en caso de falsedad.

Autorización a otra persona a realizar el trámite	Nombres y Apellidos	N° DNI	Teléfono

Atentamiento,

Fecha:

Firma y sello del Representante Legal

5.00 TIPOS DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

POR SUS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:				POR SUS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:
1. Aficha	6. Infiable Publicitario	11. Panel Monumental Unipolar	15. Plancheta publicitaria	1. Señero
2. Banderola	7. Letras Recordadas (GDE)	12. Panel Monumental Unipolar	16. Tabla (GDE)	2. Iluminado
3. Cartelera o Valla	8. Letrero (GDE)	13. Paleta Publicitaria	17. Toletem	3. Luminoso
4. Elemento Escultórico	9. EPE en Marquesina	14. Placa (GDE)	18. Volumétrico	4. Especial
5. Escaparate	10. Panel Simple			

REQUISITOS PRESENTADOS EN EL PRESENTE EXPEDIENTE:

- Solicitud - Declaración Jurada, debidamente tenida.
- Año o Diseño del anuncio o aviso publicitario con sus Dimensiones. El año o diseño del elemento de publicidad exterior, que incluya sus detalles y dimensiones, además del área o espacio destinado para el número de la autorización.
- Fotografía en el cual se debe apreciar el entorno urbano y el bien o edificación donde se ubicará el anuncio o aviso publicitario. Las fotografías actuales donde se pretende ubicar el elemento de publicidad exterior donde se aprecie su entorno urbano; caso contrario, para las unidades móviles donde sus fotografías visualicen sus lados.
- La carta poder simple firmado por el propietario y/o representante legal de una persona jurídica; siempre y cuando, el trámite a gestionarse sea realizado por un tercero.
- La declaración jurada de conservación y mantenimiento de los elementos de publicidad exterior, en caso sea autorizada. De igual manera, el compromiso de retirar de manera voluntaria, todos los componentes que se derivan del elemento de publicidad exterior, ante el pedido de la autoridad municipal; salvo excepción para los procedimientos previos en la Ordenanza N° 2186-MML (Letreros, letras recordadas, placas y toldos) o la que lo sustituya.
- La memoria descriptiva del elemento de publicidad exterior, donde se detalle el procedimiento de su instalación y mantenimiento.
- La declaración jurada de no afectación de áreas verdes y arbolado, respecto a la ubicación de los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público.
 - En bienes de dominio privado:
 - Documento simple suscrito por el propietario del bien de dominio privado, mediante el cual se autoriza la ubicación del elemento publicitario exterior.
 - Documento de aprobación expedido por el Ministerio de Cultura, cuando se trate para la ubicación de elementos de publicidad exterior en predios declarados como monumento, de valor monumental o integrante del patrimonio urbano monumental y zona monumental.
 - En bienes de dominio público:
 - Plano de ubicación con la trama de coordenadas UTM WGS84, a escala de 1/500 o 1/250, y el esquema de localización, a escala de 1/5000. Asimismo, las distancias de la arista más saliente del elemento de publicidad exterior y el eje de la base al borde exterior de la plaza, coordenada UTM WGS84 de la ubicación exacta, norte magnético, secciones vistas, veredas, bermas, separadores, altura y zonificación de las edificaciones cercanas, árboles, postes y demás componentes existentes de la vía pública; elaborado y suscrito por un arquitecto colegiado.
 - El plano de ubicación en archivo digital en formato ".dwg" y ".PDF".
 - Declaración Jurada del Profesional encargado quien suscribe los planos.
 - Presentar memoria descriptiva y plano de estructuras a escala conveniente, elaborado y suscrito por un Ingeniero Civil colegiado, conforme a lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Edificaciones.
 - Estudio de Mecánica de Suelos con panel fotográfico de exploración en campo, con fines de cimentación de acuerdo al Bien o, del inciso B.2.1, del artículo 1° de la Norma E-050, del Reglamento Nacional de Edificaciones, en caso de elementos de publicidad exterior que cuenten con soportes de mayor o igual a 20 centímetros de diámetro. Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipos luminoso, iluminado o especial en bienes de dominio público o privado:
 - Memoria descriptiva, memoria de cálculos y especificaciones técnicas, así como el proyecto donde se grafique el recorrido de conexión del suministro eléctrico hasta el elemento de publicidad exterior. Siendo elaborado y suscrito por un Ingeniero Electricista o Mecánico Electricista colegiado.
 - Plano de instalaciones eléctricas a escala conveniente. Siendo elaborado y suscrito por un Ingeniero Electricista o Mecánico Electricista colegiado.
 - Declaración jurada del profesional que suscribe los planos.
 - Carta de facilidad de conexión eléctrica, otorgada por la empresa prestadora de servicios, en caso de corresponder.
- Seguro de responsabilidad civil vigente.



Municipalidad Metropolitana de Lima

El suscrito AUTORIZA en representación propia o en representación de la Junta de Propietarios o de la Asamblea de Propietarios, la ubicación del elemento de publicidad exterior en el bien de dominio privado, o propietario de la unidad móvil, que se señala en el anverso del presente documento, y conforme a las características indicadas en la siguiente página, sometiéndome a las penalidades que la normativa determina, en caso de falsedad.

Nombre y Apellido	N° de DNI	Teléfono

Fecha:

Yo, siendo el profesional quien SUSCRIBE asumo total responsabilidad sobre los trabajos que se ejecutarán para la ubicación del elemento de publicidad exterior que solicita el administrado, para lo cual me comprometo a cumplir con lo señalado en los planos que se adjuntan y suscritos, así como cumplir con las normas técnicas que correspondan.

Nombre y Apellido	N° DNI	Especialidad	Teléfono

FIRMA Y SELLO EN SEÑAL DE CONFORMIDAD

FIRMA Y SELLO EN SEÑAL DE CONFORMIDAD

Fecha

Fecha

6.00 CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR:

N°1

DIMENSIONES DEL ÁREA DE EXHIBICIÓN		MATERIAL PREDOMINANTE
Largo:	Ancho:	
LEYENDA		

N°2

DIMENSIONES DEL ÁREA DE EXHIBICIÓN		MATERIAL PREDOMINANTE
Largo:	Ancho:	
LEYENDA		



Firmado digitalmente por:
OSWALDO DE NEGRI Maria
Consejero Fatima FAU 201313806
sofi
Rolivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 24/06/2021 12:38:40-0500

Municipalidad Metropolitana de Lima

N°3		
DIMENSIONES DEL ÁREA DE EXHIBICIÓN		MATERIAL PREDOMINANTE
Largo:	Ancho:	
LEYENDA		
N°4		
DIMENSIONES DEL ÁREA DE EXHIBICIÓN		MATERIAL PREDOMINANTE
Largo:	Ancho:	
LEYENDA		
OBSERVACIONES (de la Municipalidad)		