

Ordenanza N° 19/2011

POR LA CUAL SE ESTABLECEN NORMAS RELATIVAS A LA PERCEPCION DEL IMPUESTO A LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Y DE LAS TASAS POR INSPECCION Y FISCALIZACION PUBLICITARIA.

VISTO: El artículo 152, inc. ñ) 158 y 128 inc. j) de la Ley 3996/10 ORGANICA MUNICIPAL y El Art. 176 de la Ley 620/76 que establece “el Cumplimiento de las Regulaciones Municipales sobre Publicidad y Propaganda y su Ley modificatoria la N° 135/91 “QUE MODIFICA Y ACTUALIZA DISPOSICIONES DE LA LEY 620/76.-

CONSIDERANDO: Que, la Ley 620 establece que el impuesto a la Publicidad y Propaganda fue sancionado en el año 1976, donde las tasas se establecen en montos fijos y, posteriormente fue sancionada la Ley de Actualización del Salario Mínimo, donde se fijan los montos convertidos a su equivalente en jornal mínimo.

Considerando que desde 1980, el jornal mínimo era de Gs. 848.65 (Ochocientos cuarenta y ocho coma sesenta y cinco) y el salario era de Gs. 22.065 (veintidós mil sesenta y cinco) según el índice de variación proporcionado por el Banco Central del Paraguay, los montos fijados en la Ley 620/76 a la fecha se encuentran desfasados y obsoletos por lo que a tenor del art. 176 que dispone “el pago de los tributos mencionados en la Ley, no exime a los contribuyentes el cumplimiento de las regulaciones Municipales sobre Publicidad y Propaganda”. Así, como su forma y plazo de pago y los sujetos obligados”

Que, de igual forma conviene señalar que la Ley 716/95 en su Art. 1° dispone

Que, esta Ley protege el Medio Ambiente y la calidad de vida humana contra quienes ordenen, ejecuten en razón de sus atribuciones, permitan o autoricen actividades atentatorias contra el equilibrio del Ecosistema, la sustentabilidad de los recursos naturales y la calidad de vida humana”

Que, es necesario señalar que como resarcimiento a los eventuales daños ambientales o ecológicos que puedan ocasionar la propaganda y publicidad dentro del municipio y por ser este un lugar turístico, conviene regular su inspección y fiscalización como medio de mitigación prevista en la legislación.

Que, el jornal mínimo diario, establecido para actividades diversas no especificadas, es el índice constantemente actualizado de acuerdo con la variación de la inflación establecida por el Banco Central del Paraguay.

Que, para mantener actualizado dichos valores regidos por Ordenanza, es necesario utilizar como referencia al jornal mínimo diario vigente arriba citado.

Que, es necesario garantizar la seguridad tanto física como visual y sonora de los ciudadanos y visitantes de la ciudad de San Bernardino, por lo que deben ser fiscalizados e inspeccionados, tanto las infraestructura como todo medio de publicidad.

Que, la temporada veraniega se halla fijada por Ordenanza Municipal N° 17/07 Art. 4, por lo que a tenor de la misma se inicia el 1 de Diciembre y termina el 15 de Abril de cada año.

Que, además de la percepción del Impuesto a la Publicidad y Propaganda regida por la Ley 620, el Art. 162 de la Ley 3966/10 Orgánica Municipal dispone que las Municipalidades determinaran por Ordenanza, la regulación del monto de las tasas creadas por ley. Los montos que se establezcan no podrán sobrepasar el costo de los servicios efectivamente prestados de conformidad al art. 168 de la Constitución Nacional

POR TANTO,
LA JUNTA MUNICIPAL DE SAN BERNARDINO, REUNIDA EN CONCEJO,
ORDENA:
TITULO I
POR LA CUAL SE ESTABLECEN NORMAS RELATIVAS A LA
PERCEPCION DEL IMPUESTO A LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Y DE
LAS TASAS POR INSPECCION Y FISCALIZACION PUBLICITARIA.
DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1° La presente Ordenanza tiene por objeto regular la Publicidad y Promoción en el dominio público municipal y perceptible desde este dominio.

Art.2° A los efectos de esta Ordenanza se entiende por publicidad y promoción las acciones, activaciones y los medios empleados para dar a conocer, informar, ofrecer, promover o divulgar empresas, servicios, productos, artículos, u otros bienes

Art. 3° Queda exceptuada de tal definición, la actividad publicitaria y promocional realizada en el interior de locales habilitados para el servicio del comercio, referida a productos y servicios que en los mismos ofrecen o venden, en los libros, en radiofonía, en cinematografía, televisión y prensa grafica, en sus diversas formas.

Art. 4° A los fines de esta Ordenanza, son sujetos de la actividad publicitaria:

4.1 EL ANUNCIANTE: Persona física o jurídica que a los fines de promover su industria, comercio, servicio, profesión o actividad propia, realiza por si o con intervención de una agencia de Publicidad la difusión de sus productos, bienes o servicios.

