



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

Expediente D.E.: 9514-7-08  
Expediente H.C.D.: 1563-CO-2008  
Nº de registro: O-14577  
Fecha de sanción: 29-03-2011  
Fecha de promulgación: 01-04-2011  
Decreto de promulgación: 735

**ORDENANZA Nº 20276  
TEXTO ACTUALIZADO**

**(Modificada por Ordenanza 20694, 20806, 20930 y 21620. Se incluye el Decreto reglamentario 290/2012 modificado por Decreto 2417/12)**

**ABROGADA POR ORDENANZA 22920**

**Artículo 1º.**- Apruébase el Código de Publicidad Urbana del Partido de General Pueyrredon que como Anexo I forma parte de la presente.

**Artículo 2º.**- Fíjase a la Secretaría de Gobierno como autoridad de aplicación del Código de Publicidad Urbana. El Departamento Ejecutivo dictará la reglamentación del Código de Publicidad Urbana del Partido de General Pueyrredon.

**Artículo 3º.**- Deróganse las siguientes normas: Ordenanza 208/56, 1159/59, Ordenanza 1661/61, Ordenanza 756/68, Ordenanza 157/72, Decreto 1370/77, Ordenanza General 197/77, Ordenanza 4203/77, Decreto 54/80, Ordenanza 8157/91, Ordenanzas 9608, 9833, 10277, 10375, 10386, 10885, 10961, 10972, 11085, 11446, 11746, 11951, 12714, 15628, 16737, 17845, los artículos 6.1, 6.2, 6.3 y 6.4 de la Ordenanza 4560 y el ítem 2do. del artículo 115º del Decreto nº 1308/71, Decreto 303/84, Decreto 62/87, Decreto 353/88, Decreto 333/92, Decreto 2101/88, Decreto 1095/96, Decreto 15/06, Ordenanza 19877, Ordenanza 19737 y Ordenanza 19681.

**(Ordenanza 20930)**

**Artículo 4º.**- Créase en el ámbito del Partido de General Pueyrredon la Comisión Asesora de Publicidad Urbana (C.A.P.U.), que estará integrada por tres (3) representantes del Municipio, un (1) representante técnico del sector privado (Cámara de Empresas Publicitarias), un (1) representante del Sindicato Único de Publicidad y un (1) representante de la Unión del Comercio, la Industria y la Producción (UCIP).

Sus funciones serán:

- a) Actuar como órgano consultivo para considerar propuestas no contempladas en el presente Código y que sea necesario analizar en forma particular.
- b) Podrá formular y considerar propuestas de actualización del Código elevándolas a consideración del Honorable Concejo Deliberante.
- c) Evaluará la aplicación gradual, progresiva y consensuada de la aplicación del presente Código, dentro de los temas y plazos previstos.
- d) Determinará corredores publicitarios clasificados en avenidas y arterias comerciales, en los que se analizará la adecuación del presente Código, dentro de los límites y plazos fijados. Las propuestas serán elevadas al Departamento Ejecutivo para su inclusión en el respectivo Decreto Reglamentario.

**(Ordenanza 20808)**

**Artículo 5º.**- La aplicación del presente código entrará en vigencia a partir de los noventa (90) días de reglamentada la presente ordenanza. Los establecimientos comerciales del Partido de General Pueyrredon, podrán adaptar sus elementos publicitarios hasta el día 1º de noviembre de 2012.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

**(Incorporado por Ordenanza 20694)**

**Artículo 6º.-** Sin perjuicio de lo expresado en el artículo 5º queda prohibida, a partir de la promulgación de la presente, la instalación de marquesinas publicitarias en el Partido de General Pueyrredon. Asimismo, se fija como plazo máximo, perentorio e improrrogable para el retiro de marquesinas publicitarias autorizadas con anterioridad a la promulgación de la Ordenanza 20.276 el día 1º de noviembre de 2012.

**Artículo 7º.-** Comuníquese, etc.-

**Dicándilo  
Castorina**

**Ciano**

**Artime  
Pulti**

**ANEXO I  
CAPITULO 1  
De los alcances**

1.- Se regirá por las disposiciones de la presente ordenanza toda actividad publicitaria que se desarrolle dentro del Partido de General Pueyrredon y que integre su paisaje urbano, manifestada por cualquiera de las formas permitidas por este cuerpo normativo, que establece parámetros de regulación.

2.- Queda exceptuada de la regulación del presente código la actividad publicitaria efectuada en el interior de locales habilitados para el ejercicio del comercio, industria y/o espectáculos, referida a productos, servicios y actividades que en los mismos se ofrecen o venden; la publicidad o anuncios exteriorizados en libros, radiofonía, cinematografía, televisión y prensa gráfica, en sus diversas formas.

3.- La finalidad que persigue la presente norma es evitar la superpoblación y/o superposición de elementos publicitarios de manera tal que resulte eficazmente resguardado el ordenamiento físico, la estética y el paisaje de los distintos ámbitos urbanos, preservando los valores culturales, patrimoniales e históricos de sus sitios y salvaguardando la seguridad y la comodidad de los ciudadanos y sus bienes. En caso de duda sobre los alcances y/o aplicación de esta norma o sus reglamentaciones, para su interpretación deberá tenerse en cuenta esta finalidad.

**CAPITULO 2  
De las definiciones**

4.- Se considera a la actividad publicitaria urbana como parte del ordenamiento urbano ambiental y, por ello, deberá ejercerse de estricta conformidad con lo que establece esta ordenanza, con las limitaciones del Código de Ordenamiento Territorial, el Reglamento General de Construcciones y las normas nacionales, provinciales y municipales complementarias y derivadas vigentes.

5.- Defíñese como actividad publicitaria urbana a toda acción tendiente a dar a conocer una labor o un producto comercial, industrial o de servicio, público o privado, realizada en la vía pública y/o en sitios de acceso o vista al público, a través de medios empleados para el cumplimiento de sus fines.

6.- Se considera elemento publicitario al objeto o medio (soporte, dispositivo, módulo o similar) mediante el cual se realiza la actividad publicitaria. Los elementos publicitarios formarán parte integrante del paisaje público de la ciudad y del ambiente visual.

7.- Se considera anuncio publicitario a todo mensaje, leyenda, inscripción, signo o símbolo, dibujo, logotipo, isotipo, estructura representativa o emisión de sonido o imagen que pueda ser percibida en o desde la vía pública, o en los lugares de carácter público urbano, realizado o no con fines comerciales, informativos o promocionales; como así también aquellas actividades destinadas a la difusión publicitaria en la vía pública, parques, plazas, playas, riberas, lugares de acceso público o que se



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

proyecten hacia la vía pública o sean visibles desde ésta, tanto sea, en bienes muebles y/o inmuebles de dominio público y/o privado.

8.- Son considerados sujetos de la actividad publicitaria las personas físicas o jurídicas que desarrollan la actividad en el ámbito del Partido de General Pueyrredon y se encuentren debidamente inscriptos. Se clasifican en:

8.1. Anunciante: se considera a la persona física o jurídica que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realiza con o sin intervención de uno o algunos de los restantes sujetos de la actividad publicitaria, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.

8.2. Agencia de publicidad: se considera a la persona física o jurídica que toma a su cargo por cuenta y orden de terceros, funciones de asesoramiento, creación y planificación técnica de los elementos destinados a difundir anuncios, la administración de campañas publicitarias o cualquier actividad vinculada con dicho objeto.

8.3. Titular del medio de difusión: se considera a la persona física o jurídica que desarrolla la actividad cuyo objeto es la difusión de anuncios, por cuenta y orden de terceros o propia, mediante elementos publicitarios de su propiedad instalados en bienes muebles o inmuebles propios o de terceros con autorización suficiente otorgada por sujeto con derechos sobre el inmueble, de acuerdo con lo que establezca la reglamentación.

8.4. Difusor de publicidad: se considera a la persona física o jurídica cuya actividad en relación con la publicidad consista en la colocación de afiches y/o distribución de elementos con sujeción a las normas de este código.

9. Los elementos publicitarios se clasifican de la siguiente forma:

9.1. Según su ubicación y contenido:

9.1.1. Aviso: se considera al anuncio colocado en sitio o lugar distinto al destinado para el comercio o industria que se explotan o profesión o actividad que se ejerza.

9.1.2. Letrero: se considera el anuncio colocado sobre la fachada del comercio, industria o profesión y que se refiere exclusivamente a dicha actividad.

9.1.3. Letrero combinado: se considera a aquel que además de las características de letrero, contiene en parte de su superficie un anuncio publicitario.

9.1.4. Letrero ocasional: se considera el anuncio que corresponda a remate, venta, locación de inmuebles o cambio de domicilio o sede y/o liquidación de mercaderías.

9.2. Según sus características físicas:

9.2.1. Afiche: es el anuncio publicitario pintado o impreso en papel vinilo o cualquier otro sustrato que se utiliza a tales efectos para ser fijado en lugares permitidos.

9.2.2. Volante: anuncio impreso para ser distribuido en mano.

9.2.3. Muestra: producto ofrecido en forma gratuita para ser distribuido en mano.

9.2.4. Elemento publicitario iluminado: es el que recibe luz artificial mediante fuente de luz exterior a éste instalada para ese fin.

9.2.5. Elemento publicitario luminoso: es cuando emite luz propia con instalaciones ejecutadas al efecto incluidas en el cuerpo de la pieza publicitaria.

9.2.6. Elemento publicitario animado: es el que produce sensación de movimiento por articulación de sus partes, o por efectos de luces.

9.2.7. Elemento publicitario electrónico: es el activado por dispositivo lumínico - electrónico, display o paneles electrónicos, constituidos por leds programables para la transmisión de mensajes.

9.2.8. Elemento publicitario móvil: es cuando puede trasladarse por cualquier medio.

9.2.9. Elemento publicitario mixto: es cuando reúne más de una de las características enunciadas en los incisos anteriores.

9.2.10. Elemento publicitario referencial: cuando remite a una estructura representativa, posea o no formas geométricas, materiales y características comunes, pertenecientes a alguna de las categorías precedentes y que constituyen un valor de símbolo específico o característico de alguna marca, empresa, producto o actividad.

9.2.11. Stand, exhibidor, vidriera o artefacto especial donde se muestren objetos y mensajes, se ejecuten exhibiciones que llamen la atención al público, o se anuncien productos y/o servicios sean o no de la misma marca y se ubiquen en lugar distinto del comercio o industria.



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

9.2.12. Banderas, banner o estandartes que contienen los anuncios pintados o impresos, colocados en mástiles u otras especies de soportes.

9.2.13. Sombrillas, gazebos, mesas, sillas y otros elementos que contienen en cualquiera de sus partes anuncios de marcas o servicios.

9.2.14. Espacio de proyección: soporte publicitario en los cuales el mensaje se materializa mediante la proyección, cualquiera fuera el dispositivo con el cual se proyecta.

9.3. Segundo su emplazamiento:

9.3.1. Frontal: aviso o letrero adosado a la fachada y dispuesto paralelamente a la línea municipal.

9.3.2. Saliente: aviso o letrero dispuesto perpendicularmente u oblicuo en relación a la línea municipal o de retiro obligatorio.

9.3.3. De medianera: aviso dispuesto sobre el paramento medianero del edificio en el cual se emplaza.

9.3.4. Entelado artístico: imagen de obras pictóricas, escultóricas, fotográficas históricas, realizadas por artistas reconocidos en un tiempo anterior a los dos años de su emplazamiento y cuyo fin o mensaje no se relacione con intención comercial alguna, impresa en tela o similar.

9.3.5. De marquesina publicitaria: protección volumétrica colocada en edificaciones que avanzan hacia la vía pública, que contengan o puedan contener avisos o anuncios publicitarios.

