



CONSEJO MUNICIPAL DE PANAMA  
Panamá, R. P.



**ACUERDO N°177**

De 9 de junio de 2026

Por el cual se establecen los trámites, permisos y otras disposiciones de la Dirección de Permisos y Cumplimiento gestionados a través del Departamento de Publicidad Exterior en el distrito de Panamá.

EL CONSEJO MUNICIPAL DE PANAMA  
En uso de sus facultades legales, y

**CONSIDERANDO:**

Que el numeral 9 del Artículo 242 de la Constitución Política de la República de Panamá, establece que es función del Consejo Municipal, sin perjuicio de otras atribuciones señaladas por la Ley, expedir, modificar, reformar y derogar Acuerdos y Resoluciones municipales sobre materias vinculadas a las competencias del municipio, con fuerza de Ley dentro del respectivo Distrito;

Que el Artículo 14 de la Ley 106 de 8 de octubre de 1973, sobre Régimen Municipal, establece que los Consejos Municipales regularán la vida jurídica de los municipios por medio de Acuerdos, los cuales tienen fuerza de Ley dentro del respectivo Distrito;

Que conforme al Artículo 15 de la misma excerta legal, el Consejo Municipal tiene la facultad de reformar, suspender o anular sus propios Acuerdos y Resoluciones siempre que se cumplan las formalidades que rigen su emisión original;

Que el Artículo 55 de la Ley 467 de 2025, que subrogó la Ley 16 de 17 de junio de 2016, establece que corresponde a los alcaldes del distrito el conocimiento de los procesos originados por infracciones a las normativas de policía, siempre que no impliquen conflictos entre particulares ni pretensiones entre parte, así como la imposición de sanciones por infracciones a disposiciones municipales no reguladas por otras normas nacionales, o municipales;

Que actualmente existen diversos Acuerdos Municipales que modifican el Acuerdo N°138 de 22 de septiembre de 2015, por la cual se regula las distintas modalidades de publicidad exterior dentro del Distrito de Panamá, los cuales han sido emitidos con el propósito de actualizar las normas conforme a las necesidades sociales y avances tecnológicos;

Que el presente Acuerdo tiene como finalidad unificar y adecuar el conjunto de normativas municipales relacionadas con publicidad exterior, facilitar su comprensión, aplicación y cumplimiento, reducir el riesgo de errores o confusiones, y garantizar que todas las partes interesadas tengan acceso a la información más actualizada y pertinente.

**ACUERDA:**

**TÍTULO I**

**DISPOSICIONES GENRALES**

**ARTÍCULO 1.** Objetivo. El presente Acuerdo tiene como objetivo unificar y adecuar las normativas municipales relacionadas con publicidad exterior visual, autorizaciones, prohibiciones, infracciones y sanciones aplicables en esta materia.

**ARTÍCULO 2. Autoridad Competente.** El alcalde es la autoridad competente, facultado constitucional y legalmente, para otorgar, negar o revocar permisos relacionados con la instalación de anuncios y estructuras publicitarias.



**ARTÍCULO 3. Delegación de Funciones.** El alcalde podrá delegar funciones y la firma de Resoluciones o cualquier otro documento escritos necesarios para la ejecución de este Acuerdo, al director y subdirector de la Dirección de Permisos y Cumplimiento (DPC).

**ARTÍCULO 4. Principios de la Actuación Administrativa.** Las actuaciones administrativas del Municipio de Panamá en materia de publicidad exterior visual se regirán por los principios de informalidad, imparcialidad, uniformidad, economía, celeridad y eficacia, garantizando el cumplimiento oportuno de la función administrativa, con objetividad y apego al principio de estricta legalidad.

Los servidores públicos deberán actuar con lealtad al Estado, honestidad y eficiencia, dedicando el máximo de sus capacidades a las funciones asignadas.

**ARTÍCULO 5. Principios aplicables a los trámites y permisos.** La instalación de anuncios y estructuras publicitarias y cualquier otra actividad regulada por este Acuerdo, se fundamenta en los siguientes principios:

1. Legalidad y debido proceso
2. Interés público
3. Seguridad física y vial
4. Ornato
5. Transparencia
6. Urbanismo (planificación urbana)
7. Universalización de requisitos

**ARTÍCULO 6. Cobro de Multas y Control Fiscal.** El cobro de multas y créditos a favor del Municipio de Panamá, en concepto de morosidad de las contribuciones, impuestos y tasas relacionadas con actividades reguladas por este Acuerdo, serán exigidos por el Juez Ejecutor, conforme a la legislación vigente.

Además, toda persona natural o jurídica que realice actividades sin el permiso correspondiente y no esté inscrita en el Registro de Contribuyentes será reportada al Tesorero Municipal, para iniciar el procedimiento por defraudación fiscal establecido en la Ley 106 de 1973, salvo que pruebe que está inscrita en otro municipio, para lo cual deberá presentar la prueba correspondiente.

**ARTÍCULO 7. Exhibición Obligatoria de Permisos.** Todo permiso expedido por el Municipio de Panamá deberá colocarse en un lugar visible y accesible que permita su verificación y fiscalización por parte de los funcionarios municipales.

**ARTÍCULO 8. Definiciones.** Para efectos de este Acuerdo Municipal, los siguientes términos se entenderán así:

1. **Aforo:** Cálculo del valor del gravamen o tributo que deben pagar las personas naturales o jurídicas por la actividad comercial que desarrollan.
2. **Agencia de publicidad:** Organización comercial independiente, encargada de diseñar, preparar y colocar publicidad en nombre de un anunciante, con el fin de captar consumidores para sus bienes y servicios o difundir sus ideas.
3. **Agente publicitario:** Persona natural o jurídica que desarrolla, prepara y coloca la publicidad solicitada por el anunciante.
4. **Anunciante:** Persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad, la cual utiliza soportes publicitarios para dar a conocer un producto, servicio o cualquier contenido de su preferencia.
5. **Anuncio electoral:** Propaganda electoral que consiste en escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que se difundan, de manera pagada de cualquier forma, para promover la imagen a favor o en contra de un aspirante, precandidato, candidato o partido político, de conformidad a lo que se establece en el Código Electoral.
6. **Anuncio inflable, globo o gummy:** Elemento publicitario que flota en el aire o se adhiere a una superficie o estructura.
7. **Anuncio de proyección óptica:** Es aquel que utiliza un sistema de tecnología dirigido a reflejar mensajes estáticos o en movimiento en una superficie física, en el aire o adherido a una superficie.



8. **Anuncio Punto de Venta (P.V.):** Corresponde a los elementos destinados a promocionar al cliente sobre alguna oferta o producto determinado, tales como colgantes y afiches.
9. **Anuncio publicitario:** Conjunto de palabras e imágenes que conforman un mensaje publicitario instalado en cualquier tipo de estructuras, edificios, vehículos o en espacios autorizados con el propósito de llamar la atención pública referente a cualquier bien u servicio que se pretenda comercializar, promocionar, vender o transar bajo cualquier modalidad legalmente establecida. También conocido como publicidad exterior visual comercial (PEVC).
10. **Anuncio publicitario móvil:** Publicidad visual instalada en medios de transportes terrestres, ya sea de tipo particular, comercial, selectivo, o colectivo.
11. **Anuncio publicitario temporal:** Publicidad cuya instalación no excede los sesenta (60) días calendario. Incluye telones, banners, toldas, canelones, posters, microperforados en vidrieras, módulos de exposición, BTL, inflables, globos entre otros elementos considerados temporales por el Municipio de Panamá.
12. **Anuncio publicitario fijo:** Publicidad instalada por un periodo superior a sesenta días (60) calendarios hasta el máximo permitido por la normativa vigente, previa aprobación de la Autoridad Urbanística Local.
13. **Área hábil para instalar publicidad móvil:** Espacios ubicados en laterales, parte delantera y parte posterior en medios de transporte terrestre, destinados a la instalación de publicidad exterior visual.
14. **Autonomía:** Facultad del gobierno local para normar, regular y administrar los asuntos públicos de su competencia, de manera efectiva y dentro de su jurisdicción.
15. **Autoridad Urbanística Local:** Para efectos de este Acuerdo, se refiere al alcalde, quien actúa dentro de su competencia en temas de ordenamiento territorial y desarrollo urbano.
16. **Banners movibles:** Anuncio publicitario temporal que, por su diseño estructural, pueden ser trasladados de un lugar a otro.
17. **B.T.L. (Below The Line):** Estrategias publicitarias que emplean canales no tradicionales para generar un vínculo directo, creativo e impactante con el consumidor.
18. **Bienestar social:** - Conjunto de condiciones que contribuyen a la calidad de vida de las personas, garantizando su tranquilidad y desarrollo humano.
19. **Cartilla:** Documento técnico-gráfico que contiene las especificaciones técnicas de los elementos y tipos de publicidad exterior.
20. **Contaminación visual:** Alteración estética del entorno urbano o rural causada por el uso excesivo o desordenado de elementos no arquitectónicos como vallas, carteles, cables, antenas, postes, y otros elementos que no provocan contaminación de por sí, pero que mediante la manipulación indiscriminada del ser humano (tamaño, orden, distribución o luminosidad), se convierten en agentes contaminantes, que generan una sobreestimulación visual invasiva.
21. **Derechos del peatón y de conductor:** Son aquellos que garantizan la seguridad, movilidad y disfrute visual del entorno, promoviendo el bienestar físico y psicológico de quienes transitan por el espacio público.
22. **Edificios públicos:** Infraestructuras destinadas al uso de los entes públicos.
23. **Estructura publicitaria:** Conjunto de elementos construidos para la exposición de anuncios publicitarios, como vallas, Mobiliario Urbano Publicitario e Información (MUPI), poste, torre, pantallas electrónicas, pendones y guirnaldas, entre otros.
24. **Estética del espacio público:** Organización y calidad visual de los elementos urbanos que conforman el mobiliario e infraestructura buscando funcionalidad y armonía con el entorno.
25. **Espacios públicos:** Áreas libres de edificaciones, destinadas al uso y disfrute de a todos los ciudadanos.
26. **Ficha técnica:** Documento público que registra las especificaciones técnicas de un anuncio publicitario incluyendo imagen, fecha, dimensiones, ubicación y posibles ilegalidades.
27. **Interés público:** Es el bienestar general de la sociedad, o el conjunto de necesidades y aspiraciones colectivas que benefician a la comunidad en su conjunto en contraste con los intereses individuales.