4.2 EL AGENTE PUBLICITARIO O PROMOCIONAL: Persona física o jurídica que toma a su cargo funciones de asesoramientos, planificación técnica, difusión, ejecución, instalación, fijación o distribución, según corresponda, de anuncio o activaciones promocionales.

4.3 INDUSTRIAL PUBLICITARIO: Persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta, instala o realiza los elementos utilizados en la actividad publicitaria.

Art. 5° Sin perjuicio de mayores restricciones especificas establecidas en esta Ordenanza, según las áreas de uso, ubicación, medio o forma de difusión, ningún anuncio publicitario, o activación promocional podrán:

5.1 Obstaculizar la visibilidad en el transito, en los cruces o interferir las señales.

5.2 Afectar la higiene ambiental por el brillo de sus luces o frecuencia de su encendido.

5.3 Producir ruidos o sonidos molestos o emitir radiaciones nocivas.

5.4 Cubrir balcones u obstaculizar las áreas de ventilación o iluminación de locales.

5.5 Superar los 1/3 (un tercio) de la longitud del frente de la edificación del lugar donde será instalado, salvo lo dispuesto en el [Art. 13.6](#)

5.6 Reproducir o imitar señales o símbolos de uso vial con fines publicitarios.

5.7 Utilizar para su iluminación reflectores que obstaculicen la visibilidad del tránsito.

Art. 6° Los titulares de los permisos publicitarios/promocionales deberán mantener los anuncios en perfecto estado de seguridad de bienes y personas durante todo el año que este en vigencia el permiso municipal.

6.1 Las estructuras, imágenes, e iluminación de los carteles publicitarios deberán mantenerse en perfecto estado durante todo el año, debiendo mantenerse los carteles

iluminados entre las 19:00 hs. y 06.00 hs. en los meses de noviembre, diciembre, enero, febrero y marzo; y entre las 18:00 hs. y 23:00hs. en los meses de abril , mayo, junio, julio, agosto , setiembre y octubre.

Se entiende como periodo de pago de Impuesto a la Publicidad y Propaganda comprendido entre el 01 de diciembre al 01 de diciembre del año siguiente.

Para ser habilitado deberá cumplir estrictamente esta Ordenanza Municipal, caso contrario de no cumplirla estará expuesto a multas y sanciones especificadas en el Art.37 del capítulo 4

Art. 7º Los anuncios en los edificios de valor histórico, artístico o público, en cualquier área de la ciudad, no podrán desvirtuar los lineamientos básicos del diseño de fachada y solo podrán informar sobre el nombre de los mismos, así como la actividad o servicios que presten. Distancia mínima de 20 (veinte) metros, entre cada anuncio. No se permitirá la publicidad pintada en la fachada, paredes, murallas, columnas y arboles.

Art. 8º Los anuncios se clasifican en:

8.1 Según su ubicación:

8.1.2 Anuncios ubicados sobre propiedades privadas.

8.2 Según el medio de difusión:

8.2.1 Publicidad aérea

8.2.2 Publicidad a través de vehículos terrestres.

8.2.3 Publicidad Náutica a través de todo tipo de embarcaciones

Y publicidad estática en el espejo de agua del Lago, dentro de las aguas jurisdiccionales del distrito.

8.2.4 Publicidad en carteles de diferentes formatos

8.2.5 Publicidad en el mobiliario urbano

8.2.6 Publicidad en elementos de bien público.

8.2.7 Promoción mediante activaciones varias.

8.3 Según la forma de difusión:

8.3.1 Publicidad visual

8.3.2 Publicidad sonora

8.3.3 Publicidad y Promoción en la vía pública.

CAPITULO 1

DE LAS NORMAS SOBRE ANUNCIOS UBICADOS SOBRE EL DOMINIO PUBLICO

Art. 9º A los efectos de esta Ordenanza y de la aplicación de las normas de este capítulo, serán considerados sobre el dominio público, aun cuando se encuentren apoyados o adosados en propiedades privadas.

Los anuncios publicitarios sobre el dominio público se clasifican en:

9.1 CARTELES IDENTIFICATORIOS: carteles de los locales comerciales, donde se vende o fabrica el producto.

9.2 CARTELES PUBLICITARIOS: todo cartel que anuncia marcas o productos.

9.3 ANUNCIOS SALIENTES: Son aquellos que apoyados sobre propiedades privadas se extienden sobre el dominio público en más de 10 (DIEZ) centímetros partiendo desde la línea Municipal.

9.4 ANUNCIOS INDEPENDIENTES: Son aquellos que se encuentran apoyados sobre el suelo de dominio público a través de estructuras independientes.