9.3.6. De toldo publicitario: aviso o letrero dispuesto sobre una o más caras externas de estas estructuras que avanzan hacia la vía pública, adosadas a las edificaciones.

9.3.7. Autoportante: aviso o letrero que requiere de una estructura particular con base de sustentación propia ubicados sobre espacios privados.

9.3.8. Pantalla: es un elemento autoportante o aislado donde sólo se permite fijar un afiche.

9.3.9. Cartelera: es un elemento frontal sin sustentación propia donde sólo se permite fijar afiches.

9.3.10. En mobiliario urbano: son elementos dispuestos en el espacio público que prestan un servicio de utilidad a las personas como refugios para los usuarios de transporte público de pasajeros, cestos de basura, bancos, asientos y cualquier otra instalación que facilite comodidades en el espacio público y pueda actuar como soporte de anuncios publicitarios.

9.4. Segundo su temporalidad:

9.4.1. Publicidad transitoria en eventos especiales: es la publicidad que se realiza en actividades esporádicas tales como congresos, convenciones, torneos, celebraciones, exposiciones u otras, por un lapso no mayor a treinta (30) días.

9.4.2. Publicidad política: aquella que se realice en los días previos al acto eleccionario según las normas provinciales y nacionales que lo regulan.

9.4.3. Mallas protectoras de obra: imagen de la obra terminada impresa en malla o tela de protección.

## **CAPÍTULO 3**

### **De las dimensiones, condiciones, características y formas de los elementos de publicidad. (Ordenanza 20694)**

10.- La superficie de un anuncio publicitario se mide por el área del polígono que lo circumscribe, pasando por los puntos extremos excluyendo el pedestal o estructura portante y se sumarán cuantas caras o planos de anuncio contenga. El marco no se tomará en cuenta a los fines de verificar la superficie del anuncio en tanto no supere los 15 cm de ancho en cualquiera de sus caras.

**(Ordenanza 20694)**

11.- Elementos publicitarios frontales:

**(Ordenanza 20930)**

11.1. Los frontales serán colocados paralelos a la línea municipal o de fachada y con una separación máxima de 0,25 m. de la misma, con un retiro mínimo de 0,50 m. de los ejes medianeros y a partir de los 2,20 m. sobre el nivel de la acera, hasta una altura máxima de 5,80 m., siempre que no excedan la altura de la estructura edilicia del comercio.

Los locales con frente de hasta 10 metros podrán colocar frontales ocupando como máximo 2 m. del largo de la fachada.

Los locales con frente de más de 10 metros podrán colocar frontales ocupando un máximo de 4 m. del largo de la fachada.

Los locales con frente de más de 20 metros podrán colocar frontales ocupando un máximo de 6 m. del largo de la fachada.

La altura máxima del elemento publicitario no podrá exceder de 1,40 m.

Por debajo de los 2,20 m. sólo se permitirán carteleras para afiches y los anuncios sobre vidrieras.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

**(Ordenanza 20930)**

11.1.a) Los establecimientos que superen los quinientos (500) metros cuadrados y que tengan ingresos peatonales por distintas calles, podrán colocar estos elementos publicitarios por cada acceso peatonal. Los locales que se encuentren dentro del establecimiento (Centros de Compras y Servicios) y cuenten con acceso independiente desde la calle podrán asimismo colocar elementos publicitarios de los detallados en el presente.

**(Ordenanza 20694)**

11.2. No está permitido instalar elementos publicitarios frontales sobre barandas, columnas, calados, aberturas, pérgolas, escaleras, toldos, bajo o alto relieve o cualquier elemento y/o tratamiento arquitectónico relevante que presenten las fachadas.

**(Ordenanza 20694)**

11.3. Se podrán colocar anuncios publicitarios como parte integrante de una fachada, sean en bajo o alto relieve o esculpidos, a condición de que armonicen con su arquitectura, respetando los máximos y mínimos establecidos para el elemento publicitario frontal.

**(Incorporado por Ordenanza 20806)**

11.4. Los frontales revestirán únicamente la categoría de letrero (anuncio colocado sobre la fachada del comercio, industria o profesión y que se refiere exclusivamente a dicha actividad), consignándose sólo el rubro y los datos del establecimiento.

**(Ordenanza 20694)**

12. Elemento Publicitario Electrónico y Animado: únicamente podrán instalarse como elementos publicitarios frontales, debiendo ser autorizados en cada caso particular por el Honorable Concejo Deliberante, previo dictamen a través del área que corresponda del Departamento Ejecutivo. En ningún caso podrán atentar contra la seguridad del tránsito vehicular y/o peatonal, provocar situaciones de riesgo, ocasionar distracción o factibilidad de accidente.

**(Ordenanza 20694)**

13. Vidrieras: pintados o rotulados sobre cristales:

**(Ordenanza 20694)**

13.1. Siendo que los anuncios temporarios en interiores de vidriera, responden a la dinámica de comercialización y/o promoción propia de cada establecimiento de comercio, éstos no deberán ser declarados ante la autoridad municipal.

**(Ordenanza 20694)**

13.2. Cuando la superficie de vidriera esté compuesta por anuncios permanentes (período igual o superior a seis meses), no podrán superar el 50% de la superficie de la misma, siempre que se trate de la colocación de vinilo microperforado, transparente impreso o cualquier otra que no impidan la visibilidad hacia el interior, deberán ser declarados ante la autoridad municipal.

**(Ordenanza 20694)**

14. Elemento publicitario autoportante:

14.1. Sobre terrenos de propiedad privada:

14.1.1. Únicamente se podrán instalar elementos publicitarios autoportantes sobre terrenos de propiedad privada, fuera de la zona comprendida por: todo el frente costero entre calle Kraglievich y la Diagonal Estados Unidos; la Av. Constitución, la Av. Vértiz, y Av. Jara y/o Av. Carlos Tejedor y/o Av. Polonia.

La Comisión Asesora de Publicidad Urbana podrá evaluar y proponer dentro de las zonas de exclusión y exclusivamente sobre avenidas y arterias comerciales, condiciones específicas para la aplicación del presente artículo.

14.1.2. Superficie máxima en la zona permitida: 50 m<sup>2</sup> con una distancia mínima de 100 metros entre cada elemento publicitario.

14.1.3. Ninguna parte del elemento publicitario autoportante podrá estar a una distancia menor de 1 metro de los muros linderos.

14.1.4. La altura máxima permitida será de 10 metros incluida su base de sustentación, en los casos que esta altura sea mayor a la permitida por el COT no podrá exceder esta última.

14.1.5. Altura mínima de despegue del anuncio: 2,00 m. (dos) sobre el nivel de la línea municipal.

**(Ordenanza 20930)**



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

14.1.6. En los casos de usos comerciales, industriales o de equipamiento construidos con retiro de frente igual o mayor a dos (2) m. se podrá optar por colocar un elemento publicitario frontal o un elemento publicitario sobre una columna de hasta de 0,50 m. de diámetro, que servirá de sostén al mismo y que en todos los casos deberá respetar las mismas proporciones fijadas en el punto 11.1, a excepción de la altura máxima que en ningún caso podrá exceder los 3,60 m. desde el nivel de la acera.

14.1.7. La estructura portante deberá impedir el escalamiento de la misma y el predio deberá estar cercado de acuerdo con el Reglamento General de Construcciones.

14.2. Sobre azoteas o techos de propiedad privada: estos elementos publicitarios autoportantes deberán estar montados sobre estructuras tipo atril no conformada por una columna única.

### **(Ordenanza 21620)**

14.2.1. No se podrán instalar elementos publicitarios autoportantes sobre azoteas o techos de propiedad privada dentro de la zona comprendida por: todo el frente costero entre la calle Mariani, Av. Juan B. Justo, Av. Champagnat y su continuación Monseñor Zabala, quedando excluida de la prohibición la Av. Champagnat y su continuación”.

### **(Ordenanza 20930)**

14.2.2. Dentro de las zonas precedentemente mencionadas solamente se podrá permitir la continuidad de la exhibición de avisos publicitarios en las azoteas o techos cuando el edificio posea una altura superior a los 30 pisos y su estructura lo permita.

14.2.3. Se permitirá colocar elementos publicitarios autoportantes que no superen los 2 m. de altura, incluido el soporte con un máximo de 10 m. de ancho fuera de la zona establecida en el inciso anterior y hasta el límite constituido por: el frente costero entre las Avdas. Libertad y Avda. Constitución y entre Avda. Juan B. Justo y Vértiz; y Avda. Constitución, Vértiz, Avda. Jara y Avda. Champagnat.

14.2.4. Fuera de las zonas establecidas anteriormente se podrán colocar elementos publicitarios autoportantes con una superficie máxima de 50 m<sup>2</sup>. y con una distancia mínima de 100 m. entre cada elemento publicitario.

14.2.5. Las estructuras que sostienen los elementos publicitarios en azoteas deberán quedar enmascaradas siguiendo los lineamientos del edificio donde se asientan, en ningún caso se permitirá estructuras en voladizo en relación a los paramentos del edificio.

14.2.6. En el caso de avisos instalados en las azoteas de los edificios, la altura de los mismos no podrá superar la altura para las llamadas instalaciones complementarias que contempla el Código de Ordenamiento Territorial.

### **(Ordenanza 20930)**

15. En muros medianeros solo se podrán instalar entelados artísticos. Los mismos no deberán superar mas del 70% de superficie del muro ni la altura del mismo. Dentro del entelado se podrán instalar avisos publicitarios al pie de los mismos que no superen el 10% de su superficie.

### **(Ordenanza 20694)**

16.- Afiches en pantallas y carteleras:

16.1.- La fijación de afiches se podrá realizar solamente en los siguientes lugares:

a. Pantallas emplazadas en la vía pública. Estas últimas serán concedidas únicamente a través de los mecanismos de licitación pública conforme la normativa vigente.

b. Carteleras.

16.2. Carteleras:

16.2.1. Las carteleras colocadas sobre cercos de terrenos baldíos, edificios abandonados o en desuso u obras en construcción serán de hilera simple y tendrán que ajustarse a lo siguiente:

a) Para la instalación de las mismas se deberá contar con permiso expreso del propietario del terreno.

b) Las carteleras no podrán superar la altura del cerco que las contiene.

c) Los responsables deberán mantener las carteleras en óptimas condiciones de limpieza y mantenimiento, no pudiendo mantenerse las carteleras con afiches rotos o vacías. Las mismas deberán ocuparse con afiches blancos o institucionales públicos.

d) Superficies máximas de las carteleras: 2,00 m<sup>2</sup> por unidad.

e) Tendrán que tener una separación mínima de 0,15m entre marcos de carteleras.



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

### 16.3. Carteleras vallas o séxtuples:

16.3.1. No se podrán instalar carteleras de vallas o séxtuples en todo el frente costero comprendido entre la calle Kraglievich y la Diagonal Estados Unidos y la zona comprendida entre la Avda. Libertad, Avda. Juan B. Justo y Avda. Jara.

La Comisión Asesora de Publicidad Urbana podrá evaluar y proponer dentro de las zonas de exclusión y exclusivamente sobre avenidas y arterias comerciales, condiciones específicas para la aplicación del presente artículo.

16.3.2. Podrán colocarse únicamente sobre cercos, obras en construcción, cerramientos de edificios abandonados o en desuso, ajustados a lo siguiente.

a) Altura máxima: 2,60m desde nivel de acera no pudiendo sobrepasar la altura de los cercos.

b) Tendrán que tener una separación lateral mínima de 0,30m entre unos y otros.

c) Superficie máxima: 12,00m<sup>2</sup> por unidad.

