

**Regulan la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en la provincia de Lima**

**ORDENANZA N° 1094**

**CONCORDANCIAS:** Ordenanza N° 145-2008-MDPH (Aprueban Ordenanza que regula la ubicación e instalación de elementos de publicidad exterior, anuncios y avisos publicitarios en el distrito de Punta Hermosa)

Acuerdo de Concejo N° 538 (Aprueban Estudio Técnico de Levantamiento de Elementos Publicitarios existentes en la Panamericana Sur)

Ordenanza N° 070-09-MDP (Aprueban Ordenanza de anuncios y avisos publicitarios)

Ordenanza N° 1337, Art. Primero

Ordenanza N° 1341, Art. Único

Ordenanza N° 090-2010-MCPSMH, Art. Primero

EL ALCALDE METROPOLITANO DE LIMA

POR CUANTO:

EL CONCEJO METROPOLITANO DE LIMA

Visto en Sesiones Ordinarias de Concejo de fechas 8 y 15 de noviembre de 2007, los Dictámenes Nos. 227-2007-MML-CMDUVN de la Comisión Metropolitana de Desarrollo Urbano, Vivienda y Nomenclatura, 183 y 189-2007-MML-CMAEO de la Comisión Metropolitana de Asuntos Económicos y Organización y 113 y 119-2007-MML-CMAL de la Comisión Metropolitana de Asuntos Legales; y,

Aprobó la siguiente:

**ORDENANZA**

**QUE REGULA LA UBICACIÓN DE ANUNCIOS Y AVISOS PUBLICITARIOS EN LA PROVINCIA DE LIMA**

**TÍTULO I**

**GENERALIDADES**

**CAPÍTULO I**

**PRINCIPIOS GENERALES**

**Artículo 1.-** Para cumplir con su objetivo, la presente Ordenanza se basa en los siguientes principios generales:

a) **La Protección del Ambiente Urbano y el Ornato de la Ciudad.-** Como fundamento principal en la ubicación de anuncios y avisos publicitarios, con la finalidad de evitar la contaminación visual.

b) **El Respeto a los Bienes de Dominio Privado así como a los Bienes de Uso y de Servicios Públicos.-** Para proteger la calidad de vida de los ciudadanos y disfrutar de las cualidades físicas y estéticas de la ciudad.

c) **Uniformización de Criterios.-** Uniformizar criterios con relación a la ubicación de anuncios y avisos publicitarios, en salvaguarda de la seguridad de las personas y el orden en la vía pública.

d) **Regulación de la Actividad de la Publicidad Exterior.-** Considerando que la misma es una actividad que se debe desarrollar mediante la ubicación racional de anuncios y avisos publicitarios, evitando la exclusividad, monopolio y el acaparamiento de los espacios públicos.

## **CAPÍTULO II**

### **OBJETIVO Y ALCANCE**

**Artículo 2.- Objetivo.-** La presente Ordenanza regula los aspectos técnicos y administrativos que norman la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en la Provincia de Lima, de acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Política del Perú, la Ley Orgánica de Municipalidades, el Reglamento Nacional de Edificaciones, y demás normas aplicables; con la finalidad de preservar la seguridad de las personas, de la vía pública y de los predios urbanos, así como el orden, el ornato y la estética de la ciudad.

**Artículo 3.- Alcance.-** Conforme a lo previsto en el inciso 1, numeral 1.4.4 del Artículo 79 y en el numeral 7.3 del Artículo 161 de la Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades, la presente Ordenanza tiene alcance metropolitano, en consecuencia, su cumplimiento es obligatorio en toda la jurisdicción de la Provincia de Lima.

**Artículo 4.- Actividades no Comprendidas.-** No están comprendidas en las disposiciones de la presente Ordenanza:

1. La propaganda política.
2. Las ambulancias, los vehículos de bomberos, los vehículos de propiedad de organismos públicos.

La propaganda política es regulada en la norma municipal correspondiente.

## **CAPÍTULO III**

### **DEFINICIONES Y CLASIFICACIÓN**

**Artículo 5.- Definiciones.-** Para efectos de la presente Ordenanza se entiende por:

**1.- Anuncio, Aviso o Elemento Publicitario.-** Se denomina así al mensaje publicitario que incluye la estructura o elemento físico portador del mismo, incluyéndose también, en esta definición a los anuncios pintados o pegados a un paramento que sean ubicados en el interior o exterior.

**2.- Anunciante.-** Persona natural o jurídica en cuyo beneficio se elabora un mensaje publicitario.

**3.- Área de Exhibición de un Anuncio o Aviso Publicitario.-** Es la superficie expresada en metros cuadrados que ocupa el mensaje publicitario en el anuncio o aviso publicitario. Será delimitada por un rectángulo imaginario que ocupe todo el mensaje publicitario.

**4.- Bienes de Dominio Privado.-** Los destinados al uso o fines particulares o privados, independientemente de quien sea su propietario.

**5.- Bienes de Uso Público.-** Son todos aquellos bienes de aprovechamiento o utilización general, cuya conservación y mantenimiento le corresponde a una entidad pública, tales como: alamedas, parques, plazas, paseos, malecones, bosques, intercambios viales, puentes, túneles; así como las vías públicas con sus elementos constitutivos como aceras, bermas, calzadas, jardines, separadores y similares.

**6.- Bienes de Servicio Público.-** Son todos aquellos bienes que sirven para la prestación de cualquier servicio público, tales como los edificios e instalaciones, y el mobiliario urbano destinado al servicio público.

**7.- 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, el tránsito y en general el orden establecido en una ciudad.

Dichos elementos no provocan contaminación por sí mismos; pero con la ubicación o instalación indiscriminada en cuanto a tamaño, distribución y cantidad, se convierten en agentes contaminantes.

**8.- Derecho por el Aprovechamiento de un Bien de Uso Público.-** Es aquel que se genera por el uso y/o aprovechamiento de un bien de uso público realizado por una persona natural o jurídica en provecho propio, ya sea que exista una contraprestación pecuniaria o no por la ubicación de un anuncio o aviso publicitario.

**9.- Elemento Fijo.-** Es el anuncio o aviso publicitario que se encuentra ubicado en un bien de dominio privado o de uso público o de servicio público, y que por sus características no puede ser desplazado.

**10.- Unidad Móvil de Publicidad Exterior.-** Es el vehículo portador de uno o más anuncios, avisos o elementos publicitarios. Para efectos de la presente Ordenanza están considerados como unidad móvil de publicidad exterior: los vehículos de transporte público o privado, tales como los vehículos de transporte interprovincial e internacional, vehículos que presten servicio turístico, vehículos que presten servicio de grúa y auxilio mecánico, vehículos de transporte de valores, vehículos de transporte de carga pesada y mercancías, entendiéndose exceptuados los vehículos que transporten contenedores de carga. Asimismo se encuentran comprendidos los vehículos de dos o tres ruedas, sean motorizados o no motorizados.

**11.- Fotomontaje o Posicionamiento Virtual.-** Fotografía que resulta de combinar la fotografía de un aviso publicitario con la fotografía de la ubicación propuesta, con la finalidad de simular su realidad.

**12.- Lado Derecho, Lado Izquierdo, Lado Frontal y Lado Posterior del Vehículo y Techo del Vehículo.-** Se entenderá por éstos, tomando siempre como referencia la perspectiva del conductor.

**13.- Mensaje Publicitario.-** El texto, leyenda o forma de representación visual gráfica que utiliza una persona natural o jurídica, pública o privada en ejercicio de una actividad legalmente reconocida, con la finalidad de divulgar, difundir, promocionar o identificar marcas, denominaciones, actividades profesionales, servicios comerciales, mercantiles o industriales, bienes, productos, derechos, obligaciones, expresiones religiosas y organizaciones sociales, instituciones privadas, públicas, gubernamentales e internacionales.

Se incluyen en esta definición las denominaciones y razones sociales de carácter privado.

**14.- Propietario del Anuncio, Aviso o Elemento Publicitario.-** La persona natural o jurídica titular del anuncio o aviso publicitario, a nombre de quien se ha emitido la autorización municipal.

**15.- Publicidad Exterior.-** Es la actividad que se realiza por medio de anuncios, avisos o elementos publicitarios cuya área de exhibición son visibles desde la vía pública y cuyo mensaje publicitario está dirigido a un público indeterminado.

**16.- Ubicación de Anuncio y Aviso Publicitario.-** Se refiere a la instalación, pegado o adosado del mismo en un bien predeterminado, sea en un elemento fijo o móvil.

Las definiciones de cerco, muro, paramento y mobiliario urbano son las señaladas en la Norma G.040 - Definiciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones aprobado mediante Decreto Supremo N° 011-2006-VIVIENDA publicado el 8 de mayo de 2006.

**Artículo 6.- Clasificación de los Anuncios o Avisos Publicitarios por sus Características Físicas.-** Los anuncios o avisos publicitarios, por las características de su apariencia y forma se clasifican en:

**1.- Afiche o Cartel.-** Elemento publicitario cuyo mensaje es impreso en una superficie laminar de papel, cartón o material similar, que se adhiere a un paramento o cartelera.