9.5 ANUNCIOS SOBRE EL MOBILIARIO URBANO Y/O ELEMENTOS DE BIEN PUBLICO: Son aquellos instalados en los elementos del equipamiento urbano,

tales como refugios peatonales, bancos, papeleros, relojes, termómetros, todo tipo de kioscos y otros elementos.

9.6 QUEDA EXPRESAMENTE PROHIBIDO – CON EXCEPCIONES ESTABLECIDAS EN EL ARTICULO 29 – LA PUBLICIDAD SONORA, fija o móvil, y el emisor será pasible de sanciones y multas inmediatas por parte de la Intendencia Municipal.

9.7 ACTIVACION DE PROMOCIONES: Involucran a las actividades promocionales tipo muestreo de productos, eventos, degustaciones, elementos diferenciados creados para atraer consumidores o construir imagen de Marca, elementos que sirvan para la venta de productos y/o elementos nuevos no registrados como anuncios en vía pública, decoración de vehículos, globos, inflables, flotadores, efectos de luces, laser, leds, humaradas, fuegos, artificios, manifestaciones con grupo de promocionistas, distribución de impresos varios, intercepción al público en la vía pública en general etc.

SECCION 1 ANUNCIOS SALIENTES SOBRE EL DOMINIO MUNICIPAL

Art. 10° Los anuncios sobre el dominio municipal, serán autorizados por Resolución de la Intendencia Municipal a Empresas privadas que aseguren fiel y estricto cumplimiento de las Ordenanzas.

Se formalizara con esto mediante el sistema de concesión de espacios municipales

10.1 La concesión de espacios municipales serán organizados con la siguiente distribución

Tramo	Ubicación	Cantida d	Mts2
900 mts	(1) Cartel a cada lado de la Ruta Gral. Morinigo cada 300 mts	6	32
2500 mts	(1) Cartel a cada lado de la Ruta Gral. Morinigo cada 200 mts	25	28
2500 mts	(1)Cartel a cada lado de la Ruta Gral. Morinigo hasta el cruce cada 200mts	25	24
1600 mts	(1) en los últimos mts de la ciudad yendo a Altos cada 200 mts	6	32

10.2 Se establecerán circuitos en todo el casco urbano con columneros de 0.80 x 0.80 dispuestos por manzanas

N° de Manzana	Dirección	Cantidad de Columna s	Medidas del Cartel	Tota l Mts2
165	Avda. Otto Schaerer y Luis Vache hasta Mcal. Estigarribia (cruce de avenidas)	10	0,80 x 0,80	0,64
165 y 166	Avda. Otto Schaerer y Luis Vache (cruce de avenidas) Casco Historico	8	0,80 x 0,80	0,64
157	Avda. Otto Schaerer casi Rca. De Francia	7	0,80 x 0,80	0,64
158 y 162	Avda. Luis Vache casi Rca. De Francia	8	0,80 x 0,80	0,64

151	Avda. Otto Schaerer casi Cerro Cora	3	0,80 x 0,80	0,64
153	Avda. Luis Vache casi Cerro Cora	8	0,80 x 0,80	0,64
144	Avda. Otto Schaerer casi Paz del Chaco	5	0,80 x 0,80	0,64
147	Avda. Luis Vache casi Paz del Chaco	4	0,80 x 0,80	0,64
143	Avda. Otto Schaerer casi Prof. Samaniego	3	0,80 x 0,80	0,64
149	Transversal de la Luis Vache Yendo a la Ciclovía	4	0,80 x 0,80	0,64
148	Paz del Chaco casi Luis Vache - Yendo a la Ciclovía	4	0,80 x 0,80	0,64
146	Avda. Luis Vache casi Prof. Samaniego	1	0,80 x 0,80	0,64
125	Avda. Otto Schaerer casi R. Balbuena	5	0,80 x 0,80	0,64
128	Avda. Luis Vache casi R. B	4	0,80 x 0,80	0,64
114	Avda. Otto Schaerer casi Defensores del Chaco	2	0,80 x 0,80	0,64
117	Avda. Luis Vache casi Defensores del Chaco	3	0,80 x 0,80	0,64
108	Avda. Otto Schaerer casi E. Hassler	2	0,80 x 0,80	0,64
110	Avda. Luis Vache casi E.Hassler	2	0,80 x 0,80	0,64
102	Avda. Otto Schaerer casi Colonos Alemanes	3	0,80 x 0,80	0,64
104	Avda. Luis Vache casi Colonos Alemanes	4	0,80 x 0,80	0,64
97	Avda. Otto Schaerer casi 14 de Mayo	2	0,80 x 0,80	0,64
99	Avda. Luis Vache casi 14 de Mayo	3	0,80 x 0,80	0,64
92	Avda. Otto Schaerer casi Avda. Mcal Lopez	3	0,80 x 0,80	0,64
94	Avda. Luis Vache casi Avda. Mcal. Lopez	2	0,80 x 0,80	0,64
87	Avda. Luis Vache casi Rosa Amendola	2	0,80 x 0,80	0,64
88	Plaza - Avda. Luis Vache, Rosa Mendola ,14 de Mayo y Tte. Weiler	10	0,80 x 0,80	0,64
73	Avda. Luis Vache casi España	3	0,80 x 0,80	0,64
72	Avda. Luis Vache casi 15 de Agosto	2	0,80 x 0,80	0,64
75	Avda. Luis Vache y Rosa Amendola	3	0,80 x	0,64