### **(Ordenanza 20694)**

#### 17. En vehículos de uso privado:

17.1. En vehículos de promoción: La promoción de productos o servicios desde vehículos podrá realizarse bajo las siguientes condiciones:

a) Los vehículos decorados u ornamentados podrán desfilar en arterias permitidas por la legislación vigente, siempre que no afecten la circulación de peatones o el tránsito vehicular, no pudiendo emitir sonido alguno amplificado.

b) No podrán emitirse mensajes publicitarios verbales, aunque sea en forma de cantos, ni en forma directa por amplificación.

c) Los vehículos deberán llevar inscripto en lugar visible en ambos laterales en la parte posterior, un letrero o identificación de 0,40m por 0,40 m con el nombre, apellido, domicilio y teléfono en caso de la persona física o jurídica titular del mismo. Estos letreros no están sujetos a gravámenes.

d) Quedan incluidas en este ítem la promoción que se lleve a cabo a través de los vehículos de carga y reparto.

#### 17.2. En el transporte público de pasajeros, taxis, remises y autos rurales:

La utilización de los espacios publicitarios gráficos y/o de cualquier otro tipo en el transporte público de pasajeros estará sujeta a las disposiciones de este Código de Publicidad Urbana. Los concesionarios del transporte público de pasajeros deberán adecuar la publicidad existente y los vehículos cumplimentar las disposiciones de este Código bajo apercibimiento de incurrir en las sanciones que se dispongan tanto en materia publicitaria como las dispuestas en los pliegos generales, particulares y contrato de concesión.

Las empresas concesionarias del transporte público de pasajeros y titulares de licencias, serán los responsables de tramitar el Código de Autorización Publicitaria y del pago de los Derechos por Publicidad y Propaganda. La publicidad tanto en el exterior como en el interior de las unidades del transporte público de pasajeros, taxis, remises y autos rurales, será reglamentada por el Departamento Ejecutivo en cuanto a las dimensiones y ubicación de la misma, observando que no distorsione la normal identificación del vehículo como parte del sistema de transporte público.

### **(Ordenanza 20694)**

18. Se prevé la inclusión de publicidad en las piezas y componentes de los sistemas de mobiliario urbano que a futuro sean licitados en el municipio, de forma que en los pliegos licitatorios que al respecto se elaboren podrá incorporar a los elementos de tal mobiliario (módulos de espera de transporte público, cestos de residuos y contenedores para reciclajes, asientos de vía pública, contenedores de piezas de jardinería urbana o similares) mensajes de carácter publicitario siempre que no afecten la calidad visual y funcional de las piezas y formando parte de la ecuación de negocios de los cánones a tributar por la/s concesión/es respectiva/s.

### **(Ordenanza 20694)**

19. El Departamento Ejecutivo regulará la inclusión de publicidad en las piezas y componentes del sistema de señalética urbana.

### **(Ordenanza 20694)**

20. En stands o exhibidores:



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

20.1. En espacios públicos, la promoción de productos o servicios temporarios desde espacios fijos (stands) o exhibidores, no deberá afectar la circulación de peatones o vehículos. Deberá tramitarse su autorización en cada caso particular ante el Departamento Ejecutivo a través del área que corresponda, el cual de ser viable será enviado para su tratamiento al Honorable Concejo Deliberante.

20.2. Deberá presentarse proyecto y planos en escala. En dichas instalaciones no podrá efectuarse venta ni degustación de productos. No obstante, podrá autorizarse la entrega en mano de productos o muestras y obsequios promocionales, así como también impresos con calendario, planos y/o guías informativas de la ciudad.

21. Sombrillas, gazebos y banners verticales:

Las sombrillas, gazebos y banners verticales deberán contar con permiso especial de uso del espacio público otorgado por la autoridad competente.

## **CAPITULO 4**

### **22. De las Prohibiciones:**

#### **a) Generales:**

22.1. Ningún anuncio visual comercial podrá contener alusiones que promuevan, inciten o importen cualquier tipo de discriminación, agravien confesiones, países y sus símbolos, colectividades, minorías, entidades, personas o figuras históricas.

22.2. Ningún mensaje, sea o no comercial, tendrá contenido que resulte contrario a los símbolos nacionales, los derechos humanos y la paz.

22.3. Ningún elemento de publicidad podrá distorsionar en forma alguna el entorno, ni afectar estéticamente el paisaje urbano.

22.4. No se podrán instalar elementos publicitarios que impliquen riesgo alguno para la seguridad de las personas y de los bienes, así como aquellos que causen molestias, ya sea con vibraciones, ruidos y/o deslumbramiento.

22.5. Ningún elemento publicitario podrá restringir las condiciones de movilidad y circulación urbanas.

#### **b) Específicas:**

22.6. Todo anuncio relativo al consumo de alcohol o la práctica de juegos de azar que se hallen en la vía pública o trascienda a ésta, deberá contener de manera visible la leyenda “el consumo excesivo es perjudicial para la salud” o según el caso “el juego compulsivo es perjudicial para la salud” o cualquier otra leyenda que establezca la legislación vigente.

22.7 La instalación de elementos publicitarios sobre aceras, calzadas, cordones, rotondas, isletas de calles, avenidas o rutas, parques, plazas, paseos, cementerios, árboles, columnas destinadas al servicio público, señalización vertical reglamentaria histórica y turística oficial, semáforos o demás elementos de equipamiento urbano y demás construcciones de dominio público.

22.8. La colocación de elementos publicitarios que impidan o dificulten la contemplación de monumentos, edificios o conjuntos de valor histórico, arquitectónico o paisajístico. Para la colocación de elementos publicitarios en edificios declarados de interés patrimonial, deberá tramitarse su autorización en cada caso particular ante el Departamento Ejecutivo a través del área que corresponda, el cual de ser viable será enviado para su tratamiento al Honorable Concejo Deliberante.

22.9. La instalación de elementos publicitarios que atenten contra la seguridad del tránsito vehicular y/o peatonal, provoquen situaciones de riesgo, ocasionen distracción o factibilidad de accidente. Tampoco aquellos que imiten o se asemejen a señalización urbana o vial u otra información prioritaria o interrumpan su visualización, especialmente los que puedan provocar confusión en el tránsito.

22.10. Que los elementos publicitarios interrumpan el cono de visión de la bocacalle, como así el espacio comprendido desde el filo de las ochavas hasta dos (2) metros hacia el centro de la cuadra, no pudiendo los mismos ser salientes.

22.11. La colocación de los denominados pasacalles.

22.12. La fijación compulsiva, furtiva y sin autorización de afiches murales.

22.13. Los anuncios publicitarios pintados en forma directa sobre la superficie de las fachadas.

**(Ordenanza 20930)**



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

22.14. La instalación de más de un elemento publicitario por local habilitado, con excepción de aquellos ubicados en esquinas en donde se permitirá un elemento publicitario frontal por calle o un elemento publicitario frontal en la ochava, respetando las condiciones dispuestas en el punto 11.1, a elección del comerciante. En los locales de esquina que no tuvieran ochava, los elementos publicitarios frontales deben colocarse con una separación del vértice de la esquina no inferior a un metro y con una separación desde el límite medianero de 0,50 mts.

22.15. Cualquier tipo de elemento publicitario impreso adherido, pintado o alternativo en muros medianeros.

22.16. La colocación de elementos publicitarios en los basamentos de edificios.

22.17. Utilizar carteleras como cerramiento de terrenos baldíos o edificios abandonados o en desuso, obras en construcción.

22.18. Los elementos del tipo marquesina publicitaria y toldos publicitarios.

22.19. Los carteles llevados o colocados sobre personas o sostenidos por ellas.

22.20. Las banderas publicitarias.

22.21. La colocación de elementos publicitarios que obstaculicen la vista hacia el mar, siendo parte constitutiva de este código el Decreto nº 1689/09 del Departamento Ejecutivo.

22.22. El retiro o desmantelamiento en forma parcial de los elementos de publicidad.

22.23. La publicidad mediante medios sonoros que sean percibidos desde la vía pública, sean éstos efectuados desde un punto fijo o mediante móviles en desplazamiento; utilizando medios terrestres o aéreos o acuáticos.

**(Incorporado por Ordenanza 20930)**

22.23 bis. La publicidad marítima a excepción de la que lleven en sus velas las embarcaciones náuticas. Queda expresamente prohibida la publicidad sobre balsas náuticas y las remolcadas por embarcaciones a motor o vela.

22.24. Arrojar en la vía pública productos, muestras, obsequios promocionales o volantes.

22.25. Entregar cualquier tipo de productos, muestra o elemento promocional a ocupante de vehículos en circulación, aunque estén momentáneamente detenidos.

22.26. La colocación compulsiva de volantes sobre vehículos estacionados.

22.27. La fijación compulsiva externa de obleas autoadhesivas, calcomanías u otros similares sobre vehículos estacionados en la vía pública.

22.28. La instalación de elementos publicitarios que contengan avisos en edificios en los que se presten servicios públicos municipales, provinciales o nacionales directamente por la Administración o a través de terceros.

**(Ordenanza 20806)**

22.29. La instalación de Elementos Publicitarios Salientes.

22.29.bis. **Derogado por Ordenanza 20806**

## **CAPITULO 5**

### **De los permisos para la actividad publicitaria**

23. Para efectuar publicidad en cualquiera de las formas establecidas en este ordenamiento se deberá solicitar permiso previo a la autoridad de aplicación.

23.1. La reglamentación establecerá los procedimientos, presupuestos, recaudos, contenidos y condiciones para la obtención, el otorgamiento y el mantenimiento de los permisos.

23.2. Una vez otorgado el permiso, y previo pago de los derechos correspondientes, se entregará al solicitante, o a quien él indique, un código de autorización publicitaria (CAP) por elemento publicitario, que deberá colocar en lugar visible y mantener en óptimo estado de conservación, de acuerdo con lo que establezca la reglamentación.

23.3. El Departamento Ejecutivo podrá denegar permisos de instalación de un elemento publicitario cuando existan razones de interés público, seguridad, salubridad o de higiene, o cuando su instalación violenta lo normado en el capítulo 1 inciso 3 aunque el mismo estuviere permitido por la presente; previo dictamen fundado del órgano de aplicación. También cuando el solicitante presente una conducta fiscal de incumplimiento o morosidad, o cuando no acredite debidamente la correcta registración laboral de los empleados a su cargo, de acuerdo con la normativa vigente en la materia.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

24. Los permisos para la instalación de elementos publicitarios, sean éstos en sitios públicos o privados, con acceso y/o vista al público, serán siempre precarios y revocables por razones de interés público, mediante acto debidamente fundado y sin derecho a indemnización alguna. En estos casos, el retiro de los elementos publicitarios podrá hacerse en forma directa por la Municipalidad a costa de los responsables y deberán reintegrarse los gravámenes pagos proporcionales al tiempo en que la publicidad dejó de realizarse.

25. Plazo de vigencia: Los permisos se otorgarán por el plazo que el Departamento Ejecutivo determine en cada caso particular teniendo en cuenta parámetros de protección del entorno urbanístico, con un plazo máximo de dos (2) años.

26. En los casos de nuevas habilitaciones de locales o transferencias de las mismas, en las que se pretenda conservar un elemento publicitario debidamente autorizado, se podrá autorizar la continuidad de los mismos, previo pago de las deudas fiscales y contravencionales existentes.

27. El permiso se extinguirá:

27.1. Por cumplimiento del plazo.

27.2. Por baja solicitada por el titular del permiso.

27.3. Por revocación fundada en razones de interés general, seguridad pública, salubridad pública u oportunidad y conveniencia.

27.4. Por falseamiento de la declaración jurada, o alteración de la situación fáctico jurídica que se tuvo en cuenta al otorgarlo.

