

**ACTA RESUMIDA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE LA
COMISIÓN DE USO DE SUELO**

14 DE MARZO DE 2016

En el Distrito Metropolitano de Quito, a los catorce días del mes de marzo del año dos mil dieciséis, siendo las 10h10, se instalan en sesión extraordinaria, en la sala de sesiones No. 2 de la Secretaría General del Concejo Metropolitano de Quito, los miembros de la Comisión, concejales: Sr. Jorge Albán, Sr. Marco Ponce, Msc. Patricio Ubidia, y Abg. Sergio Garnica Ortiz, quien preside la sesión.

Se registra la presencia de los siguientes funcionarios: Dr. Édison Yépez, funcionario de la Procuraduría Metropolitana; Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda; Dra. Yhoana Mogrovejo, Abg. David Jácome, Arqs. María González, Irene Vinuesa y Pablo Ortega, funcionarios de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda; Abg. Patricia De Guzmán, funcionaria de la Alcaldía Metropolitana; Dr. Álvaro Fiallos, funcionario del despacho del concejal Sergio Garnica Ortiz; Arq. Gigliola Paroli, funcionaria del despacho del concejal Jorge Albán; Ing. Jorge Caicedo, funcionario del despacho del concejal Patricio Ubidia; e, Ing. René Robalino, funcionario del despacho del concejal Marco Ponce.

Secretaría constata que existe el quórum legal y reglamentario; se pone a consideración el orden del día, el cual es aprobado por lo que se procede con su tratamiento.

ORDEN DEL DÍA:

1. Comisiones generales.

1.1 Comisión general para recibir a los representantes del Instituto Superior Tecnológico Cruz Roja Ecuatoriana.

Ing. Javier Sotomayor, Rector del Instituto Superior Tecnológico Cruz Roja Ecuatoriana: Agradece el ser recibidos por la Comisión e indica que el Instituto tiene 12 años de existencia, pertenecen a la Cruz Roja Ecuatoriana y al Movimiento Internacional de la Cruz Roja, como ente académico cuentan con 2 carreras tecnológicas que son Emergencias Médicas; y, Gestión del Riesgo y Desastre, el campus está ubicado en las calles Rumipamba y Ulloa, sector El Inca, cumplen con todas las normas ambientales y municipales; al momento de obtener la LUAE para el edificio han sido rechazados en 4 ocasiones indicando que se encuentran a menos de 1.000 metros de una institución análoga, que es el Instituto Técnico Libertad, por lo que solicitan se revise el informe del Instituto Técnico Libertad, ya que tiene carreras diferentes a su Instituto, y a distancia.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Solicita al señor Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda indique sobre la distancia para el caso de 1.000 metros y el caso de 200 metros.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que en términos generales las distancias entre predios se miden desde la arista del polígono más cercano entre el un predio y el otro y se los mide de manera rectilínea.

Arq. Pablo Ortega, funcionario de Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Manifiesta que las escalas de equipamiento son de carácter zonal se aplica 1.000 metros; y, de 200 metros se aplica actividades de diversión.

Siendo las 10h21 ingresa en la sala de sesiones el concejal Eduardo del Pozo.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Consulta si tienen algo más que acotar.

Ing. Javier Sotomayor, Rector del Instituto Superior Tecnológico Cruz Roja Ecuatoriana: Indica que eso es todo y agradece por la acogida.

Salen de la sala de sesiones los representantes del Instituto Superior Tecnológico Cruz Roja Ecuatoriana.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Propone que, considerando la labor que realiza el Instituto, esto se lleve como un caso de excepción al Concejo Metropolitano, a fin del que disponga a la Secretaría que active la licencia, para lo cual se solicita un informe a Procuraduría Metropolitana y con ello, emitir el informe de la Comisión.

La Comisión acoge la propuesta presentada por el Concejal Garnica y **resuelve:** solicita a la Procuraduría Metropolitana remita un informe legal considerando que las carreras del Instituto Superior Tecnológico Cruz Roja Ecuatoriana y el Instituto Técnico Libertad no son análogas, así como la distancia y labor que desempeña la Cruz Roja Ecuatoriana.

2. EXPEDIENTE COMISIÓN No. 2015- 170635.

Solicitante: Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda.

Petición: Solicita conocimiento del proyecto de Ordenanza Sustitutiva de la Ordenanza Metropolitana No. 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística LMU 41 de Publicidad Exterior y su anexo técnico.

Informe Técnico: Favorable.

Informe Legal: Favorable con observaciones.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Manifiesta que el día viernes tuvieron una mesa de trabajo para el análisis de la Ordenanza, en la cual se hicieron varios requerimientos a ser presentados ante la Comisión, por lo que solicita se indique las incorporaciones; y, si los señores Concejales tienen alguna observación o pedido de aclaración adicional a lo que ya está establecido, lo indiquen.

Concejal Eduardo Del Pozo: Indica que tiene un poco de preocupación con esta ordenanza, principalmente por el proceso de análisis a la misma, se ha revisado cada artículo, sin embargo hace unas sesiones se presentó una nueva versión de la ordenanza, la cual es una ordenanza completamente nueva, la penúltima versión contaba con los informes técnico y legal, por lo que le preocupa cómo se están manejando en los distintos temas con el proyecto de ordenanza, no le parece lo más óptimo en razón del tiempo, tanto de la Secretaría, Procuraduría, de la Comisión; ha realizado un análisis comparativo entre la última versión que están presentado y la penúltima que cuenta con los informes, hay algunos cambios de redacción, pero no entiende el motivo de los mismos, se están incrementando algunos temas que no tienen mucha lógica, como el tema de delegaciones para dar concesiones; en la penúltima versión había un esquema claro sobre la publicidad en las empresas públicas y en la última versión se está dejando a un lado la autonomía



que tienen las empresas públicas en el manejo de la publicidad exterior, por lo que a su criterio la penúltima versión es mejor proyecto que la última planteada.

Concejal Patricio Ubidia: Manifiesta que en la mesa de trabajo señalo la misma preocupación, ya que se tenía un texto en el cual estaban trabajando y a partir de allí se hicieron algunas observaciones, viendo algunos detalles; si viene un texto totalmente diferente llama la atención y preocupa, porque de esa manera van a trabajar en algo y el día del Concejo tendrán otra cosa totalmente distinta; se suma a la preocupación del concejal Del Pozo, cree que es pertinente que se hagan las observaciones en base al penúltimo borrador del proyecto.

Concejal Jorge Albán: Indica que esos continuos cambios evidentemente han dificultado la discusión, ya que a momentos no se sabe que están discutiendo, por lo que está de acuerdo con esa preocupación, pero su impresión es que a partir de la segunda versión hasta la actual los cambios no son sustanciales, al igual que el manual técnico, va a ser necesario actualizar el informe jurídico; en la mesa de trabajo emitió su criterio, había la preocupación de mantener el artículo 14, aceptar la incorporación del artículo 15, presentó su observación al literal h) del artículo 18, cree que no tiene muchas más observaciones.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Manifiesta que como política de la Comisión, de aquí a futuro, toda ordenanza que se presente, se lo haga una vez que tengan los textos definitivos, ya que de lo contrario se tiene dificultades que dan una mala lectura afuera, por ejemplo, el señor Alcalde cree que la Comisión quiere boicotear esta ordenanza y es lo más alejado de la realidad, por lo que en el informe de la Comisión deben constar todos estos hechos, a fin que vean que trabajan con responsabilidad y con transparencia dentro de la Comisión; el último texto que fue presentado el viernes, en la mesa de trabajo, fue acogido para esta sesión, por respeto a los señores Concejales solicita que se revise desde la exposición de motivos y si tienen alguna observación o pedido de aclaración lo realicen. Espera que este tipo de circunstancias no se vuelvan a repetir, como Presidente de la Comisión se encargara de que no vuelva a suceder.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que se va a trabajar en la versión de 1 de marzo con las incorporaciones realizadas en la mesa de trabajo, exposición de motivos. (El proyecto de ordenanza se adjunta a la presente acta como anexo 1).

Concejal Jorge Albán: Consulta si desde la vigencia de la Ordenanza Metropolitana No. 330 ha habido participación del sector privado.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que a su criterio sí, en algún momento se indicó de 2 contratos; los licenciamientos son un acto administrativo que faculta a un privado a instalar en un espacio público; la participación privada está más relacionada al espíritu de la Ley de Modernización, que faculta mediante mecanismos de delegación a privados a la participación en materia de servicios u obras públicas.

Concejal Jorge Albán: Manifiesta que a su parecer eso es un imprecisión, ya que el licenciamiento a un privado es una forma de partición del sector privado en una actividad pública, a su parecer se debe matizar esa expresión.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Solicita se permita dar lectura al artículo 41 de la Ley de Modernización del Estado, que fija el concepto de participación, y dice: "Artículo 41.- delegación: El Estado podrá delegar a empresas mixtas o privadas la prestación de

servicios públicos de agua potable, riego, saneamiento, fuerza eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, facilidades portuarias, aeroportuaria y ferroviarias, servicio postal, u otras de naturaleza similar. La participación de las empresas mixtas o privadas se hará mediante concesión, asociación, capitalización, traspaso de propiedad accionaria, o cualquier otra forma contractual o administrativa de acuerdo a la ley. El estado cumplirá con su obligación de atender la educación y salud pública de los ecuatorianos, conforme los mandatos de la Constitución y sin perjuicio de la actividad que en dichas áreas cumpla el sector privado. La exploración y explotación de recursos naturales no renovables, cuya propiedad inalienable, imprescriptible pertenece al Estado, podrá hacerse a través de empresas públicas, mixtas o privadas”, sobre la palabra administrativa dice: “Nota: “o administrativa” Declarado Inconstitucional por Resolución del Tribunal Constitucional No. 193 de 12 de diciembre de 2000”.