			0,80	
129, 118, 111, 105, 100	Peatonal Ntra. Sra. De la Asuncion	30	0,80 x 0,80	0,64

10.3 Se determina de esta manera la habilitación de 150 carteles de 0.80 x 0.80 mts de doble cara distribuidos en 15 circuitos de 10 carteles cada uno.

10.4 El permiso de uso de la columna correspondiente a los servicios públicos es de exclusiva responsabilidad del anunciante.

Art. 11° Los anuncios publicitarios ubicados sobre el dominio público municipal, deberán abonar los cánones que correspondan por ocupación e inspección.

SECCION 2 ANUNCIOS SALIENTES SOBRE EL DOMINIO PÚBLICO

Art. 13° Los anuncios salientes se registrarán por las siguientes normas:

13.1 Los anuncios publicitarios deberán estar ubicados a una altura mínima de 3 (tres) metros, medidos desde el nivel de la vereda, hasta el borde inferior del mismo.

13.2 Su vuelo sobre el dominio público no superara 1 (uno) metro del límite Municipal o ancho de la vereda, medido desde la línea Municipal.

13.3 Su altura máxima no excederá los 6 (seis) metros, medidos desde el nivel superior del anuncio.

13.4 La superficie máxima será de 3 metros cuadrados.

13.5 No se permitirá el apoyo de estos anuncios sobre el suelo de dominio público.

13.6 Los anuncios sobre las marquesinas que excedan la línea Municipal, se registrarán por las normas establecidas en los puntos 14.1 y 14.2 la altura máxima, medida desde el borde inferior del anuncio será de 1 (uno) metro, no pudiendo superar los límites de la marquesina.

SECCION 3 ANUNCIOS ADOSADOS

Art. 14° Registrarán las siguientes normas para los anuncios adosados:

14.1 Altura mínima: 3 (tres) metros, medidos desde el nivel de la vereda, hasta el borde inferior del mismo.

14.2 Altura máxima: 5 (cinco) metros, medidos desde el nivel de la vereda hasta el borde superior del mismo.

14.3 Vuelo sobre el dominio público: No superara los 25 (veinticinco) centímetros, contados desde la línea municipal hacia el dominio público.

14.4 Superficie máxima: 15 (quince) metros cuadrados.

SECCION 4 PUBLICIDAD EN EL EQUIPAMIENTO URBANO

Art. 15° ; Se reconoce que la implantación y conservación del Mobiliario Urbano se basa en la solvencia y apoyo de Empresas y Marcas Comerciales por lo que la Publicidad en el Equipamiento Urbano, Plazas, Parques y Paseos Centrales, podrá ser concedida a través de concesiones o permisos de uso de dominio público a personas físicas o jurídicas que se comprometen a instalar y mantener el equipamiento urbano.

Las normas y pautas de diseño del equipamiento serán establecidas en cada caso y deberán obedecer a un criterio de estandarización de los mismos de modo de facilitar su identificación y lectura dentro de la ciudad. Las normas y pautas serán establecidas en cada caso en los convenios de colaboración y requerirán la aprobación de Junta Municipal.

Art. 16° La publicidad a insertar en el equipamiento urbano no podrá desnaturalizar la función del equipamiento convirtiendo a este en mero soporte publicitario. La Intendencia Municipal autorizara individualmente la publicidad a ser insertada en cada equipamiento.

16.1 Las publicidades de Tabacos y Bebidas alcohólicas exhibidas en el dominio público, deberán de respetar las Leyes Nacionales que regulan la misma, además, cada anunciante deberá asumir en el pago de tributos un 100 % más del canon normal en publicidad.

16.2 Todas las publicidades exhibidas en el dominio público deberán invertir en publicidad paralela o compensatoria referente a la concienciación sobre la campaña de recuperación y preservación de la Cuenca del Lago Ypacarai.

16.3 La inversión paralela no deberá ser menor al 25 % (veinticinco por ciento) del área de publicidad utilizada por la marca de tabaco o bebida alcohólica, y el detalle deberá ser aprobada por la Intendencia.

16.4 Los anuncios paralelos o compensatorios de advertencia y de concienciación deberán estar instalados adjuntos a los espacios publicitarios con el anuncio del producto o en carteles contiguos.