27.5. Por caducidad, cuando:

a. El interesado no instalare el anuncio antes del vencimiento de los seis (6) meses de su otorgamiento, cualquiera fuese el plazo de vigencia del permiso.

b. El elemento publicitario no reúna las condiciones necesarias para su funcionalidad o la seguridad pública, por falta de mantenimiento o causas fortuitas y no se instrumenten las medidas de reparación en tiempo y forma.

c. Faltare, no se pudiere leer o no se encontrase en lugar visible el CAP municipal en el elemento publicitario.

d. Incumplieren los responsables sus obligaciones tributarias derivada de la actividad publicitaria durante más de tres meses consecutivos.

e. No acrediten los responsables el pago o la vigencia de los seguros que correspondan.

f. No cumplan los permisionarios las obligaciones estipuladas en los respectivos instrumentos de otorgamiento de las autorizaciones.

g. De no registrarse el pago de los derechos que correspondan por la instalación de elementos publicitarios en el plazo de tres (3) días hábiles.

**CAPITULO 6  
De las responsabilidades.**

28. Todos los sujetos de la actividad publicitaria serán responsables por toda violación o inobservancia a las normas relacionadas con esta actividad.

28.1. En el caso de elementos publicitarios destinados a instalarse en locales industriales, comerciales, o de servicios es responsabilidad del titular de la habilitación del local tanto la gestión y obtención de los permisos pertinentes como el cumplimiento de las especificaciones y obligaciones que regulan la publicidad.

29. Los permisionarios estarán obligados a contratar un seguro de responsabilidad civil, por los daños y perjuicios que pudieran ocasionar a terceros los elementos publicitarios colocados por los mismos. Este seguro deberá ser presentado para poder obtener el permiso correspondiente y la reglamentación establecerá las condiciones que deberá reunir la póliza.

30. La responsabilidad comprende la obligación de conservación y mantenimiento del elemento publicitario autorizado y retiro del mismo, y su instalación en caso de cese de la actividad comercial



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

anunciada o, cuando se haya dispuesto la revocación del permiso otorgado, dejando el espacio desocupado en perfectas condiciones.

### **CAPITULO 7 De las Sanciones**

31. Comprobada una infracción a las normas contenidas en el presente ordenamiento o a las disposiciones que para el caso resulten de aplicación, si el elemento publicitario fuera susceptible de ser adecuado, se labrará acta de constatación e intimación a la adecuación en plazo que dispondrá el Departamento Ejecutivo.

32. Si la infracción no fuera susceptible de ser corregida se labrará el acta de constatación correspondiente y se dispondrá su inmediato retiro.

33. En el caso de falta de pago de los derechos que correspondan por la instalación de elementos publicitarios la autoridad de aplicación podrá proceder del siguiente modo:

- a. Intimará a los sujetos responsables por medio fehaciente a que en un plazo de tres (3) días hábiles regularicen la situación fiscal con el Municipio;
- b. De no registrarse el pago en el tiempo indicado dará por extinto el permiso.

34. En los casos de elementos publicitarios que afecten a la seguridad pública, se encuentren prohibidos por este ordenamiento, ofrezcan peligrosidad por su estado de deterioro, o sus responsables no exhiban sus comprobantes de subsistencia de la póliza de seguro se procederá del siguiente modo:

- a. Se labrará el acta de constatación respectiva.
- b. Se dispondrá su inmediato retiro preventivo, labrándose acta de secuestro.

35. Todos los elementos de publicidad que hayan sido retirados por el Departamento Ejecutivo quedan a disposición de lo ordenado por el Juez de Faltas.

36. Las infracciones a las normas establecidas en la presente ordenanza serán sancionadas por los Jueces de Faltas Municipales con arreglo al régimen de penalidad que establece el presente ordenamiento.

37. Los distintos sujetos de la actividad publicitaria serán pasibles, de acuerdo a la gravedad o reiteración de las infracciones en que incurrieren, de las siguientes sanciones:

- a. Multa establecida entre 1 a 50 sueldos mínimos.
- b. Suspensión de registro municipal.
- c. Inhabilitación.

38. La suspensión en el registro municipal implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto la pena aplicada sea cumplida.

39. La inhabilitación implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto haya desaparecido la causa que lo motivó.

40. En caso de reincidencia por parte de los sujetos de la actividad publicitaria en la inobservancia o violación a las normas relacionadas con esta actividad, serán excluidos del registro de sujetos de la publicidad y quedará inhabilitado para operar en el Partido de General Pueyrredon.

### **CAPITULO 8 De los registros de sujetos de la publicidad**

41. La autoridad de aplicación deberá llevar como mínimo los siguientes registros:

- a. De anunciantes.
- b. De agencias de publicidad.
- c. De titulares de medios de difusión.



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

d. De antecedentes contravencionales de los registrados.

42. El Departamento Ejecutivo reglamentará los requisitos, tasas, procedimientos y condiciones para la inscripción en tales registros y la vigencia de la inscripción.

### **CAPITULO 9**

#### **43. De las excepciones:**

43.1 No se deberá solicitar permiso, ni dar cuenta a la Municipalidad, respecto de los siguientes elementos publicitarios y anuncios.

- 1.- Los exigidos por las disposiciones vigentes.
- 2.- Los que contengan exclusivamente una advertencia de interés público.
- 3.- Las placas de tamaño tipo, donde consten solamente nombre y especialidad de profesionales con título universitario.
- 4.- Los letreros indicadores de turnos de farmacias en cuanto no contengan publicidad.
- 5.- Los anuncios realizados por entidades oficiales.
- 6.- Los insertos en programas de espectáculos públicos y telones de salas de espectáculos públicos.
- 7.- La publicidad de espectáculos públicos colocadas en los vestíbulos de las respectivas salas.
- 8.- Los anuncios que realicen las reparticiones nacionales, provinciales o municipales.

#### **(Ordenanza 20930)**

43.2. No se aplicará la prohibición para la instalación de elementos publicitarios tipo marquesina en los siguientes casos: hoteles y teatros.

El Departamento Ejecutivo reglamentará las condiciones en que se permitirá la instalación de los mismos.

#### **(Ordenanza 20930)**

43.2.a. FARMACIAS Y VETERINARIAS: Se permite elemento saliente CRUZ de hasta UN (1) metro cuadrado y 0,35 mts. de espesor, cuya ubicación será entre los 2,20 mts. desde el nivel de la acera y hasta 5,80 mts. de altura máxima siempre que no exceda la altura de la estructura edilicia del comercio, con una saliente de hasta 1,50 mts., lumínica sin intermitencia.

Para el caso de aquellos establecimientos ubicados en la intersección de dos calles (esquina) se podrá colocar el elemento CRUZ por ambas calles.

#### **(Incorporado por Ordenanza 20930)**

43.2.b. COCHERAS Y GARAGES: Se permite elemento saliente con la leyenda E de hasta UN (1) metro cuadrado y 0,35 mts. de espesor, cuya ubicación será entre los 2,20 mts. desde el nivel de la acera y hasta 5,80 mts. de altura máxima siempre que no exceda la altura de la estructura edilicia del comercio, con una saliente de hasta 1,50 mts., lumínica sin intermitencia” **(Incorporado por Ordenanza 20930)**

43.3. Las placas de tamaño tipo, donde consten solamente nombre y especialidad de profesionales con título universitario. Las actividades profesionales que se desarrollen en unidades funcionales sujetas al régimen de propiedad horizontal, podrán colocar placas identificatorias en el ingreso al mismo. La superficie máxima y total a ocupar por las placas será de hasta un (1) metro cuadrado, con una saliente máxima de hasta 0,20 m. para la totalidad de los anuncios profesionales por edificio de propiedad horizontal.

44. No se deberá solicitar permiso pero si dar cuenta por escrito a la Municipalidad respecto a los siguientes elementos publicitarios:

- a. Letreros ocasionales que anuncien venta, remate o locación de inmuebles y cambio de domicilio. En los anuncios de remates deberá signarse en todos los casos, el nombre del rematador, su domicilio y fecha de la venta o remate, especificando si es judicial, transcurrido éste deberá procederse al retiro de los anuncios dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes al mismo.
- b. Cuando se trate de solicitud de publicidad para la venta o remate de inmuebles, originados en planos de subdivisión o fraccionamiento, la presentación deberá ajustarse a lo prescripto por la Ley 9078.

### **CAPITULO 10**

#### **45. Disposiciones particulares:**



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

45.1. En las rutas de acceso al Partido de General Pueyrredon los elementos publicitarios autoportantes instalados sobre terrenos de propiedad privada y/o sobre azoteas o techos de edificios, autorizados con anterioridad a la promulgación de la presente podrán continuar hasta el dictado de una regulación específica. Sin perjuicio de ello, se podrán autorizar nuevos elementos publicitarios autoportantes en tanto los mismos mantengan una distancia mínima de 200m con cualquier elemento publicitario existente y tengan un máximo de superficie de 100m<sup>2</sup>, no pudiendo ser instalados en zonas residenciales. Esta disposición regirá:

- a) En la Ruta nº 2 entre el límite del Partido y la intersección de la Ruta nº 2 y la Avda. Constitución incluyendo la Rotonda.
- b) En la Ruta nº 226 entre la Avda. Salvador Viva (ex 290) y los límites del Partido.
- c) En la Ruta nº 88 entre los límites del Partido y la Avda. de acceso al Autódromo.
- d) Las rutas del Partido de General Pueyrredon que se desplazan por el frente marítimo quedan sometidas a las prescripciones generales establecidas en el presente código.

45.2. En la Avda. Champagnat en el tramo comprendido entre la Avda. de acceso al Autódromo por la Ruta nº 88 y la rotonda de la Avda. Constitución los elementos publicitarios autoportantes instalados sobre terrenos de propiedad privada y/o sobre azoteas o techos de edificios, como así también los letreros (anuncios colocados sobre la fachada del comercio, industria o profesión y que se refiere exclusivamente a dicha actividad), autorizados con anterioridad a la promulgación de la presente, podrán continuar hasta el dictado de una regulación específica.

En caso de no dictarse una nueva regulación en el plazo de 24 meses para los elementos publicitarios autoportantes instalados sobre terrenos de propiedad privada y/o sobre azoteas o techos de edificios, serán de aplicación las normas generales establecidas en la presente.

45.3. En los trayectos comprendidos entre la Diagonal Estados Unidos y el límite sur del Partido y entre la calle Kraglievich y el límite norte del Partido, los elementos autorizados previamente a la promulgación de la presente podrán continuar hasta el dictado de una regulación específica. Sin perjuicio de ello, se podrán autorizar nuevos elementos publicitarios autoportantes en tanto los mismos mantengan una distancia mínima de 200m con cualquier elemento publicitario existente y tengan un máximo de superficie de 50m<sup>2</sup>. En todos los casos se autorizarán únicamente sobre el lado continental.

45.4. Los elementos publicitarios autoportantes sobre predios concesionados de balnearios, deberán ajustarse a las prescripciones de este código.

## **CAPITULO 11**

### **46. Disposiciones transitorias: (Ordenanza 20930)**

46.1. El Departamento Ejecutivo podrá otorgar plazos especiales de adaptación o retiro de los elementos publicitarios en tanto se garantice el efectivo cumplimiento de las normas en forma material y concreta.