Concejal Jorge Albán: Indica que la diferencia en las figuras de contratos no pueden ser contratos por vía resolución administrativa, tiene que haber una suerte de concurso, a eso se refiere, la decisión administrativa se mantiene para otras formas de autorización, y esa es una forma de involucrar la participación privada.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Manifiesta que el viernes se amplió la discusión sobre el tema, hay varios elementos, que se solicitó que se incorpore en el glosario lo que es bien público de dominio privado y un bien público de dominio público. En el tema de licenciamiento la idea es que todos tengan licenciamiento, no generar exclusiones en ese sentido.

Concejal Jorge Albán: Indica que según su punto de vista, debe ser de manera automática y sin ningún trámite adicional, para consolidar la autoridad pública.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Manifiesta que se solicitó que investiguen las ordenanzas vigente antes del 2013 hasta el 2014, a fin de ver cuál era el espíritu de la reforma planteada, y que se recoja ese espíritu de la norma, solicita se cumpla con ese pedido, y que se continúe con la revisión desde la exposición de motivos.

Siendo las 10h57 sale de la sala de sesiones el concejal Eduardo Del Pozo.

Dr. Alejandro Cevallos, funcionario del despacho del concejal Eduardo Del Pozo: Indica que el artículo 6 señala “las reglas técnicas detalladas en el Anexo Único del presente Título...”, debería decir de la presente ordenanza y no solo del título.

Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Manifiesta que esta Ordenanza es parte de la Ordenanza Metropolitana No. 308, se está incorporando un título a la Ordenanza Metropolitana No. 308 que establece el régimen de licenciamiento en el Distrito Metropolitana de Quito, por ello se dice anexo técnico de este título.

Siendo las 10h58 sale de la sala de sesiones el concejal Sergio Garnica Ortiz y encarga la presidencia al concejal Jorge Albán.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Señala que debería indicarse que es parte de la Ordenanza Metropolitana No. 308.

Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Manifiesta que eso indica el artículo 1, “agréguese en la Ordenanza Metropolitana No. 308, que

establece el Régimen Administrativo de las Licencias Metropolitanas y en particular de la Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito después del título II el siguiente título De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU-41”.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Consulta si son los libros que se iban a ir aglutinando y la Ordenanza Metropolitana No. 330 no estuvo agregada en la Ordenanza Metropolitana No. 308 como título.

Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que sí estuvo agregada.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Indica que entonces es una sustitución del Título II de la Ordenanza Metropolitana No. 308, es sustitución no agregación, es ordenanza sustitutiva como título II de la 308 que era del régimen administrativo de licencias, pero sí es explícito, a su parecer, ayuda, facilita o evita el equívoco que propone el Dr. Cevallos.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Manifiesta que el texto del artículo 1 sería: “Sustitúyase el Título II de la Ordenanza Metropolitana No. 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que estable el Régimen Administrativo de las Licencias Metropolitanas...”.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Propone que se ponga “del presente título de la Ordenanza Metropolitana No. 308” o “del Título II de la Ordenanza Metropolitana No. 308, porque queda explícito.

Para avanzar, indica que la reforma de la Ordenanza Metropolitana No. 330, en realidad pone énfasis en algunas cosas, la primera es la publicidad móvil, los primeros artículos se refieren básicamente a la publicidad móvil, pero luego hay una alusión al tema de la tasa, pero a partir del artículo 18 en adelante se refieren justo a los temas que están refiriendo, cree que sí vale la pena revisarlo, efectivamente consolida el concepto de concesión que ya estaba en la Ordenanza Metropolitana No. 330, ya había un título que hacía factible el procedimiento de concesión, le parece mejor el concepto de delegación que es lo que se está introduciendo ahora, le parece mejor porque deja abierto mejores opciones, debe estar establecido con claridad, obviamente, que el licenciamiento será bajo cualquier figura que se indique en el contrato y deja establecido que se podrá hacer por concesión o por licenciamiento en espacio público de dominio público o privado, que es lo razonable y se discutió el viernes. Se debe afinar mejor lo que fue el alcance de la reforma de la Ordenanza Metropolitana No. 330.

Abg. David Jácome, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que el artículo 1 quedaría de la siguiente manera: “sustitúyase el título II de Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU-41, de la Ordenanza Metropolitana No. 308, sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el Régimen Administrativo de las Licencias Metropolitanas y en particular de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, al tenor del siguiente texto”.

Dr. Héctor Chávez, funcionario del despacho del concejal Patricio Ubidia: Consulta sobre el título de la Ordenanza ya que dice: “Ordenanza Sustitutiva de la Ordenanzas Metropolitana 330”, y el artículo 1 habla de la Ordenanza Metropolitana No. 308.



Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que la Ordenanza Metropolitana No. 308 es la norma general que fija el tema de licenciamiento en el Distrito Metropolitano de Quito, establece que existe la LUAE, existe licencias urbanísticas, de edificación, de habilitación de suelo, de publicidad exterior, pero lo que hace es desagregar normativamente solamente la LUAE y dice que las otras se irán incorporando de acuerdo a como se vaya realizando la normativa, por eso se ha incorporado, por ejemplo, la Ordenanza Metropolitana No. 556 que tiene las LMU-10 y la LMU-20 y también se incorporó la Ordenanza Metropolitana No. 330 porque se refiere a la Licencia de Publicidad Exterior, por eso se ha puesto de esa manera sustituir el Título II de la Ordenanza Metropolitana No. 308.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Sugiere que en el título también refleje eso, pero cambiando por: Ordenanza Sustitutiva del Título II de la Ordenanza Metropolitana No. 308 que establece el régimen administrativo de la "Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior".

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que van a controlar que esta concordancia este bien redactado, solicita se verifique si es el Título II o III.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Manifiesta que la Ordenanza Metropolitana No. 330 dice: "Agréguese a la Ordenanza Metropolitana No. 308, sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el Régimen Administrativo de las Licencias Metropolitanas y en particular de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, después del Título II"; por lo que debería ser tercero.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que ya está corregido.

Dr. Alejandro Cevallos, funcionario de del despacho del concejal Eduardo Del Pozo: Manifiesta que el literal g) del artículo 8 prohíbe la publicidad con hojas volantes en el espacio público, lo cual a su criterio debería ser permitido porque permite la publicidad de pequeños negocios.

Concejal Jorge Albán, Presidente de la Comisión (E): Indica que eso fue reforma de la Ordenanza Metropolitana No. 310, pero no recuerda cual fue la motivación de la reforma.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Señala que no tiene un histórico que los motivos para colocarlo como prohibición, pero debió haber razonamientos técnicos evidentes, ya que los volantes impactan en la salubridad del espacio público, son objeto de desperdicio a los pocos segundo de haberlos recibido, se puede entender que es una proliferación de elementos publicitarios que impactan en la imagen, en los costos de limpieza de la ciudad. Además la Ordenanza está regulando la publicidad exterior fija y móvil; y la publicidad en un volante no responde a ninguna de estas dos categorías.

Siendo las 11h23 ingresa en la sala de sesiones el concejal Sergio Garnica Ortiz y asume la presidencia.

Concejal Patricio Ubidia: Manifiesta que no tiene sentido que conste en la Ordenanza; además es un hecho que se va a seguir dando, por lo que se debería mejorar la dotación de basureros en espacio público.

Concejal Jorge Albán: Sugiere se lo deje con una interrogante para analizarlo mejor, se comprometa a averiguar cuál fue el sentido que el legislador tuvo en su momento para excluirlo, se debe entender que es en el espacio público.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Consulta si hay alguna observación al artículo 9.

Dra. Yohana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que se ha incorporado en los literales h), p); y, s).

Concejal Jorge Albán: Manifiesta que cuando se refiera al anexo de la Ordenanza se unifique con lo expresado en el artículo 6, solicita se explique los literales p); y, s).

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que si se considera un eje regenerado, el conjunto de acera, calzada y acera, se está permitiendo que se instale publicidad de pequeño formato en ese eje regenerado y se prohíbe que en propiedad privada se instale publicidad, con la finalidad de potenciar económicamente la explotación comercial municipal sobre el eje recuperado, es el espíritu del literal s).

Concejal Jorge Albán: Indica no le parece que 10 metros, que constan en el literal p), sea un pequeño formato, se debería dejar pequeño formato de acuerdo a la regla técnica, y en la regla técnica se bien específico, podría quedar "cualquier tipo de publicidad con un formato no mayor a 2 metros, excepto en los casos previstos en el manual técnico".

Abg. Patricia De Guzmán, funcionaria de la Alcaldía Metropolitana: Señala que en literal s) se debería eliminar "de dominio".

La Comisión acoge las observaciones presentadas en el artículo 9.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Consulta si hay alguna observación en el artículo 10.

Concejal Marco Ponce: Indica que se debería incorporar en el literal d) luego de ventanas laterales, la palabra "delanteras", y después de vehículos incorporar "particulares".

Siendo las 11h43 sala de la sala de sesiones el concejal Jorge Albán.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Propone que en el literal b) luego de sustancias se incorpore "y/o elementos".

La Comisión acoge las observaciones presentadas al artículo 10.

Siendo las 11h49 ingresa en la sala de sesiones el concejal Eduardo Del Pozo.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Indica que el artículo 11, según se había indicado es letra muerta, por lo que solicita se analice la posibilidad de eliminar este artículo.

Consulta si hay alguna observación al artículo 12.

Dra. Yohana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que se va a unificar el tema del Anexo Único del Título Tercero de Ordenanza Metropolitana No. 308.

Concejal Marco Ponce: Indica que se debería normar la publicidad aérea.

Siendo las 11h52 ingresa en la sala de sesiones el concejal Jorge Albán.