**2.- Banderola.-** Elemento publicitario cuyo mensaje publicitario es impreso o pegado sobre tela u otro material similar y que se sujeta de sus extremos o de algún otro elemento que lo sostenga, que no necesita estructura propia para su exhibición. Se definen tres tipos:

BANDEROLA, propiamente dicha, hasta 16 m<sup>2</sup>. de área o 2.00 m. de ancho.

GIGANTOGRAFIA, cuando su área de exhibición es mayor a 16 m<sup>2</sup>. y

PASACALLE, cuando una banderola atraviesa una vía.

**3.- Cartelera.-** Elemento fijo de superficie plana, que se adosa a un paramento con la finalidad de instalar afiches o carteles de propiedad municipal.

**4.- Vallas.-** Elemento cuyas características son iguales a las de una cartelera, pero que es de propiedad privada y sólo puede ser instalada en los cercos.

**5.- Aviso Ecológico.-** Elemento publicitario cuyo mensaje es elaborado con elementos orgánicos o inorgánicos en estado natural, implantados en áreas verdes, jardines, taludes, lomas o laderas de cerros, en zonas urbanas o rurales.

**6.- Escaparate.-** Ventana u hornacina con cierre transparente, ubicada en los paramentos de los locales comerciales, que sirve para exponer mercancías y exhibir anuncios o avisos publicitarios.

**7.- Globo Aerostático Anclado.-** Elemento cuyo mensaje publicitario se presenta en un material flexible, de forma más o menos esférica, llena de un gas de menor densidad que el aire, y que se sujeta a una superficie fija. Esta definición incluye a elementos de otras formas y a los que son inflados con aire.

**8.- Letras Recortadas.-** Son los mensajes publicitarios constituidos por letras, números o símbolos independientes entre sí, que se adosan a los paramentos de una edificación, sin impedir que se distingan los elementos arquitectónicos de la misma.

**9.- Letrero.-** Anuncio o aviso publicitario que cuenta con una estructura sencilla a ser instalada directamente a un paramento.

**10.- Marquesina.-** Es la estructura portadora del mensaje publicitario que se coloca sobre el elemento arquitectónico que sobresale y forma parte de la edificación, cubriendo parte de la vía pública, y que no permite construcción alguna en su parte superior.

**11.- Panel Simple.-** Es el anuncio o aviso publicitario autoportante o sostenido en uno o más parantes.

**12.- Panel Monumental.-** Es el anuncio o aviso publicitario que requiere de una estructura especial, que se sostiene en dos o más puntos de apoyo, y se construye de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Edificaciones y las normas técnicas aplicables. Si el panel monumental cuenta con una o más caras y es sostenido en un punto de apoyo, se denomina panel monumental unipolar.

**13.- Paleta Publicitaria.-** Es el elemento autoportante de estructura simple de dos caras, con o sin soportes.

**14.- Placa.-** Lámina o plancha superpuesta a la superficie de un paramento o fachada, con dimensiones no mayores a un cuadrado de 30 centímetros por lado, con un espesor máximo de 15 mm.

**15.- Plancheta Publicitaria O Flange.-** Elemento simple sin iluminación, que se coloca perpendicularmente a un paramento, de material plástico, metal o similar, con dimensiones máximas de 30cm. X 30cm. y de un espesor máximo de 5 mm.

**16.- Toldos.-** Estructura o armazón recubierto de tela u otro material similar que se sostienen en los paramentos de los inmuebles, puestos de venta o de servicios en la vía pública y que tienen un mensaje publicitario.

**17.- Torre Publicitaria (Tótem).-** Estructura autoportante de relación mínima ancho-alto de 1 a 3; con uno o más anuncios o avisos publicitarios y de una o más caras.

**18.- Volumétrico.-** Anuncio o aviso publicitario conformado por objetos o volúmenes como parte del mensaje publicitario.

**Artículo 7.- Clasificación de los Anuncios o Avisos Publicitarios por sus Características Técnicas.-** Los anuncios o avisos publicitarios por la manera de exhibición del anuncio, se clasifican en:

**Especiales.-** Es el anuncio o aviso publicitario que emite publicidad mediante medios mecánicos, eléctricos o electrónicos.

**Luminosos.-** Cuando el anuncio o aviso publicitario en sí tiene iluminación propia (luz de neón) o cuando uno o más elementos de iluminación se encuentran en el interior de su estructura.

**Iluminados.-** Cuando uno o más elementos de iluminación se encuentran en el exterior de su estructura.

**Sencillos.-** Aquellos que se definen solamente por sus características de apariencia y forma.

## **CAPÍTULO IV**

## **ÓRGANOS COMPETENTES**

**Artículo 8.- Competencia de la Municipalidad Metropolitana de Lima.-** Corresponde a la Municipalidad Metropolitana de Lima:

1.- Regular en la Provincia de Lima la autorización para ubicación de anuncios y avisos publicitarios.

2.- Autorizar la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en:

a.- Las áreas libres, azoteas o paramentos de los bienes de dominio privado ubicados en la jurisdicción del Cercado de Lima, y que estén vinculados a la identificación y actividad del establecimiento.

b.- 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 del Cercado de Lima, y que estén vinculados a la identificación y actividad del establecimiento.

c.- Los bienes de uso público de las vías del Sistema Vial Metropolitano.

d.- En el mobiliario urbano ubicado en las vías del Sistema Vial Metropolitano y en las vías locales del Cercado de Lima.

e.- Los bienes de servicio público ubicados en la jurisdicción de la Provincia de Lima y que se encuentren bajo la administración de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

f.- En unidades móviles que circulan en la Provincia de Lima

3.- Velar por el cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ordenanza cuya observancia es a nivel Provincial.

4.- Resolver los recursos impugnativos relacionados con los anuncios o avisos publicitarios en los ámbitos de su competencia.

5.- Celebrar Convenios de Cooperación con empresas dedicadas a la actividad de publicidad exterior con la finalidad de mejorar la infraestructura urbana y ornato de la ciudad.

6.- Celebrar Convenios de Cooperación Interinstitucional de carácter complementario vinculados a la ubicación de anuncios o avisos publicitarios.

**Artículo 9.- Competencia de las Municipalidades Distritales.-** Corresponde a las Municipalidades Distritales:

1. Normar, complementariamente y en estricta sujeción a esta Ordenanza, la ubicación de los anuncios y avisos publicitarios señalados en el siguiente inciso.

2. Autorizar la ubicación de los avisos publicitarios en:

Los bienes de uso público de las vías locales de su jurisdicción.

El mobiliario urbano ubicado en las vías locales correspondientes al distrito.

Las áreas libres, paramentos exteriores y aires (techos o azoteas) de los bienes de dominio privado ubicados en la jurisdicción del distrito, incluyendo aquellos con frente a las Vías Metropolitanas.

Los locales comerciales ubicados en el interior de las galerías comerciales, centros comerciales y mercados, con frente a las áreas comunes de circulación de uso público; ubicados en su jurisdicción.

3. Ejercer labores de fiscalización de la ubicación de avisos publicitarios de conformidad con las disposiciones contenidas en la presente Ordenanza y la normatividad complementaria emitida por la Municipalidad Distrital.

4. Resolver los recursos impugnativos relacionados con la ubicación de avisos publicitarios de su competencia.

5. Celebrar Convenios de Cooperación con empresas dedicadas a la actividad de publicidad exterior con la finalidad de mejorar la infraestructura urbana y ornato de la ciudad.

6. Celebrar Convenios de Cooperación Interinstitucional en materias complementarias a la ubicación de avisos publicitarios de su competencia.

## **CAPÍTULO V**

### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LOS ÓRGANOS DE LÍNEA DE LA MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA**

#### **Artículo 10.- Competencias Específicas de la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas de la Gerencia de Desarrollo Urbano.-**

1. Resolver las solicitudes de ubicación de anuncios y avisos publicitarios señalados en los incisos a y b del numeral 2 del artículo 8 de la presente Ordenanza, a excepción de letreros, letras recortadas, placas y toldos que compete autorizar a la Gerencia de Desarrollo Empresarial conforme se indica en el artículo 12.

2. Resolver las solicitudes de ubicación de anuncios y avisos publicitarios señalados en los incisos c, d, e, y f del numeral 2 del artículo 8 de la presente Ordenanza.

3. Resolver las solicitudes de renovación de la Autorización de ubicación de anuncios y avisos publicitarios, de acuerdo a los incisos 2 y 3 del presente artículo.

4. Resolver las solicitudes de regularización de los anuncios y avisos publicitarios de conformidad con la primera Disposición Transitoria de la presente Ordenanza.

5. Resolver, en primera instancia, los recursos impugnativos de Reconsideración que se presenten contra las resoluciones expedidas de conformidad con los incisos 1, 2, 3 y 4 del presente artículo, con la excepción de lo dispuesto en la parte final del inciso 1.

6. Proponer las medidas a adoptar para la eventual introducción de modificaciones en la presente Ordenanza y normas complementarias.

#### **Artículo 11.- Competencias Específicas de la Gerencia de Desarrollo Urbano.-**

1. Resolver en segunda instancia los Recursos de Apelación interpuestos contra las Resoluciones que emita la Subgerencia de Autorizaciones Urbanas en primera instancia, agotándose con ello la vía administrativa.