46.2. Aquellos sujetos de la actividad publicitaria y/o responsables, que no cuenten con la debida autorización por los elementos publicitarios a la fecha de promulgación de la presente, deberán retirarlos en forma inmediata.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

**DECRETO N° 290-12**

**Mar del Plata, 27/01/2012**

**VISTO** el expediente administrativo nº 9514-7-08; y

**CONSIDERANDO:**

Que en el marco de la sanción del Código de Publicidad Urbana del Partido de General Pueyrredon se impuso la necesidad de revisar los procedimientos administrativos que se llevan adelante en materia de autorizaciones, pago de tasas y control de las estructuras y elementos publicitarios, evaluando los objetivos primarios de esos procedimientos, que en definitiva, contribuyan a optimizar la calidad de la gestión pública, interna y externa.

Que el estudio de las normas y reglamentaciones administrativas involucradas tienen como objetivo mejorar la calidad en la Administración pública, optimizando medios personales y materiales.

Que el eje central de este Código consiste en recuperar y revalorizar el medio ambiente urbano para jerarquizar nuestro entorno en el marco de un conjunto de reglas que le brinden al sector privado previsibilidad, claridad y seguridad jurídica entre otros valores a destacar.

Que es imprescindible desarrollar herramientas adecuadas para simplificar y facilitar el seguimiento de los procedimientos administrativos que competen a los ciudadanos, comerciantes y empresas proveedoras de servicios publicitarios, mediante el acceso a los servicios de los que son destinatarios.

Que como consecuencia de la sanción de la Ordenanza nº 20276 por el H. Concejo Deliberante el 19 de marzo de 2011 y promulgada por el Departamento Ejecutivo el 1 de abril de 2011, resulta necesario reglamentar la citada norma, a fin de instrumentar la implementación de la misma.

Por ello, y en uso de las atribuciones que le son propias;

**EL INTENDENTE MUNICIPAL**

**DECRETA**

**ARTÍCULO 1º.-** Reglaméntase el Código de Publicidad Urbana del Partido de General Pueyrredon, Ordenanza N° 20276, de acuerdo a los Anexos I y II que forman parte integrante del presente.

**ARTICULO 2º.-** El presente Decreto será refrendado por los Señores Secretarios de Gobierno, de Economía y Hacienda y de Planeamiento Urbano.-

**ARTÍCULO 3º.-** Regístrese, publíquese, comuníquese, y para las notificaciones y demás efectos que correspondan intervenga la Subsecretaría de Control de la Secretaría de Gobierno

**Artime**

**Fernández**

**Castorina**

**Pulti**

REGISTRADO BAJO N° 290



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

**ANEXO I**

**REGLAMENTACION ORDENANZA 20276**

**ARTICULO 1º.-** Normativa aplicable e interpretación.- Toda actividad publicitaria que se realice en el ejido urbano se regirá por la Ordenanza nº 20276, el presente Decreto Reglamentario y por las demás reglamentaciones que regulen específicamente esta materia. Deberá atenerse a lo dispuesto en el Reglamento Gral. de Construcciones, el Código de Ordenamiento Territorial y por las demás normas nacionales, provinciales y municipales complementarias y derivadas vigentes. Se deberá tener especialmente en consideración como fuente de interpretación lo dispuesto por el punto 3 del Capítulo 1 (De los alcances) de la Ordenanza 20276. Los permisos de publicidad ya otorgados que se encuentren vigentes conservarán su validez por el plazo dispuesto en el artículo 5º de la Ordenanza 20276 y lo establecido por el artículo 1º de la Ordenanza 20694 (El retiro de los elementos publicitarios no amparados en los términos de las citadas ordenanzas deberá practicarse a los noventa días de la firma del presente Decreto Reglamentario y las marquesinas deberán retirarse como plazo máximo el 1º de noviembre de 2012) .

**ARTICULO 2º.-** Competencia.- Previamente a la difusión o instalación de los elementos publicitarios y anuncios publicitarios y/o demás tipologías de publicidad determinados por la Ordenanza nº 20276, todo interesado, sea persona física o jurídica, deberá obtener el Permiso de Publicidad y su correspondiente Código de Autorización Publicitaria ante la Dirección General de Inspección General o por parte de las oficinas que en el futuro se designen cuando el Departamento Ejecutivo así lo disponga por razones de mérito, oportunidad y conveniencia.

**ARTÍCULO 3º.-** Permiso para el desarrollo de actividades publicitarias.- Los trámites para la obtención de los permisos establecidos en el Capítulo V de la Ordenanza nº 20276, estarán condicionadas al cumplimiento de los pasos previstos en el Circuito Administrativo para solicitudes de Permisos de Publicidad que corresponde al Anexo II del presente. Según la especificidad del trámite y para caso de imposibilidad administrativa para cumplir con esta reglamentación, podrán plantearse soluciones alternativas que cumplan con el espíritu de este Decreto y que se verifiquen los puntos esenciales establecidos en el mismo y en la Ordenanza N° 20276.

El trámite para solicitar el Permiso de Publicidad se gestionará ante el Departamento de ReBA y Publicidad de la Dirección General de Inspección General o Delegación Municipal o en la Unidad de Gestión Descentralizada correspondiente, mediante la remisión vía web del formulario de solicitud completo, el cual llenarán on line los interesados desde el propio sitio oficial de la Municipalidad. Presentado y recepcionado el formulario vía web se realizará un estudio preliminar para determinar si prima facie lo solicitado se ajusta con los requisitos formales de admisibilidad. Pasadas las 72 hs. hábiles el peticionante deberá verificar en el sitio web si el trámite está autorizado o rechazado. Si estuviera aprobado se deberá presentar toda la documental en general y en particular según el tipo de publicidad, condición esencial e inexcusable para la recepción del trámite de Permiso de Publicidad por parte de la oficina competente.

De constatar que los requisitos en cuanto a la documental no se cumplieran satisfactoriamente, el funcionario actuante hará constar expresamente la irregularidad, otorgando un plazo único de diez (10) días corridos para el subsanamiento de las mismas. El incumplimiento ocasionará sin más el archivo de las actuaciones y la imposibilidad de colocar el elemento publicitario y su anuncio.

Si cumple satisfactoriamente con todos los parámetros exigidos por el ordenamiento jurídico, se emitirá el correspondiente Permiso de Publicidad, previa verificación técnica en los casos que por la tipología solicitada sea necesaria.

Cualquier movimiento de las autorizaciones otorgadas o en trámite con anterioridad a la presente Reglamentación y que implique su modificación (por adecuación, anexión o ampliación) deberá continuarse el trámite conforme a lo establecido por la presente para solicitudes nuevas como Alcances de permisos de publicidad del expediente de habilitación si se tratare de un establecimiento



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

comercial, o como alcance del expediente de construcción si versare sobre instalaciones publicitarias en edificios de propiedad horizontal o en carteles sobre muros de obras en construcción y/o demolición correspondiente. En los restantes casos se formará un nuevo expediente.

Previo a la presentación de cualquier solicitud de permiso de publicidad, el interesado deberá estar inscripto en el Registro de sujetos de la publicidad, tal cual lo dispone el Capítulo 8, de la Ordenanza nº 20276 para lo cual deberán completar el formulario correspondiente vía web y una vez impreso acompañar la documentación en el Departamento de ReBA y Publicidad dependiente de la Dirección Gral. de Inspección General, en los casos que se detallan a continuación:

- a) Anunciantes (sólo se considera anunciante a quienes hubieren abonado derechos por habilitación de industria y comercio)
  - a.1.- Personas físicas
    - a.1.1.- Constitución de una cuenta de correo electrónico donde se cursarán válidamente todas las notificaciones, siendo responsabilidad del interesado informar todo cambio de la cuenta.
  - a.2.- Personas jurídicas
    - a.2.1.- Constitución de domicilio legal en el Partido de Gral. Pueyrredon.
    - a.2.2.- Constitución de una cuenta de correo electrónico donde se cursarán válidamente todas las notificaciones, siendo responsabilidad del interesado informar todo cambio de la cuenta.
- b) Agencias de publicidad:  
Además de los datos solicitados en el punto a.1. o a.2. según corresponda deberán consignar:
  - b.1.- Carácter de la representación cuando la agencia actuare por intermedio de un representante o apoderado
  - b.2.- Formulario completo con firma certificada del poder que acredite tal representación.
  - b.3.- Nombre de fantasía que utiliza la firma comercial.
  - b.4.- Domicilio de Casa Central si no operara en el Partido de Gral. Pueyrredon
  - b.5.- Declaración de la URL (Dominio web)
  - b.6.- Último activo fijo certificado por profesional competente.
- c) Titulares de Medios de Difusión  
Iguales requisitos a los exigidos en el punto b)
  - c.1.- Habilitación otorgada por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual u organismo competente.
- d) Difusor de Publicidad  
Iguales requisitos a los exigidos en el punto b)

Cualquier modificación de la información requerida será obligación del sujeto de publicidad inscripto comunicarla fehacientemente.

**ARTICULO 4º.- Cambio de titular en los pedidos de permiso en trámite.-** Cuando mediare cambio de dueño en las solicitudes de permiso de publicidad en trámite, los nuevos titulares harán suya la gestión en las mismas actuaciones acompañando el instrumento que acredite tal situación, debiéndose en el acto de formular el pedido, notificarlos fehacientemente del estado del trámite de las mismas, requisitos o mejoras requeridas, plazo que se acordó para su ejecución y penalidades en que incurrirían en caso de incumplimiento. El trámite de cambio de titularidad, no interrumpe los plazos que se hubieren otorgado para subsanar errores, debiéndose contar éstos desde la fecha de notificación al anterior titular.

**ARTÍCULO 5º.- Documental en general.-** Para solicitar el permiso de publicidad se requerirá la presentación de la documentación siguiente que tendrá carácter de declaración jurada y estará sujeta a lo que a continuación se menciona, sin perjuicio de los demás requisitos para las distintas tipologías en particular:



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

- 2.1.- Al iniciar un trámite de solicitud de permiso nuevo o modificar una autorización otorgada, se requerirá la siguiente documentación:
- 2.1.1.- Fotocopia del Certificado de Habilitación del comercio donde se fije el elemento publicitario y/o anuncio publicitario y/o constancia de pago de derechos por habilitación.
- 2.1.2.- Conformidad de las instalaciones publicitarias a instalar por parte del propietario del inmueble o apoderado del inmueble o unidad afectada. Cuando el elemento o anuncio publicitario se instale en un edificio sujeto al régimen de propiedad horizontal, se requerirá además la autorización del Consorcio o Administrador.
- 2.1.3.- Pago de la Tasa por actuación administrativa.
- 2.1.4.- Poder autorizante, de ser realizado el trámite por un tercero.
- 2.1.5.- Formulario de Declaración Jurada (solicitud que se completa en el inicio del trámite por Internet) impreso vía Web, aprobado.
- 2.2.- En el momento que corresponda aplicar otras normas Municipales, Provinciales o Nacionales, la documentación a agregar será la que cada Organismo requiera para cada caso.

**ARTÍCULO 6º.- Documental en particular.-** Para la iniciación del trámite de todas las tipologías estipuladas se requerirá, salvo para los anuncios publicitarios tipo 9.2.1 (afiche) , 9.2.2 (volante) y 9.2.3 (muestra), la presentación del croquis y/o plano con los siguientes datos, conforme al criterio que a continuación se detalla. Para los elementos publicitarios y/o anuncios publicitarios tipo 9.2.8 (publicidad móvil) , 9.2.6. (elemento publicitario animado) , 9.2.11 (stand, exhibidor, vidriera o artefacto especial donde se muestren objetos y mensajes) , 9.2.12 (banner o estandartes) , 9.2.13 (sombbrillas, gazebos, mesas, sillas y otros elementos que contienen en cualquiera de sus partes anuncios de marcas o servicios) , sin importar la superficie total, en todos los casos se les exigirá croquis o diseño gráfico donde se verifiquen las condiciones o alcances de la publicidad.