Dra. Yohana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda: Manifiesta que el artículo 7 la ordenanza habla sobre publicidad exterior móvil.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Consulta al Arq. Herdoíza sobre la posibilidad de eliminar el artículo 11.

Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda: Indica que las actuaciones experimentales son los tubos que se inflan con el fin de comunicar una actividad cultural o deportiva, es auspiciado por una empresa de deportes o de bebidas, es una especie de comodín para poner lo que no está normado por otras figuras más clásicas, a su criterio debería mantenerse en caso de que se realice una maratón, una competencia. Está relacionada a una publicidad temporal, utiliza por ciertas horas el espacio público, es removible.

Concejal Jorge Albán: Señala que se debería mantener.

La Comisión resuelve mantener el artículo 11.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Indica que mantiene el artículo 14 y en el artículo 15 se incorpore después de la palabra delegada *"personas naturales o jurídicas; públicas, privadas o mixtas; nacionales o extranjeras"*.

La comisión acoge las propuestas presentadas en los artículos 14 y 15.

Concejal Jorge Albán: Propone para el numeral 2 del artículo 16 el siguiente texto: *"En los casos previstos en el Capítulo IX de este Título "Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público de dominio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria", el licenciamiento se entenderá otorgado de manera tácita al momento de la firma del contrato."*

La Comisión acoge la propuesta presentada al artículo 16.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Manifiesta que en el artículo 19 se cambie organismos y órganos por *"dependencias"*, y se eliminen los literales b), i); y, j).

La comisión acoge las propuestas presentadas al artículo 19.

Siendo las 12h26 sale de la sala de sesiones el concejal Marco Ponce.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Indica que el literal c) del artículo 20 queda pendiente su revisión.

Siendo las 12h34 ingresa en la sala de sesiones el concejal Marco Ponce.

Concejal Jorge Albán: Propone que en el título del artículo 30 se incorpore “solicitada por el administrado”.

La Comisión acoge la propuesta presentada al artículo 30.

Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión: Propone que se suspenda la sesión y se reinstalen el día de mañana 15 de marzo a las 11h00.

Siendo las 13h09, se suspende la sesión, la misma que se reinstalará el 15 de marzo de 2016.

REINSTALACIÓN

En el Distrito Metropolitano de Quito, a los quince días del mes de marzo del año dos mil dieciséis, siendo las 11h21, luego de que han transcurrido 20 minutos de la hora señalada para dar inicio con la reinstalación sesión ordinaria de la Comisión de Uso de Suelo, convocada para el martes 15 de febrero de 2016 a las 11h00, de conformidad con lo establecido en el artículo 22 de la Ordenanza Metropolitana No. 003, sancionada el 31 de mayo de 2014, que regula la conformación, funcionamiento y operación de las Comisiones del Concejo Metropolitano de Quito; y, al no contar con el quórum reglamentario, el señor Presidente de la Comisión, concejal Sergio Garnica Ortiz, cancela la sesión. Para el efecto se sienta la respectiva razón.

Siendo las 11h21, se clausura la sesión. Firman para constancia de lo actuado el señor Presidente de la Comisión, y la señorita Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito.

Abg. Sergio Garnica Ortiz
Presidente de la Comisión de
Uso de Suelo

Sr. Jorge Albán
Presidente de la Comisión de
Uso de Suelo (E)

Abg. María Elisa Holmes Roldós
Secretaria General del Concejo
Metropolitano de Quito



VLJ

COMISIÓN DE USO DE SUELO

MARTES 15 DE MARZO DE 2016

RAZÓN: En el Distrito Metropolitano de Quito, a los quince días del mes de marzo del año dos mil dieciséis, siendo las 11h21, luego de que han transcurrido 20 minutos de la hora señalada para dar inicio con la reinstalación sesión ordinaria de la Comisión de Uso de Suelo, convocada para el martes 15 de febrero de 2016 a las 11h00, de conformidad con lo establecido en el artículo 22 de la Ordenanza Metropolitana No. 003, sancionada el 31 de mayo de 2014, que regula la conformación, funcionamiento y operación de las Comisiones del Concejo Metropolitano de Quito; y al no contar con el quórum reglamentario, el señor Presidente de la Comisión, concejal Sergio Garnica Ortiz, cancela la sesión.

Se registra la presencia del señor concejal: MSc. Patricio Ubidia.

Además, se registra también la presencia de los siguientes funcionarios: Dr. Édison Yépez, funcionario de la Procuraduría Metropolitana; Dra. Yhoana Mogrovejo y Arq. David Jácome, funcionarios de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda; Dra. Patricia De Guzmán, funcionaria de la Alcaldía Metropolitana; Lic. Mariela Choez y Dr. Álvaro Fiallos, funcionarios del despacho del concejal Sergio Garnica Ortiz; Ing. Jorge Caicedo y Dr. Héctor Chaves, funcionarios del despacho del concejal Patricio Ubidia.

Para constancia firman el señor Presidente de la Comisión y la señorita Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito.

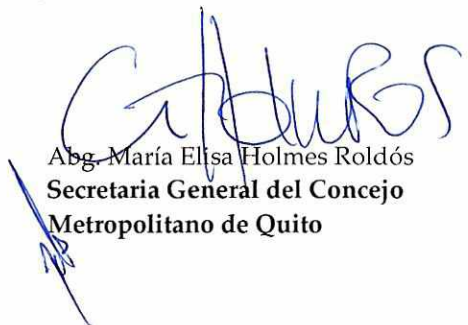


Abg. Sergio Garnica Ortiz
**Presidente de la Comisión de
Uso de Suelo**

VLJ 15/03/2016



Atentamente,



Abg. María Elisa Holmes Roldós
**Secretaria General del Concejo
Metropolitano de Quito**

ANEXO

1

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Hoy en día, la publicidad es un recurso social y económico imprescindible que permite la difusión de información y contenidos referidos a los bienes y servicios que produce la sociedad contemporánea. Dada su amplia presencia en la vida cotidiana y en el paisaje edificado de la ciudad, la regulación y control de la publicidad instalada en el espacio público es de particular interés para la Administración Municipal, tanto por sus impactos en la imagen urbana como por los potenciales beneficios que su gestión puede otorgar a favor de la ciudad.

Conforme lo señalan los artículos 54 y 84, literal m), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos "(...) m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal (o metropolitano) y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización, (o metropolitano) añadido (...)".

Esta atribución, de esencial importancia para regular y controlar las actuaciones publicitarias exteriores en un entorno paisajístico tan complejo y privilegiado como el de Quito, con el objeto de precautelar la calidad de vida de sus ciudadanos, conlleva el perfeccionamiento de herramientas normativas que permitan llevar a término los objetivos del ordenamiento visual de la ciudad, incorporando la participación de los actores públicos y privados que intervienen en la producción publicitaria.

Consecuentemente, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito ha venido ejerciendo dicha función en virtud de lo dispuesto en la Ordenanza Metropolitana No. 0330, de 23 de noviembre de 2010, reformada mediante Ordenanza Metropolitana No. 0310, de 30 de octubre de 2012, la cual estableció el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41) -, así como las condiciones a las cuales se sujeta la instalación y ejercicio de la actividad publicitaria en el Distrito, tanto para la publicidad exterior fija, como para la publicidad exterior móvil, incluyendo la publicidad exterior de terceros en espacio público.

El cuerpo normativo en referencia regula la publicidad exterior colocada en espacio público de dominio privado y de dominio público, mediante el establecimiento de condiciones, reglas técnicas y procedimientos de licenciamiento que han permitido el ejercicio de la actividad publicitaria exterior.

Sin embargo, es importante destacar que la Ordenanza Metropolitana No. 0330 y su reforma (O.M. 310) no han generado un mecanismo idóneo para habilitar la

participación de la iniciativa privada en actividades publicitarias en espacio público de dominio público, en vista de que el régimen jurídico establecido en el Capítulo IX de la precitada ordenanza establece que la publicidad exterior de terceros, identificada territorialmente bajo el concepto de "Puntos de Publicidad Exterior", será objeto de concesión aun estando ubicada en espacio público de dominio privado, lo cual resulta improcedente por la naturaleza jurídica del dominio privado, ya que no puede ser objeto de una concesión pública.

Comentario [SdC1]: El instrumento no fe adecuado para propiciar o fomentar la participación del sector privado mediante los mecanismos de delegación. Definir de manera exacta idoneidad del instrumento.

Por otro lado, dicha normativa municipal se focaliza únicamente en la modalidad de concesión - basada en los resultados de la Subasta al Alza de los "Puntos de Publicidad Exterior"- como el mecanismo de competencia del sector privado (es decir de empresas publicitarias) para el desarrollo de planes de intervención trianual, sin considerar las demás modalidades de delegación a la iniciativa privada previstas en la Ley de modernización del Estado.

Es por tanto necesario establecer un régimen jurídico claro, amplio y suficiente que permita incentivar la participación del sector privado en un ámbito de la gestión pública que, como ya se ha dicho, redunde en los beneficios de una ciudad con mayor calidad ambiental, imagen urbana ordenada y espacios públicos de calidad.

Existen modelos exitosos, según lo demuestran las buenas prácticas de otras ciudades de la región y del mundo, que han visto mejoras sustanciales en la dotación y mantenimiento del mobiliario urbano, producto de contraprestaciones por la explotación del espacio público con dichos fines. Este nuevo marco normativo posibilitará llevar a cabo procesos competitivos que, basados en un adecuado aprovechamiento del espacio público con fines publicitarios, permitirá al municipio obtener contraprestaciones (dinerarias o en especie) a cambio de la explotación comercial de los Puntos de Publicidad Exterior situados en espacio público de dominio público.