2. Proponer al Alcalde Metropolitano de Lima la regulación e implementación de proyectos, Convenios de Cooperación e instrumentos similares que, en aspectos complementarios a la ubicación de anuncios y avisos publicitarios, puedan suscribirse en el ámbito de la Provincia de Lima.

3. Proponer las medidas a adoptar para la eventual introducción de modificaciones en la presente Ordenanza y normas complementarias.

4. Celebrar Convenios de Cooperación Interinstitucional en materias complementarias a la ubicación de avisos publicitarios de su competencia.

**Artículo 12.- Competencias Específicas de la Gerencia de Desarrollo Empresarial.-**

Resolver las solicitudes de ubicación de anuncios y avisos publicitarios, tales como letreros, letras recortadas, placas y toldos, en los lugares señalados en los incisos a y b del numeral 2 del artículo 8 de la presente Ordenanza.

Los órganos competentes para la tramitación, y suscripción de certificados y resoluciones se regulan según lo dispuesto en la Ordenanza N° 857 del 30 de octubre de 2005.

**Artículo 13.- Competencias Específicas de la Gerencia de Fiscalización y Control y sus Órganos de Línea.-**

Ejercer las funciones señaladas en el numeral 3 del artículo 8 de la presente Ordenanza; así como la aplicación del Régimen Municipal de Aplicación de Sanciones Administrativas vigente.

**TÍTULO II**

**DISPOSICIONES ADMINISTRATIVAS**

**CAPÍTULO I**

**AUTORIZACIÓN**

**Artículo 14.- Autorización para la Ubicación de Anuncios y Avisos Publicitarios.-** La autorización para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios se expresa mediante una Resolución que otorga, la autoridad municipal de acuerdo a las competencias señaladas en la presente Ordenanza, a las personas naturales o jurídicas que están obligadas a solicitarla, de conformidad con las presentes disposiciones.

No podrán instalarse anuncios o avisos publicitarios sin cumplir con las disposiciones técnicas de la presente Ordenanza.

**Artículo 15.- Autorización para la Ubicación de Anuncios y Avisos Publicitarios para Cesionarios.-** Para el caso de cesionarios que deseen obtener autorización para letreros, letras recortadas, placas y toldos, en los lugares señalados en los incisos a y b del numeral 2 del artículo 8 de la presente Ordenanza, corresponderá ser solicitada por el Titular de la Autorización Municipal de Funcionamiento principal, quien deberá incluir de manera conjunta en su leyenda, el nombre o actividad autorizada para el Cesionario, conformando un solo elemento de publicidad.

**Artículo 16.- Autorización Automática.-** Se otorgará autorización automática y gratuita para la



ubicación de anuncios y avisos publicitarios ante la respectiva Municipalidad, en los siguientes casos:

1. Los anuncios o avisos publicitarios que se ubican en bienes de dominio privado que identifican entidades públicas, organismos internacionales, templos, conventos y establecimientos similares de organizaciones religiosas de todas las denominaciones, así como de los centros educativos estatales: sólo con respecto al nombre y en una sola ubicación.

2. La información temporal de actividades religiosas, culturales, recreativas, deportivas, cívicas y benéficas; todas ellas, de carácter no lucrativo. Así como la publicidad institucional de entidades públicas.

La ubicación de dichos anuncios o avisos publicitarios está sujeta al cumplimiento de los parámetros establecidos en la presente Ordenanza.

**Artículo 17.- Contenido del Anuncio o Aviso Publicitario.-** El contenido de un mensaje publicitario comprende tanto lo que se dice, como la forma en que se presenta. No compete a las Municipalidades normar o intervenir en cuanto al contenido de los anuncios, el mismo que es regulado por INDECOPI. El mensaje publicitario deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. Deberá ser respetuoso respecto a la dignidad y condición humana, y de los valores sociales y nacionales.

2. Deberá ser contrario a cualquier tipo de ofensa, menosprecio o discriminación hacia persona alguna, por razones de raza, sexo, condición social, religión, nivel cultural, situación económica o defecto físico.

Las modificaciones o cambio de leyenda no requerirán nueva autorización, debiéndose comunicar dicha modificación o cambio a la autoridad municipal competente.

**Artículo 18.- Requisitos para solicitar la Autorización de Ubicación de Anuncios o Avisos Publicitarios.-** Son los siguientes:

**I. REQUISITOS GENERALES.-**

1. Formato Solicitud - Declaración Jurada, que incluirá:

a) El número del recibo de pago por derecho de trámite.

Y, según el caso:

b) El numero de RUC.

c) El número de la autorización municipal de funcionamiento del establecimiento comercial en donde se instalará.

d) Texto suscrito por el propietario del bien de dominio privado o unidad móvil que autoriza la ubicación del elemento de publicidad.

e) El número del recibo de pago por derecho por el aprovechamiento de un bien de uso público.

f) En caso de paneles simples, monumentales y los que necesitan de energía, la persona o profesional responsable firmará el texto de responsabilidad de obra.

g) El número del Certificado de Operación y su fecha de expedición, cuando se trate de autobuses, taxis y otros dedicados a la prestación de servicios de transporte público de pasajeros.

2. Presentar las siguientes vistas:

a) Arte o diseño del anuncio o aviso publicitario con sus dimensiones.

b) Fotografía en el cual se debe apreciar el entorno urbano y el bien o edificación donde se ubicará el anuncio o aviso publicitario.

c) Fotomontaje o posicionamiento virtual del anuncio o aviso publicitario para el que se solicita Autorización, en el cual se debe apreciar el entorno urbano y el bien o edificación donde se ubicará. Asimismo para el caso de unidad móvil.

3. Copia de la Autorización Municipal de Funcionamiento, si se ubica en un establecimiento que opera fuera de la jurisdicción del Municipio donde se tramita la solicitud.

4. Copia simple del Documento de Identidad del solicitante o representante legal.

## **II. LOS REQUISITOS GENERALES SE COMPLEMENTARÁN SEGÚN SU UBICACIÓN CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:**

### **II.1 EN BIENES DE DOMINIO PRIVADO:**

Copia del Acta de la Junta o Asamblea de Propietarios de los bienes de dominio privado sujetos al régimen de propiedad exclusiva común, en la que la mitad más uno de los propietarios, autorizan la ubicación del anuncio o aviso publicitario. En caso de no existir Junta o Asamblea de Propietarios, podrá presentarse documento de autorización suscrito por la mitad más uno de sus propietarios.

### **II.2 EN BIENES DE USO PÚBLICO:**

1. Plano de Ubicación con coordenadas UTM, a escala 1/500 o 1/250, y Esquema de Localización, a escala 1/5,000. Se indicarán las distancias de la arista más saliente del panel y del eje de la base al borde exterior de la pista. Debe adjuntar el archivo digital del plano.

2. En caso de anuncios o avisos publicitarios luminosos, iluminados o especiales deberán presentar la copia de la carta de factibilidad de conexión eléctrica por la empresa prestadora de servicios correspondiente.

### **II.3 EN UNIDADES MÓVILES:**

1. Copia Simple de la Tarjeta de Propiedad de la unidad móvil.

## **III. LOS REQUISITOS GENERALES SE COMPLEMENTARÁN SEGÚN EL TIPO DE ANUNCIO O AVISO PUBLICITARIO CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:**

### **III.1 EN PANELES MONUMENTALES:**

1. Plano de Ubicación con coordenadas UTM, a escala 1/500 o 1/250, y Esquema de Localización, a escala 1/5000. Se indicarán las distancias de la arista más saliente del panel y del eje de la base al borde exterior de la pista. Debe adjuntar el archivo digital del plano.

2. Especificaciones Técnicas y Plano de Estructuras a escala conveniente, refrendados por un Ingeniero Civil.

### **III.2 EN ANUNCIOS O AVISOS PUBLICITARIOS LUMINOSOS, ILUMINADOS O ESPECIALES:**

Con áreas de exhibición mayores a 12.00 m2.:

1. Memoria Descriptiva y Especificaciones Técnicas, refrendado por un Ingeniero Electricista o Ingeniero Mecánico Electricista.

2. Plano de instalaciones eléctricas, a escala conveniente, refrendado por un Ingeniero Electricista o Ingeniero Mecánico Electricista.

### **III.3 PARA AFICHES O BANDEROLAS DE CAMPAÑAS Y EVENTOS TEMPORALES:**

1. En el Formato-Solicitud debe consignarse el tiempo de exhibición de los afiches o banderolas.

Los requisitos para las solicitudes de ubicación de anuncios y avisos publicitarios, tales como letreros, letras recortadas, placas y toldos, en los lugares señalados en los incisos a y b del numeral 2 del artículo 8 de la presente Ordenanza, se regulan por la Ordenanza N° 857 del 30 de octubre de 2005 y el Decreto de Alcaldía N° 103 del 30 de diciembre de 2005.

**Artículo 19.- Requisitos en las Municipalidades Distritales.-** Para los procedimientos de autorización, los requisitos mencionados en el artículo anterior son de carácter metropolitano, y deberán ser aplicados por las Municipalidades Distritales, pudiendo sin embargo, las Municipalidades Distritales de acuerdo a su realidad, agregar otros, en beneficio del trámite administrativo tal como lo establece la Ley N° 29060.