Art. 17° La intendencia Municipal, se encargara de revisar los contratos y adecuarlos a esta ordenanza.

Art. 18° En la publicidad sobre nomenclatura de las calles, no se podrá exceder un máximo de 25 % del área total del cartel señalizador.

Art. 19° Queda expresamente prohibida la publicidad, de la naturaleza que fuera, sobre las señalizaciones del tránsito y en los equipos semaforicos.

Art. 20° Queda prohibida la utilización del equipamiento urbano para adherir afiches; solo podrán ser adheridos en estructuras especialmente establecida para el efecto por la Municipalidad.

SECCION 5

ANUNCIOS ESTRUCTURAS INDEPENDIENTES EN EL DOMINIO PÚBLICO (PORTICOS Y MOBILIARIO URBANO)

Art. 21° La Junta Municipal y la Intendencia aprobaran a las Empresas que ofrezcan las mejores opciones en diseño y servicios, y estas deberán comprometerse a invertir en servicios de bien público y abonar los impuestos especiales determinados para la Publicidad en soportes publicitarios instalados en el dominio público.

Art. 22° En las avenidas con paseos centrales, estos carteles se ubicaran en el paseo central no sobrepasando sus bordes lo limites del paseo central y a 2 (dos) mts. de altura del nivel del paseo al borde inferior del letrero.

22.1 Se ubicaran a 1 (uno) mt. de la ruta únicamente los carteles de:

A) Carteles de Reglamentación (Carteles del M.O.P.C); Carteles con fondo amarillo y forma negra.

B) Carteles de Advertencia, Carteles de la Municipalidad de San Bernardino y/o M.O.P.C; Carteles con fondo rojo y forma blanca en material reflectivo para su mejor visualización.

C) Finalmente los carteles de Información (Municipalidad de San Bernardino) Carteles con fondo blanco y forma azul.

22.2 Los anuncios publicitarios se ubicaran en los lugares indicados (mojones de ubicación) por la Dirección de Planificación, Obras y Medio Ambiente, mediante el mapeo indicativo de las ubicaciones habilitadas.

Art. 23° Las estructuras independientes en el dominio público, además de exhibir anuncios publicitarios, podrán incorporar elementos de bien público. Para cada caso la Intendencia Municipal otorgara los permisos correspondientes a la Empresa autorizada. En ningún caso, podrán ser adjudicadas dos empresas que compitan por un mismo tipo de servicio en un mismo lugar. Se recomienda la utilización de una sola estructura independiente por punto de venta.

SECCION 6 ANUNCIOS CON ESTRUCTURAS INDEPENDIENTES EN EL DOMINIO PRIVADO

Art. 24° Está permitida la instalación de estructuras con anuncios publicitarios en general en los siguientes espacios, bajo las reglamentaciones arriba mencionadas y una patente comercial habilitada por el Municipio: Locales Comerciales, terrazas de locales comerciales, oficinas, talleres y fábricas, sucursales o casas centrales.

Art. 25° Las medidas máximas permitidas para soportes y carteles publicitarios en el dominio privado perceptible desde el dominio público, no podrán ser mayor a 30 (treinta) metros cuadrados por anuncio. En caso de sobre posición de anuncios, la Intendencia podrá intervenir dando prioridad de exhibición al anuncio instalado con permiso municipal más antiguo y pago de impuestos al día. En caso de litigio el anuncio instalado más recientemente será removido del lugar.

CAPITULO 2 PUBLICIDAD SEGÚN EL MEDIO DE DIFUSION

SECCION 1 PUBLICIDAD TERRESTRE

Art. 26° Los vehículos portadores de publicidad se ajustaran a las siguientes normas:

26.1 La publicidad realizada en y por medio de vehículos del transporte público de pasajeros y/o transporte privado de publicidad, se ajustara a la reglamentación exigida por la Intendencia municipal.

26.2 La publicidad inserta o adherida en ómnibus de transporte público y/o transporte particulares de publicidad deberá tributar localmente, si estos se desplazan dentro de la ciudad por más de 24 horas o en forma intermitente cada día (circulación obligada a través de la ciudad)

Publicidad según tipo de transporte:

- a) Transporte publico
- b) Transporte privado de publicidad
- c) Marca publicitaria en transporte privado

La Dirección de Recaudación expedirá la habilitación para cada transporte habilitado según el inciso b del numeral 28.2 de este artículo, en el que se indica:

- Número de registro del automotor (chapa)
- Numero de chasis.
- Marca
- Nombre del propietario (persona física o jurídica)
- La habilitación de debe ser adherida al parabrisas delantero, ángulo superior derecho.

26.3 Quedan exceptuados los vehículos de la propia empresa, emblemas, anagramas, etc. sobre la carrocería, referente al nombre o razón social de la empresa o de la actividad ejercida.