Expresado de otra manera, al ser el espacio público de dominio público un bien escaso y por tanto cotizado por el mercado de la publicidad, esta reforma busca afinar el marco normativo de Quito con la finalidad de obtener, a favor de la ciudad, el mejor beneficio de la participación pública y privada en materia de explotación publicitaria. Al tiempo, el modelo normativo propuesto posibilitará un despliegue territorial planificado y organizado de la publicidad, entendiéndose que este importante vector de la economía capitalina debe contribuir en mejores prestaciones del espacio público.

Por otra parte, y con relación a la publicidad exterior fija que está sujeta a licenciamiento, el censo 2016 levantado por la administración municipal evidencia que, en el Distrito Metropolitano de Quito, el 89% de elementos publicitarios que han sido instalados no cuentan con la licencia metropolitana urbanística de publicidad exterior – LMU (41), prevista en la Ordenanza Metropolitana No. 0330. Por tanto, y con la finalidad

de regularizar esta proliferación de actividad publicitaria no licenciada, la presente Ordenanza Sustitutiva propone un régimen transitorio de regularización previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en este cuerpo normativo.

Por los motivos expuestos, se justifica y hace necesaria la presente propuesta de sustitución de la Ordenanza Metropolitana No. 0330, de 23 de noviembre de 2010, reformada mediante Ordenanza Metropolitana No. 0310, de 30 de octubre de 2012, con la finalidad de contar en un solo texto con la normativa que permita una adecuada gestión de la competencia municipal antes señalada, bajo un claro y aplicable régimen jurídico de publicidad exterior.

PRIMER DEBATE

**ORDENANZA METROPOLITANA No.
EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO**

Visto el informe No. de de 2016, de la Comisión de Suelo del Concejo Metropolitano de Quito;

CONSIDERANDO:

- Que,** de conformidad a lo determinado en el artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador, en adelante "Constitución", es derecho de toda la población vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo"*;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de *"Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental"*;
- Que,** es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que,** la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, en el numeral 1 del artículo 2, establece que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito cumplirá, entre otras, con las finalidades de regular el uso y la adecuada ocupación del suelo;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 57 literal c), faculta a los gobiernos autónomos descentralizados municipales para crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones de mejoras, y de ordenamiento;

- Que,** el Concejo Metropolitano de Quito expidió la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU – (41);
- Que,** el Concejo Metropolitano de Quito expidió la Ordenanza Metropolitana No. 310, sancionada el 29 de octubre de 2012, reformativa de la Ordenanza Metropolitana 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU – (41);
- Que,** corresponde al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, contar con una administración pública que constituya un servicio a la colectividad regido por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, desconcentración, coordinación, planificación, transparencia y evaluación;
- Que,** es indispensable modernizar, automatizar y simplificar los trámites relativos a varios de los servicios que presta a los ciudadanos la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito;
- Que,** el otorgamiento de la autorización de publicidad exterior debe estar guiado por principios de simplicidad, agilidad y modernidad, a fin de cumplir con los objetivos de racionalización y eficiencia administrativa, así como la desconcentración y la simplificación previstos en la Ley de Modernización del Estado;
- Que,** es indispensable regular la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, con el fin primordial de compatibilizar esta actuación con la protección de la seguridad ciudadana, la prevención de la contaminación ambiental, la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano, y el buen uso del espacio público; y,
- Que,** la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior es una fuente potencial de recursos que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe administrar bajo un régimen jurídico que posibilite la incorporación del sector privado en la explotación comercial de la publicidad, en contraprestación de beneficios dinerarios o en especie que permitan a la municipalidad garantizar espacios públicos de calidad en concordancia con lo establecido en el marco normativo vigente.

Que, es necesario insertar dicha regulación dentro de los esquemas de racionalización de licenciamientos en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, como herramientas de gestión administrativa, por las que el Municipio, en tutela de los bienes jurídicos respecto de los que ejerce competencia, autoriza actuaciones a los administrados.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA SUSTITUTIVA DEL TÍTULO SEGUNDO DE LA ORDENANZA 308 QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU - (41)

Artículo 1.- Sustitúyase el Título II “de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior -LMU 41” de la Ordenanza Metropolitana No. 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el Régimen Administrativo de las Licencias Metropolitanas y, en particular, de la Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, al tenor del siguiente texto:

TÍTULO...

DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE
PUBLICIDAD EXTERIOR - LMU (41)

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo... (1).- Objeto.- El presente título tiene por objeto regular las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar la colocación de la publicidad exterior con la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente, y mantenimiento y mejora del ornato y paisaje en el Distrito Metropolitano de Quito.

Eliminado:

Eliminado: a

Eliminado: ordenanza metropolitana 330 que establece el

Comentario [SdC1]: LA ORDENANZA SUSTITUTIVA DE LA ORDENANZA METROPOLITANA 330 QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU - (41)

Con formato: Resaltar

Eliminado: Agréguese

Eliminado: a

Con formato: Resaltar

Eliminado: después del Título II, el siguiente Título: “De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior -LMU 41-”,

Artículo... (2).- Ámbitos territoriales de actuación.- La Publicidad Exterior puede ser instalada en el espacio público de dominio público o privado, de acuerdo a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la presente Ordenanza Metropolitana, bajo la denominación de *“Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”*, instrumento que podrá ser modificado a través de Resolución del Concejo Metropolitano, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Artículo... (3).- Espacio Público.- Para los efectos del presente Título se entenderá por espacio público, el espacio de dominio público o privado en el que la publicidad exterior colocada es visible; incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general, en los que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.

Artículo... (4).- Publicidad Exterior.- Para efectos de este Título, se entenderá por Publicidad Exterior la que es visible desde el espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurren por lugares o ámbitos de utilización común.

Artículo... (5).- Actividad Publicitaria Exterior.- Para efectos de este Título, se entenderá por actividad publicitaria exterior toda acción comunicacional encaminada a difundir, mediante los medios previstos en esta ordenanza, la existencia de un bien o servicio, de una actividad y/o mensaje de toda índole, dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

Artículo... (6).- Publicidad Exterior Fija.-

1. La publicidad exterior fija es la que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en el espacio público, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del Título ~~Innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana 308.~~

2. La publicidad exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos, con sujeción a lo establecido en el anexo precitado.

Eliminado: presente

Con formato: Resaltar

Artículo... (7).- Publicidad Exterior Móvil.-

1. La publicidad exterior móvil es la que tiene como finalidad la transmisión de mensajes publicitarios, a través de la utilización de medios de transporte como soportes publicitarios de carácter móvil, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del presente Título.

2. Para efectos de este artículo, se incluyen como medios de transporte a vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente, debidamente habilitados administrativamente para este propósito.

3. No se autorizará, sin embargo, la publicidad exterior en vehículos, camiones, camionetas, remolques o cualquier vehículo de similares características, en circulación o estacionados, en los cuales se instalen paneles en su plataforma de carga y cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.

Artículo... (8).- Medios de expresión publicitaria no autorizados.- Se prohíbe con carácter general:

- a) La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público;
- b) La publicidad exterior que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos constitucionales;
- c) La publicidad exterior engañosa, es decir aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error a sus destinatarios;
- d) La publicidad exterior subliminal, es decir, la que mediante técnicas de producción de estímulos o de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida;
- e) La publicidad exterior de bebidas alcohólicas, de tabaco y toda aquella que contravenga lo dispuesto en el Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;

- f) La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares; y,
- g) La publicidad con hojas volantes en el espacio público??.

Artículo... (9).- Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.- Se prohíbe con carácter particular:

- a) La colocación de publicidad exterior en las edificaciones galardonadas con el "Premio al Ornato", a excepción de los rótulos que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- b) La publicidad exterior en zonas declaradas de interés histórico y/o artístico, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con excepción de los rótulos a los que se refiere el literal a) precedente, así como los equipamientos o servicios asentados en dichas áreas y permitidos por el ordenamiento jurídico metropolitano;
- c) Vallas publicitarias y tótems publicitarios en áreas históricas y bienes inventariados;
- d) La publicidad exterior en espacios naturales protegidos, salvo en aquellas zonas en donde se hayan desarrollado urbanizaciones e intervenciones constructivas de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- e) La publicidad exterior en árboles, márgenes de ríos y quebradas y toda aquella que pretenda ser instalada en un radio de doscientos metros de miradores y observatorios de la ciudad, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- f) La publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua potable, energía eléctrica, telefónicos, postes de semáforos y similares;
- g) La publicidad exterior que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización urbana, vial y semaforización de tránsito, de cualquier naturaleza, o la nomenclatura urbana;

- h) La publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas, salvo el caso de las Actuaciones Publicitarias Experimentales según lo previsto en este Título y en edificaciones en construcción y mantenimiento según lo previsto en el Anexo Único de esta ordenanza;
- i) El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- j) Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano;
- k) La publicidad exterior realizada mediante carteles y pancartas atravesados en cualquier tipo de vía;
- l) La publicidad exterior en espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel, vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico, túneles, salvo el caso de las Actuaciones Publicitarias Experimentales según lo previsto en este Título;
- m) Cualquier elemento componente de un medio de publicidad exterior en y/o sobre terrazas, techos o cubiertas de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificaciones que no posean cubierta, salvo los catalogados como espacios de servicio general o proyecto especial;
- n) Los mensajes publicitarios o de razón social "en bandera" que sobresalgan de la línea de fábrica y aquellos que sobresalgan de las fachadas de los edificios, exceptuando los casos previstos en el Anexo Único de esta ordenanza;

Con formato: Resaltar

- o) La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;

- p) Cualquier tipo de publicidad con un formato mayor a 2 m² por cara, excepto en los casos previstos en la Regla Técnica en escalinatas y parterres de todo tipo o en bulevares intervenidos, o en zonas en las que se ha ejecutado el soterramiento de cables o cualquier otra intervención de imagen urbana o mejoramiento del espacio público realizada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en los términos previstos en este Título;

Comentario [SdC2]: En la regla técnica se debería definir los formatos y sus dimensiones (paradas).