**Artículo 20.- Plazo para Otorgar la Autorización de Ubicación de Anuncios y Avisos Publicitarios.-** La autoridad municipal correspondiente deberá expedir la respectiva autorización de ubicación de anuncios y avisos publicitarios dentro de un plazo no mayor a treinta (30) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de los requisitos completos.

**Artículo 21.- Aplicación del Silencio Administrativo.-** Para los casos de anuncios o avisos publicitarios ubicados en bienes de dominio privado, se aplicará el silencio administrativo positivo, es decir, vencido el plazo establecido en el artículo anterior, se considerará otorgada la autorización.

Teniendo en cuenta que los anuncios, avisos o elementos publicitarios que se ubican en bienes de uso público pueden afectar significativamente el interés público vecinal por una incidencia en la salud, el medio ambiente y la seguridad ciudadana, para estos casos se aplicará el silencio negativo.

**Artículo 22.- Vigencia de la Autorización de Ubicación de Anuncios y Avisos Publicitarios.-** La vigencia de las autorizaciones de los elementos publicitarios vinculados a la identificación de establecimientos que se realiza en el mismo, consistente en letreros, letras recortadas, placas y toldos, se regirán según lo dispuesto en la Ordenanza N° 857.

La autorización de unidades móviles tendrá una vigencia máxima de hasta un (1) año. Está permitido el cambio del contenido del elemento por otro u otros de las mismas características aprobadas originalmente (tales como dimensiones, color predominante del elemento, posición del elemento en la unidad móvil), a discreción del administrado durante el plazo otorgado.

**Artículo 23.- Renovación de la Autorización de Ubicación de Anuncios o Avisos Publicitarios.-** Antes de la fecha de vencimiento del plazo de la autorización, el interesado solicitará la renovación de la autorización de ubicación de anuncios y avisos publicitarios, para lo cual deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Formato-Solicitud de renovación de autorización, con carácter de declaración jurada, indicando el número de la Resolución de autorización. En él se incluirá:

a) El número del recibo de pago por derecho de trámite.

Y, según el caso:

b) El número de RUC.

c) El número de la autorización municipal de funcionamiento del establecimiento comercial en donde se instalará.

d) Texto suscrito por el propietario del bien de dominio privado o elemento de publicidad, indicando que se encuentra en buen estado de mantenimiento y de seguridad.

e) Texto suscrito por profesional responsable indicando que las estructuras del elemento están en condiciones óptimas para soportar el elemento.

2. Foto del elemento actual autorizado.

**Artículo 24.- Caducidad de la Autorización.-** En el caso de ampliación de las vías o construcción de infraestructura, la autorización para la instalación de anuncios y avisos publicitarios caducará en forma automática, sin derecho de compensación alguna por parte de la Municipalidad.

**Artículo 25.- Revocatoria de las Autorizaciones.-** La Gerencia de Desarrollo Urbano y la Gerencia de Desarrollo Empresarial, dentro de sus competencias, podrán disponer la revocación de las autorizaciones reguladas en la presente Ordenanza en los siguientes casos:

1. Si 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.

2. Cuando se haya consignado datos falsos en la información, formularios u otros documentos presentados para la obtención de la Autorización.

3. Se constate la instalación de elementos de publicidad exterior en forma contraria a las especificaciones técnicas contenidas en la presente Ordenanza y normas legales complementarias.

4. En los casos de impedimentos y/o resistencia a los procedimientos de control de fiscalización posterior, materia de autorización.

5. En los casos que no se haya solicitado la renovación de la autorización dentro del plazo establecido en la presente Ordenanza.

6. Cuando así lo disponga la autoridad judicial competente.

**CAPÍTULO II**

**DERECHO DE TRAMITACION**

**Artículo 26.- Derecho de Tramitación.-** La autorización señalada en el artículo 15 de la presente Ordenanza genera un costo cuyo pago corre por cuenta del administrado que la solicita y cuyo monto se señala en el Anexo N° 01, que forma parte de la presente Ordenanza.

Las tasas por derecho de tramitación de los letreros, letras recortadas, placas y toldos, en los lugares señalados en los incisos a y b del numeral 2 del artículo 8 de la presente Ordenanza, se regulan en la Ordenanza N° 857 del 30 de octubre de 2005.

**DERECHO POR EL APROVECHAMIENTO DE UN BIEN DE USO PÚBLICO**

**Artículo 27.- Hecho Imponible.-** El hecho imponible del derecho es el uso, ocupación y aprovechamiento de un bien de uso público, debidamente autorizado por la Municipalidad competente; y en los casos que contempla la presente Ordenanza.

**Artículo 28.- Determinación del Derecho.-** El monto anual del derecho a cobrar se establecerá de acuerdo a lo siguiente:

Nº	Tipo de anuncio o aviso publicitario	% UIT / m2 Area exhibición (*)
1	Panel Simple o Monumental	1%
2	Panel Monumental Unipolar	2%
3	Volumétrico	2%
4	Paleta y Tótem	1%
5	Globo Aerostático	2%

(\*) Ver Título I CAPÍTULO III, Artº 5, Inciso 8).

**Nota:** Los porcentajes expresan el derecho por el aprovechamiento del espacio público por el período de un (01) año

Los montos a aplicarse deben expresarse sin centavos.

En caso de mobiliario urbano, el derecho por el aprovechamiento del uso público se determinará de acuerdo al tipo de mobiliario y al área de exhibición ocupada en el mismo.

**Artículo 29.- Forma de Pago.-** El pago del derecho se efectuará mensualmente hasta el último día hábil del mes precedente al que corresponde al uso o aprovechamiento del bien de uso público. Tratándose de derechos por plazos menores a un mes, el pago se efectuará al contado.

**Artículo 30.- Atraso en el Pago.-** De no efectuar el pago dentro del plazo señalado en el artículo 28 el derecho por el aprovechamiento de un bien de uso público será reajustado, incrementándose el interés legal correspondiente. Si a los 30 días de vencido el plazo, el derecho por el aprovechamiento del bien de uso público no fuese cancelado, la Municipalidad Metropolitana de Lima requerirá el pago notarialmente y de no producirse la cancelación a los 3 días posteriores a la recepción de la Carta Notarial, la autorización caducará en forma automática, procediéndose al retiro del anuncio, aviso o elemento publicitario, comunicando tal situación al anunciante para los fines pertinentes.

### **CAPÍTULO III**

#### **PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS**

##### **Artículo 31.- Procedimientos Administrativos Seguidos ante la Municipalidad Metropolitana de Lima**

###### 1.- Areas Competentes:

a. La Gerencia de Desarrollo Empresarial y sus órganos dependientes resuelven las solicitudes para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios, en:

a.1 Las áreas libres, techos o paramentos exteriores de los bienes de dominio privado ubicados en la jurisdicción del Cercado de Lima, tales como: letreros, letras recortadas, placas y toldos que estén vinculados a la identificación y actividad del establecimiento.

a.2 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 el Cercado de Lima.

b. La Subgerencia de Autorizaciones Urbanas de la Gerencia de Desarrollo Urbano resuelve las solicitudes para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en:

b.1 El mobiliario urbano ubicado en la jurisdicción del Cercado de Lima.

b.2 Los bienes de uso público de administración de la Municipalidad Metropolitana de Lima ubicados en la Provincia de Lima.

b.3 Los afiches en carteleras, y banderolas.

b.4 Las áreas libres o paramentos exteriores de los bienes de dominio privado ubicados en la jurisdicción del Cercado de Lima, a excepción de los que se señalan en el inciso a.1, que estén vinculados a la identificación y actividad del establecimiento.

b.5 Las unidades móviles que circulan en la Provincia de Lima.

###### 2.- Del trámite de la Autorización

a) El Area competente revisa que la documentación presentada por el administrado, quien solicita Autorización para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios, esté completa.

b) Se da conformidad a la documentación y se verifica el cumplimiento de las normas técnicas de esta Ordenanza. Con la inspección ocular correspondiente, se informa determinando la procedencia e improcedencia de la autorización de acuerdo a lo dispuesto en la presente Ordenanza.

c) Se evalúa expediente e informe técnico, y emite resolución de autorización correspondiente.

**Artículo 32.- Obligaciones de las Municipalidades.-** Al otorgar la autorización para la ubicación de anuncios o avisos publicitarios, las Municipalidades están obligadas a:

1. Respetar el derecho del propietario del anuncio o aviso publicitario en el plazo previsto en la

autorización.

2. Respetar el derecho del propietario del anuncio o aviso publicitario a revisar periódicamente el elemento para realizar las acciones de mantenimiento y seguridad que sean necesarias; manteniendo las características técnicas que constan en la respectiva autorización.

3. Respetar el derecho del propietario del anuncio o aviso publicitario de no otorgar autorización de ubicación de anuncios y avisos publicitarios a otros propietarios, dentro de las áreas de uso público en los que se hubiera otorgado previamente autorización mientras este vigente el plazo de la autorización primigenia.