28. **Microperforado:** Material especial compuesto por pequeñas perforaciones que permiten ver a través de él, desde un lado, mientras que desde el exterior se percibe como una superficie completamente impresa.
29. **Mobiliario urbano:** Todo elemento construido complementario, ubicado en la vía pública o en espacios públicos, de uso público y con propósito de facilitar las necesidades del ciudadano (peatón), mejorando su calidad de vida y fomentando el uso adecuado de los espacios públicos, así como el de servir de apoyo a la infraestructura y al equipamiento urbano, formando parte de la imagen de la ciudad. Los elementos del mobiliario urbano pueden ser permanentes, móviles, fijos o temporales.
30. **Nodo publicitario:** Espacio destinado a concentrar anuncios publicitarios de forma ordenada en arterias principales del distrito de Panamá, donde solamente podrán instalarse anuncios soportados, adosados o montados sobre estructuras espaciales ubicadas en propiedad privada.
31. **Ordenamiento Territorial:** El Ordenamiento Territorial es un instrumento de planificación a través del cual se proyectan las políticas sociales, culturales, ambientales y económicas. Tiene que ser aplicado desde una perspectiva multidisciplinaria y transdisciplinaria en atención a que su objeto, el territorio, es multidimensional, complejo y dinámico.
32. **Pantalla digital:** Dispositivo que transmite mensajes publicitarios mediante tecnología luminosa como focos reflectores, diodos, LED u otros sistemas digitales.
33. **Pantalla publicitaria:** Elemento incorporado a la estructura publicitaria utilizado para proyectar uno o varios anuncios publicitarios, con una o varias caras, por unidad, según el tipo de publicidad.
34. **Parque:** Espacio público rodeado de áreas verdes, destinado al esparcimiento y recreación de la población.
35. **Permiso de Construcción:** Autorización municipal que permite iniciar o ejecutar un proyecto de construcción, remodelación o mejoras.
36. **Permiso de Publicidad:** Autorización municipal necesaria para instalar anuncios publicitarios.
37. **Planificación Urbana:** Proceso integral que guía el desarrollo físico, social y económico de la ciudad para asegurar un crecimiento sostenible, equitativo y eficiente.
38. **Propiedad Horizontal:** Tipo especial de propiedad, con independencia funcional, en donde coexisten bienes privados con bienes comunes, con salida apropiada a la vía pública.
39. **Publicidad Exterior Visual:** Representación gráfica visible desde el espacio público, que incluye dibujos, leyendas, inscripciones, fotografías, signos u otros elementos visuales con fines comerciales, mercadeo, lucro o propaganda.
40. **Publicidad Exterior Visual Comercial:** Se refiere a la publicidad exterior visual instalada por personas naturales o jurídicas cuya línea principal de actividad es la explotación y comercialización de espacios o estructuras con fines publicitarios.
41. **Publicidad Exterior Visual Empresarial:** Publicidad instalada por personas naturales o jurídicas en las fachadas, culatas o antejardines, bodegas, de sus establecimientos comerciales, vehículos, entre otros. Contiene información comercial de la empresa, su razón social o producto/servicios ofrecidos. Puede ocupar hasta el 50% de la fachada incluyendo el nombre del negocio según lo establecido en este Acuerdo.
42. **Punto de Venta (P.V.):** Espacio físico donde se comercializan productos o servicios directamente al consumidor.
43. **Responsable solidario:** Propietario de la finca donde se ubica la publicidad exterior independientemente de su naturaleza quien responde solidariamente con el titular del permiso ante la Autoridad Urbanística Local, en caso de incumplimiento del presente Acuerdo.
44. **Retiro:** Espacios perimetrales del lote frontal lateral y posterior donde no se permite construir edificaciones, salvo elementos como aleros, quiebra soles u otros dispositivos de protección climática en las fachadas.



- 45. **Rótulo:** Nombre, descripción o distintivo del establecimiento relacionado directamente con la actividad anunciada cuyo propósito es atraer la atención del público hacia un producto, servicio, marca o actividad del contribuyente.
- 46. **Señalización:** Sistema de comunicación visual destinado a informar al usuario de las vías sobre advertencias, prohibiciones obligaciones, orientaciones y prioridades de paso, acceso y uso público.
- 47. **Servidumbre Pública:** Franja territorial de uso público destinada al mantenimiento y protección de playas, ríos, quebradas, sistema de desagüe sanitario y pluviales, energía eléctrica, aguas potables, telecomunicaciones y vías de comunicación.
- 48. **Servidumbre Pública Municipal:** Espacio público comprendido dentro de la servidumbre vial, que incluye aceras, isletas centrales, rotondas, áreas verdes, y espacios libres adyacentes a la vía de rodadura, dentro de un distrito.
- 49. **Servidumbre Vial:** Franja territorial delimitada por líneas de propiedad paralelas, que definen el espacio destinado al uso público en carreteras, calles y veredas.
- 50. **Sostenibilidad:** Desarrollo perdurable basado en la armonización entre el crecimiento económico, la equidad social, la democracia política y la conservación ambiental.
- 51. **Territorialidad:** Concepto que expresa el sentido de pertenencia identidad cultural y exclusividad en la interacción humana con el territorio. Permite planificar el desarrollo de actividades económicas, geográficas y culturales, buscando el equilibrio entre calidad de vida y uso sostenible de los recursos naturales.
- 52. **Titular del Permiso:** Persona natural o jurídica a quien el Municipio de Panamá otorga derechos y obligaciones para realizar una actividad específica, conforme a la normativa municipal y los requisitos técnicos y legales vigentes.

TÍTULO II

TRÁMITES Y PERMISOS EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR EXPEDIDOS POR LA DIRECCIÓN DE PERMISOS Y CUMPLIMIENTO

CAPÍTULO I

CLASIFICACIÓN DE PERMISOS

**ARTÍCULO 9. Recepción de Solicitudes de Permisos.** Se establece la Ventanilla Única de la Dirección Permisos y Cumplimiento (DPC), como mecanismo de recepción virtual y excepcionalmente de manera física de trámites y solicitudes de permisos cuya gestión le corresponde al Departamento de Publicidad Exterior (DPE).

**ARTÍCULO 10. Permisos y Trámites de Publicidad Exterior.** Los permisos que serán gestionados por DPE corresponden a la instalación, uso y control de las estructuras y anuncios de publicidad exterior que serán instalados, colocados o fijados dentro del distrito de Panamá.

Los permisos de publicidad exterior se clasifican según su tipo, como se detalla a continuación:

- 1. **Tipo A:** Vallas perimetrales y/o vallas de cerramiento perimetral.
- 2. **Tipo B:** Vallas Unipolares.
- 3. **Tipo C:** Muro, Pared, Fachada (Frontal, Lateral y Posterior) y Fascia
- 4. **Tipo D:** Publicidad en mobiliario urbano y otras estructuras concesionadas.
- 5. **Tipo E:** Azoteas.
- 6. **Tipo F:** Rótulos.
- 7. **Tipo G:** Anuncio Publicitario Móvil.
- 8. **Tipo H:** Anuncio Punto de Venta, en adelante (P.V.)
- 9. **Tipo I:** Banderolas.



- 10. **Tipo J:** Publicidad Digital. (solo para los permisos otorgados antes de la entrada en vigor del presente acuerdo)
- 11. **Tipo K:** Poste.
- 12. **Tipo L:** Valla Convencional.
- 13. **Tipo M:** Monolito.
- 14. **Tipo N:** Persona anuncio.

Trámites generados en el Departamento de Publicidad Exterior:

- 1. Renovación de Permisos de Publicidad
- 2. Prórroga de permiso de publicidad temporal o eventual
- 3. Reclasificación de medidas
- 4. Cesión
- 5. Reposición de calcomanía
- 6. Cese de la publicidad
- 7. Proceso sancionatorio

**TITULO III**  
**PERMISOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR**  
**CAPÍTULO I**  
**DISPOSICIONES COMUNES**

**ARTÍCULO 11. Modalidades de Publicidad Exterior.** Se permiten distintas modalidades de publicidad exterior visual, conforme al avance tecnológico y la creatividad aplicada al sector, siempre que no contravengan la moral ni a las buenas costumbres, atendiendo a las normas que regulan el ordenamiento territorial para el desarrollo urbano y el interés público. Las nuevas modalidades de publicidad exterior estarán sujetas a estas disposiciones.

**ARTÍCULO 12. Libertad de Contenido y Remoción de Anuncios.** Los anuncios publicitarios constituyen un medio de comunicación social, por lo tanto, su contenido es libre y no estará sujeto a censura previa.

No obstante, el alcalde podrá ordenar la remoción o modificación de aquellos anuncios cuyo contenido sea contrario a la moral o a las buenas costumbres.

**ARTÍCULO 13. Ubicación Permitida para Anuncios Publicitarios.** Los anuncios publicitarios podrán instalarse únicamente en fincas de propiedad privada y en cualquier otro lugar que no esté prohibido en el artículo 15 del presente Acuerdo, salvo en los casos en que el alcalde haya otorgado una excepción conforme a la normativa vigente.

**ARTÍCULO 14. Requisitos Técnicos para la Aprobación de Permisos.** El Municipio de Panamá no otorgará permisos para la instalación de anuncios o estructuras publicitarias si los solicitantes no cumplen con las normas, medidas y retiros exigidos por las siguientes entidades:

- Ministerio de Obras Públicas.
- Autoridad de Aeronáutica Civil.
- Autoridad del Tránsito y Transporte Terrestre.
- Ministerio de Economía y Finanzas.
- Ministerio de Vivienda y Ordenamiento Territorial.
- Cualquier otra entidad competente en la materia.

**ARTÍCULO 15. Prohibiciones para la Instalación de Publicidad Exterior.** Se prohíbe la instalación de estructuras y anuncios publicitarios en los siguientes lugares:

- 1. Iglesias, centros religiosos, escuelas, universidades, hospitales, cementerios y aeropuertos.  
Se permitirá publicidad fija o temporal previa evaluación técnica, siempre que el tamaño, iluminación, contenido y ubicación sean compatibles con la actividad desarrollada en dichas instituciones.
- 2. Isletas y rotondas que separan las vialidades, sin importar su tipo o condición.
- 3. Monumentos nacionales.

*[Handwritten signature]*



4. Sitios declarados Patrimonio Histórico de la República.

5. Áreas protegidas por ley, incluyendo zonas verdes, árboles, arbustos, parques recreativos y reservas naturales, hídricas.

Se exceptúan las vallas o publicidades de tipo institucional que promuevan el cuidado de estas áreas.

El alcalde podrá exceptuar mediante resolución motivada, aquellos espacios públicos municipales administrados por la Alcaldía de Panamá.

6. Áreas clasificadas como Ciudad Jardín, según lo determine el Ministerio de Vivienda y Ordenamiento Territorial y el Municipio de Panamá.

7. En la estructura de los puentes construidos sobre vías pluviales, incluyendo el Puente de Las Américas, Puente Centenario o cualquier otro puente sobre la ribera del Canal de Panamá, así como en un radio de doscientos metros (200 M) en las vías de acceso a estos o al inicio de túneles.

8. En la estructura de los puentes peatonales o pasos elevados.

Se exceptúan los puentes concesionados por el Estado, los cuales deberán contar con permiso del Municipio de Panamá; en cuyo caso, la estructura publicitaria solo podrá cubrir el ancho desde la viga al pasamano y, en ningún caso, podrán colocarse estructuras publicitarias sobre la cubierta o el techo del puente.