**(Decreto 2417-12)**

- a) Si las dimensiones de los elementos o anuncios publicitarios son menores o iguales a 2,80 metros cuadrados: Presentar croquis del elemento o anuncio publicitario por duplicado, el cual deberá contener, fachada del local o del inmueble, ubicación del elemento o anuncio publicitario, medidas del mismo (altura, ancho, espesor y superficie total) características, distancias a medianeras, anclaje, ancho de la vereda y ubicación del inmueble con su correspondiente registro catastral.

**(Decreto 2417-12)**

- b) Si las dimensiones son mayores a los 2,80 metros cuadrados deberá presentar:
- Contrato con Profesional con incumbencia visado por el Colegio correspondiente.
  - Tres (3) copias de Planos Visados por el Colegio Profesional donde se indiquen plantas, vistas y cortes del elemento publicitario que contenga el anuncio publicitario, con su ubicación respecto a la parcela y distancia de la forestación de la vía pública y redes de distribución de servicios públicos. La carátula se ajustará a lo determinado en el Art. 2.3.6. del R.G.C.
  - Tres (3) copias del cálculo estructural completo o verificación para obras existentes, firmado por profesional competente.
  - Memoria técnica descriptiva o en el caso de ser una estructura existente, informe técnico que contenga descripción del estado de conservación y exposición fotográfica en la cual se identifique claramente la estructura.
  - Una copia digital del plano en formato PDF
  - Imagen digital del proyecto impresa y en formato JPG
- c) Si el elemento publicitario o anuncio posee iluminación se deberá presentar memoria descriptiva detallando la instalación eléctrica, artefactos y accesorios utilizados, altura según nivel de acera e informe de descarga a tierra, todo ello con la presentación de:
- Tres (3) copias de Planos de la Instalación eléctrica, de acuerdo con las normas vigentes visados por el Colegio Profesional.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

- d) Siempre que el elemento publicitario o anuncio se coloque en terrazas, techos, terrenos de propiedad privada, se requerirá la autorización expresa del/o los propietario/s del inmueble afectado.

De conformidad a las distintas tipologías establecidas en la Ordenanza se exigirá como requisitos específicos los siguientes:

- a) Elementos publicitarios o anuncios en carteleras ( 16 b) :  
Carteleras sobre vallados de obra: Se deberá presentar número del permiso de edificación y/o demolición otorgado por la Secretaría de Planeamiento Urbano, Dirección de Obras Privadas. Se girarán las actuaciones a la Dirección de Obras Privadas para que constate e informe si el vallado de obra sobre el cual se asentará el elemento o anuncio publicitario ha sido construido reglamentariamente. Su utilización deberá ajustarse a lo dispuesto en el Punto 16.B.2
- b) Carteleras colocadas sobre cercos de terrenos baldíos, edificios abandonados o en desuso: Previa construcción del cerco según lo dispuesto por el Reglamento Gral. de Construcciones, su utilización deberá ajustarse a lo dispuesto por el punto 16 b.2.-
- c) Elemento Publicitario Móvil ( 9.2.8 y 17 ) : Presentará fotocopia del título de propiedad del vehículo, libre deuda contravencional, fotocopia de la Revisión Técnica Vehicular obligatoria (VTV) y fotocopia de la tarjeta de seguro obligatorio y comprobante de pago que demuestre su vigencia por cada vehículo.
- d) Elemento o anuncio publicitario del tipo 9.2.1 (aviso), 9.2.2 (volante) y 9.2.3 (muestra) : Presentar 2 (dos) copias en escala en soporte papel tamaño A4 del afiche, volante o muestra que se fijará o distribuirá. En caso de distribuirse muestras relacionadas a la fabricación, comercialización y expendio de alimentos y/o bebidas deberá ajustarse a las normas y reglamentaciones que sobre la materia se encuentren contempladas en el Código Alimentario Argentino dictadas en consonancia por la provincia y municipio. A estos efectos se requerirá la opinión técnica del Departamento de Bromatología cuando así se estime pertinente.  
Las promociones deberán tramitarse ante el Departamento ReBA y Publicidad o Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada correspondiente. Previa iniciación de la promoción deberá presentar:  
Declaración Jurada del listado de los vehículos con marca y patente y listado de promotores con número de documento de cada uno, quienes al efectuar la promoción deberán portar y exhibir dicho documento de identidad, cada vez que le sea requerido por la inspección.  
Memoria descriptiva de la acción a desarrollar.
- e) Elemento publicitario o anuncio del tipo 9.2.13 (sombrillas, gazebos, mesas, sillas) : Presentar el permiso para incorporar mesas, sillas y sombrillas en la vía pública. En caso de no poseerlo deberá tramitar concomitantemente el permiso antes mencionado y el permiso de publicidad pintada sobre mesas, sillas, sombrillas, etc., los cuales deberán acumularse en un único trámite y se abonarán por cada trámite los respectivos sellados independientemente.
- f) Publicidad transitoria en eventos especiales (9.4.1): Se deberá declarar para qué evento se solicita y la autorización para la realización del mismo que según el caso pueda otorgar el Departamento Operativo de la Dirección Gral. de Inspección General o el Honorable Concejo Deliberante.

**ARTÍCULO 7º.- Seguro de responsabilidad civil.**- Se requerirá obligatoriamente la contratación de una póliza de seguro de responsabilidad civil para los elementos publicitarios del tipo frontal, saliente (solo para los casos exceptuados previstos en el art. 5º de la Ordenanza 20694), autoportante y según sus características, especialmente para los elementos publicitarios iluminado (9.2.4) , luminoso (9.2.5), animado (9.2.6), electrónico (9.2.7), móvil (9.2.8) y los stands, exhibidores o artefactos especiales (9.2.11) . Cuando el solicitante ya cuente con una póliza de seguro de responsabilidad civil, podrá presentar copia de la póliza vigente del seguro contratado con el adicional de cobertura correspondiente al elemento publicitario instalado. El Departamento de ReBA y Publicidad dependiente de la Dirección Gral. de Inspección General, Delegaciones Municipales o cualquier otra área competente podrá exigir la obtención del seguro de responsabilidad civil para la instalación de otros elementos publicitarios. En los casos que resulte obligatorio la contratación de la póliza de



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

seguro de responsabilidad civil, la misma deberá exhibirse conjuntamente con el Permiso de Publicidad y el Código de Autorización Publicitaria, debiendo estar vigente su cobertura. La autoridad de aplicación se reserva el derecho de exigir una mayor cobertura a la presentada.

**ARTICULO 8°.- Memoria descriptiva .-** Para la correcta e integral evaluación de la propuesta presentada por el particular, así como para la determinación de los requerimientos a cumplimentar y para fijar el plazo por el cual se otorgue el permiso de publicidad, la oficina recepcionante o cualquier área interviniente podrá solicitar la entrega de una memoria descriptiva pormenorizada de la publicidad a realizar o del elemento o anuncio publicitario a colocar, la cual se tendrá especialmente en consideración para la obtención del permiso. De otorgarse el permiso de publicidad, la memoria descriptiva presentada integrará el mismo, y obligará al solicitante a su cumplimiento, bajo apercibimiento de caducidad del permiso otorgado.

**ARTICULO 9°.- Legalización.-** Toda la documental y formularios deben estar firmados por el solicitante y certificados por ante Escribano Público o empleado municipal interviniente, en este último caso debe presentar DNI y se realizará en la oficina que intervenga en la tramitación del permiso.

**ARTICULO 10°.- Atipicidad.-** Cuando el solicitante pretenda realizar o instalar un tipo de publicidad que no se encuentre contemplada en la Ordenanza 20276, se solicitará obligatoriamente la presentación de la Memoria Descriptiva. La misma se analizará, cotejando que no se infrinja el ordenamiento jurídico vigente y podrá solicitarse informes a las dependencias municipales competentes para su opinión técnica. Con los informes preliminares se requerirá opinión a la Unidad de Gestión creada por Decreto registrado bajo el número 1458/2011 y podrá, asimismo, a requerimiento de la autoridad de aplicación solicitarse opinión a la Comisión Asesora de Publicidad Urbana (C.A.P.U.) y con todo ello se emitirá una disposición rechazando o aprobando la viabilidad de la solicitud. En caso de resultar aprobada se elevará la misma a consideración del Honorable Concejo Deliberante.

**ARTÍCULO 11°.-** De comprobarse mediante inspección que la declaración jurada no se ajusta a la realidad de los hechos, la Dirección Gral. de Inspección General o la Delegación Municipal interviniente procederá a la suspensión preventiva del permiso, e intimará al responsable a ajustarse a la realidad bajo apercibimiento de caducidad de los actuados y/o permiso o autorización acordada. Para los casos en que el titular esté representado por profesionales matriculados, se deberá dar intervención a los Colegios respectivos.

**ARTÍCULO 12°.-** El pago de Derechos de Publicidad y de los Derechos de Construcción no implica derecho alguno para el contribuyente el cual no podrá instalar el elemento publicitario con su anuncio hasta tanto cuente con el Permiso de Publicidad y el Código de Autorización Publicitaria correspondiente.

**ARTÍCULO 13°.- Permiso de publicidad.-** El permiso de publicidad que se otorgue contendrá todos los datos que hagan a la individualización del titular y de las características en cuanto a la tipología del elemento o anuncio publicitario. Una vez otorgado el permiso de publicidad se preparará el Código de Autorización Publicitaria que será entregado en el mismo acto.

En caso de pérdida, extravío u otra circunstancia similar, su titular deberá solicitar su reposición ante el Departamento de ReBA y Publicidad o Delegación Municipal interviniente.

**ARTÍCULO 14°.-** El Código de Autorización Publicitaria deberá ser exhibido en el elemento publicitario o en parte del anuncio y/o en la entrada de acceso al lugar donde se coloca el elemento publicitario y a requerimiento de la autoridad Municipal. El incumplimiento de las condiciones detalladas para mantener el permiso o autorización dará lugar a la revocación del permiso. El anunciante, agencia de publicidad, titular de medio de difusión o difusor de publicidad está obligado a notificar el cese de actividades. La expedición del Código de Autorización Publicitaria no supone



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

conformidad de la Municipalidad de General Pueyrredon, con la legitimidad de la ocupación del inmueble por parte del titular del permiso.

Las Agencias de Publicidad, el Titular del Medio de Difusión y/o el Difusor de Publicidad, además del C.A.P. deben identificar el elemento publicitario o anuncio con el nombre del titular del permiso y de fantasía de la firma comercial.

**ARTICULO 15º.- Plazo de vigencia.**- Cuando el elemento o anuncio publicitario fuese colocado en un local industrial, comercial o de servicios el permiso se mantendrá vigente mientras no se modifiquen las condiciones de la habilitación municipal ni las características originales del elemento o anuncio publicitario. En los restantes casos el plazo nunca podrá exceder los 2 (dos) años tal cual lo dispone el Punto 25 de la Ordenanza 20276. Si la vigencia del Certificado de Habilitación del solicitante que tramita el permiso de publicidad acaeciera antes de los 2 años, se otorgará hasta la concurrencia de la fecha de caducidad del mismo.

La caducidad, revocación y/o cualquier otro medio que determinara la extinción del Certificado de Habilitación, conllevará asimismo la caducidad de todos los elementos o anuncios publicitarios con el establecimiento relacionado.

Cuando el Consorcio o titular de dominio del bien sobre el cual se monta el elemento o anuncio publicitario revocara su aceptación esta también traerá aparejada su inmediata caducidad.