SECCION 2 PUBLICIDAD AEREA

Art. 27° La publicidad Aérea se ajustara a las siguientes normas:

27.1 Para concesión del permiso de globos estáticos o cautivos, será necesaria la presentación del proyecto detallado de instalación emplazamientos, altura, sistema de anclaje y la justificación de la fortaleza de conjunto, para resistir la acción del viento de otros agentes, exclusivamente aplicables en playas.

27.2 Las licencias se concederán por un plazo no superior a 90 (noventa) días transcurridos los cuales deberán ser retirados.

27.3 Aviones o Helicópteros: Para el otorgamiento del permiso respectivo, será necesaria, a la presentación previa, de la autorización otorgada por la autoridad aeronáutica del país. Se deberá dar estricto seguro de responsabilidad civil y a las limitaciones que en general se establecen, en cuanto sean aplicables a este tipo de publicidad.

SECCION 3 PUBLICIDAD NAUTICA

Art. 28° Serán considerados como publicidad náutica o acuática a toda construcción móvil o estática que contenga cualquier tipo de publicidad, en el espejo del agua del lago, dentro de las aguas jurisdiccionales del distrito.

CAPITULO 3 PUBLICIDAD SEGÚN LA FORMA DE DIFUSION PUBLICIDAD SONORA

Art. 29° La publicidad sonora o acústica, oral o musical, megafónica o no, se ajustaran a siguientes Normas:

29.1 Únicamente podrá realizarse cuando se trate de anuncios de bien público, elecciones locales o nacionales y en el siguiente horario: 07:00 a 12:30 y 15:30 a 20:00 horas.

29.2 En los días feriados y domingos solo se permitirá desde las 10:00 a 12:30 horas

29.3 La potencia de los altavoces no podrá exceder el nivel sonoro de 3 (tres) decibeles sobre el ruido de fondo ambiental.

ACTIVACIONES PROMOCIONALES EN LA VIA PÚBLICA

Art. 30° Las activaciones promocionales en la vía pública se ajustaran a las siguientes normas:

30.1 Los proyectos de activaciones Promocionales, del tipo que fuera, serán detalladas en una solicitud de permiso y sometida a la aprobación de la Intendencia municipal el cual deberá evaluar el impacto visual y sonoro de dicha actividad en la vía pública, hacer valer el bien y seguridad de la comunidad, antes de aprobar dicha activación.

30.2 La Intendencia municipal podrá otorgar los permisos, exclusivamente para estas activaciones específicas, cuya extensión será solamente una semana, pudiendo extenderse por mayor tiempo si la activación del solicitante este encuadrada estrictamente dentro de esta Ordenanza.

30.3 La Intendencia reglamentara los niveles de Impuestos Municipales aplicables a estas actividades, vale decir que por metro cuadrado, en este caso del área utilizada para anuncios activados en particular.

30.4 Los proyectos de activaciones promocionales específicas que merezcan atención municipal en bien de la comunidad podrán ser beneficiadas con el beneficio de exclusividad por rubro o idea promocional; beneficio de exclusividad por rubro o específico con el proponente. Esta excepción no libera de los impuestos reglamentarios.

TITULO II DE LA TRAMITACION Y DOCUMENTACION

Art. 31° A los efectos de la instalación o desarrollo de cualquier actividad publicitaria regulada en esta ordenanza, los interesados deberán obtener previamente el permiso escrito de la Intendencia Municipal y deberán abonar los impuestos de conformidad a esta Ordenanza vigente, con las excepciones que a continuación se detallan.

31.1 Las placas y escudos indicativos de dependencias públicas, sedes de representaciones oficiales extranjeras, hospitales, clínicas y dispensarios públicos o privados, actividades profesionales y similares, colocadas sobre puertas de acceso o cerca de ellas.

31.2 Las banderas, estandartes y elementos similares representativos de los diferentes países, estados, organismos oficiales, centros culturales, religiosos, deportivos, políticos, colegios y centros con actividades similares.

31.3 Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales que se limiten a indicar los horarios en que permanecerán abiertos al público, precios de los artículos en liquidaciones o rebajas y otros similares, siempre con carácter circunstancial.

31.4 Los que se limiten a indicar las situaciones de venta o alquiler de un inmueble, siempre que estén ubicados dentro de la propiedad o adosados a ella, y su dimensión no supere el metro cuadrado.

31.5 Los anuncios colocados al frente de una obra en construcción con nombre de los profesionales, empresa y numero de patentes, siempre que estén ubicados dentro de la propiedad o adosados a ella, de acuerdo a reglamentación sobre propiedad privada.