**Artículo 33.- Obligaciones del Propietario del Anuncio o Aviso Publicitario.-** Es obligación del propietario del anuncio o aviso publicitario ubicados en bienes de uso público y en bienes de dominio privado, que cuenten con la respectiva autorización:

1. Mantener el anuncio, aviso o elemento publicitario en el lugar o ubicación autorizada.
2. Mantener los anuncios o avisos publicitarios limpios y en correcto funcionamiento.
3. Revisar permanentemente las condiciones de seguridad del elemento de publicidad exterior autorizado.
4. Mantener impreso en un lugar visible del anuncio o aviso publicitario, el número de serie y el nombre del propietario del anuncio o aviso publicitario. El nombre del propietario no será necesario para los anuncios o avisos publicitarios con un área de exhibición menor de 6.00m<sup>2</sup>.

## CAPÍTULO IV

### REGISTRO DE ANUNCIOS O AVISOS PUBLICITARIOS

**CONCORDANCIA:** Ordenanza N° 145-2008-MDPH (Aprueban Ordenanza que regula la ubicación e instalación de elementos de publicidad exterior, anuncios y avisos publicitarios en el distrito de Punta Hermosa)

**Artículo 34.- Constitución del Registro.-** Todas las Municipalidades deberán constituir un Registro de Anuncios o Avisos Publicitarios, en el que se inscribirán todos los autorizados.

**Artículo 35.- Características del Registro.-** El Registro contendría el número de serie, codificación georeferencial, la ubicación, la clase del anuncio o aviso publicitario, sus características técnicas, la identificación del propietario y la fecha que entra en vigencia.

**Artículo 36.- Número de Serie.-** El número de serie estará constituido principalmente por el número de la Resolución que autoriza el anuncio o aviso publicitario, y otros que cada Municipalidad estime conveniente, el cual deberá mostrarse en un lugar visible del elemento.

## TÍTULO III

### NORMAS TECNICAS

#### CAPÍTULO I

#### DISPOSICIONES GENERALES

**Artículo 37.- Ubicación de los Anuncios y Avisos Publicitarios.-** Los anuncios y avisos publicitarios que se instalen en bienes de dominio privado, en bienes de uso público o bienes de servicio público y en unidades móviles, deberán ceñirse a las disposiciones de esta Ordenanza.

**Artículo 38.- Condiciones Estructurales.-** Los anuncios y avisos publicitarios, sus soportes y el lugar en donde se les ubica, deberán cumplir con las condiciones estructurales que señalan las normas técnicas vigentes al respecto.

**Artículo 39.- Instalaciones Eléctricas.-** Los anuncios y avisos publicitarios que necesiten energía eléctrica, electrónica u otra, para su iluminación o funcionamiento, deberán cumplir con las condiciones de seguridad respecto a descargas eléctricas, interferencia a otras señales de terceros, reflejo o irradiación de luz; así como las distancias mínimas a otros elementos; y en general lo establecido en el Código Nacional de Electricidad y las normas vigentes al respecto.

Con la finalidad de brindar seguridad a terceros, los anuncios y avisos publicitarios, no deberán comprometer la seguridad física y libre circulación de los ocupantes del bien de dominio privado en donde se ubica, así como de los vecinos o de quienes circulen por las vías públicas circundantes. Se deberá cumplir con las disposiciones que, en materia de Defensa Civil, le corresponda.

Asimismo los que se ubiquen en las unidades móviles deberán cumplir con las condiciones de seguridad respecto a descargas eléctricas, interferencia a otras señales del vehículo.

## **CAPÍTULO II**

### **ANUNCIOS Y AVISOS PUBLICITARIOS EN BIENES DE DOMINIO PRIVADO**

**Artículo 40.- Generalidades.-** El anuncio o aviso publicitario debe formar un conjunto armónico con el volumen de la edificación así como con el área en donde se le ubicará. No se permitirán aquellos que atenten contra la composición del entorno existente y el ornato público; y se deberá cumplir que:

1. No se podrán ubicar anuncios o avisos publicitarios en paramentos deteriorados o en mal estado de conservación, salvo que se incluya la mejora o construcción del paramento.
2. No se podrán ubicar anuncios y avisos publicitarios en puertas o ventanas, a excepción que la edificación se encuentre deshabitada o desocupada.
3. Se prohíbe la colocación de afiches sobre los paramentos.

**Artículo 41.- En los Cercos.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para publicidad en cercos deberá observarse lo siguiente:

1. En caso de terrenos sin construir, los anuncios y avisos publicitarios pueden estar en el cerco frontal o en el interior del terreno propiamente dicho.
2. La altura del anuncio o aviso publicitario:
  - a. Tendrá una dimensión máxima de 3.00 ml. desde el nivel de la vereda; en caso que el anuncio o aviso publicitario se utilice como cerco,
  - b. Tendrá una dimensión máxima de 3.00 ml. o la altura del cerco desde el nivel de la vereda, y un espesor máximo de 10 cms.; en caso que el anuncio o aviso publicitario se adose al cerco.



c. Tendrá una dimensión máxima del 50 % a la del cerco; en caso que el anuncio o aviso publicitario se ubique sobre el cerco.

3. El borde superior del anuncio o aviso publicitario debe tener como máximo la misma altura de las edificaciones aledañas.

4. Cualquier otro elemento de la estructura e iluminación de un anuncio o aviso publicitario podrán invadir los aires de la vía pública hasta 50cm. y a una altura de 3.00 m. o la altura máxima del cerco; cuando la altura del cerco sea mayor a 3.00 m los elementos de iluminación podrán invadir hasta los 90 cm. Cualquier otro elemento de la estructura, podrá invadir hasta un máximo de 10 cms.

**Artículo 42.- En Edificaciones en Proceso de Construcción.-** Los anuncios y avisos publicitarios podrán colocarse en el cerco, adosarse a la edificación o ubicarse en sus áreas libres internas, y cumplir lo señalado en los artículos 40, 41, 43, 44, 45 y 46 según corresponda.

**Artículo 43.- En Edificaciones con Fachadas a Nivel de Vereda.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para la publicidad en edificaciones con fachadas a nivel de vereda, deberá observarse lo siguiente:

1. Será permitido que los anuncios y avisos publicitarios invadan los aires de la vía pública hasta 20 cms., desde el límite de la construcción, y se colocarán sobre el vano o una altura de 2.10 m. Si tuviese elementos de iluminación, éstos no podrán exceder de 50cms. sobre la vía pública y a una altura de 3.00 m. o sobre el vano de entrada.

2. En caso de ubicación de anuncios o avisos publicitarios adosados a paramentos a una altura menor a 2.10 m., podrán tener un espesor máximo de 10 cms.

3. Para la señalización de servicios, se permitirá la ubicación de una plancheta publicitaria o flange por local comercial perpendicular a su paramento adyacente a la esquina superior del vano, y con una altura mínima de 2.10 m. medida desde el nivel de la vereda hasta la parte inferior de la plancheta.

4. El anuncio o aviso publicitario se ubicará en el paramento que pertenece al local comercial, caso contrario deberá contar con la autorización que corresponda.

5. No se podrán ubicar anuncios y avisos publicitarios en ninguna parte de los pisos superiores al primer piso de la fachada.

6. Para el caso de los toldos:

a. Podrán cubrir el 80% de la vereda, hasta un máximo de 1.00m. y a una altura mínima de 2.10ml. desde el piso terminado de la vereda hasta la terminación del alero del mismo.

b. Tratándose de predios que no cuentan con habilitación de lote se tomará como referencia la medida de 1.20 m. como sección de vereda.

c. No deberá cubrir vanos ni niveles superiores de la edificación.

d. Los toldos no podrán tener ningún tipo de instalaciones eléctricas, ni podrán ser luminosos.

**Artículo 44.- En Edificaciones con Retiro.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para la publicidad en edificaciones con retiro deberá observarse lo siguiente:

1. El anuncio o aviso publicitario adosado al paramento contiguo o adyacente a la edificación con retiro deberá contar con la autorización respectiva del propietario de la misma.

2. El anuncio o aviso publicitario colocado en el retiro de la edificación no podrá obstaculizar el paso peatonal o elemento arquitectónico alguno.

3. No podrán ubicarse paneles monumentales unipolares en los retiros de los bienes de dominio privado ubicados en zonificación residencial. Se permitirán éstos en retiros municipales de los inmuebles ubicados en zonificación o uso comercial e industrial siempre y cuando no obstaculice la visibilidad de las edificaciones colindantes u otro elemento de publicidad cercano.

**Artículo 45.- En los Paramentos Laterales o Posteriores de las Edificaciones.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para la publicidad en paramentos laterales o posteriores de las edificaciones deberá observarse lo siguiente:

1. Se podrán ubicar anuncios y avisos publicitarios en los paramentos laterales o posteriores siempre y cuando no cubran ventanas, ni ductos de iluminación.

2. Los anuncios y avisos publicitarios no podrán obstaculizar la iluminación o ventilación de propiedades de terceros; en caso de invadir sus aires debe contar con su autorización.