Con formato: Resaltar

Eliminado: 10

Con formato: Resaltar

Con formato: Español (Ecuador)

- q) Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa;
- r) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de rótulos que están autorizados y normados por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE); y,
- s) La colocación de publicidad exterior en retiros y fachadas de predios privados o públicos situados a lo largo de los bulevares intervenidos, o en zonas en las que se ha ejecutado el soterramiento de cables o cualquier otra intervención de imagen urbana o mejoramiento del espacio público realizada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o con inversión pública o privada.

Eliminado: de

Eliminado: dominio

Artículo... (10).- Prohibiciones particulares para la publicidad móvil.- Se prohíbe con carácter particular:

- a) La publicidad exterior colocada en medios móviles, que sobresalga en la parte lateral, frontal o superior del vehículo en más de 10 cm; a excepción de la modalidad de taxis, conforme a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del presente Título;
- b) La utilización de sustancias y/o elementos reflectantes, TV, pantallas LED o procedimientos internos o externos de iluminación con colores o composiciones que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales, o confusión con señales de tránsito o de seguridad luminosa;
- c) La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal y ventanas laterales, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;
- d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales delanteras de los vehículos particulares;
- e) La publicidad exterior en vehículos exclusivamente destinados a la explotación de publicidad o en los cuales se instalen paneles en la plataforma de carga de camionetas o camiones con tal fin;

- f) La publicidad exterior en remolques, plataformas o vehículos de similares características, en circulación o estacionados, cuya única y exclusiva finalidad sea la transmisión del mensaje publicitario o la explotación de publicidad; y,
- g) La publicidad exterior que ocupe la totalidad de la carrocería vehicular o similar, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

Artículo... (11).- Actuaciones Publicitarias Experimentales:

1. Con carácter experimental de arte y cultura se podrán autorizar actuaciones no contempladas en este Título para su realización de forma temporal, incluso en espacios públicos, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.
2. En todas las actuaciones publicitarias experimentales deberán reservarse espacios para la promoción del Distrito Metropolitano de Quito o de acontecimientos en los que participe directamente. La determinación de los espacios, contenidos y formatos promocionales se coordinará por la autoridad administrativa otorgante y requerirá su conformidad.

Comentario [SdC3]: Se propone eliminar

Artículo... (12).- Condiciones Generales de los Soportes Publicitarios:

1. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad para el desarrollo de su función, además de contribuir al ornato público. Las empresas licenciadas y/o habilitadas para ejercer publicidad bajo las modalidades previstas en la Ley y en esta ordenanza, deberán mantener una póliza de seguros vigente de responsabilidad civil y daños a terceros, sobre las estructuras publicitarias existentes, misma que será fijada en función del número y tipo de elementos publicitarios a ser instalados.
2. Los soportes publicitarios deberán sujetarse a las Reglas Técnicas previstas en el Anexo Único de esta Ordenanza Metropolitana bajo la denominación de "**Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito**".
3. En cada soporte publicitario deberá constar, en lugar visible y de acuerdo a las especificaciones establecidas en las **Reglas Técnicas para la instalación de Soportes**

Con formato: Resaltar

Con formato: Resaltar

Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, una placa identificativa con al menos la siguiente información:

- i) Para LMU (41): El número de la LMU (41), la fecha de otorgamiento, la vigencia de la licencia y el nombre de su titular.
- ii) Para concesiones y otras modalidades de delegación: nombre y contactos de la entidad responsable del soporte publicitario; número o identificación del contrato, fecha de vencimiento, código de identificación del elemento publicitario.

Artículo... (13).- Condiciones Generales de la Publicidad Exterior:

La publicidad exterior deberá cumplir con las normas administrativas previstas en este título y se sujetarán además a lo dispuesto en las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta Ordenanza Metropolitana bajo la denominación de **"Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito"**.

Con formato: Resaltar

Artículo... (14).- Planes de intervención en el espacio público:

1. Con el fin de regular la intervención en el espacio público con publicidad y, especialmente, la colocación de publicidad de formato menor a 10m² en el espacio público de dominio público, podrán acordarse con particulares planes de intervención a iniciativa de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. Los planes de intervención deberán incluir las siguientes consideraciones:
 - a) Especificaciones y tipo de soporte publicitario;
 - b) Localización y ubicación de soportes dentro de la ciudad;
 - c) Licencias o autorizaciones vinculadas con la intervención; y,
 - d) Otras que se determinen por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.
2. Para efectos de la ejecución de los planes de intervención precitados, el Municipio de Distrito Metropolitano de Quito podrá suscribir contratos de concesión o bajo otras modalidades de delegación y participación del sector privado, conforme lo previsto en la ley, y para la explotación de publicidad exterior implantada en espacio público de dominio público y según el procedimiento previsto en la ley.

Artículo... (15).- Formas de Explotación Comercial de la Publicidad:

La Publicidad Exterior Fija instalada en el espacio público de dominio público o la publicidad móvil y/o fija instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas, a la que se refiere la presente Ordenanza, podrá ser sujeto de explotación comercial y,

como tal, responderá según el objeto del contrato del que se trate, a una doble cualidad: i) de forma de recaudo o; ii) de forma de pago.

- i) Como forma de recaudo, los puntos de publicidad exterior serán susceptibles de ser subastados o su explotación comercial delegada a personas naturales o jurídicas; públicas, privadas o mixtas; nacionales o extranjeras, en cualquiera de las formas previstas en la legislación vigente. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y/o sus empresas públicas, bajo esta modalidad, podrá determinar que el pago de la contraprestación se realice en numerario o en especie.
- ii) Como forma de pago por el servicio, obra o uso público, que el Municipio no sea capaz de asumir por sí mismo y, por tanto, sea delegado a la iniciativa de personas naturales o jurídicas; públicas, privadas o mixtas; nacionales o extranjeras, se autorizará la explotación comercial de puntos de publicidad a favor de las empresas delegatarias.

Eliminado: la iniciativa mixta o privada

Eliminado: empresas mixtas o privadas

La publicidad entregada como forma de pago se sujetará al régimen descrito en los Pliegos de Condiciones del contrato de delegación que contendrán, al menos, reglas técnicas y especificaciones, exigencias, emplazamientos, condiciones y duración, definidas específicamente en cada ocasión, con el fin de regular la delegación de cualquiera de estas prestaciones.

CAPÍTULO II

NATURALEZA, ALCANCE Y DEFINICIONES DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (16).- Acto administrativo de autorización.-

1. La Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior es el acto administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular la utilización o aprovechamiento del espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros o publicidad exterior móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. En los casos previstos en el Capítulo IX de este Título "Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público de dominio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria", el licenciamiento se entenderá otorgado de manera tácita al momento de la firma del contrato.

Eliminado: Se exceptúa del acto administrativo

Eliminado: numeral primero de este artículo a la colocación de Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público de dominio público, que se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el

Artículo... (17).- Título jurídico.- El título jurídico que contiene el acto administrativo de autorización al que se refiere este Título se documentará bajo la denominación de "Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior", o por sus siglas LMU (41).

Artículo... (18).- Alcance de la LMU (41).-

1. El otorgamiento y obtención de la LMU (41) supone únicamente:
 - a) Que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en este Título; y,
 - b) Según corresponda a los procedimientos simplificado o especial, la declaración del administrado sobre el cumplimiento de los requisitos administrativos y Reglas Técnicas que le son aplicables; o, la verificación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito del cumplimiento de aquellos, a la fecha de la referida verificación.
2. La LMU (41) se entenderá otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad administrativa, civil o penal en que hubieran incurrido los titulares de la LMU (41) en el ejercicio de las actuaciones autorizadas.
3. El hecho de que un administrado realice la actuación licenciada con la LMU (41) no convalida el incumplimiento de otras obligaciones contenidas en el ordenamiento jurídico nacional o metropolitano, o su deber general de garantizar la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente en la colocación de publicidad exterior.

CAPÍTULO III

SUPUESTOS DE SUJECCIÓN Y DE EXENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (19).- Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones: Están obligados a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, y las comunidades que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros y publicidad exterior móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito. Se exceptúan las dependencias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Estado, los cuales adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas previstas en el Anexo único de la presente ordenanza con el objetivo de garantizar la seguridad de las personas, bienes y ambiente; y, coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana

Eliminado: o

Eliminado: organismos y órganos

No requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad realizada al interior de espacios privados siempre que no sea visible desde el espacio público;
- b) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;
- c) La publicidad exterior fija, referida exclusivamente a la ubicación de un rótulo, ubicada en el espacio público de dominio privado que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento, que se encuentra regulada específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE);
- e) La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m2, que identifique el proyecto arquitectónico y que contenga información respecto al número de registro de aprobación de planos y de la licencia metropolitana urbanística, así como el nombre del profesional responsable de la obra;
- f) La publicidad electoral en procesos electorales de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que cuente con autorización del propietario del bien inmueble en el que se va a instalar, y que se encuentra regulada por la normativa nacional en materia electoral y conforme el ordenamiento jurídico metropolitano;
- g) La publicidad exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular;
- h) Las actuaciones publicitarias experimentales autorizadas por el órgano competente;

Eliminado: ¶
¶
b) La publicidad exterior de terceros en el espacio público de dominio público, que se encuentra sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;

Eliminado: c

Eliminado: d

Con formato: Normal, Sangría:
Izquierda: 0 cm, Sangría francesa: 0,5 cm, No agregar espacio entre párrafos del mismo estilo, Sin viñetas ni numeración

Eliminado: ¶
¶
La publicidad exterior de terceros en espacio público de dominio público cuya explotación comercial hubiere sido entregada como forma de pago en la prestación un servicio, obra o uso público mediante la delegación a la iniciativa de empresas mixtas o privadas, supuesto bajo el cual el delegatario será responsable de que dicha publicidad esté sujeta a los parámetros acordados en el contrato de delegación; y,

Con formato: Fuente: Palatino
Linotype

Eliminado: ¶
<#>La publicidad exterior móvil instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas. ¶

CAPÍTULO IV

COMPETENCIA EN MATERIA DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (20).- Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41).- Son órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, para el otorgamiento de la LMU (41):

- a) El órgano rector del Territorio, Hábitat y Vivienda del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito será competente para otorgar la autorización correspondiente a las actuaciones publicitarias experimentales, dentro del procedimiento especial;
- b) Las Administraciones Zonales, en su respectiva circunscripción territorial, serán competentes para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) La autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito será competente para otorgar autorizaciones relativas a la publicidad exterior móvil y la publicidad exterior fija en parqueaderos, estaciones y terminales del sistema de transporte público, en sujeción a lo establecido en el Anexo Único del presente título.