**ARTICULO 16º.- Condiciones del Código de Autorización Publicitaria.**- El elemento o anuncio publicitario que cuente con el permiso de publicidad otorgado deberá contener dentro de los límites de su estructura la identificación o código de autorización publicitaria, de forma clara y visible. Las publicidades colocadas por debajo de los 3,60 mts. de altura deberán colocar en el extremo inferior derecho para el fin indicado en un rectángulo de fondo negro de 4 cm. x 12 cm., los números, de aproximadamente de 2.5 cm. de altura, en letra Arial Black en blanco y copia del mismo deberá tenerse presente conjuntamente con el certificado de habilitación si se tratase de un comercio. Para todo elemento publicitario o anuncio que se coloque por encima de los 3,60 mts. de altura, en el ángulo inferior derecho en un rectángulo de fondo negro de 8 cm. x 23 cm., los números, de aproximadamente 5 cm. de altura, en letra Arial Black en blanco y será obligatorio además de fijar el C.A.P. en el elemento publicitario o anuncio, hacerlo también en la puerta de acceso del local o inmueble.

**ARTICULO 17º.- Cambio de titularidad.**- En caso de transferencia de titularidad del permiso de publicidad, su titular seguirá obligado al cumplimiento de las exigencias establecidas en la Ordenanza nº 20276. El nuevo titular o adquirente ostentará idénticos derechos y obligaciones que el anterior titular. La solicitud estará sujeta a los requisitos establecidos en el presente y lo dispuesto por la Ordenanza nº 20276, y deberá estar suscripta por el transmitente y el nuevo titular.

**ARTICULO 18º.- Renovación del permiso.**- Los permisos de publicidad, previa supervisión por parte de la oficina competente del cumplimiento de los requisitos generales y específicos que reglamenten la actividad publicitaria, podrán ser renovados. Este trámite deberá realizarse con 60 días de anticipación a su vencimiento. Si no se realiza con dicha anticipación y el permiso de publicidad estuviera vencido, la renovación también estará sujeta a la supervisión previa. En cualquier caso, mientras el elemento o anuncio publicitario permaneciera colocado, generará la obligación de pagar las tasas y derechos por publicidad correspondientes. El plazo de duración que le hubieren otorgado por la renovación del permiso comenzará a regir desde el primer día siguiente al vencimiento y no desde la fecha del trámite de renovación.

Para la renovación del permiso se deberá presentar un informe técnico avalado por un profesional responsable sobre el estado de los componentes de las estructuras en cuestión. El informe deberá incluir como mínimo los siguientes contenidos:

- Descripción detallada del estado de conservación de los elementos constitutivos de la estructura y sus anclajes.
- Exposición fotográfica en la cual se identifique claramente la estructura y en particular las patologías que pudiesen afectar la estabilidad y/o seguridad de la misma.



## *Municipalidad del Partido de General Pueyrredon Departamento Deliberativo*

- Cateos en los casos que sean necesarios, según criterio del profesional y/o la Dirección de Control del Espacio Público dependiente de la Secretaría de Planeamiento Urbano.
- Diagnóstico: sintomatología y causas determinantes de las lesiones presentadas y detectadas.
- Descripción de las reparaciones propuestas y/o a ejecutar con los procedimientos constructivos y tipo de materiales a utilizar.

El presente informe será emitido en tres ejemplares: uno para el propietario de la estructura, o su apoderado, otro para el profesional y el tercero quedará en poder de la autoridad de aplicación.

El trámite no proseguirá hasta que se verifique la finalización de las reparaciones realizadas las cuales una vez practicadas también deberán presentar ante la Dirección de Control del Espacio Público.

**ARTICULO 19°.- Falta de permiso.-** Cuando se comprobare la realización de una actividad publicitaria sin haber solicitado previamente su permiso correspondiente, siempre que las condiciones de seguridad no se vean vulneradas y resulte admisible la pauta publicitaria según las normas previstas en la Ordenanza n° 20276, se intimará expresamente a su titular y/o responsable a gestionar el permiso de publicidad en un plazo no mayor de 5 (cinco) días, labrándose a tal efecto el acta de constatación, remitiéndose las actuaciones al Juzgado de Faltas Municipal y se podrá fijar sobre el elemento o anuncio publicitario faja con la leyenda: "Publicidad No Autorizada". Transcurrido el plazo otorgado sin haber gestionado el permiso se procederá sin más al retiro del elemento o anuncio publicitario. Para el caso de elementos o anuncios que no cuenten con permiso ni que sean susceptibles de admisibilidad y/o que afecten la seguridad pública, se labrará el acta de constatación y se dispondrá su inmediato retiro.

**ARTICULO 20°.- Revocabilidad.-** Según lo establecido en el punto 27.3 del Capítulo 5 de la Ordenanza n° 20276 se podrán revocar los permisos de publicidad otorgados por el propio órgano de aplicación que lo expidió según la normativa citada. La revocación del permiso no generará por parte del contribuyente derecho a reclamo alguno. Revocado el permiso el titular del elemento o anuncio publicitario deberá proceder al retiro inmediato, con todas sus partes constitutivas e instalaciones, en el plazo máximo de 10 (diez) días corridos.

**ARTICULO 21°.- Extinción del permiso.-** La extinción de los permisos de publicidad se producirán por los motivos y del modo establecido en el Punto 27, del Capítulo 5, de la Ordenanza n° 20276. El titular del permiso deberá solicitar la baja del permiso del elemento o anuncio publicitario ante el Departamento de ReBA y Publicidad dependiente de la Dirección Gral. de Inspección General o Delegación Municipal interviniente. Para dar curso a la solicitud, el único requisito que debe cumplir el solicitante es acreditar el retiro del elemento o anuncio publicitario. Constatado el retiro del elemento o anuncio publicitario por la Dirección de Inspección General o Delegación Municipal interviniente no se devengarán más tributos sin perjuicio de que al momento de la baja el solicitante adeudare gravámenes, los cuales deberán quedar saldados para finalizar el trámite.

**ARTICULO 22°.- Registro Único de Antecedentes Contravencionales.-** Se deberá verificar en el Registro Único de Antecedentes Contravencionales las infracciones a las normas del Código de Publicidad Urbana, de conformidad al Punto d, del Capítulo VIII, de la Ordenanza N° 20276.

**ARTICULO 23°.- De los Derechos por Publicidad y Propaganda.-** A los fines de la liquidación de los derechos por publicidad y propaganda deberá remitirse a lo establecido en las Ordenanzas Fiscal e Impositiva vigentes.

### **DE LAS SITUACIONES ESPECIALES**

**ARTICULO 24°.- Punto 14.1.1.-** En las zonas de referencia deben considerarse ambas aceras.

**ARTICULO 25°.- Puntos 14.1.2.; 14.2.4. y 45.1.-** En las zonas permitidas se deberá asignar prioridad a la continuidad de la explotación publicitaria a quien cuente con el permiso de publicidad más antiguo o en su defecto el plano de obra aprobado con fecha preferente en el tiempo.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

ARTICULO 26º.- Según lo expuesto en el Punto 43.2. los titulares de hoteles, teatros y centros de salud (farmacias y afines) deberán presentar, a los fines de solicitar autorización para el emplazamiento de marquesinas, ante la Dirección de Control del Espacio Público adjuntando:

- Tres (3) copias del cálculo estructural completo o verificación para obras existentes, firmado por profesional competente.
- Memoria técnica descriptiva o en el caso de ser una estructura existente, informe técnico que contenga descripción del estado de conservación y exposición fotográfica en la cual se identifique claramente la estructura.
- Una copia digital del plano en formato PDF
- Fotomontajes de la situación actual o futura.

ARTICULO 27º.- Para situaciones no previstas en esta reglamentación se deberá seguir los lineamientos obrantes en el art. 10 de la presente.

ARTICULO 28º.- Derógase el Decreto nº 2051/10.-

**ANEXO II**

**CIRCUITO ADMINISTRATIVO PARA LA SOLICITUD DE PERMISOS DE PUBLICIDAD**

RUTINA	1- INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE SUJETOS DE LA PUBLICIDAD
SECTOR	DEPARTAMENTO DE ReBA Y PUBLICIDAD (DGIG)

1.1.- La agencia de publicidad o titular de medio de difusión o difusor de publicidad interesado en realizar un anuncio publicitario deberá formalizar su inscripción en el Registro de Sujetos de la Publicidad ante el Departamento ReBA y Publicidad dependiente de la Dirección Gral. de Inspección General, mediante la presentación del formulario que vía web deberá completar y enviar electrónicamente y, a su vez, imprimir y entregar completo en la repartición acompañado de la documentación particular exigida según lo dispone el artículo 3º del Anexo I. El Departamento entregará una constancia de inscripción con un número validado por el Sistema Informático, una vez verificada la documentación.

El anunciante interesado en realizar un anuncio publicitario deberá formalizar su inscripción en el Registro de Sujetos de la Publicidad ante el Departamento ReBA y Publicidad dependiente de la Dirección Gral. de Inspección General, mediante la presentación del formulario que vía web deberá completar y enviar electrónicamente y, a su vez, imprimir y entregar la documentación exigida en el art. 3º del Anexo I, al momento de la presentación de la solicitud del Permiso de Publicidad.

RUTINA	2- RECIBE SOLICITUD
SECTOR	DEPARTAMENTO DE ReBA Y PUBLICIDAD (DGIG) o DELEGACION MUNICIPAL O UNIDAD DE GESTION DESCENTRALIZADA

2.1.- Se verifica en primera instancia que el requirente del permiso de publicidad (persona física o jurídica) esté debidamente inscripto en el Registro de Sujetos de la Publicidad y se encuentre con aptitud (habilitado) para realizar presentaciones.

Para el caso de que no se encuentre inscripto se desestima la solicitud.

2.2.- El Solicitante ( titular, apoderado, gestor) completa el formulario digital de Solicitud de Permiso de Publicidad en la página web de la Municipalidad de Gral. Pueyrredon. Dicho formulario se identificara con un número de registro aportado y validado por el Sistema Informático Municipal y con el cual el solicitante podrá efectuar el seguimiento de su trámite vía web.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

2.3.- Cumplido lo dispuesto en el apartado anterior el solicitante obtiene e imprime la Cartilla con los requerimientos y documentación necesaria para realizar el trámite, además de la boleta electrónica para efectuar el pago del sellado en las entidades de cobro autorizadas. La Cartilla contendrá una enumeración detallada de los requerimientos y documentación a presentar para la iniciación del trámite. Sin perjuicio de ello se solicitará la documentación ampliatoria que las circunstancias específicas lo requieran.

RUTINA	3- ANALISIS DE ADMISIBILIDAD DE LA SOLICITUD
SECTOR	DEPARTAMENTO DE ReBA Y PUBLICIDAD (DGIG) o DELEGACION MUNICIPAL o UNIDAD DE GESTION DESCENTRALIZADA

3.1.- En base a la tipología y ubicación geográfica del elemento o anuncio publicitario que se solicita instalar, el Departamento o Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada realiza un estudio preliminar de admisibilidad que solo determinará la posibilidad o no de dar curso a lo solicitado.

Si no se ajustara a la normativa vigente, comunicará o notificará al peticionante esta circunstancia y desestimará la presentación.

Si se ajustara, informará al peticionante esta situación para que se presente en el Departamento o Delegación Municipal munido de la documentación en general y en particular requerida para cada presentación según la tipología del anuncio o elemento publicitario.

RUTINA	4 – INFORMA A LA DIRECCION DE CONTROL DEL ESPACIO PÚBLICO; A LA AGENCIA DE RECAUDACION MUNICIPAL – DIVISIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA– SOLICITA VISADO DE DEUDAS Y NOTIFICA AL SOLICITANTE
SECTOR	DEPARTAMENTO DE ReBA Y PUBLICIDAD (DGIG)

4.1.- Informa a la Dirección de Control del Espacio Público y a la División Publicidad y Propaganda de la Agencia de Recaudación Municipal de manera electrónica que se ha iniciado un trámite de permiso de publicidad.