**Artículo 46.- En las Azoteas de las Edificaciones.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para la publicidad en azoteas de las edificaciones deberá observarse lo siguiente:

1. El área de exhibición del elemento de publicidad deberá cumplir, para cada caso, lo siguiente:

a. En edificaciones de 1 a 2 pisos el área máxima de exhibiciones será de 27.00 m<sup>2</sup> con una altura no mayor de 3.60 m (\*) RECTIFICADO POR FE DE ERRATAS(1).

b. En edificaciones de 3 pisos: el área máxima de exhibición será de 54.00 m<sup>2</sup>., con una altura no mayor de 4.80 m.

c. En edificaciones de 4 a 5 pisos: el área máxima de exhibición será de 78.00 m<sup>2</sup>., con una altura no mayor de 5.40 m.

d. En edificaciones de 6 a 7 pisos: el área máxima de exhibición será de 104.00 m<sup>2</sup>, con una altura máxima que no deberá exceder los 7.20 m.

e. En edificaciones de más de 7 pisos: el área máxima de exhibición será de 185.00 m<sup>2</sup>, con una altura máxima que no deberá exceder los 9.60 m.

**2. Anuncios y Avisos Publicitarios en Coronación de Edificios.-** Se refiere a la publicidad colocada sobre la coronación de la última planta de un edificio, es decir, sobre el parapeto de la azotea.

Las dimensiones y ubicación de estas superficies publicitarias se ajustarán a las siguientes condiciones:

a. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán retirarse como mínimo medio metro desde el plano de fachada.

b. En los edificios entre medianeras, deberán situarse retirados tres metros de las mismas.

c. La altura del anuncio o aviso publicitario no podrá exceder del 20% de la del edificio y como máximo alcanzará los 5.00 metros.

3. La altura máxima señalada quedará sujeta a variación en un rango mayor, de acuerdo a las condiciones de la edificación y de la zona de influencia.

4. El anuncio o aviso publicitario debe contemplar una zona o área de seguridad en los límites de la azotea.

5. Los anuncios o avisos monumentales en azotea estarán a una distancia de 100.00ml. entre uno y otro aviso para zonas o usos residenciales y de 50.00 ml. para zonas o usos comerciales o industriales.

6. El anuncio, aviso o elemento publicitario ni sus soportes deben interferir con otras instalaciones del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendedores, antenas y otros. Asimismo, no deben alterar las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

No podrán instalarse anuncios publicitarios luminosos si en la última planta del edificio existieran piscinas.

**Artículo 47.- En el Interior de las Galerías, Centros Comerciales, Mercados de Abastos, Campos Feriales y Otros Establecimientos Similares.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, en el interior de los establecimientos mencionados, se cumplirá con lo siguiente:

1. Sólo se permitirá la ubicación de letreros o letras recortadas, ya sean sencillos o luminosos.

2. Los anuncios o avisos publicitarios mencionados en el artículo anterior se ubicarán en el dintel de la entrada de cada local comercial.

3. No se permitirán anuncios y avisos publicitarios perpendiculares al plano de la fachada en que se ubican los locales comerciales. Los anuncios y avisos publicitarios tendrán un espesor máximo de 20 cm.

4. Se permitirá la colocación de una cartelera sobre paramento de área común, en el nivel en que se encuentra.

5. Podrán ubicarse banderolas interiores, siempre y cuando no cubran ventanas, ni ductos de iluminación, ni áreas comunes de circulación.

6. Todas las áreas de circulación deben estar libres de anuncios o avisos publicitarios.

**Artículo 48.- Vallas.-** Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, las vallas de propiedad privada colocadas en los paramentos de los bienes de dominio privado, cumplirán con lo siguiente:

1. Tendrán un área de exhibición máxima de 12.00 m<sup>2</sup>.

2. Estará diseñada de material y forma para su fácil mantenimiento.

3. No podrá invadir u obstaculizar vanos de puertas, ventanas ni ductos.

4. Sólo se podrá colocar en el primer piso.

**Artículo 49.- Escaparates.-** La superficie vidriada de los escaparates no podrán ocupar una superficie mayor al 30% de la superficie vidriada.

### **CAPÍTULO III**

#### **ANUNCIOS Y AVISOS PUBLICITARIOS EN BIENES DE USO PÚBLICO**

**Artículo 50.- Áreas intangibles y de reserva.-** Para otorgar la autorización deberá respetarse la intangibilidad y reserva de las áreas destinadas al Programa de Transporte Urbano de Lima, declarada en la Ordenanza Metropolitana N° 682 del 26 de agosto de 2004.

**Artículo 51.- Ejecución de obras.-** Otorgada la autorización y previa a su instalación, el interesado deberá solicitar la autorización correspondiente de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza N° 203 Ejecución de Obras en Áreas de Dominio Público, de ser el caso.

**Artículo 52.- Derecho de propiedad.-** Las autorizaciones no otorgan derecho de propiedad alguna sobre el lugar en el que se ubica. 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 en el ejercicio de su actividad.

**Artículo 53.- Normas Sobre Ornato y Seguridad en Bienes de Uso Público.-** Las características o ubicación de los anuncios y avisos publicitarios no deben generar contaminación visual que afecte el entorno urbano. En tal sentido, se prohíbe la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en los siguientes casos y condiciones:

1. Dentro y en el perímetro de las plazas, alamedas, paseos, parques, y similares de uso público de administración municipal; excepto publicidad ecológica.

2. En malecones, acantilados, playas, ríos, lagunas y demás elementos urbanísticos naturales o artificiales, que obstruyan la visión de los mismos; excepto publicidad ecológica.

3. En las áreas declaradas como zonas arqueológicas.

4. Que ocupen total o parcialmente la superficie o aires de pistas y veredas, con excepción de los anuncios o avisos publicitarios que se ubican en mobiliario urbano.

5. En árboles, elementos de señalización, postes de alumbrado público, cables de transmisión de energía o teléfonos, ni a obras de arte de la vía.

6. En los intercambios viales, pasos a desnivel y puentes peatonales; y a una distancia de ellos no menor de 100 ml. desde el inicio del intercambio vial o paso a desnivel.

7. Que se sitúen en curvas, cruces, cambios de rasantes, confluencia de vías o cualquier lugar en que obstaculizar el tránsito vehicular o peatonal.

8. Que interfieran u obstaculicen la visión de los conductores de vehículos o peatones.

9. Que obstaculicen la visibilidad de la señalización vial o de nomenclatura e informativa, aún cuando sean removibles.

10. En las islas de refugio o peatonales.

11. Pintar o pegar avisos publicitarios en las veredas, sardineles, pistas y otro componente de la vía pública.

**Artículo 54.- Limitaciones para Instalación de Anuncios y Avisos Publicitarios en Bienes de Uso Público.-**

En las vías consideradas como expresas, arteriales, colectoras y locales, podrán autorizarse la ubicación de anuncios y avisos publicitarios, de acuerdo a las siguientes condiciones:

1. En los Separadores Centrales de todo tipo:

a. Aquellos anuncios y avisos publicitarios cuya área de exhibición se encuentre a una altura de la vía menor a 4.50 m., cualquier componente del anuncio o aviso publicitario deberá estar a una distancia horizontal mayor o igual a 1.00 m. de la pista o calzada. Estos elementos deberán estar a una distancia no menor de 90.00 m. entre ellos, y en un solo sentido.

b. Aquellos anuncios y avisos publicitarios cuya área de exhibición se encuentre a una altura de la vía mayor o igual a 4.50 m. para vías expresas y arteriales y de 3.20 m. para vías colectoras y locales, dicha superficie podrá tener un máximo igual al ancho del separador, a excepción de sus soportes que deberán conservar la distancia mínima de 1.00 m. Estos anuncios y avisos publicitarios deberán estar a una distancia no menor de 150.00 m. entre ellos.

c. Las distancias entre ellos, señaladas en a) y b) no rigen entre paletas publicitarias y los otros tipos de anuncios o avisos publicitarios.

d. Para el caso de las vías: Panamericana Norte, Panamericana Sur, Antigua Panamericana Sur, Ramiro Priale y la Carretera Central; no se podrán instalar anuncios y avisos publicitarios en sus separadores centrales.

2. En los Separadores Laterales de todo tipo:

a. Aquellos anuncios y avisos publicitarios cuya área de exhibición, se encuentre a una altura de la vía menor a 4.50 m. cualquier componente del anuncio o aviso publicitario deberá estar a una distancia horizontal mayor o igual de 0.50 m. de la pista o calzada. Estos anuncios y avisos publicitarios deberán estar a una distancia no menor de 90.00 m. entre ellos.

b. Aquellos anuncios y avisos publicitarios cuya área de exhibición, se encuentre a una altura de la vía mayor o igual a 4.50 m. para vías expresas y arteriales y de 3.20 m. para vías colectoras y locales, dicha superficie podrá tener un máximo igual al ancho del separador. Estos anuncios y avisos publicitarios deberán estar a una distancia no menor de 150.00 metros lineales entre sí.

c. Para el caso de las vías: Panamericana Norte, Panamericana Sur, Antigua Panamericana Sur, Ramiro Priale y la Carretera Central, se cumplirá lo siguiente:

1. Si el vértice inferior del área de exhibición del anuncio o aviso publicitario se encuentra a una altura mayor o igual a 4.50m. del piso, la distancia horizontal del vértice mas cercano a la vía no será menor de 5.00 m. y cualquier elemento estructural o soporte del anuncio o aviso publicitario no puede estar a menos de 10.00 m. de la vía.