9. Infraestructura de servicios públicos como postes eléctricos y telefónicos, torres eléctricas, semáforos o cualquier estructura vial.

10. Cuando se utilicen para su construcción o exposición materiales corrosivos, nocivos o peligrosos, según lo determine el Ministerio de Obras Públicas y el Ministerio de Salud.

11. En servidumbre pública o pluviales, o aquellas que sobresalgan o invadan parcial o totalmente, de forma aérea o terrestre.

Además, queda prohibido en la instalación de publicidad exterior el uso de palabras, imágenes o símbolos que irrespeten los emblemas nacionales o figuras históricas de la Nación Panameña.

**ARTÍCULO 16. Restricciones por Seguridad y Accesibilidad.** No se permitirá la instalación de anuncios publicitarios que:

1. Obstaculicen la visibilidad de señalización vial o nomenclatura.
2. Afecten la seguridad vial o el flujo del tráfico.
3. Pongan en riesgo la integridad física de los ciudadanos o impidan el libre acceso de cuerpos y estamentos del Estado e instituciones de salvamento y rescate.
4. Obstaculicen el libre tránsito de peatones en aceras, espacios públicos o privados de uso común, salvo en casos de mobiliario urbano destinado al transporte público u otras concesiones autorizadas.

**ARTÍCULO 17. Publicidad en Áreas Revertidas.** En las Áreas Revertidas, todo permiso de instalación deberá cumplir con este Acuerdo y con las Normas Especiales para mantener el carácter de Ciudad Jardín en la Región Interoceánica, según las disposiciones del Ministerio de Vivienda y Ordenamiento Territorial y otras entidades estatales, que establece:

1. Quedan prohibidas las vallas publicitarias en todas sus formas y tamaños. Los anuncios publicitarios están prohibidos dentro de las áreas residenciales y áreas verdes urbanas. Además, queda prohibida la colocación de estos anuncios dentro de la servidumbre vial y peatonal, incluyendo los puentes, pasos peatonales, paradas no concesionadas por el municipio, luminarias y cualquier otro objeto ubicado dentro de esta servidumbre.
2. Los anuncios solo podrán colocarse en áreas comerciales, turísticas, industriales o de transporte, dentro de la propiedad, sin afectar la vegetación ni la circulación peatonal. Podrán ocupar hasta el treinta por ciento (30%) de la fachada. Si son independientes de la fachada, no debe exceder los dos metros cuadrados (2M<sup>2</sup>) de superficie.
3. Se prohíbe colocar anuncios sobre techos adosados a la fachada, y no deben sobrepasar la altura media del sector donde se encuentra.



4. En el área de servicio institucional se permite señalización y publicidad siempre que no afecten la vegetación ni la visión de conjunto.  
No deben ocupar más del quince (15%) de la superficie del muro o fachada.  
Si se excede, el anuncio no debe superar metro cuadrado (1M<sup>2</sup>). La señalización vial debe ubicarse en servidumbres, pavimentos y cordones de aceras, sin interrumpir el libre tránsito peatonal.

**ARTÍCULO 18. Nodos Publicitarios Autorizados.** En el distrito de Panamá se mantienen dos (2) Nodos Publicitarios ubicados en:

1. Calle 50, desde el punto de intersección entre la Calle 53 Este (José de la Cruz Herrera) y la Nicanor De Obarrio (Calle 50) hasta el punto de intersección entre la Calle 56 Este y Calle 50.
2. Vía España, desde el punto de intersección de Calle Gerardo Ortega y la Vía España hasta el punto de intersección de la Avenida Federico Boyd y la Vía España.

**ARTÍCULO 19. Regulación de los Nodos Publicitarios.** La Dirección de Planificación Urbana del Municipio de Panamá definirá las especificaciones estructurales y de diseño de los Nodos Publicitarios, con el fin de garantizar su función de concentrar ordenadamente anuncios publicitarios. Todo anuncio que se solicite instalar en un Nodo Publicitario deberá contar con el visto bueno previo de dicha Dirección.

En los Nodos Publicitarios no aplicarán restricciones relacionadas con distancias entre elementos del mismo tipo o diferentes, ni limitaciones en cuanto a tamaños o cantidades por estructuras.

**ARTÍCULO 20. Distancia Mínima de Seguridad.** Toda publicidad exterior deberá mantener una distancia mínima de tres metros (3M) respecto al tendido eléctrico y al cordón de la calle.

**Artículo 21. Prohibición por Congestión Visual y Estética Urbana.** Por razones de congestión visual y estética urbana no se autorizará la instalación de anuncios o estructuras publicitarias en las siguientes vías y áreas:

|                                                       |                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avenida Balboa y Cinta Costera                        | Desde la intersección con Avenida B, hasta el inicio del Puente vehicular ubicado al final de la Avenida Balboa.     |
| Vía Argentina                                         | Desde la intersección con la Vía España hasta su intersección con la Manuel Espinosa Batista.                        |
| Avenida Federico Boyd                                 | Desde la intersección con Avenida Balboa hasta su intersección con Vía España.                                       |
| Avenida Cincuentenario                                | Desde el final de la Vía Israel (en el Centro de Convenciones ATLAPA) hasta su intersección con la Vía Domingo Díaz. |
| Áreas declaradas Patrimonio Histórico de la Humanidad | Todo lo que corresponde al Casco Antiguo y las vías que conducen a las Ruinas de Panamá la Vieja.                    |
| Avenida Central                                       | En toda la peatonal de la Avenida Central, comprendido entre la Plaza 5 de mayo y la Plaza de Santa Ana.             |

**Parágrafo:** En estas vías y áreas sólo se permitirá la instalación de estructuras de cerramiento relacionadas con proyectos de construcción o remodelación, siempre que estén dentro del periodo de ejecución autorizado.

*[Firma manuscrita]*



**ARTÍCULO 22. Publicidad en Centros Comerciales.** Los anuncios publicitarios colocados en el exterior de Centros Comerciales (fachadas, techos, estacionamientos, plazoletas, cercas y demás áreas externas) que contengan elementos visuales como dibujos, leyendas, inscripciones, fotografías, signos o similares y cuyo objetivo sea atraer la atención con fines comerciales, de lucro, mercadeo o propaganda deberán cumplir con los requisitos establecidos en el presente Acuerdo.

**ARTÍCULO 23. Elementos Publicitarios No Clasificados.** Todo elemento que se pretenda instalar en el distrito de Panamá, con fines de publicidad exterior, y que no esté contemplado en los tipos descritos en este Acuerdo, estará sujeto a requisitos, condiciones, especificaciones, y sanciones previstas, así como a la tributación correspondiente según la norma tributaria municipal.

**ARTÍCULO 24. Publicidad Digital y Fija Combinada.** Cuando se exhiba publicidad digital junto con publicidad fija, cada una deberá contar con su respectivo permiso, ya que se consideran elementos independientes.

**ARTÍCULO 25. Código QR para Identificación y Fiscalización.** La DPC emitirá un código QR para cada elemento publicitario, a fin de facilitar y verificar que cuenten con los permisos correspondientes.

La fiscalización será realizada por funcionarios municipales o personal autorizado por el Municipio de Panamá.

El código QR podrá incluirse en el arte publicitario o colocarse sobre la estructura publicitaria.

Mientras se utilice la calcomanía suministrada por el Municipio de Panamá, esta deberá estar en un lugar visible, para facilitar la fiscalización. El incumplimiento de esta obligación dará lugar al inicio del proceso sancionatorio correspondiente.

La DPC establecerá el tamaño, ubicación y modalidad de aplicación del código QR para cada tipo de elemento publicitario, así como las excepciones correspondientes.

**ARTÍCULO 26. Sujetos Responsables.** El titular del permiso, el propietario del terreno donde se instale la estructura o anuncio publicitario, y cualquier tercero que se beneficie directamente de su explotación, serán responsables y sujetos del correspondiente proceso administrativo.

**ARTÍCULO 27. Anuncios Exceptuados por Disposición Legal.** No requerirán permisos publicitarios los anuncios que contengan información impuesta por Ley, destinada a informar, comunicar o señalar precios o tarifas a los consumidores.

**ARTÍCULO 28. Anuncios Simples Exceptuados.** Tampoco requerirán permisos, anuncios simples que consistan en leyendas con letras, diseños o logotipos que identifiquen el uso exclusivo de estacionamientos o el nombre del establecimiento comercial, siempre que:

- No exceda una altura de diez centímetros (10 cm).
- Se coloquen dentro de los espacios individuales de estacionamiento vehicular
- Estén ubicados a una altura máxima de un metro (1 M).

**ARTÍCULO 29. Fundamento de la Tributación Publicitaria.** La imposición de los tributos por actividades de publicidad exterior se fundamenta en el principio de seguridad jurídica y el interés colectivo. Esta imposición será determinada y regulada por el Régimen Tributario Municipal.

**ARTÍCULO 30. Emisión del Permiso.** Solo se emitirá permiso para la instalación de publicidad exterior fija, cuando el informe de factibilidad demuestre el cumplimiento de los requisitos técnicos y legales establecidos en este Acuerdo, el solicitante presente la Póliza de Responsabilidad Civil (cuando aplique) y se realice el pago correspondiente ante la Tesorería Municipal.



**ARTÍCULO 31. Cesión de Permisos.** Los permisos otorgados conforme a este Acuerdo, así como aquellos vigentes al momento de su promulgación, podrán ser cedidos por su titular, previa autorización del alcalde.

**ARTÍCULO 32. Plazo para la Emisión del Permiso.** Una vez cumplidos los requisitos y trámites establecidos, el Municipio de Panamá otorgará el permiso de instalación mediante documento escrito, en un plazo no mayor de cuarenta y cinco (45) días hábiles contados desde la presentación de la solicitud.

La emisión del permiso será comunicada al contribuyente por correo electrónico. A partir del día hábil siguiente a esta comunicación, se procederá con el aforo mensual correspondiente.

En caso de negar el permiso, el Municipio notificará la decisión por correo electrónico. Esta se considerará surtida dentro de los dos (2) días hábiles siguientes al envío, y podrá ser recurrida mediante recurso de reconsideración dentro de los cinco (5) días hábiles contados a partir de su notificación.