4.2.- Solicita en forma electrónica la Solicitud de la Constancia de Visado de Deudas.

4.3.- Establece sobre que tipo de Expediente Municipal va a correr el trámite, las posibilidades son: formar Expediente nuevo, formar un alcance nuevo de un Expediente existente o continuar el trámite sobre un Expediente existente.

4.4.- Confirma o modifica el destino del trámite cargado en el formulario de inscripción en la Página Web, las posibilidades son: Inspección General, Delegación Puerto, Delegación Batán, Delegación Sierra de los Padres y la Peregrina y Delegación Norte “Camet” y Unidades de Gestión Descentralizada.

RUTINA	5- FORMA EXPEDIENTE ADMINISTRATIVO
SECTOR	DEPARTAMENTO DE ReBA Y PUBLICIDAD (DGIG) o DELEGACION MUNICIPAL o UNIDAD DE GESTION DESCENTRALIZADA

5.1.- El Departamento o la Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada, una vez recibida la totalidad de la documentación requerida, manda formar expediente nuevo o alcance de uno existente a la División Mesa Gral. de Entradas, entregando toda la documentación del trámite en esa dependencia.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

5.2.- Si el elemento o anuncio publicitario fuere de los previstos en los puntos 9.2.4; 9.2.5; 9.2.6; 9.2.7; 9.2.9; 9.2.10; 9.3 en todas sus formas con exclusión del punto 9.3.9 establecidos en la Ordenanza nº 20276, la formación del expediente dispondrá su giro a la Dirección de Control del Espacio Público. En los demás casos ordenará la remisión al Departamento de ReBA y Publicidad o a la Delegación o Unidad de Gestión Descentralizada que corresponda.

El sistema informático comunicará a la cuenta de correo electrónica denunciada las acciones instrumentadas.

RUTINA	6- FORMA EXPEDIENTE ADMINISTRATIVO
SECTOR	DIVISION MESA GENERAL DE ENTRADAS

6.1.- Forma el expediente.

6.2.- Imprime la carátula del expediente.

6.3.- Folia toda la documentación.

6.4.- Se completa la hoja de ruta que figura en la nota de solicitud de formación de expediente, se emite “Comprobante de giro de Expediente” y se envía a la Dirección de Control del Espacio Público, al Departamento de ReBA y Publicidad, a la Delegación Municipal o a la Unidad de Gestión Descentralizada según corresponda.

RUTINA	7- RECIBE SOLICITUD DE CONSTANCIA DE VISADO DE DEUDAS
SECTOR	DIVISIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA A.R.M.

7.1.- Recibe del Departamento de ReBA y Publicidad dependiente de la Dirección Gral. de Inspección General o de la Delegación Municipal o de la Unidad de Gestión Descentralizada en forma electrónica la Solicitud de la Constancia de Visado de Deudas de acuerdo con la normativa vigente ( art. 14 O.F.)

RUTINA	8- EMITE CONSTANCIA
SECTOR	DIVISIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA A.R.M.

8.1.- Procede al control, de acuerdo a lo establecido en la “Ordenanza Fiscal, artículo 14º” de la posible existencia de deudas fiscales exigibles con el Municipio:

8.2.- Se verifican:

- a) Deudas registradas en la cuenta del inmueble motivo del trámite.
- b) Deudas detectadas, por otros inmuebles o comercios, que figuren a nombre del/los solicitante/s.
- c) Deudas por derechos por publicidad y propaganda.

8.3.- En caso de detectarse alguna deuda, se debe intimar a su regularización para poder continuar con el trámite. En la intimación se debe describir: gravamen adeudado, períodos, montos, posibilidades de pago, dependencias respectivas a donde debe dirigirse para su regularización, etc..

8.4.- Si de los procedimientos descriptos no se detectan deudas, la División Publicidad y Propaganda emite la constancia de Visado de Deudas.

8.5.- La verificación de todas las tasas se efectuará tomando en cuenta hasta los vencimientos ocurridos anteriores a los 30 días de la presentación.

8.6.- La Constancia de Visado de Deudas será emitida en forma digital por la Jefatura de la División Publicidad y Propaganda A.R.M. o por los agentes expresamente autorizados para ello. El Departamento ReBA y Publicidad, la Delegación o la Unidad de Gestión Descentralizada que corresponda imprimirá una copia de la misma para agregarla al expediente.

8.7.- La constancia de Visado de Deudas tendrá una vigencia de 120 días corridos a partir de su emisión.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

RUTINA	9- SOLICITA LIQUIDACIÓN DE DERECHOS Y TASAS
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD O DELEGACIONES MUNICIPALES o UNIDAD DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA

9.1.- Envía en forma electrónica un pedido de liquidación de derechos por publicidad y propaganda y de los derechos de construcción con todos los datos necesarios a la División Publicidad y Propaganda A.R.M.

RUTINA	10- RECIBE SOLICITUD
SECTOR	DIVISION PUBLICIDAD Y PROPAGANDA A.R.M.

10.1.- Recibe del Departamento ReBA y Publicidad o Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada en forma electrónica un pedido de liquidación de derechos por publicidad y propaganda y de los derechos de construcción con todos los datos necesarios.

RUTINA	11- GENERA ALTA Y EMITE LIQUIDACION
SECTOR	DIVISION PUBLICIDAD y PROPAGANDA A.R.M.

11.1.- Efectúa el alta de la cuenta en caso de corresponder

11.2.- Liquida los derechos por publicidad y propaganda y los derechos de construcción.

11.3.- Se informa la posibilidad de impresión vía web de la liquidación efectuada.

RUTINA	12- PAGA DERECHOS Y CONSERVA COMPROBANTE
--------	--

12.1.- El solicitante del permiso de publicidad paga los derechos y conserva el comprobante para el momento en que sean requeridos, si tiene que concurrir a la dependencia municipal donde obrara el expediente lo presenta.

RUTINA	13- VERIFICACION TECNICA
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD, DELEGACION MUNICIPAL O DIRECCION DE CONTROL DEL ESPACIO PUBLICO

13.1.- Según corresponda, el Departamento de ReBa y Publicidad, o la Delegación Municipal o la Dirección de Control del Espacio Público, analiza los aspectos generales y particulares de la solicitud.

13.2.- El agente actuante verifica la documentación solicitada en la Cartilla.

13.3.- Notificación. El agente actuante deberá informar si resulta necesario el aporte de nuevos elementos ampliatorios.

13.4.- En caso de existir documentación para ser entregada al solicitante tal como liquidaciones de deudas u otros, se notificará al mismo para que la retire.

RUTINA	14- ¿REUNE CONDICIONES?
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD, DELEGACION MUNICIPAL O DIRECCION DE CONTROL DEL ESPACIO PUBLICO

14.1.- Si reúne condiciones para el otorgamiento del permiso se deja constancia y continúa el trámite. En caso contrario se notifica al interesado para que modifique o aadecue su propuesta publicitaria.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

14.2.- Para el caso que deba tomar intervención la Dirección de Control del Espacio Público, esta emitirá su autorización para que continúe el trámite al Departamento ReBa y Publicidad o a la Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada correspondiente. La misma se cursará vía electrónica y se remitirá el expediente al organismo pertinente.

14.3.- Se notificará al peticionante vía electrónica para que se presente en el Departamento Reba y Publicidad o en la Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada correspondiente para retirar el permiso de publicidad y el Código de Autorización Publicitaria.

RUTINA	15- ¿INFORMA DEUDA VIGENTE?
SECTOR	DEPARTAMENTO REBA Y PUBLICIDAD O DELEGACION MUNICIPAL

15.1.- Si la constancia de Visado de Deuda aún se encuentra vigente, continua el trámite.

15.2.- Si la Constancia de Visado de Deuda ya no se encuentra vigente, se solicita su actualización.

RUTINA	16- SOLICITA CONSTANCIA DE VISADO DE DEUDAS
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD O DELEGACION MUNICIPAL O UNIDAD DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA

16.1.- Solicita a la División Publicidad y Propaganda A.R.M. que actualice la Constancia de Visado de Deuda.

RUTINA	17- EMITE CONSTANCIA DE VISADO DE DEUDA
SECTOR	DIVISIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA A.R.M.

17.1.- Procede al control, de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza Fiscal, artículo 14°, realiza verificación de deudas y emite Constancia de Visado de Deudas.

RUTINA	18- EMITE PERMISO DE PUBLICIDAD Y EL CODIGO DE AUTORIZACION PUBLICITARIA
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD O DELEGACION MUNICIPAL O UNIDAD DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA

18.1.- El Departamento ReBa y Publicidad o la Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada según corresponda hace un control integral de todo el trámite, foliado, documentación, verificación técnica, planos, formularios, tasas, etc..

18.2.- El Departamento Reba y Publicidad o la Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada emite la Disposición y confecciona el Permiso de Publicidad y el Código de Autorización Publicitaria.

RUTINA	19- ENTREGA DEL PERMISO DE PUBLICIDAD Y CODIGO DE AUTORIZACION PUBLICITARIA. TERMINAR TRAMITE
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD O DELEGACION MUNICIPAL O UNIDAD DE GESTIÓN DESCENTRALIZADA

19.1.- Se notifica al titular del trámite que pase a retirar el Permiso de Publicidad y el Código de Autorización Publicitaria muñido del Documento Nacional de Identidad.



*Municipalidad del Partido de General Pueyrredon  
Departamento Deliberativo*

19.2.- El Departamento de Reba y Publicidad o la Delegación Municipal o Unidad de Gestión Descentralizada entrega el permiso de publicidad y el código de autorización publicitaria.

19.3.- Finaliza el trámite.

**CIRCUITO ANTE SITUACIONES DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL**

RUTINA	1- INSPECCION EN LA VIA PUBLICA
SECTOR	DEPARTAMENTO ReBA Y PUBLICIDAD O DELEGACION MUNICIPAL o DIRECCION DE CONTROL DEL ESPACIO PUBLICO

1.1.- Ante la detección de un elemento o anuncio publicitario se verificará si el mismo cuenta o no con el permiso municipal.

1.2.- En caso negativo se labrará acta de inspección y constatación por triplicado. El original quedará en poder del Departamento ReBa y Publicidad o Delegación Municipal o Dirección de Control del Espacio Público y se entregará una copia al titular del comercio o inmueble y una copia al Juzgado Municipal de Faltas.

1.3.- Si el elemento o anuncio publicitario está en una zona prohibida el Departamento de ReBa y Publicidad o la Delegación Municipal o Dirección de Control del Espacio Público intimará al inmediato retiro del mismo, además de lo dispuesto en el punto anterior.

1.4.- Si el elemento publicitario no cuenta con permiso pero está emplazado en una zona permitida, aunque no resulte congruente con lo normado por el Código de Publicidad Urbana, pero resulta posible su adecuación intimará a formalizar en un plazo no superior a los cinco días hábiles el permiso de publicidad y a retirar el elemento o anuncio publicitario existente en un plazo máximo de 72 hs.. bajo apercibimiento de retirarlo por administración a su costa.

1.5.- Si el elemento o anuncio publicitario no contara con el Permiso de Publicidad, pero el mismo se ajustara a las normas contempladas en el Código de Publicidad Urbano, el Departamento de ReBa y Publicidad o la Delegación Municipal o la Dirección de Control del Espacio Público intimará al titular a solicitar el permiso de publicidad en un plazo no superior a los cinco días hábiles. Si no lo hiciere el Departamento Ejecutivo podrá ordenar su retiro a su costa, labrando las actuaciones contravencionales pertinentes.