Comentario [SdC4]: Revisar competencia para autorizar servicio de transporte...

Eliminado:

Artículo... (21).- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.-

1. Una vez que la LMU (41) haya sido emitida por la autoridad administrativa otorgante, le corresponde a la Agencia Metropolitana de Control ejercer las potestades de inspección general, de instrucción y de juzgamiento administrativo, de conformidad con la Ordenanza Metropolitana que norma el régimen jurídico de control administrativo en el Distrito Metropolitano de Quito.
2. Las tareas de inspección, después del otorgamiento de la autorización de publicidad experimental en el procedimiento especial, estarán a cargo de la Agencia Metropolitana de Control.
3. La Autoridad Administrativa Otorgante y la Agencia Metropolitana de Control, deberán coordinar el ejercicio de la potestad inspectora que tienen atribuida, cada una en la etapa del procedimiento administrativo que les corresponde.
4. Para el ejercicio de la potestad de inspección, la Autoridad Administrativa Otorgante y la Agencia Metropolitana de Control podrán contar con el auxilio de las Entidades Colaboradoras, bajo la modalidad de contrato administrativo o por el sistema de libre concurrencia. Las Entidades Colaboradoras únicamente ejercerán funciones auxiliares de comprobación del cumplimiento de normas administrativas y de las Reglas Técnicas, a través de emisión de informes y certificados de conformidad producto de inspecciones o verificaciones.

CAPÍTULO V

DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA EL OTORGAMIENTO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (22).- Categorización de las actuaciones de Publicidad Exterior para determinar el procedimiento administrativo de licenciamiento.-

1. Con el fin de determinar las actuaciones de publicidad exterior cuyo licenciamiento se sujeta a los procedimientos simplificado y especial, se diferencian dos categorías, en razón de la compatibilización de esta actividad con el fin previsto por las normas contenidas en este Título.
 - a) La categoría I, sujeta al procedimiento especial, corresponde a las Actuaciones Publicitarias Experimentales.
 - b) El resto de actuaciones corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado, incluyendo la publicidad exterior móvil.

Cualquier otra actuación de publicidad exterior no prevista en este Título y que no implique afectación a la salud de las personas, bienes o ambiente, tales como la contenida en globos aerostáticos o similares, la que porten bicicletas o sillas de ruedas no motorizadas, la de difusión de actividades o eventos, o similares se sujetarán al procedimiento administrativo simplificado.

2. La publicidad exterior fija de terceros colocada en el espacio público de dominio público, en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título.

SECCIÓN I

LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SIMPLIFICADO

Artículo... (23).- Trámite.- El procedimiento administrativo simplificado estará sujeto al régimen general de licenciamiento, únicamente con las variaciones previstas en esta Sección. En cualquier caso, de ser necesario, el flujo de los procedimientos se organizará mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa.

Artículo... (24).- Otorgamiento automático de la LMU (41).-

Comentario [SdC5]: Incluir en el léxico la definición de espacio público interno y externo... Establecer la política respecto de la publicidad en espacios interiores de vehículos de transporte público masivo y paradas y/o andenes... En el glosario incluir definición de espacio público exterior dentro de paradas de transporte público masivo. Publicidad es autorizada y los directorios ponen normas técnicas.

1. En el procedimiento administrativo simplificado, la mera presentación del formulario de solicitud de la LMU (41) conllevará automáticamente su otorgamiento cuando se cumplan simultáneamente las siguientes condiciones:
 - a) Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la Autoridad Administrativa Otorgante y en el lugar que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito hubiere habilitado para el efecto;
 - b) Que la actuación materia del licenciamiento esté reglado por este procedimiento;
 - c) Que el formulario de solicitud cumpla con los requisitos establecidos y conste la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y de Reglas Técnicas vigentes;
 - d) Que se hubieren acompañado todos los requisitos documentales exigidos dentro del procedimiento; y,
 - e) Aquellas condiciones que vía Resolución Administrativa se determinen atendiendo a las necesidades de la gestión.
2. Se informará al administrado en el acto de entrega del formulario de solicitud de la LMU (41), el cumplimiento de las condiciones establecidas en el numeral precedente y continuará con el procedimiento de emisión de la LMU (41).
3. Si el administrado no hubiese cumplido las condiciones previstas en el numeral 1 de este artículo, es responsabilidad del funcionario asignado al trámite explicar las razones e informar al administrado las acciones que deba tomar para obtener la LMU (41).

Artículo... (25).- Responsabilidad y alcance específico de la LMU (41) en el procedimiento simplificado.-

1. La Autoridad Administrativa Otorgante emitirá la LMU (41) con la constatación del cumplimiento de los requisitos formales para su otorgamiento.
2. La emisión de la LMU (41) en el procedimiento administrativo simplificado no supone opinión alguna del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito sobre el

cumplimiento de los requisitos materiales, sean éstos normas administrativas o Reglas Técnicas, para el ejercicio de la actuación de publicidad exterior de la que se trate.

3. La verificación de los requisitos materiales para el ejercicio de la actividad, acción o actuación de publicidad exterior se efectuará con posterioridad al otorgamiento de la LMU (41).
4. El titular de la LMU (41) es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud. La información sobre cuya base se emite la autorización administrativa se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones.
5. Las LMU (41) emitidas deberán ser inscritas en el Registro General de Licencias Metropolitanas.

SECCIÓN II

LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ESPECIAL

Artículo... (26).- Trámite.- El procedimiento administrativo especial estará sujeto a la presentación de un estudio de la propuesta de la actuación publicitaria experimental. La autorización otorgada por el órgano competente, en base a la información proporcionada, se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones por parte del órgano de Control del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo... (27).- Prohibición general.- El administrado cuya actuación se encuentre sujeta a este procedimiento no podrá iniciarla ni continuarla si es que no cuenta con la autorización correspondiente por parte del órgano competente.

CAPÍTULO VI

DE LA VIGENCIA, MODIFICACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (28).- Vigencia de la LMU (41).-

1. La LMU (41) tiene una vigencia anual, con renovaciones automáticas hasta por cuatro años, sin perjuicio de las potestades de control y siempre que en cada año, hasta el 30 de abril, se cancelen las tasas a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. Al concluir el

cuarto año, caducará automáticamente debiendo el administrado, de ser su interés, reiniciar el proceso de licenciamiento.

2. Atendiendo al dígito final de la LMU (41) la Autoridad Administrativa Otorgante podrá organizar, mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa, los períodos de obtención o renovación de que trata el numeral precedente.
3. Podrá otorgarse una LMU (41) de vigencia temporal menor, cuando así sea requerido expresamente por el administrado o cuando el inicio de la actuación de publicidad exterior se produzca en el transcurso del año calendario. En este caso, transcurrido el término de vigencia, no será necesario presentar la comunicación de cese de actividades a que se refiere este título.
4. La autorización obtenida en el procedimiento administrativo especial no podrá ser renovada como tal.

Artículo... (29).- De la renovación de la LMU (41).-

1. Anualmente, el administrado deberá realizar el pago de la tasa vinculada con el ejercicio de las actuaciones de publicidad exterior materia de la LMU (41), a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. Con este propósito, el administrado deberá presentar el formulario normalizado, determinado mediante Resolución Administrativa, debidamente cumplimentado. En caso de que el administrado no solicite la renovación en el plazo determinado en el numeral primero del artículo que antecede al presente, se entenderá dicho punto de publicidad exterior como vacante.
2. En general, el trámite de renovación seguirá el mismo procedimiento para el otorgamiento de la LMU (41).
3. El trámite de renovación de la autorización obtenida en el procedimiento administrativo especial deberá iniciar con, al menos, un mes de anticipación a la fecha de caducidad de la misma.

Artículo... (30).- De la modificación de la LMU (41) solicitada por el administrado.-

1. Durante la vigencia de la LMU (41) se precisará solicitar modificación cuando existan variaciones en la información provista para su otorgamiento.

2. La modificación puede ser requerida al administrado y aplicada de oficio por la Autoridad Administrativa Otorgante. El requerimiento indicará las alteraciones existentes, motivando la necesidad de la modificación de la LMU (41).
3. El título de la LMU (41) que se conceda en sustitución, se limitará a recoger el contenido de la modificación, haciendo referencia al título de la LMU (41) que se modifica. La LMU (41) original caducará a partir de la fecha del otorgamiento de la LMU (41) que incluya las modificaciones.
4. Será necesario solicitar una nueva LMU (41), cumpliendo el procedimiento y requisitos que le corresponden, en todos los casos en que las modificaciones que se introducen supongan una variación en las condiciones establecidas para su otorgamiento.
5. Las modificaciones en la LMU (41) deberán ser inscritas en el Registro General de Licencias Metropolitanas.