## **CAPÍTULO II ELEMENTOS PUBLICITARIOS**

### **Sección 1ª. CLASIFICACIÓN DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS**

**ARTÍCULO 33. Clasificación.** Los elementos de publicidad exterior se clasifican en las siguientes categorías y deben cumplir con las especificaciones técnicas descritas en el presente Acuerdo y sus anexos:

**1. Tipo A: Vallas Perimetrales y/o Vallas de Cerramiento Perimetral.** Deberán cumplir las siguientes características y distancias:

- a. Son estructuras tipo cercas perimetrales que pueden ser utilizadas con fines publicitarios. Solo podrán instalarse dentro de terrenos privados y deberán cumplir con lo establecido en el Acuerdo Municipal que regule las actividades de la construcción en el distrito de Panamá.
- b. Estas vallas deben estar ancladas al suelo dentro de la línea de propiedad sin que su estructura, soporte, iluminación o anuncio publicitario invada la servidumbre pública, vial o pluvial.
- c. La altura máxima, incluyendo la estructura de soporte, será de 2.40 metros. Se podrá utilizar hasta el 90% del largo de la estructura para publicidad, reservando el 10% para el uso del Municipio de Panamá y/o la Junta Comunal correspondiente. Solo se permitirá la iluminación del 10% del total de la publicidad instalada. La iluminación deberá ser instalada en la parte superior, con medidas de seguridad, sin invadir el espacio aéreo de la servidumbre pública.
- d. La distancia mínima de un predio cercado con otros elementos publicitarios del mismo tipo será de 100 metros lineales (100ML) en el sentido del tráfico vehicular.
- e. Podrán tener iluminación interior o exterior siempre que no afecten edificaciones cercanas, ni comprometan la seguridad vial. Las luces no deben invadir la servidumbre. Cuando se traten de luces LED, estas podrán sobresalir 3 pulgadas.



f. las vallas instaladas por motivos de seguridad durante obras en construcción deberán cumplir con lo establecido por la junta técnica de ingeniería y arquitectura, y contar con el permiso de construcción correspondiente. en estos casos, si la publicidad está relacionada con el proyecto en ejecución no aplicará la distancia de 100 metros lineales (100ml) en el sentido del tránsito vehicular, respecto a otros elementos publicitarios.

g. en lotes baldíos, se podrá instalar cerca tipo ciclón de 1.50 metros de altura en la parte baja para permitir la visualización del interior, y valla publicitaria en la parte superior, que no excedan los 2.40 metros de altura. se aplicará el mismo criterio de uso del 90% para publicidad y 10% para el municipio de panamá y/o la junta comunal del corregimiento.

h. estas vallas sólo podrán instalarse en predios privados.

i. El operador deberá garantizar que las estructuras no:

- Obstruyan la visibilidad de señalización vial o nomenclatura.
- Afecten la seguridad vial o el tráfico
- Pongan en riesgo la integridad física de los ciudadanos.
- Impidan el libre acceso de cuerpos y estamentos del Estado e instituciones de salvamento y rescate.
- Obstaculicen el tránsito peatonal en espacios públicos o privados de uso común.

**2. Tipo B: Vallas Unipolares.** deberán cumplir las siguientes características, medidas y distancias:

a. Estructuras sostenidas por un único poste o columna cilíndrica, que soporta una pantalla con dos caras opuestas. Deben cumplir con las disposiciones del Acuerdo Municipal sobre construcción.

b. La altura libre desde el nivel de la calle hasta la parte inferior del anuncio debe ser 6.50 metros, y mantener una distancia de 3 metros respecto al tendido eléctrico y al cordón de la calle.

c. La altura máxima de la estructura no podrá exceder los 25 metros. La instalación de antenas, equipos o accesorios adicionales estará sujeta a las normas de construcción vigentes.

d. El área de exposición por anuncio será de mínimo 26 metros cuadrados ( $26M^2$ ) y máximo 70 metros cuadrado ( $70M^2$ )

e. Cada cara será considerada como un anuncio independiente, por lo que deberá contar con su propio permiso.

f. La distancia mínima entre anuncios de este tipo, será de 100 metros lineales en el sentido del tráfico vehicular.

g. La estructura podrá tener iluminación interior o exterior, siempre que no afecte edificaciones cercanas ni comprometan la seguridad vial.

**3. Tipo C: Muro, Pared, Fachada (Frontal, Lateral y Posterior) y Fascia,** deberán cumplir las siguientes características, medidas y distancias:

a. Son elementos publicitarios instalados o pintados directamente sobre muros, paredes o fachadas. Estos podrán estar anclados, sujetos o fijados tanto en su parte superior e inferior.

b. La suma total de elementos publicitarios no podrá exceder 50% de la superficie de la fachada incluyendo el nombre del negocio..



- c. En el caso de paredes de edificios, deberán mantener una altura libre de 6.5 metros desde el nivel del piso hasta la parte inferior del anuncio.
- d. La distancia mínima entre los elementos publicitarios de este tipo será de 100 metros lineales (100ML) en el sentido del tráfico vehicular.
- e. Si la estructura utiliza una propiedad colindante se deberá aportar el consentimiento del propietario de la finca, mediante memorial notariado.
- f. Podrán tener iluminación interior o exterior, siempre que no afecten edificaciones cercanas ni comprometan la seguridad vial.

Las pinturas de fachadas quedan excluidas de las restricciones de distancias establecidas en los literales c y d del presente artículo.

#### **4. Tipo D: Publicidad en Mobiliario Urbano y otras Estructuras Concesionadas.**

La publicidad exterior en mobiliario urbano y en otras estructuras concesionadas deberá cumplir con las condiciones establecidas en los contratos de concesión vigentes del Municipio de Panamá o del Estado. El otorgamiento permisos de publicidad será de competencia del Municipio de Panamá, de conformidad con lo dispuesto en el presente Acuerdo.

Estos elementos deberán cumplir con las siguientes características, medidas y distancias:

- a. Kiosco: La estructura tendrá un máximo de 3.50 metros de largo, por 2. 50 metros de ancho. La distancia entre los kioscos será determinada por el Municipio de Panamá y el concesionario.
- b. MUPI (Mobiliario Urbano para información): Debe estar fijado al suelo. Su altura máxima desde el suelo será de 3.90 metros y su ancho de 1.60 metros.

En caso de publicidad estática: se permitirán dos anuncios, uno por cada lado. En caso de publicidad dinámica: se permitirá hasta ocho anuncios, cuatro por cada lado.

Solo se permitirá iluminación interior, siempre que cuente con su propio medidor eléctrico.

Cualquier otro sistema de publicidad deberá instalarse dentro de las dimensiones máximas permitidas.

c. Paradas para el transporte público: Las paradas concesionadas por el Municipio de Panamá deberán cumplir con las especificaciones establecidas en la cartilla del mobiliario urbano. La publicidad colocada en el costado posterior estará sujeta a las dimensiones y especificaciones que determine el Municipio de Panamá.

d. Paradas de zona paga (Metrobus): Cuando exista un contrato de concesión para la explotación de publicidad exterior en estas paradas, el alcalde deberá emitir el permiso correspondiente, una vez el Concesionario haya cumplido con los trámites requeridos.

e. Zonas de exclusión: La instalación de MUPI en zonas de exclusión se permitirá únicamente bajo criterios restrictivos y previo acuerdo, entre el concesionario y el Municipio de Panamá. El alcalde garantizará el carácter de exclusión de estas zonas y reservará el espacio necesario para fines de publicidad institucional.

**5. Tipo E: Azoteas:** Los anuncios publicitarios colocados en las azoteas deberán cumplir las siguientes condiciones:



- a. Distancia de 50 metros entre los edificios o estructuras colindantes del mismo tipo.
- b. El anuncio no podrá exceder la altura máxima permitida por las normativas urbanas vigentes para edificaciones.
- c. Solo se permitirá una sola estructura publicitaria por azotea, con un máximo de dos (2) caras opuestas, y su tamaño no podrá superar un tercio del área total de la azotea.
- d. Las dimensiones no podrán exceder las permitidas para los elementos tipo B en este Acuerdo.
- e. La instalación deberá cumplir con las especificaciones técnicas y legales y con las disposiciones del Acuerdo Municipal que regula las actividades de la construcción en el distrito de Panamá.
- f. Será necesaria la aprobación de la asamblea general de propietarios (en caso de régimen de Propiedad Horizontal) o el propietario del edificio.
- g. La Directiva de la Propiedad Horizontal o el propietario deberá autorizar, mediante nota dirigida a la Dirección de Permisos y Cumplimiento, el acceso libre a los inspectores municipales para la verificación y fiscalización de la estructura instalada.

**6. Tipo F: Rótulos:** Este tipo de publicidad deberá cumplir las siguientes condiciones:

- a. El rótulo no podrá ocupar mas de 33% de la fachada exterior del local, centro comercial o inmueble bajo régimen de Propiedad Horizontal.
- b. Si el rótulo incluye otro elemento publicitario, el área total ocupada no podrá superar el 50% de la fachada (frontal, lateral y posterior). En estos casos, el anuncio será gravado por separado, en proporción al área que ocupa.
- c. El pago por el rótulo será desde B/. 2.00 por el metro cuadrado (o fracción) al mes, con opción de pago mensual o anual, mantengan o no el rótulo instalado

**7. Tipo G: Anuncio Publicitario Móvil:**

El pago correspondiente al anuncio publicitario móvil se fijará según lo establecido en el Régimen Tributario Municipal aplicando el aforo mensual indicado en la tabla correspondiente a la actividad de "Anuncios en Vallas, Anuncios y Avisos".

Se permitirá fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en los siguientes medios de transporte, siempre que no contravenga las normas de tránsito vigentes:

- Vehículos comerciales y particulares
  - Vehículos de transporte colectivo o selectivo y turismo
- Motos, bicicletas de carga, vehículos de cargas, vehículos rígidos y remolques, incluidos aquellos remolques tirados por motocicletas, bicicletas u otros medios de transporte terrestre.

No se considera anuncio publicitario móvil:

- El rótulo o identificación de la empresa colocado en las puertas del conductor o copiloto, siempre que no exceda el 33% del área total de dichas puertas.
- Cualquier arte alusivo a la política o al deporte que no tenga fines comerciales.

**8. Tipo H: Anuncio Punto de Venta Fijo (P.V.F.) y Punto de Venta Móvil (P.V.M.):**

**a. Punto de Venta Fijo (P.V.F.):** Corresponde a los elementos destinados a promocionar una empresa mediante la introducción de mensajes publicitarios en puntos de venta específicos, con la finalidad de atraer al cliente hacia una oferta o producto determinado.

Este tipo de publicidad deberá cumplir las siguientes condiciones:

- Dimensión máxima permitida: 1 metro cuadrado.
- Prohibido instalar en: cabinas telefónicas, postes de tendido eléctrico o telefónico, paneles telefónicos, mobiliario urbano, paredes de puentes o viaductos, entre otros lugares similares.
- No podrá cubrir más del 50% de la fachada del local o establecimiento incluyendo otros elementos publicitarios y el nombre del negocio.
- El propietario será responsable de garantizar el cumplimiento de este límite.

**b. El anuncio Punto de Venta Móvil: (P.V.M.)** Consiste en anuncios instalados en vehículos impulsados por fuerza humana, utilizados para actividades comerciales directamente relacionada con la publicidad.

- Podrán cubrir el 100% de la superficie del vehículo.
- No se permitirá la adición de nuevos elementos publicitarios.
- El permiso para este tipo de publicidad tendrá una vigencia de cinco años.