2. Si el vértice inferior del área de exhibición del anuncio o aviso publicitario se encuentra a una altura menor a 4.50m., la distancia horizontal del vértice mas cercano a la vía no será menor de 10.00 m.

El área de exhibición máxima de estos anuncios, avisos publicitarios o elementos publicitarios será de 185.00m<sup>2</sup>. y la distancia entre ellos cuando se encuentren al mismo lado de la vía no será menor a 300 ml., y cuando se encuentren en lados opuestos o a trebolillo, la distancia no será menor a 150ml. Ambas distancias corresponden a las medidas horizontales en el sentido de la vía, y con una tolerancia de 10% de variación por accidentes del terreno.

El presente artículo se cumple para anuncios y avisos publicitarios ubicados en terrenos adyacentes a estas vías.

3. Los anuncios y avisos publicitarios que contengan elementos internos o externos de iluminación o dotadas de movimiento, cuando procedan, no deberán:

a. Producir deslumbramientos, ni molestias por alta luminosidad a los conductores de vehículos y peatones; o que reflejen o irradien luz al interior de los inmuebles.

Cuando las instalaciones produzcan limitación de las luces de inmuebles o molestias a sus ocupantes, es requisito indispensable acreditar con documento fehaciente, la aceptación por los afectados de dichas limitaciones o molestias.

b. Inducir a confusión con señales luminosas de tránsito. Y en general, no podrán ser semejantes a señales, símbolos o dispositivos oficiales de control del tránsito, de conformidad con el Reglamento Nacional de Tránsito.

c. Impedir la perfecta visibilidad.

d. Emitir sonidos como parte del sistema de publicidad.

e. Contener elementos de proyección, así como iluminación intermitente.

f. Cuando el anuncio o aviso publicitario esté dotado de elementos externos de iluminación su saliente máxima sobre su área de exhibición no podrá exceder de 2.00 metros.

g. Contener componente alguno a una distancia menor a la señalada en el Código Nacional Eléctrico o norma correspondiente, de las redes de energía y telecomunicaciones.

4. Las banderolas tipo pasacalles, sólo estarán permitidas en las vías colectoras y locales, y a una altura mínima de 3.20 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 ser procedente, se autorizarán hasta un plazo máximo de 30 días calendario.

Queda totalmente prohibida la colocación de banderolas en las vías expresas y arteriales.

**Artículo 55.- Mobiliario Urbano.-** Es considerado como bien de uso público y podrá contener mensajes publicitarios, como parte del mismo y sin sobresalir de sus dimensiones. En caso de que el mobiliario sea un bien de propiedad privada y de uso público como las casetas telefónicas y cajeros automáticos, deberá solicitarse la autorización correspondiente, para la instalación de publicidad.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANUNCIOS Y AVISOS PUBLICITARIOS EN UNIDADES MÓVILES**

**Artículo 56.- Unidades Móviles que Prestan Servicio de Taxi.-** El borde superior del elemento

publicitario que se ubique en el techo del vehículo, no podrá exceder los cuarenta y cinco centímetros (45 cm.) de altura desde el nivel techo. En ningún caso sobrepasará los límites de largo y ancho del techo del vehículo.

**Artículo 57.- Unidades de Transporte Público.-** La instalación de anuncios o avisos publicitarios a ubicarse en las unidades de transporte público se sujeta a las pautas siguientes:

1. En el lado izquierdo del ómnibus de transporte de servicio público, el elemento de publicidad exterior debe conservar márgenes laterales que dejen libre el área inferior, desde la ventanilla del conductor hasta el área inferior de la última ventana posterior.

2. En el lado derecho del ómnibus de transporte de servicio público, el elemento de publicidad exterior debe conservar márgenes laterales que dejen libre la puerta de ingreso de pasajeros y el área inferior de la última ventanilla posterior.

**Artículo 58.- Parte frontal de la unidad móvil.-** La colocación de elementos de publicidad exterior en la parte frontal de las unidades móviles, sólo se podrá realizar con la identificación de la empresa particular o publicidad comercial, siempre y cuando ocupe ésta la tercera parte del área disponible.

**Artículo 59.- Iluminación.-** La colocación de luces de neón se encuentra restringida a la parte inferior, superior o al borde de la placa de la unidad móvil de publicidad exterior.

**Artículo 60.- Elementos volumétricos.-** El uso de letreros volumétricos está restringido a los vehículos que presten servicio de taxi, pudiendo únicamente llevar el texto de taxi en la parte superior del vehículo siguiendo las especificaciones dadas en el artículo 56 de la presente Ordenanza.

**Artículo 61.- De las Prohibiciones.-** Es prohibida:

1. La ubicación de avisos o elementos intermitentes y aquellos cuya luminosidad interfiera la visibilidad de los peatones y pasajeros.

2. La ubicación de avisos o elementos que reposen sobre la capota o la maletera del vehículo.

3. La ubicación de avisos o elementos reflectivos.

4. La ubicación de avisos o elementos en los parabrisas y ventanillas del conductor y pasajeros de las unidades móviles, las mismas no podrán ser obstruidas con objetos, carteles, calcomanías, u otros elementos de publicidad.

5. Las placas de la unidad móvil no deben formar parte o confundirse con el elemento de publicidad colocado en el mismo; para ello deberá dejarse un margen, del color del vehículo de 20 cm. alrededor de la placa. Asimismo, debe respetarse los accesorios y otros que la normatividad vigente del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, así como la Gerencia de Transporte Urbano de la Municipalidad Metropolitana de Lima determinen.

6. La ubicación de avisos o elementos semejantes a señales, símbolos o dispositivos oficiales de control del tránsito o de vehículos, de conformidad con el Reglamento General de Tránsito.

## TÍTULO IV

### INFRACCIONES Y SANCIONES

## **CAPÍTULO I**

### **INFRACCIONES**

**Artículo 62.- Infracciones.-** Las infracciones a la presente Ordenanza calificadas como Leves, Graves y Muy Graves, son las siguientes:

**Se consideran Infracciones Leves:**

1. No mantener el anuncio o aviso publicitario en buen estado de presentación, funcionamiento, y seguridad.
2. No mantener en lugar visible del anuncio o aviso publicitario el número de la Autorización, el número de Registro y el nombre del propietario.
3. Colocar avisos publicitarios que tengan semejanza con señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación del tránsito de peatones o de vehículos.
4. Ubicar avisos publicitarios que emitan sonidos como parte del sistema de publicidad.
5. Ubicar anuncios y avisos publicitarios en puertas, ventanas, ductos de iluminación. Asimismo invadir aires, u obstaculizar iluminación o ventilación de propiedad de terceros.
6. Los elementos de iluminación del anuncio o aviso publicitario ubicado en un bien de dominio privado que invade en más de 50 cms. o 90 cms., según corresponda, la vía pública o se encuentra a una altura menor a 3.00 m. o la máxima del cerco.
7. El anuncio o aviso publicitario ubicado en un bien de dominio privado que invade en más de 20 cms. la vía pública o se encuentra a una altura menor a 2.10 m. o no se encuentra sobre el vano.
8. Ubicar anuncios y avisos publicitarios en árboles, elementos de señalización, postes de alumbrado público, cables de transmisión de energía o teléfonos, ni a obras de arte de la vía.
9. Ubicar banderolas en bienes de uso público o de dominio privado sin contar con la respectiva autorización.
10. Ubicar anuncios o avisos publicitarios que reflejen o irradian luz al interior de los inmuebles cercanos.
11. Pintar o pegar mensajes publicitarios en las veredas, sardineles, pistas y otro componente de la vía pública.
12. No comunicar la modificación o cambio de leyenda del anuncio o aviso publicitario.

**Se consideran infracciones Moderadas:**

1. Ubicación de anuncios y avisos publicitarios sin autorización municipal.
2. Ubicar anuncios y avisos publicitarios en las islas de refugio o peatonales.
3. Cuando el anuncio o aviso publicitario ubicado en bienes de uso público esté dotado de



elementos externos de iluminación y su saliente máximo sobre su área de exhibición exceda los 2.00 metros.

4. Ubicar anuncio o avisos publicitarios en forma distinta a lo autorizado.

**Se consideran infracciones Graves:**

1. Comprometer la seguridad física y libre circulación de los ocupantes del bien de dominio privado en donde se ubica, así como de los vecinos o de quienes circulen por las vías públicas circundantes.

2. Ubicar anuncios y avisos publicitarios sin autorización municipal, en bienes de dominio privado declarados monumentos históricos y en las áreas declaradas como zonas arqueológicas.

3. Ubicar paneles monumentales unipolares en los retiros de los bienes de dominio privado ubicados en zonificación residencial.

4. Ubicar anuncios y avisos publicitarios ocupando total o parcialmente la superficie de pistas y veredas, con excepción de los anuncios o avisos publicitarios que se ubican en mobiliario urbano.

5. Cuando algún componente del anuncio o aviso publicitario esté a una distancia menor a la reglamentaria a las redes de energía y telecomunicaciones.