Artículo... (31).- Caducidad de la LMU (41).- La LMU (41) caducará, y por tanto se extinguirá, en los siguientes supuestos:

- a) Cuando haya vencido el plazo de vigencia de la LMU (41) y el administrado no haya solicitado su renovación hasta el 30 de abril de cada año, según lo previsto en el numeral primero del artículo 26 de la presente ordenanza;
- b) En el plazo de tres meses de expedida, si su titular no hubiere iniciado la actuación licenciada;
- c) Por el vencimiento de cualquier otro plazo otorgado al administrado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para subsanar deficiencias;
- d) En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico metropolitano; y,
- e) Cuando el punto de publicidad licenciado se encuentre dentro de un radio de distancia de doscientos metros (200) medidos a partir de un punto de publicidad concesionado o perteneciente a cualquier otra forma contractual de delegación o participación privada. Esta licencia caducará al final del año objeto del licenciamiento o al término de la vigencia temporal de la misma.

Artículo... (32).- Efectos de la extinción de la LMU (41).-

1. La extinción de la LMU (41) impedirá iniciar o proseguir la actuación, salvo la realización de los trabajos de desmantelamiento del soporte publicitario, seguridad, mantenimiento y protección de las personas, los bienes y el ambiente, de los cuales se dará cuenta al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para su control.

2. La extinción de la LMU (41) por alguna de las causas previstas en el artículo anterior no dará derecho a indemnización alguna y conllevará a declarar el punto de publicidad exterior como vacante.

Artículo... (33).- Extinción por razones de legitimidad.-

1. La LMU (41) podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables. Tal vicio se considera a todos los efectos como inconvalidable.

2. La misma competencia está asignada a la Agencia Metropolitana de Control en los procedimientos que tiene a cargo.

Artículo... (34).- Cese de actividades.-

1. Cuando el titular de la LMU (41) desee retirar la publicidad exterior colocada, deberá informar a la Autoridad Administrativa Otorgante, mediante el formulario normalizado correspondiente, el cese de la actuación y ésta efectuará el asiento correspondiente en el Registro General de Licencias Metropolitanas y dejará sin efecto la licencia otorgada, desde la fecha de dicha notificación.

2. Este procedimiento es de aprobación automática, sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones económicas que estuvieren pendientes de solución.

3. El administrado estará obligado, cuando se produzca la notificación de que trata el numeral 1 de este artículo, a retirar a su costa la publicidad exterior colocada, sin lo cual dicha notificación no surtirá los efectos previstos en el mismo.

CAPÍTULO VII

**DEL MÓDULO ESPECÍFICO EN EL REGISTRO GENERAL DE LICENCIAS METROPOLITANAS
VINCULADO CON LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

Artículo... (35).- Naturaleza.-

1. En el Registro General de Licencias Metropolitanas se mantendrá el módulo denominado "Registro de Publicidad Exterior", administrado por los órganos dependientes de la Administración General del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; y, para uso general.
2. El Registro es la herramienta de gestión administrativa en el que se encuentran inscritos los titulares de la LMU (41) y la publicidad exterior de las que son titulares.

Artículo... (36).- Datos.-

1. El Registro contendrá los siguientes datos:
 - a) Los contenidos en el Registro General de Licencias Metropolitanas; y,
 - b) Aquellos contenidos que se determinaren, vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.
2. Respecto de las Empresas Publicitarias, el Registro contendrá la siguiente información:
 - a) Razón social, acreditado mediante escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil;
 - b) Nombre del representante legal o apoderado y cédula de ciudadanía de éste, acreditado mediante nombramiento o poder;
 - c) Domicilio de la empresa publicitaria, su dirección y teléfono;
 - d) Número de Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de actividades económicas;
 - e) Beneficiario o beneficiarios de la publicidad exterior: nombre y apellidos o razón social y su domicilio;

- f) Contrato o autorización del propietario del inmueble en el que se ha colocado la Publicidad Exterior, en caso de Publicidad Exterior colocada en espacio público de dominio privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior;
- g) Emplazamiento, dirección y coordenadas de la publicidad exterior; y,
- h) Un apartado de observaciones, en el que se consignarán las incidencias e infracciones contra el ordenamiento jurídico metropolitano en materia de publicidad exterior, si se produjeran.

CAPÍTULO VIII

DE LA TASA DE UTILIZACIÓN O APROVECHAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO A TRAVÉS DE LA COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Artículo... (37).- Hecho generador.- El hecho generador de la tasa constituye la utilización o el aprovechamiento del espacio público de dominio privado para la difusión de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, que es materia de la LMU (41).

Artículo... (38).- Sujeto pasivo.-

1. Son sujetos pasivos, a título de contribuyentes, los sujetos obligados a licenciarse en los términos de este título.
2. Las tasas se harán efectivas por aquellos a cuyo favor se otorgue la licencia correspondiente o, en su defecto, por quienes se benefician del aprovechamiento.

Artículo... (39).- Exenciones.-

1. Estarán exentos del pago de la tasa:
 - a) Los organismos u órganos públicos que instalen o coloquen, específicamente, señalización de tránsito e información turística;
 - b) Las entidades competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
 - c) Quienes coloquen publicidad temporal, que se realiza sobre carteles, banderines y lonas, para anunciar eventos populares, cuya exposición no supere los treinta días; y,

d) Las empresas que hubieren suscrito con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito contratos de delegación, conforme lo previsto en la legislación vigente para la explotación de publicidad exterior implantada en espacio público de dominio público y de publicidad exterior instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas, puesto que dicha actividad no requiere LMU (41).

2. En el caso del literal a) del numeral precedente, estará exenta del pago de la tasa la señalización de tránsito e información turística exclusivamente; toda publicidad exterior incluida en dichas señalizaciones pagará la tasa establecida en este Título.

Artículo... (40).- Devengo.- La tasa se hace exigible al momento del otorgamiento de la LMU (41); sin embargo, si la utilización o aprovechamiento del espacio público se hubiere efectuado en contra del ordenamiento jurídico metropolitano, sin contar con la LMU (41), el tributo será exigible desde la fecha en la que se inició con dicha utilización o aprovechamiento y que se determinará, presuntivamente, en el procedimiento de control y juzgamiento administrativo correspondiente.

Artículo... (41).- Cuantía de la tasa: La tasa se determinará con arreglo a las cuantías fijadas en forma anual de acuerdo al siguiente cuadro:

| | |
|---|---|
| De 1 a 8 metros cuadrados de superficie | Cinco por ciento (5%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie. |
| De 9 metros cuadrados de superficie en adelante | Quince por ciento (15%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie. |
| Publicidad móvil | a) El cinco por ciento (5%), del salario básico unificado para el caso de vehículos no motorizados; y para los motorizados de un cilindraje menor a 500 c.c. b) Un salario básico unificado para todo vehículo que preste servicio de transporte comercial (taxis). c) Tres salarios básicos unificados para vehículos destinados al transporte |

| | |
|--|--|
| | público (furgonetas, buses, busetas, etc.) d) Para el caso de transporte comercial, de carga o similares, que publiciten o presten servicios de publicidad de terceros, pagarán la misma tarifa contemplada en el literal c). Se exceptúan aquellos vehículos de propiedad de empresas y particulares que publiciten sus propios productos o servicios. |
| Pantallas LED, proyectores electrónicos y/o similares. | Un salario básico unificado por cada metro cuadrado de superficie |

Artículo... (42).- Recaudación de la tasa.- El pago de la tasa correspondiente se efectuará a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante, y será pagadero en forma anual.

Artículo... (43).- Potestad coactiva.- Los valores adeudados por concepto de la tasa establecida en el presente Título, las respectivas multas y los gastos administrativos y judiciales, serán cobrados coactivamente una vez que se hayan vuelto exigibles, con independencia del otorgamiento de la LMU (41) y de las infracciones y sanciones a que hubiere lugar, siguiendo el procedimiento general que corresponde a la naturaleza de cada tipo de obligación, de conformidad con el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

CAPÍTULO IX

DEL RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE A LA PUBLICIDAD EXTERIOR DE TERCEROS COLOCADA EN ESPACIO PÚBLICO DE DOMINIO PÚBLICO EN EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA PUBLICITARIA

Artículo... (44).- Objeto.- Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público de dominio público, en el ejercicio de la actividad económica publicitaria; y, que se sujetará a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la presente Ordenanza Metropolitana, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito". La explotación de esta Publicidad Exterior podrá efectuarse mediante delegación a empresas mixtas o privadas previstas en la legislación vigente y quedará sometida a las

condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

La publicidad cuya explotación sea considerada forma de pago conforme con lo dispuesto en el artículo 14 de esta ordenanza, no se regirá por las disposiciones de este Capítulo y estará sujeta a los Pliegos de Condiciones y a la legislación aplicable.

Artículo... (45).- Participación del Sector Privado.-

La Publicidad Exterior de terceros en el espacio público de dominio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", podrá ser explotada previo un concurso público, bajo las modalidades de delegación y participación previstas en la legislación vigente por las empresas cuyo objeto social así lo permita.

Artículo... (46).- Puntos de Publicidad Exterior en espacio público de dominio público.-

1. Para el caso de la explotación de Publicidad Exterior de terceros ubicada en espacio público de dominio público, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios denominados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público" por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.
2. Para los efectos previstos en el numeral anterior, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda expedirá cada tres años los planes de intervención, para conocimiento de la Comisión de Eje Territorial y con fundamentos en los criterios de seguridad ciudadana, protección del ambiente, ornato del espacio público, iniciativa de una comunidad organizada, entre otros.
3. La colocación de la Publicidad Exterior regulada en este Capítulo, contará con una póliza de seguros contra todo tipo de riesgo, a favor de terceros, cuya vigencia será permanente e incluirá el periodo de instalación, permanencia y retiro de aquellas y sus soportes publicitarios. El monto de dicha póliza será fijado en los Pliegos de Condiciones.