**9. Tipo I: Banderolas:** Los elementos de este tipo deberán cumplir con las siguientes condiciones:

**a. Banderolas fijas:**

- Distancia mínima entre postes de banderolas fijas será de 2 metros (2M).
- Se permite hasta dos banderolas por poste fijo, ubicado dentro de propiedad privada y con autorización del propietario.
- Altura máxima de la estructura: 5 metros.
- Los permisos se tramitarán como anuncios publicitarios fijos.

**b. Banderolas móviles:**

- Son trasladables y consideradas publicidad temporal.
- El permiso tendrá una vigencia de un año.

**10. Tipo J Publicidad Digital:** (solo para los permisos otorgados antes de la entrada en vigor del presente acuerdo)

**11. Tipo K Poste:** Elemento publicitario con base tubular metálica y pantalla superior hasta dos caras, las cuales deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Un solo poste o columna cilíndrica como soporte.
- b. Instalación permitida únicamente en terrenos privados, dentro de los límites de propiedad del inmueble sin invadir la servidumbre pública.
- c. Área máxima de exposición: 25 metros cuadrados
- d. Altura libre mínima: 2.74 metros,
- e. Distancia mínima entre postes: 50 metros lineales, en sentido del tráfico vehicular.

**12. Tipo L. Valla Convencional:** Estructura metálica con pantalla de hasta dos caras, las cuales deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Podrán ser instalados dentro de los límites de propiedad sin invadir la servidumbre pública.
- b. Dimensiones máximas (incluyendo soporte): 3.50 metros de alto x 6.00 metros de ancho.
- c. Distancia mínima entre vallas: 50 metros lineales en sentido del tráfico vehicular.



**13. Tipo M. Monolito:** Elemento publicitario vertical, anclado al suelo, con hasta cuatro (4) caras, cada una con contenido propio y diferente, el cual deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a. Instalación permitida únicamente en terrenos privado, dentro de la línea de propiedad, sin invadir la servidumbre pública.
- b. Debe estar sujeto al suelo.
- c. Dimensiones máximas: 11 metros de alto x 5.50 metros de ancho.

**14. Tipo N: Persona Anuncio:** Publicidad soportada por una o varias personas que portan o exhiben elementos publicitarios como disfraces, carteles, enrollables, láminas, elementos electrónicos, entre otros.

Deberán cumplir con las siguientes características:

- a. Ser portátil y desmontable.
- b. Tener dimensiones y peso que permitan el fácil desplazamiento cómodo de la persona que los porta.
- c. No obstaculizar el libre tránsito de peatones ni vehículos.

Si se utilizan elementos con iluminación o electrónicos, se deberá respetar los horarios y restricciones establecidas en este Acuerdo para la publicidad digital.

Los permisos se tramitarán como anuncios publicitarios temporales o eventuales.

**Artículo 34. Requisitos para la instalación de los elementos publicitarios Tipo A, B, E, K, L y M.** Los elementos publicitarios correspondientes a los Tipo A (Valla Perimetrales y/o Vallas de Cerramiento Perimetral), B (Vallas Unipolares) E (Azoteas), K (Poste), L (Valla Convencional) y M (Monolito) deberán cumplir con los siguientes procedimientos una vez se haya emitido el informe de factibilidad positivo conforme al artículo 44 de este acuerdo:

**Registro de planos:**

El titular deberá registrar el plano en la Dirección de Obras y Construcciones (DOYC) del Municipio de Panamá.

**Permiso de construcción:**

Posteriormente, deberá gestionar el permiso de construcción respectivo. Una vez expedido deberá presentar en copia del permiso ante la DPE para continuar con el trámite de autorización para la instalación de la publicidad.

La DPE mantendrá una coordinación permanente con la Dirección de Obras y Construcciones (DOYC) del Municipio de Panamá, con el fin de obtener información actualizada sobre el registro y aprobación de los planos relacionados con los permisos de publicidad exterior.

Los tipos publicitarios descritos podrán ser iluminados interior o exteriormente, siempre y cuando su luminosidad no afecte edificaciones cercanas, lo que debe ser indicado así en los planos respectivos.

Adicional al código QR, las estructuras correspondientes a los tipos descritos en este artículo deberán contar con una placa de dimensiones que se determinará de acuerdo con cada tipo, que contendrá el nombre del titular del permiso y su número de teléfono.

**Sección 2ª.**

**REQUISITOS PARA PERMISOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR**



**ARTÍCULO 35. Requisitos Generales.** Para solicitar cualquier permiso de instalación o colocación de elementos publicitarios se deberán cumplir los siguientes requisitos iniciales y comunes:

1. Completar formulario de solicitud correspondiente.
2. Estar paz y salvo con el Municipio de Panamá al momento de presentar la solicitud.
3. Presentar copia de cédula de identidad personal, pasaporte o carné de residente del solicitante, persona autorizada o representante legal. En caso de actuar mediante apoderado general o especial, deberá adjuntarse la documentación que lo acredite.
4. Si el trámite se realiza de forma presencial por un tercero, se requerirá de una autorización notariada.
5. En caso de personas jurídicas, se deberá presentar copia del certificado de persona jurídica emitido por el Registro Público de Panamá, con una vigencia máxima de tres meses.
6. Incluir croquis y diseño del elemento publicitario, conforme las especificaciones técnicas aplicables.
7. Aportar constancia de pago del monto correspondiente realizado en la Tesorería Municipal.

**ARTÍCULO 36. Publicidad en Fincas Privadas.** Además de los requisitos generales, para instalar publicidad en fincas privadas se debe presentar:

1. Copia de la certificación expedida por el Registro Público de Panamá, con vigencia máxima de tres meses.
2. Autorización notariada del propietario o de la persona debidamente autorizada mediante poder.
3. En caso de propiedad horizontal, se requerirá la aprobación de la asamblea general de propietarios o del propietario del edificio, junto con la autorización para el ingreso del personal municipal inspección y fiscalización.
4. Paz y Salvo de la DGI correspondiente a la finca donde se instalará la publicidad.

**ARTÍCULO 37. Publicidad Fija.** Para la instalación de elementos publicitarios considerados como publicidad fija, además de los requisitos generales, se deberá:

1. Pagar B/150.00 en Tesorería Municipal por cada estructura en concepto de inspección de factibilidad y verificación de requisitos legales y técnicos.
  - Si se presentan varias estructuras en una misma solicitud y ubicación, el monto será de B/.75.00 por estructura.
    - Contratar un seguro de responsabilidad civil para los siguientes tipos de estructuras: Tipo A: Valla Perimetrales y/o Vallas de Cerramiento Perimetral), Tipo: B: Vallas Unipolares, Tipo E: Azoteas, Tipo I: Banderolas fijas, Tipo K: Poste, Tipo L: Valla convencional, Tipo M: Monolito

Este seguro deberá cubrir daños a terceros (corporales, materiales o económicos), así como los costos de remoción voluntaria o forzada de la estructura. La póliza deberá estar vigente durante todo el período del permiso. Los contribuyentes con múltiples estructuras activas podrán presentar una póliza global que cubra todos los riesgos.

Aquellos contribuyentes que cuenten con más de una publicidad activa podrán presentar una póliza de responsabilidad civil que cubra la totalidad del riesgo de todas sus estructuras publicitarias.



2. Pagar B/.100.00 en Tesorería del Municipio de Panamá en concepto de la emisión del permiso.

**ARTÍCULO 38. Publicidad Móvil.** Además de los requisitos generales, se deberá:

1. Presentar copia del Registro Único Vehicular de cada vehículo.
2. Pagar B/.50.00 en Tesorería del Municipio de Panamá por vehículo.

**ARTÍCULO 39. Publicidad Eventual o Temporal.** Además de los requisitos generales, se deberá:

1. Pagar B/.50.00 en Tesorería de Municipio de Panamá en concepto de permiso por cada anuncio solicitado.

**ARTÍCULO 40. Banderolas Móviles.** Además de los requisitos generales, se deberá:

1. Pagar B/.10.00 en Tesorería del Municipio de Panamá en concepto de permiso por cada anuncio solicitado.
2. Además, deberá pagar B/.2.50 en Tesorería Municipal en concepto de impuesto mensual.

**ARTÍCULO 41. Punto de Venta Fijo (P.V.F.).** Además de los requisitos generales, se deberá:

1. Pagar B/.2,000.00 en Tesorería del Municipio de Panamá por contribuyente, en concepto de derecho anual.
2. Pagar B/.50.00 en Tesorería del Municipio de Panamá por activación de cada P.V.F.

**ARTÍCULO 42. Punto de Venta Móvil (P.V.M).** Además de los requisitos generales, se deberá:

1. Pagar B/.25.00 en Tesorería del Municipio de Panamá por cada punto de venta.

Este tipo de publicidad está exenta de pago de impuesto.

CAPÍTULO III

INSTALACIÓN DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS

Sección 1ª.

ANUNCIOS QUE NO REQUIEREN REGISTRO DE PLANOS Y PERMISO DE CONSTRUCCIÓN

**ARTÍCULO 43. Vigencia y Tasación del Permiso.** Los permisos para la instalación de anuncios publicitarios fijos tendrán una vigencia de diez (10) años, contados a partir de la fecha de comunicación vía correo electrónico. El cobro se realizará por metro cuadrado, mensualmente o por fracción de mes en que el anuncio esté instalado, conforme a la tarifa establecida en el Régimen Tributario del Municipio de Panamá.

**ARTÍCULO 44. Inspección de Factibilidad.** Una vez recibido conforme los requisitos generales establecidos en el artículo 35 de este acuerdo, la DPC dispondrá de un plazo de quince (15) días hábiles para realizar la inspección técnica de factibilidad y emitir el informe correspondiente.

Este informe determinará si la solicitud cumple con los requisitos técnicos establecidos en este Acuerdo.

En el caso, de que se levante un informe de factibilidad positivo o favorable, el DPE emitirá la respectiva certificación de factibilidad.

**ARTÍCULO 45. Subsanación de Observaciones.** Si el informe técnico indica que la solicitud no cumple con los requisitos técnicos y legales, la DPC comunicará al solicitante



las razones del incumplimiento. El solicitante dispondrá de ocho (8) días hábiles, contados a partir de la comunicación, para subsanar las observaciones.

Si no se corrige las deficiencias en el plazo indicado, la DPC procederá al archivo del trámite.

**ARTÍCULO 46. Pago y Presentación de Póliza.** El solicitante contará con un plazo de quince (15) días calendario, contados desde la fecha de comunicación por parte del DPE, para realizar el pago descrito en el numeral 2 del artículo 37 y presentar la Póliza de Responsabilidad Civil, en los casos que aplique.