Art. 32° Las solicitudes de las instalaciones de anuncios publicitarios / promocionales cualesquiera sean ellos, serán presentadas a la Intendencia, conteniendo los siguientes datos:

32.1 Nombre o razón social de las personas físicas o jurídicas que soliciten el permiso. En el caso de personas jurídicas, deberán acompañar la documentación autenticada que

acredite la representatividad legal del firmante de la solicitud, o en todo caso, el número de la patente comercial.

32.2 Documentación que exprese lugar de ubicación exacta del anuncio, superficie del mismo, materiales a ser utilizados y características en tres fotocopias simples.

32.3 En su caso, el solicitante deberá presentar además:

32.3.1 Patente Comercial al día local donde será apoyado el anuncio e Impuesto Inmobiliario de la propiedad al día.

32.3.2 Si el solicitante no es titular de la patente comercial, deberá acompañar copia autenticada del contrato de arrendamiento o del permiso o consentimiento del propietario para la instalación del anuncio y el Impuesto Inmobiliario de la propiedad al día.

Art. 33° La solicitud deberá ir acompañada de los siguientes documentos:

33.1 Una copia heliográfica de plano con la firma del fabricante responsable del anuncio que contendrán:alzada, fachada, planta, planta de ubicación, memoria descriptiva en casos de ser instalados especiales.

33.2 Los anuncios que demanden instalaciones eléctricas, ya sean de bajo o alto voltaje, deberán cumplir con las normas de la ANDE. Un profesional habilitado presentara un resumen de cargas y se hará responsable de la instalación.

33.3 Los anuncios que demanden estructuras especiales de sorteen, requerirán también de planos presentados en una copia heliográfica, con firma de constructor de obras de primera, con patente municipal habilitante y con los siguientes requisitos:

Análisis de carga (peso propio + acción del viento)

- a) Tensores, anclajes y empotramiento.
- b) Seguro de responsabilidad civil para cubrir daños que se pudieran causar a terceros, siempre que se trate de anuncio ubicado sobre el dominio público de Gs. 40.000.000.- hasta Gs. 50.000.000.-

Art. 34° La Municipalidad llevara un registro de los permisos de anuncios publicitarios, y se dejara constancia del plazo por el que se les otorga.

Art. 35° La Municipalidad llevara un registro de los permisos otorgados, correspondiendo un número de registro por cada permiso o autorización concedida. Dicho número y el metraje cuadrado deberá estar impreso en forma indeleble en la base de los carteles, en un lugar visible, a los efectos de facilitar la tarea de los inspectores municipales.

CAPITULO 4 DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES Y DE LAS MEDIDAS CORRECTIVAS

Art. 36° Serán responsable solidariamente, de las infracciones derivadas del cumplimiento de esta Ordenanza:

36.1 Los titulares de los permisos publicitarios.

36.2 La Persona Física o jurídica, que ha dispuesto la colocación del anuncio expuesto. El anunciante o la marca que se constate en la colocación del anuncio.

36.3 El propietario del terreno o inmueble donde se instalen o funcionen los anuncios.

Art. 37° El incumplimiento de los preceptos de esta Ordenanza será sancionada con multa de 15 (quince) a 300 (trescientos) jornales mínimos para actividades diversas no especificadas en la capital y el decomiso de los anuncios.

Las multas deberán ser hechas efectivas dentro de los 5 (cinco) días siguientes a la fecha que la sentencia del Juzgado de Faltas que este firme y ejecutoria. En caso contrario, el infractor incurrirá automáticamente en mora y se le aplicara el recargo establecido por la ordenanza de liquidación de multas y recargos vigente, sobre el importe de la multa impaga.

37.1 El infractor podrá avenirse a acatar voluntariamente, las órdenes correctivas dispuestas por la Intendencia, dentro de los plazos fijados en esta Ordenanza, en cuyo caso la Intendencia queda facultada a reducir las multas que correspondan.

37.2 El infractor del Art. 27.1 será pasible de una multa de 3 (tres) jornales mínimos por cada día de retraso.

Art. 38° La imposición de sanciones o multas se graduara de acuerdo con la gravedad de la infracción, el perjuicio causado a los intereses generales, el beneficio obtenido y otras circunstancias que tengan relación con el hecho sancionado. Serán circunstancias agravantes, la reiteración o la reincidencia en la comisión de infracciones a las disposiciones de esta u otra Ordenanzas.

Art. 39° Independientemente del proceso ante el Juzgado de Faltas y de las sanciones que correspondan por las infracciones a la presente Ordenanza, la Intendencia podrá disponer en resolución fundada, por la vía administrativa, medidas correctivas de urgencia que precisen para restablecer la legalidad infringida, preservar la seguridad pública o garantizar la circulación de los ciudadanos. Tales medidas podrán consistir en:

39.1 Ordenar las rectificaciones necesarias en las obras e instalaciones realizadas.

39.2 Disponer el desmonte o retirada parcial o total de los anuncios instalados indebidamente.

39.3 Cualquier otra que sea necesaria para cumplir con los fines del presente artículo.

39.4 Las órdenes correctivas deberán cumplirse por los responsables dentro del plazo 5 (cinco) días contados a partir de la notificación de dicha orden.