6. Ubicar anuncios y avisos publicitarios en los intercambios viales y pasos a desnivel; y a una distancia de ellos menor de 100 ml. desde el inicio del intercambio vial o paso a desnivel.

7. Ubicar anuncios y avisos publicitarios que interfieran u obstaculicen la visión de los conductores de vehículos o peatones.

**Se consideran infracciones Muy Graves:**

1. Ubicar anuncios o avisos publicitarios en los bienes de uso público que contengan elementos de proyección, así como iluminación intermitente.

**Artículo 63.- Afiches.-** Las infracciones con respecto a los afiches se sancionará según el número de afiches instalados o pegados sin autorización municipal o en paramentos, y de acuerdo a lo siguiente:

- a) Entre 1 y 50 afiches la sanción se considerará LEVE.
- b) Entre 50 y 100 afiches la sanción se considerará MODERADA.
- c) Más de 100 afiches la sanción se considerará GRAVE.

**CAPÍTULO II**

**SANCIONES**

**Artículo 64.- Aplicación de Sanciones.-** Las infracciones a la presente Ordenanza serán sancionadas conforme al Cuadro de Infracciones y Sanciones que se adjunta en el Anexo 1.

**Artículo 65.- Afiche de No Autorizado.-** Luego de agotado el proceso correspondiente y dispuesto el retiro del anuncio o aviso publicitario, previo a su ejecución, la Municipalidad podrá adosar o pegar sobre el anuncio o aviso publicitario, el texto "NO AUTORIZADO".

## TÍTULO V

### DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES

#### CAPÍTULO I

##### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

**Primera.- Anuncios sin Autorización.-** Los anuncios y avisos publicitarios que se encuentren ubicados en bienes de uso público o bienes de dominio privado, y que carezcan de la autorización, tendrán un plazo de treinta (30) días hábiles, para solicitar la respectiva regularización. Durante este plazo queda en suspenso la aplicación por las infracciones establecidas en la presente Ordenanza.

**Segunda.- Solicitudes de Autorización en Trámite.-** Las solicitudes de autorización que se encuentren en trámite, cualquiera sea su estado, se adecuarán a las disposiciones de esta Ordenanza, siempre que ello no implique contravención a las normas del procedimiento administrativo.

**Tercera.- Modificación del Procedimiento Administrativo en el TUPA.-** El presente procedimiento administrativo sustituye el procedimiento de aprobación de autorización de instalación de elementos de publicidad exterior establecidos conforme a la Ordenanza N° 894, del 02 de enero de 2006 en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA N° 24 "Autorización para instalación de elementos de publicidad exterior o renovación de autorización, monto, calificación de derecho, y autoridad que aprueba conforme se sistematiza y compendia en el Anexo N° 1 adjunto que es parte de la presente Ordenanza.

**Cuarta.- Vías Expresas Principales.-** Los anuncios, avisos o elementos publicitarios ubicados en la Panamericana Norte, Panamericana Sur, antigua Panamericana Sur, Ramiro Prialé y la Carretera Central, deberán adecuarse por su propietario o titular a lo dispuesto en la letra c, numeral 2 del Art. 54 de la presente Ordenanza en el plazo improrrogable y máximo de cuarenta y cinco (45) días calendario contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ordenanza. Sin que le sea aplicable lo que se dispone en la Quinta Disposición Transitoria de la presente Ordenanza.

**Quinta.- Adecuación de Anuncios y Avisos Publicitarios.-** Los propietarios o titulares de los anuncios o avisos publicitarios que cuenten con autorización municipal con anterioridad a la vigencia de la presente Ordenanza, deberán adecuarlos a las disposiciones establecidas en la misma, teniendo como plazo hasta el 31 de diciembre de 2008.

**Sexta.- Retiro de Anuncios y Avisos Publicitarios.-** Los propietarios o titulares de los anuncios o avisos publicitarios que no cuenten con autorización municipal y no puedan cumplir con las disposiciones establecidas en la presente Ordenanza, deberán retirarlos a partir de la entrada en vigencia de la presente.

#### CAPÍTULO II

##### DISPOSICIONES FINALES

**Primera.- Derogación de Normas Municipales.-** Deróguense la Ordenanza N° 210 Reglamento que regula la publicidad exterior en la Provincia de Lima del 29 de diciembre de 1998 publicada en el Diario Oficial El Peruano el 4 de marzo de 1999. Asimismo el literal b) del artículo 18 de la Ordenanza N° 525 en lo que se oponga a la presente Ordenanza.

**Segunda.- Incompatibilidad con Otras Normas.-** Declárese que las normas que se opongan a la presente Ordenanza no tienen aplicación en la Provincia de Lima, sobre la que ejerce jurisdicción exclusiva la Municipalidad Metropolitana de Lima en los asuntos de competencia municipal.

**Tercera.- Centro Histórico de Lima y Barrio Chino.-** Las normas técnicas referente a los anuncios y avisos publicitarios ubicados en el Centro Histórico de Lima se regirá por la Ordenanza N° 062 y los ubicados en el Barrio Chino se regirán por la Ordenanza N° 230.

**Cuarta.- Normas Complementarias y Reglamentarias.-** Facúltese al Alcalde Metropolitano de Lima, para que mediante Decreto de Alcaldía, dicte las normas complementarias y reglamentarias de la presente Ordenanza.

**Quinta.- Delegación de Competencias.-** Disponer que podrá delegarse las competencias y funciones específicas exclusivas de la Municipalidad Metropolitana de Lima establecidas en la presente Ordenanza en favor de las Municipalidades Distritales, en virtud del artículo 76 de la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972.

**Sexta.- Infracciones y Sanciones.-** Incorpórese a la Ordenanza N° 984 y su modificatoria Ordenanza N° 1014 que aprueba el Régimen Municipal de Aplicación de Sanciones Administrativas derivadas de la Función Fiscalizadora, el cuadro que establece la tipificación y escala de multas aplicables dentro de la jurisdicción de la Municipalidad Metropolitana de Lima de sanciones, que como Anexo 2 forma parte de la presente Ordenanza.

**Sétima.- Aprobación de Formatos de solicitud.-** Aprobar el formato de solicitud de autorización contenido en el Anexo 3 que forma parte de la presente Ordenanza.

**Octava.- Gratuidad en la Obtención de Formato de Solicitud.-** El formato solicitud exigido para la tramitación de los procedimientos regulados en la presente Ordenanza, son de libre reproducción y distribución gratuita.

Toda reproducción para ser considerada válida, deberá respetar la calidad y dimensiones del original, debiendo ser copia fidedigna del mismo.

Los Módulos de Atención y Trámite (MAT) podrán rechazar la admisión de formatos que no cumplan lo dispuesto en este párrafo. Los formatos, así como los modelos de llenado de uso más frecuente, deberán estar a disposición del público usuario en los Módulos de Atención y Trámite (MAT) y a través del portal electrónico de la Municipalidad Metropolitana de Lima (<http://www.munlima.gob.pe>).

**Novena.- Procedimientos Iniciados Antes de la Entrada en Vigencia de la Presente Ordenanza.-** Estos procedimientos deberán someterse a la normatividad vigente en aplicación de los principios de irretroactividad de la ley y de la seguridad jurídica.

**Décima.- Texto Integrado.-** Esta Ordenanza contiene el texto integrado de la Ordenanza N° 1092, aprobada en la Sesión Ordinaria de Concejo N° 44 del jueves 8 de noviembre de 2007, que no será publicada, y las modificaciones incorporadas en la Sesión Ordinaria de Concejo N° 45 del jueves 15 de noviembre de 2007 que en este texto integrado están contenidas.

Toda referencia a la regulación de anuncios y avisos publicitarios en la Provincia de Lima, se hará en función de la presente Ordenanza.

**Décima Primera.- Puesta en Vigencia de la Ordenanza.-** La presente Ordenanza entrará en

vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

POR TANTO:

Mando se registre, publique y cumpla.

En Lima a los 19 días del mes de noviembre del año dos mil siete.

LUIS CASTAÑEDA LOSSIO  
Alcalde de Lima

**Notas finales**

**1 (Ventana-emergente - Popup)**

**FE DE ERRATAS**

**Fecha de publicación: 02-12-2007**

En el Capítulo II Anuncios y Avisos Publicitarios en

Bienes de Dominio Privado

**DICE:**

ARTICULO 46.- En las Azoteas de las Edificaciones.- Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para la publicidad en azoteas de las edificaciones deberá observarse lo siguiente:

1. El área de exhibición del elemento de publicidad deberá cumplir, para cada caso, lo siguiente:

a) En edificaciones de 1 a 2 pisos el área máxima de exhibiciones será de 12.00 m<sup>2</sup> con una altura no mayor de 2.40 m

**DEBE DECIR:**

ARTICULO 46.- En las Azoteas de las Edificaciones.- Además de cumplir lo señalado en el artículo 40 Generalidades, para la publicidad en azoteas de las edificaciones deberá observarse lo siguiente:

1. El área de exhibición del elemento de publicidad deberá cumplir, para cada caso, lo siguiente:

a) En edificaciones de 1 a 2 pisos el área máxima de exhibiciones será de 27.00 m<sup>2</sup> con una altura no mayor de 3.60 m