**ARTÍCULO 47. Emisión del Permiso.** La DPC expedirá el permiso cuando el informe de factibilidad sea favorable o positivo, se haya recibido, dentro del plazo establecido, la documentación requerida en los Artículos 35, 36 y 37, demás relacionados en este Acuerdo y el pago correspondiente. Esto aplica únicamente a los elementos publicitarios que no requieran permiso de construcción.

#### Sección 2ª.

#### INSTALACIÓN DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS QUE REQUIEREN REGISTRO DE PLANOS Y PERMISO DE CONSTRUCCIÓN

**ARTÍCULO 48. Procedimientos iniciales para Elementos Tipo A, B, E, K, L y M.** Los elementos publicitarios clasificados como Tipo A (Valla Perimetrales y/o Vallas de Cerramiento Perimetral), Tipo B (Vallas Unipolares), Tipo E (Azoteas), Tipo K (Poste), Tipo L (Valla) y Tipo M (Monolito), requieren planos registrados y permiso de construcción expedido por la DOYC.

Una vez que la certificación de factibilidad emitida por el DPE confirme el cumplimiento de los requisitos técnicos y legales, será entregada al contribuyente para que gestione ante la DOYC el registro de planos y el respectivo permiso de construcción.

La emisión de la certificación de factibilidad no autoriza la instalación del anuncio; su único propósito es habilitar el inicio del trámite ante la DOYC, conforme a la normativa municipal vigente.

**ARTÍCULO 49. Emisión del Permiso Definitivo.** Una vez registrado el plano y emitido el permiso de construcción por parte de la DOYC, el DPE comunicará al solicitante que debe realizar el pago de B/.100.00 por emisión del permiso, además de presentar la Póliza de Responsabilidad Civil, cuando aplique.

Verificado el pago y recibida la documentación requerida, la DPC emitirá el permiso definitivo para la instalación de anuncios con una vigencia de diez (10) años.

**ARTÍCULO 50. Subsanación de Observaciones Técnicas.** Si el informe de factibilidad determina que la solicitud no cumple con los requisitos técnicos y legales, la DPC comunicará al solicitante las razones del rechazo y le otorgará 8 días hábiles, contados desde la comunicación, para corregir las observaciones.

Si no se subsanan dentro del plazo establecido, la DPC procederá al archivo del trámite.

**ARTÍCULO 51. Revocación de permisos y remoción de estructuras y anuncios:** El alcalde, como autoridad urbanística local, podrá revocar los permisos de publicidad exterior otorgados y remover las estructuras publicitarias cuando:

1. El anuncio publicitario no cuente con el respectivo permiso otorgado por el Municipio de Panamá.
2. Haya sido instalado sin cumplir con sus especificaciones técnicas, dimensiones o regulación de ubicación, en los términos en que fue otorgado el permiso.
3. Muestre deterioro o daños de consideración y que suponga un peligro contra la vida y salud de los transeúntes.
4. Sean utilizadas para otros fines que no sean de publicidad, y que no se encuentren en las especificaciones técnicas del permiso respectivo.



- 5. No figure en lugar visible el código QR.
- 6. Mantengan un contenido que por el mensaje que transmite o por la forma en que se exponen sean contrarios a la moral y las buenas costumbres.

Además de la revocación o remoción señalada, se elaborará un informe de infracción el cual dará inicio al proceso sancionatorio.

Sección 3ª.

RENOVACIÓN DE PERMISCOS DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS FIJOS

**ARTÍCULO 52. Plazo y Requisitos para la Renovación.** Los permisos otorgados para la instalación de anuncios publicitarios fijos deberán ser renovados cada diez (10) años. Para ello, el contribuyente deberá presentar la solicitud de renovación dentro de los dos (2) meses previos a la fecha de vencimiento del permiso. Además, deberá cumplir con los requisitos establecidos en este Acuerdo, presentar un informe de profesional idóneo que certifique que la estructura se encuentra en condiciones aptas para su uso, y realizar el pago de B/.100.00 ante Tesorería Municipal por cada permiso a renovar.

**ARTÍCULO 53. Evaluación Técnica y Emisión del Permiso Renovado.** La DPC procederá con la renovación del permiso cuando:  
El profesional idóneo certifique que la estructura mantiene las condiciones aptas para su uso y ello sea corroborado por el personal técnico del DPE mediante una inspección, la cual tendrá un costo de cincuenta balboas (B/.50.00).

Si el informe de inspección revela discrepancias entre las especificaciones técnicas y legales del permiso vigente y las condiciones reales del anuncio instalado, la DPC iniciará el proceso sancionatorio correspondiente.

**ARTÍCULO 54. Omisión en Solicitud de Renovación.** Los contribuyentes que no presenten la solicitud de renovación dentro del plazo establecido serán sujeto a un recargo mensual del 25% del impuesto correspondiente al tipo de elementos en omisión.

CAPÍTULO IV

ANUNCIO PUBLICITARIO TEMPORAL O EVENTUAL

Sección 1ª.

INSTALACIÓN DE ANUNCIOS TEMPORALES O EVENTUALES

**ARTÍCULO 55. Definición.** Se considera como anuncio publicitario temporal o eventual, aquel cuya colocación no exceda de sesenta (60) días calendario.

**ARTÍCULO 56. Aprobación y Certificación.** El DPE aprobará la solicitud, si esta cumple con los requisitos técnicos y legales establecidos en este Acuerdo. Una vez aprobada, se emitirá una certificación con un código de verificación QR, la cual será enviada al contribuyente mediante correo electrónico para su colocación en cada elemento publicitario.

**ARTÍCULO 57. Tasación y Pago del Permiso.** La instalación de anuncios publicitarios temporales o eventuales generará el pago de B/.50.00 ante la Tesorería Municipal, por cada elemento publicitario solicitado.

Además, estos anuncios serán tasados por metro cuadrado y por cada mes en curso o fracción de mes en que permanezcan instalados, conforme a la tarifa establecida en el Régimen Tributario del Municipio de Panamá.

**ARTÍCULO 58. Duración y Prórroga.** La duración del permiso será de sesenta (60) días calendario, con posibilidad de una (1) sola prórroga por igual término. En ningún caso podrá exceder los 120 días calendario.

*[Handwritten signature]*



**ARTÍCULO 59. Solicitud de Prórroga.** La prórroga será concedida siempre que mantengan las especificaciones técnicas y legales del permiso original.

El titular deberá solicitarla presencialmente o vía web, cumpliendo con los requisitos establecidos en este Acuerdo y pagando B/.50.00 por cada elemento publicitario solicitado.

**ARTÍCULO 60. Emisión de Certificación de Prórroga.** Una vez aprobada la prórroga, la DPC emitirá una nueva certificación con código de verificación QR, que deberá colocarse en el anuncio correspondiente.

**ARTÍCULO 61. Exceso de Plazo Permitido.** Toda publicidad temporal o eventual que requiera permanecer instalada por más de 120 días calendario deberá tramitar el permiso de publicidad fija. El incumplimiento por parte del contribuyente dará lugar al inicio del proceso sancionatorio correspondiente.

**CAPÍTULO V**  
**ANUNCIOS EN PUNTOS DE VENTA (P.V.)**

**Sección 1ª.**

**INSTALACIÓN DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS EN PUNTOS DE VENTA FIJOS (P.V.F.)  
Y PUNTOS DE VENTA MÓVIL (P.V.M.)**

**ARTÍCULO 62. Requisitos y Pagos Iniciales.** Las personas naturales o jurídicas interesadas en instalar anuncios en Puntos de Venta Fijo (P.V.F.), específicamente en fachadas, deberán cumplir con los requisitos generales establecidos en el Artículo 35 y realizar el pago contemplado en el Artículo 41 de este Acuerdo.

Para la instalación de anuncios en Puntos de Venta Móvil (P.V.M.), las personas interesadas deberán cumplir con los requisitos generales establecidos en el Artículo 35 y realizar el pago contemplado en el Artículo 42 de este Acuerdo.

**ARTÍCULO 63. Emisión del Permiso y Código QR.** Una vez Completada la documentación y realizados los pagos correspondientes, el Municipio de Panamá otorgará el permiso en un plazo máximo de 45 días. La aprobación será comunicada electrónicamente al contribuyente junto con un código QR, que deberá colocarse en cada P.V. activado para fines de fiscalización.

El incumplimiento de esta obligación dará lugar al inicio del proceso sancionatorio correspondiente.

**ARTÍCULO 64. Retiro del Anuncio.** El titular del permiso de Punto de Venta Fijo (P.V.F.) deberá retirar el anuncio publicitario en el Punto de Venta dentro de los diez (10) días siguientes a la finalización del periodo de activación.

**ARTÍCULO 65. Vigencia del Permiso.** El permiso de Punto de Venta Fijo (P.V.F.) tendrá una vigencia durante el año fiscal en que fue solicitado y el permiso de Punto de Venta Móvil (P.V.M.) tendrá una vigencia de 5 años.

**CAPÍTULO VI**  
**PUBLICIDAD DIGITAL**

**Sección 1ª.**

**INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL**



**ARTÍCULO 66. Definición.** Se considera publicidad digital todo elemento que transmite mensajes mediante sistema luminoso como focos, reflectores, diodos, láser, LED u otra tecnología. Estos pueden instalarse en cualquier tipo de estructura publicitaria, siempre que se cumplan los requisitos establecidos en este Acuerdo para cada tipo de elemento.

**ARTÍCULO 67. Movimiento de Mensajes Electrónicos.** Los mensajes electrónicos en publicidad digital deben limitarse en introducir movimientos graduales tales como disolución, desvanecimiento, desplazamiento u otros. Se prohíben los movimientos bruscos.

En zonas residenciales, se podrán otorgar permisos de uso condicional para este tipo de publicidad.

**ARTÍCULO 68. Control de Luminosidad.** Toda publicidad digital instalada en el distrito de Panamá debe contar con controles de atenuación sensibles a la luz que ajusten automáticamente la luminosidad de la pantalla según las condiciones de iluminación ambiental.

**ARTÍCULO 69. Seguridad y Distancia de Instalación.** Las pantallas digitales deben contar con un diseño predeterminado que la congele en una posición oscura o blanca en caso de un fallo.

No se permitirá la instalación de publicidad digital a menos 100 metros lineales entre sí, ni a menos de 100 metros lineales de zonas residenciales.

Además, el titular del permiso deberá reservar cinco (5) horas semanales para el uso institucional del Municipio de Panamá.

**ARTÍCULO 70. Horario de Operaciones.** La publicidad digital podrá operar en los siguientes horarios:

1. Domingos a jueves: de 6:00 a.m. a 10:00 p.m.
2. Viernes a sábado: de 6:00 a.m. a 11:00 p.m.

El incumplimiento de estos horarios será sancionado conforme a lo establecido en este Acuerdo.

**ARTÍCULO 71. Modificaciones de Estructura a Digital.** Los titulares de permisos de publicidad exterior podrán solicitar la modificación de su estructura a formato digital, siempre que estén paz y salvo en Tesorería Municipal. La solicitud deberá presentarse ante el DPE, ya sea a través de la plataforma Alcaldía Digital o excepcionalmente de forma presencial y se deberá pagar B/.150.00 a la Tesorería Municipal.