39.5 En el caso de incumplimiento, la Intendencia podrá proceder a ejecutar la orden por la vía administrativa y a costa de los responsables quienes deberán cumplir el pago de las multas correspondientes y reparar los daños y perjuicios.

Art. 40° El plazo de cumplimiento establecido en el artículo anterior, no regirá para la publicidad aérea, o sonora. En estos casos, los infractores responsables deberán cesar inmediatamente dichas actividades publicitarias cuando no posean o no se adecuen a los permisos otorgados.

Art. 41° No serán necesarios requerimientos previos al responsable, sin perjuicio de las sanciones que correspondan, los anuncios publicitarios que:

41.1 No lleven impreso el número de registro en la base de los mismos, no tengan permiso municipal o que no se adecuen a los permisos otorgados, y

41.2 Estén apoyados en el dominio público, o privado, o que sobrepasen la línea de fachada de las propiedades privadas y se extienden sobre el dominio público.

Art. 42° Tampoco requerirá notificación previa, el retiro de las banderolas, o pasacalles ubicados en el dominio público.

Art. 43° La comisión de infracciones podrá acarrear, a criterio de la Intendencia Municipal, la caducidad de los permisos otorgados.

Art. 44° Los anuncios retirados de la vía pública, serán almacenados por la Intendencia Municipal, hasta por un plazo máximo de 60 (sesenta) días, a costa del propietario de la estructura en cuestión y/o el anunciante o marca que este utilizando el cartel.

CAPITULO 5

APLICACIÓN DEL CANON DE IMPUESTOS POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Y DE LAS TASAS POR FISCALIZACION E INSPECCION

Art. 45° La inspección y fiscalización de los anuncios en general consistirá básicamente en la observación y cumplimiento de lo establecido en los Art. 5, 6 y 7 de la presente Ordenanza.

Art. 46° El canon del Impuesto y de las tasas por Inspección y Fiscalización. Según su **46.1** Referente al Capítulo 1 Sección 5 art. 2 ubicación. 2 incisos 1 y 2, el canon se fija en **7 jornales mínimos por mt2** de publicidad por año, que deberán abonarse 50% para la aprobación de Planificación Física y Urbanística y 50% para la instalación

46.2 Para los anuncios con estructuras independientes en el dominio privado el canon se fija en 6 jornales mínimos por mt2 por año. Que deberán abonar 50% para la probación y 50% para la instalación.

46.3 Para las publicidades de Tabacos y Bebidas alcohólicas exhibidas en el dominio público, el canon se fija en un 100 % más del establecido para publicidad de otro tipo.

46.4 Para las renovaciones hasta el 5 del mes de enero cada año.

Art. 47° Según Medio de Difusión

47.1 Publicidad Terrestre las tasas fijadas para el Art. 26 Incisos a) 4 jornales anuales, Inc. b) 26 jornales, e Inc. c) 22 jornales mínimos por la temporada de verano respectivamente. Que deberá abonarse para la aprobación.

47.2 Publicidad Aérea referente al art. 27 se fija en **22 (veinte y dos)** jornales por temporada. Que deberán abonarse en el momento de la solicitud de permiso.

CAPITULO 6 DISPOSICIONES FINALES

Art. 48° Los plazos establecidos en la presente Ordenanza se consideraran continuos y completos.

Art. 49° Todo lo que no estuviere contemplado en esta Ordenanza será analizada y reglamentada por el Intendente y la Junta Municipal de la Ciudad de San Bernardino.

Art. 50° Queda derogada la Ordenanza 16/07, la Ordenanza 45/08 y todas aquellas disposiciones que contraríen expresamente a la presente Ordenanza, la misma entrara en vigencia desde el día siguiente de su promulgación.

Art. 51° Comuníquese a la Intendencia Municipal.

DADA EN LA SALA DE SESIÓN DE LA JUNTA MUNICIPAL DE SAN BERNARDINO A LOS VEINE Y NUEVE DÍAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL ONCE.

SILVIA MARIN PAIVA

Secretaria Junta Municipal

DRA.ELVA M. FLEITAS DE FRANCO

Presidenta de la Junta Municipal

Téngase por Ordenanza, remítase un ejemplar al Ministerio del Interior y al Gobierno Departamental de Cordillera de conformidad con Art. 43 De la Ley 3966/10 Orgánica Municipal, comuníquese, publíquese y cumplido archívese.-

ADALBERTO GONZALEZ

Secretario General

RAMÓN ZUBIZARRETA Z.

Intendente Municipal