Durante el proceso, la estructura se podrá mantener operativa hasta que la DOYC emita el permiso de construcción correspondiente y se presente ante el DPE.

Una vez aprobada la modificación, se procederá con el aforo del tributo correspondiente.

## **CAPÍTULO VII PUBLICIDAD MÓVIL**

### **Sección 1ª.**

#### **INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD MÓVIL**

**ARTÍCULO 72. Registro de Vehículos.** Todo vehículo sobre el cual se pretenda instalar publicidad móvil deberá estar previamente registrados en el Municipio de Panamá.

**ARTÍCULO 73. Solicitud y Tarifas del Permiso.** Una vez completada la documentación requerida, ya sea de forma presencial o en línea, el contribuyente deberá realizar pagos ante Tesorería Municipal:

*[Handwritten signature]*



- **Por cada vehículo individual:**
  - B/.50.00 por verificación de requisitos técnicos
  - B/.50.00 por trámite de permiso.
- **Solicitudes grupales:**
  - De 1 a 5 vehículos:
    - B/.50.00 por cada vehículo (verificación técnica), y
    - B/.50.00 como pago único en concepto de trámite de permiso.
  - De 6 a 10 vehículos:
    - B/.45.00 por cada vehículo (verificación técnica), y
    - B/.100.00 como pago único en concepto de trámite de permiso.
  - De 11 a 15 vehículos:
    - B/.40.00 por cada vehículo (verificación técnica), y
    - B/.150.00 como pago único en concepto de trámite de permiso.

**ARTÍCULO 74. Aprobación del Permiso.** Si la solicitud cumple con todos los requisitos técnicos y legales, el DPE emitirá el permiso correspondiente. Una vez comunicado al contribuyente se procederá con aforo del tributo aplicable.

**ARTÍCULO 75. Vigencia y Tasación** La publicidad móvil, incluyendo la modalidad móvil LED (digital), serán tasadas conforme al impuesto establecido en el Régimen Tributario del Municipio de Panamá.

Los permisos tendrán vigencia de dos (2) años.

**ARTÍCULO 76. Renovación del Permiso.** Para la renovar el permiso de publicidad móvil, el contribuyente deberá cumplir nuevamente con los requisitos establecidos y pagar:

- B/.50.00 por cada vehículo en concepto de verificación técnica.
- B/.50.00 por trámite de permiso.

**CAPÍTULO VIII**  
**CESIÓN DE PERMISOS**

**Sección 1ª.**  
**REQUISITOS PARA LA AUTORIZACIÓN DE CESIÓN DE PERMISOS**

**ARTÍCULO 77. Condiciones Generales para la Cesión.** Para solicitar la cesión de un permiso de instalación de anuncio publicitario, tanto el cedente como el cesionario deberán estar a paz y salvo con la Tesorería Municipal al momento de presentar la solicitud. Además, el cedente no debe tener procesos sancionatorios pendientes relacionado con el permiso objeto de cesión.

**ARTÍCULO 78. Documentación Requerida.** La solicitud de cesión deberá ser presentada por el titular ante el Municipio de Panamá y debe incluir:

1. Formulario de solicitud de cesión.
2. Copia notariada del documento de cesión. Si el documento ha sido firmado con firma electrónica calificada, no requerirá ser notariado.
3. Copia de cédula, pasaporte o carné de residente, persona autorizada o representante legal, de ambos contribuyentes. En caso de apoderado general o especial, deberá aportar documentación que lo acredite.
4. Si se trata de una persona jurídica, copia de certificado de persona jurídica emitido por el Registro Público de Panamá, con una vigencia máxima de tres meses.
5. Póliza de responsabilidad civil a nombre del cesionario, con las mismas condiciones que la póliza original, si esta fue requerida para la emisión del permiso.
6. Constancia de pago de B/.250.00 a la Tesorería Municipal, en concepto de actualización de la titularidad del permiso.



**ARTÍCULO 79. Obligaciones del Nuevo Titular.** Una vez autorizada la cesión, el nuevo titular del permiso estará obligado a cumplir con todas las disposiciones del presente Acuerdo. Asimismo, deberá, colocar el nuevo código QR asignado y la placa de identificación en el anuncio publicitario, en los casos que aplique.

## **CAPÍTULO IX CANCELACIÓN DE PERMISOS**

### **Sección 1ª.**

#### **CAUSALES DE CANCELACIÓN DE PERMISOS**

**ARTÍCULO 80. Facultades del alcalde.** El alcalde podrá ordenar la cancelación de permisos otorgados y la remoción de las estructuras o anuncios publicitarios, por las siguientes causas;

1. Mora en el pago de los tributos, por cada anuncio publicitario, previa certificación por la Dirección de Administración Tributaria de la Tesorería Municipal. La Dirección de Administración Tributaria deberá proporcionar mensualmente un informe de los contribuyentes morosos en el pago de los tributos por razón de anuncios publicitarios al alcalde o a quien este designe.
2. Reincidencia en las infracciones descritas en este Acuerdo.
3. Construcción o expansión de infraestructura pública. Cuando sea necesario utilizar el espacio ocupado por el anuncio o estructura publicitaria para obras de construcción o ampliación de vías terrestres o áreas de uso público.
4. Ordenamiento de espacios congestionados. Para liberar áreas saturadas de estructuras publicitarias, con el fin de adecuarlas a las disposiciones del presente Acuerdo en cuanto a distancias, medidas o restricciones.

**ARTÍCULO 81. Cancelación por Mora.** La cancelación del permiso por mora procederá cuando el contribuyente incurra en incumplimiento de 3 mensualidades del tributo correspondiente o en el incumplimiento del arreglo de pago establecido.

Para acreditar esta causal, se requerirá certificación expedida por el Tesorero Municipal.

**ARTÍCULO 82. Solicitud de Espacio para Obras Públicas.** Cuando se requiera el espacio ocupado por el anuncio para proyectos de construcción o expansión de infraestructuras públicas, la entidad estatal responsable o la empresa promotora deberá informar al alcalde sobre las razones que justifican dicha solicitud.

**ARTÍCULO 83. Resolución de Cancelación.** El alcalde, mediante resolución motivada, ordenará la cancelación de permisos y la remoción inmediata de la estructura o anuncio publicitario ubicado en el área requerida. La resolución deberá ser comunicada a la Dirección de Administración Tributaria para cesar el cobro del impuesto correspondiente. La cancelación del tributo será efectiva a partir de la fecha de emisión de la resolución.

### **Sección 2ª.**

#### **CESE DE PERMISOS POR CIERRE DE OPERACIONES**

**ARTÍCULO 84. Solicitud de Cancelación por Cierre de Actividades.** Todo contribuyente que inicie el proceso de cierre de operaciones deberá solicitar ante el DPE el cese de los permisos vigentes. Para ello, deberá presentar los siguientes documentos:

1. Formulario de solicitud de cese de un elemento publicitario.
2. Constancia de estar paz y salvo con la Tesorería Municipal.



3. Copia de cédula, pasaporte o carné de residente del solicitante, persona autorizada o representante legal. En caso de apoderado, deberá presentar documentación que lo acredite.
4. Autorización notariada, si el trámite es realizado por una tercera persona, de forma presencial, junto con copia de cédula de identidad personal.
5. En caso de persona jurídica, certificado de Registro Público vigente (máximo tres meses desde su emisión).
6. Croquis de ubicación de las estructuras publicitarias.
7. Prueba de remoción de la estructura o anuncio publicitario, mediante fotografías, videos u otro medio probatorio.

**ARTÍCULO 85. Comunicación de Cese.** Cuando el DPE corrobore que la estructura o anuncio publicitario ha sido removida, procederá con la emisión de la resolución que ordena la cancelación del permiso la cual será comunicada a la Dirección de Administración Tributaria, con el propósito de cesar el cobro del impuesto correspondiente. El cese surtirá efecto a partir de la fecha de emisión de dicha resolución.

**ARTÍCULO 86. Actualización de Permisos Previos al Acuerdo 138 del 22 de septiembre de 2015.** Todo elemento publicitario con permiso otorgado antes de la vigencia del Acuerdo No. 138 de 22 de septiembre de 2015, deberá actualizar su información ante el DPE en un plazo de 90 días hábiles. Para ello se requiere.

1. Copia simple de la resolución que aprueba el permiso o copia simple del cartón de autorización de instalación
2. Memorial de actualización firmado por el representante legal o titular.
3. Copia de cédula de identidad personal del titular del permiso, si es persona natural y si es persona jurídica, copia de certificado de Registro Público vigente (máximo tres meses desde su emisión).
4. Autorización notariada, si el trámite es realizado por una tercera persona, de forma presencial, junto con copia de cédula de identidad personal.
5. Informe técnico emitido por profesional idóneo que certifique que la estructura se encuentra en condiciones aptas para su uso.

## **CAPÍTULO X MECANISMO DE INFORMACIÓN LOCAL**

### **Sección 1ª**

#### **ACCESO A LAS SOLICITUDES DE PERMISOS Y A LOS PERMISOS OTORGADOS**

**ARTÍCULO 87. Información Local.** Las Juntas Comunales estarán informadas de las solicitudes de permisos en trámites y de permisos otorgados por la Alcaldía de Panamá, para la instalación de anuncios o estructuras publicitarias en sus respectivos corregimientos a través de una plataforma digital.

Del mismo modo, a través de dicha plataforma, podrán emitir observaciones no vinculantes sobre las solicitudes de permisos y sobre los permisos otorgados en cada uno de sus corregimientos, a fin de contribuir en el proceso de fiscalización contemplado en el presente Acuerdo.

## **CAPÍTULO XI INFRACCIONES A LAS NORMAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y SANCIONES**

### **Sección 1ª.**

#### **INFRACCIONES Y SANCIONES**

60



**ARTÍCULO 88. Facultades del alcalde para Imponer Sanciones.** El alcalde queda facultado para sancionar al titular, responsable solidario o al explotador de una estructura o anuncio publicitario por la comisión de las siguientes infracciones:

1. Instalar anuncios o estructuras publicitarias sin contar con el permiso expedido por el Municipio de Panamá.
2. Incumplir con las especificaciones técnicas, dimensiones, o ubicación, establecidas en el permiso otorgado.
3. Mantener anuncios en mal estado que represente peligro para las personas o bienes.
4. Utilizar el anuncio para fines distintos a los autorizados.
5. No mantener visible el Código QR, calcomanías o placa de identificación correspondientes.
6. Exhibir contenido contrario a la moral y las buenas costumbres.
7. Emitir sonidos, humo, aromas u olores desde el anuncio.
8. Incorporar elementos interactivos que afecte a conductores, peatones o el público general.
9. Interferir con el tráfico o simular señales oficiales.
10. Incurrir en cualquiera de las prohibiciones establecidas en este Acuerdo.
11. Cualquier otra infracción prevista en este Acuerdo.

**ARTÍCULO 89. Aplicación de Multas.** Las infracciones serán sancionadas con multas calculadas en función de la gravedad del hecho y el tamaño del anuncio (por metro cuadrado o fracción), conforme a la tabla de sanciones establecidas por el Municipio de Panamá.

Para las infracciones establecidas en las dos (2) primeras filas de la tabla contemplada en el artículo 91, cuando se compruebe mediante informe técnico que el anuncio fue instalado en un lugar prohibido según el artículo 15 de este Acuerdo, se aplicará un 20% adicional a la multa correspondiente.

**ARTÍCULO 90. Medidas precautorias.** Con la finalidad de preservar el orden público y el interés colectivo el alcalde podrá ordenar a través de resolución de mero obedecimiento la remoción de anuncios o estructuras publicitarias instaladas en espacios públicos o que representen un riesgo para la comunidad por encontrarse en deterioro comprobado, sin perjuicio del proceso sancionatorio que corresponda por el incumplimiento de las disposiciones de este Acuerdo.

**ARTÍCULO 91. Gastos por remoción de anuncios o estructuras publicitarias.** Siempre que el Municipio de Panamá remueva un anuncio o estructura publicitaria, los gastos de remoción, traslado y su almacenamiento deberán ser cubiertos por la persona natural o jurídica titular del anuncio o estructura publicitaria, más un interés mensual del diez por ciento (10%) computado desde la fecha de la remoción hasta la cancelación. Cuando se cubran dichos gastos, se devolverá el material removido a dicha persona.

Si los gastos no son pagados en treinta (30) días calendarios luego de la remoción, las estructuras ingresarán al patrimonio del Municipio de Panamá, el cual podrá autorizar, mediante acta de entrega expedida por el Tesorero Municipal, su traspaso a las personas naturales o jurídicas que la hayan removido o almacenado por encargo del Municipio de Panamá, para que estas dispongan del material removido. Del producto de la venta o disposición del material, se deberá cubrir el monto de los gastos que corresponden según lo establecido en el párrafo anterior.

**ARTÍCULO 92. Tipos de Sanciones Aplicables.** Se establecen las siguientes sanciones:

*Handwritten signature or mark.*



| Faltas o infracciones                                                                                                                                                                                                     | Tamaño de la estructura o anuncio en M² |            |             |             |             |             |              |                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                           | 0.01-5.00                               | 5.01-10.00 | 10.01-25.00 | 25.01-40.00 | 40.01-55.00 | 55.01-70.00 | 70.01-100.00 | 100.01 a más                               |
| Instalar estructuras, vallas o anuncios publicitarios sin permiso expedido por el Municipio de Panamá.                                                                                                                    | B/.1,000                                | B/.2,100   | B/.5,500    | B/.10,000   | B/.15,000   | B/.20,000   | B/.30,000    | Por cada metro o fracción adicional B/.350 |
| Operar fuera del horario establecido para la publicidad digital.                                                                                                                                                          | B/.1,000                                | B/.2,100   | B/.5,500    | B/.10,000   | B/.15,000   | B/.20,000   | B/.30,000    | Por cada metro o fracción adicional B/.350 |
| Incumplir con las especificaciones técnicas, dimensiones, o regulación de ubicación, en los términos en que fue otorgado el permiso expedido por el Municipio de Panamá.                                                  | B/.600                                  | B/.1,500   | B/.3,000    | B/.5,000    | B/.9,000    | B/.14,000   | B/.22,000    | Por cada metro o fracción adicional B/.250 |
| Mantener un elemento publicitario en mal estado o evidente deterioro, que suponga un peligro contra la vida y la salud de los transeúntes, así como la propiedad pública o privada.                                       | B/.400                                  | B/.1,000   | B/.2,000    | B/.2,300    | B/.3,000    | B/.4,000    | B/.6,000     | Por cada metro o fracción adicional B/.150 |
| Faltas o infracciones                                                                                                                                                                                                     | Tamaño de la estructura o anuncio en M² |            |             |             |             |             |              |                                            |
|                                                                                                                                                                                                                           | 0.01-5.00                               | 5.01-10.00 | 10.01-25.00 | 25.01-40.00 | 40.01-55.00 | 55.01-70.00 | 70.01-100.00 | 100.01 a más                               |
| Contener, incorporar o utilizar algún componente o medio interactivo que afecte a los conductores, peatones o el público en general.                                                                                      | B/.400                                  | B/.800     | B/.1,600    | B/.2,100    | B/.3,000    | B/.4,000    | B/.5,500     | Por cada metro o fracción adicional B/.100 |
| Incorporar, utilizar o emitir algún sonido o ruido capaz de ser detectado o generar humo, aroma u olores.                                                                                                                 | B/.400                                  | B/.800     | B/.1,600    | B/.2,100    | B/.3,000    | B/.4,000    | B/.5,500     | Por cada metro o fracción adicional B/.100 |
| Incumplir con el horario de operación establecido para la Publicidad Digital.                                                                                                                                             | B/.400                                  | B/.800     | B/.1,600    | B/.2,100    | B/.3,000    | B/.4,000    | B/.5,500     | Por cada metro o fracción adicional B/.100 |
| No mantener visible el Código QR asignado por la DPC, o la calcomanía para los permisos otorgados antes de la vigencia de este Acuerdo que permita la fiscalización y/o la placa de identificación de la publicidad fija. | B/.400                                  | B/.700     | B/.1,500    | B/.2,000    | B/.3,000    | B/.4,000    | B/.5,000     | Por cada metro o fracción adicional B/.100 |
| Exponer un contenido que por el mensaje que se transmita o por la forma en que se exponga sean contrarios a la moral y las buenas costumbres.                                                                             | B/.300                                  | B/.600     | B/.1,300    | B/.1,800    | B/.2,500    | B/.3,000    | B/.4,000     | Por cada metro o fracción adicional B/.80  |



|                                                                                                                                                               |        |        |          |          |          |          |          |                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------------------------------|
| Utilizar el elemento publicitario para otros fines que no sean de publicidad, y que no se encuentren en las especificaciones técnicas del permiso respectivo. | B/.300 | B/.600 | B/.1,300 | B/.1,800 | B/.2,500 | B/.3,000 | B/.4,000 | Por cada metro o fracción adicional B/.80 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------------------------------|

| Publicidad Exterior- Publicidad eventual o temporal                                                                                                                                                                                                                  |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Instalar publicidad eventual o temporal sin permiso del Municipio de Panamá                                                                                                                                                                                          | B/.500   |
| No mantener visible el Código QR asignado por la DPC, que permita la fiscalización de la publicidad.                                                                                                                                                                 | B/.100   |
| Además de la sanción se aforará de oficio desde que fue detectada la publicidad, por el plazo máximo que puede estar colocada una publicidad eventual, es decir ciento veinte (120) días calendarios de acuerdo con la tarifa o monto a pagar de impuesto municipal. |          |
| Publicidad Exterior- Publicidad Punto de Venta Fijo (P.V.F.)                                                                                                                                                                                                         |          |
| Instalar publicidad sin permiso del Municipio de Panamá                                                                                                                                                                                                              | B/.4,000 |
| Además de la sanción, se aforará de oficio el monto de dos mil balboas (B/.2,000.00), en concepto de derecho anual.                                                                                                                                                  |          |

**ARTÍCULO 93. Sanción General para Infracción No Especificada.** Toda infracción a las disposiciones de este Título que no cuenten con una sanción específica en la tabla de sanciones será penalizada con una multa que oscila entre trescientos balboas (B/.300.00) y treinta mil balboas (B/.30,000.00), según la gravedad de la infracción cometida y aplicando el principio de la progresividad sancionatoria.

**ARTÍCULO 94. Plazo para Corrección y Medidas Subsidiarias.** Además de la multa impuesta, el alcalde podrá otorgar un plazo perentorio, determinado conforme al nivel de riesgo que represente la infracción, para que el contribuyente realice los correctivos necesarios. El plazo no podrá exceder de treinta (30) días calendario. En caso de incumplimiento, el alcalde ordenará la remoción inmediata de la estructura publicitaria y podrá ejecutar la póliza de responsabilidad civil, cuando aplique.

Si el contribuyente no cumple con lo ordenado y no es posible ejecutar la póliza, el Municipio podrá resarcir la deuda mediante el decomiso de las estructuras, las cuales pasarán a formar parte del patrimonio municipal.

**ARTÍCULO 95. Recargo por Mora en el Pago de Multas.** Si la persona sancionada no cumple con el pago de la multa impuesta dentro de un plazo de treinta (30) días calendario, se aplicará un recargo mensual del diez por ciento (10%) sobre el monto total adeudado.

**ARTÍCULO 96. Citación para Identificación del Titular del Permiso.** El anunciante, la empresa promotora o constructora y el propietario del espacio privado podrán ser citados por el alcalde del distrito de Panamá, o servidores públicos con funciones delegadas, y estarán obligados a suministrar la información requiera para identificar, localizar o ubicar al titular del permiso correspondiente.

CAPÍTULO XII

DISPOSICIONES FINALES

CA



**ARTÍCULO 97. Reglamentación por Decreto.** El alcalde del distrito de Panamá podrá reglamentar mediante decreto las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo y se le faculta suscribir los actos necesarios para cumplir con los fines establecidos.

**ARTÍCULO 98. Derogación de Normativa Anterior.** El presente Acuerdo deroga en todas sus partes el Acuerdo N°138 de 22 de septiembre de 2015, Acuerdo N°42 de 10 de febrero de 2015, Acuerdo N°254 de 24 de octubre de 2016, Artículo 4 del Acuerdo N°132 de 23 de julio de 2019, artículos primero, segundo, tercero, cuarto, quinto, sexto y séptimo del Acuerdo N°37 de 2 de marzo de 2021 y toda norma que le sea contraria.

**ARTÍCULO 99.** Este Acuerdo empezará a regir a partir de su promulgación.

Dado en la Ciudad de Panamá, a los nueve (9) días del mes de junio del año dos mil veintiséis (2026).

EL PRESIDENTE,

H.C. RODOLFO PRECILLA C.

LA VICEPRESIDENTA,

H.C. MARITZA VILLARREAL G.

EL SECRETARIO GENERAL,

MANUEL JIMÉNEZ MEDINA

Maritza Mejica. -

Fiel copia del documento que  
reposa en nuestros archivos.  
  
Irina Tapia  
Secretaria General  
11/09/2026

Acuerdo No.0177  
Del 09 de junio de 2026

**ALCALDÍA DEL DISTRITO DE PANAMÁ**  
**Panamá, 25 de agosto de 2026**

**Sancionado:**  
**EL ALCALDE**

MAYER MIZRACHI M.

**Ejecútese y Cúmplase:**  
**SECRETARIA GENERAL**

IRINA TAPIA