Artículo... (47).- Explotación de Espacios Públicos de dominio público.-

1. Una vez concluido el concurso público, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, suscribirá con las Empresas adjudicadas, los contratos bajo las modalidades

previstas en la legislación vigente, como instrumentos para la ejecución de los planes de intervención prescritos en este Capítulo, utilizando el procedimiento previsto en los artículos siguientes.

2. Los plazos de la explotación del espacio público de dominio público, para la colocación de Publicidad Exterior de terceros, por parte de las Empresas adjudicadas, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios.
3. Los contratos a suscribirse estipularán y regularán: (i) Que el 5% de los Puntos de Publicidad Exterior sujetos a explotación deberán ser destinados, sin costo alguno, a la difusión de actividades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; y, (ii) Que los soportes publicitarios instalados para la colocación de publicidad exterior de terceros en los Puntos de Publicidad Exterior sujetos a explotación, que no fueren utilizados por los adjudicatarios, lo podrán ser sin costo alguno, por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo... (48) Del concurso público para la explotación de publicidad exterior.-

Según lo dispuesto en el numeral 1 del artículo 45 del presente Capítulo, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaria encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda podrá convocar a empresas mixtas o del sector privado a participar en concursos públicos orientados a la ejecución de los Planes de Intervención previstos en el artículo 45 numeral 2 de la presente ordenanza. Para tales efectos, los pliegos del concurso deberán contener al menos:

- a) Delimitación territorial del Plan de Intervención y/o de los Puntos de Publicidad Exterior a ser explotados mediante esta modalidad.
- b) Justificación y establecimiento del equilibrio económico-financiero del contrato de explotación que sustente el plazo, la inversión, el costo y la rentabilidad proyectada.
- c) Régimen de contraprestaciones a favor del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- d) Los principios y criterios para la evaluación y ponderación de las ofertas;
- e) El modelo del contrato; y,
- f) Régimen legal aplicable.

Por ningún motivo el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito garantizará la

rentabilidad a favor de la adjudicataria, sin perjuicio de que el contrato contemple los mecanismos legales más adecuados para mantener el equilibrio económico del contrato.

Artículo... (49).- Subasta al Alza.-

1. Para la colocación de Publicidad Exterior de terceros en espacio público de dominio público en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, como una modalidad más de participación del sector privado, podrá convocar a las empresas cuyo objeto social así lo permita a participar en subastas al alza en las cuales éstas pujarán hacia el alza del precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.
2. En el caso de que la puja se realice por medios electrónicos, la Autoridad Administrativa que lleve adelante el proceso, podrá coordinar con el Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP) la utilización del Portal www.portal.compraspublicas.gob.ec; caso en el cual, la Empresas participantes deberán estar registradas en el Registro Único de Proveedores del SERCOP.
3. El procedimiento, duración de la puja y más condiciones de la Subasta al Alza constarán en los pliegos que elaborará y aprobará la Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda para cada concurso, aplicando los principios de calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia y publicidad.
4. Los Pliegos, que no podrán afectar el trato igualitario que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe dar a todas las Empresas oferentes ni podrán establecer diferencias arbitrarias entre éstas, establecerán las condiciones que permitan alcanzar las condiciones más ventajosas para la municipalidad.
5. La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda tendrá a su cargo y responsabilidad el llevar adelante los procesos previstos para cada concurso, y actuará de conformidad con los pliegos aprobados para el efecto. De ser necesario se podrá conformar una o más subcomisiones de apoyo a la Secretaría.
6. La contraprestación prevista para el proceso de subasta al alza podrá ser pactada en numerario o en especie, debiendo dicha condición constar expresamente en los pliegos que se desarrollen para el concurso.

Artículo... (50).- Explotación de publicidad por parte de las empresas municipales.-

Los procedimientos previstos en el presente Capítulo podrán ser aplicados por las empresas públicas municipales competentes en materia de transporte y movilidad para regular, autorizar y explotar cualquier proyecto de publicidad exterior móvil exhibida sobre vehículos de transporte público municipal y/o publicidad exterior fija colocada en los activos (inmuebles) pertenecientes a dichas empresas.

Artículo... (51).- Concesión de los Puntos de Publicidad.-

La autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio del transporte en el Distrito Metropolitano de Quito, así como, las empresas públicas metropolitanas habilitadas para el efecto, tendrán competencia exclusiva para llevar a cabo procesos de concesión, asociación público privada, alianzas estratégicas o cualquier otro tipo de delegación a la iniciativa privada contempladas en la legislación vigente en los terminales de transferencia y paradas del Metro y Quito Cables, así como sobre los corredores exclusivos del transporte público municipal, a lo largo y ancho en su totalidad.

Por norma general, no se podrán instalar dos puntos de publicidad dentro del rango de distancia de 200m2. Sin embargo, este radio de distancia no será aplicable en el caso de que entren en conflicto dos puntos de publicidad cuya explotación haya sido delegada por diferentes entidades delegatarias.

Artículo... (52).- Del régimen legal aplicable a la delegación.-

El procedimiento de delegación a la iniciativa de empresas mixtas o privadas se regulará por lo dispuesto en el ordenamiento jurídico vigente al momento de la convocatoria del concurso público.

Lo no previsto en la presente ordenanza podrá ser definido mediante resolución por el Alcalde Metropolitano como máxima autoridad del ejecutivo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo... (53).- Del concurso público.-

La delegación a la iniciativa de empresas mixtas o privadas se realizará a través de un concurso público competitivo de ofertas.

Artículo... (54).- Adjudicación.- Para todas las modalidades de participación del sector privado previstas en este Capítulo, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, una vez concluido el proceso de los respectivos concursos, de ser el caso, adjudicará o declarará desierto el procedimiento, mediante resolución debidamente motivada.

Artículo... (55).- Del registro de delegaciones.-

La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda llevará un registro actualizado de las concesiones, alianzas estratégicas, alianzas público privadas, o cualquier otro tipo de delegación contemplado en el ordenamiento jurídico vigente, el cual deberá contener al menos los siguientes datos: nombre de la empresa contratista, objeto del contrato, fecha del contrato, plazo del contrato, tipo de contraprestación, entre otros datos que se consideren relevantes.

Disposición General Única.- Los rótulos que se encuentran regulados específicamente por la Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas (LUAE) y las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta ordenanza, se podrán ubicar en los usos de suelo autorizados por dicho licenciamiento.

Para la ubicación de rótulos adicionales no contemplados en la LUAE, se deberá obtener la correspondiente LMU (41), cumpliendo las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.-

1. Los elementos publicitarios que contengan publicidad exterior fija de terceros (PEFT), instalados en el Distrito Metropolitano de Quito antes de la sanción de la presente Ordenanza reformativa, que no cuenten con la respectiva Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41), colocada en el espacio público de dominio privado, podrán obtener la autorización por parte de la Autoridad Administrativa Otorgante, para lo cual deberán cumplir con los siguientes requisitos:
 - a) Que el formulario de solicitud haya sido presentado ante la Administración Zonal dependiendo de la circunscripción territorial en la que se encuentre el elemento publicitario;
 - b) Que el elemento publicitario cumpla las reglas técnicas respecto a la publicidad exterior sujeta a este proceso, con excepción de la distancia entre medios publicitarios de distintos propietarios;
 - c) Que el elemento publicitario se ubique en lugares cuyo uso del suelo lo permita.

- d) Que el peticionario no mantenga obligaciones tributarias o no tributarias pendientes con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. De existir estas obligaciones, deberá previamente cancelarlas o adjuntar copia del convenio de pago suscrito entre el deudor y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- e) Que el peticionario presente la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y reglas técnicas vigentes respecto de los elementos publicitarios para los que solicita la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41);
- f) Si el peticionario mantiene juicios referentes a publicidad exterior en contra del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o sus empresas públicas, previamente desistirá de los mismos y adjuntará la resolución del juez competente.

2. La Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41) será la Administración Zonal correspondiente, a través del procedimiento simplificado determinado en el artículo 18 de la presente ordenanza.

3. Se podrá otorgar la LMU (41) a las PEFT que hayan sido objeto de resolución sancionatoria ejecutoriada dentro de un procedimiento administrativo sancionador, siempre y cuando cumplan con las normas técnicas, se haya pagado la multa y los demás requisitos contemplados en el presente régimen y demás reglas técnicas de la presente ordenanza.

4. Los administrados que requieran licenciamiento de la PEFT, que se sujeten al presente régimen de regularización, deberán pagar la tasa correspondiente a la LMU (41) que se encuentren adeudando, según lo establecido en el artículo 40 de la presente ordenanza, más los intereses de mora por el tiempo transcurrido.

5. El período de regularización dentro del cual se podrán presentar las solicitudes correspondientes, será de 90 días contados a partir de la fecha de sanción de la presente ordenanza.

Una vez fenecido el plazo referido, la PEFT que no cuente con la LMU (41) o no se encuentre en proceso de regularización, o no haya sido desinstalada, será sancionada conforme al ordenamiento municipal y nacional vigente.

6. La autorización metropolitana a la que se refiere el numeral 1 de esta disposición transitoria, tendrá una vigencia máxima de un ejercicio fiscal (del 1 de enero al 31 de diciembre), o el restante para que éste período culmine.

Segunda.-

1. Una vez concluido el plazo para la presentación de las solicitudes de regularización, los administrados que no hubieren iniciado un trámite de regularización o que no cuenten con la correspondiente LMU (41) tendrán un plazo de 60 días calendario, para retirar la publicidad exterior y los soportes publicitarios que no hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito..

2. Vencido el plazo previsto en el numeral anterior, los administrados que mantengan publicidad exterior sin la debida autorización municipal, serán multados de conformidad con lo previsto en esta Ordenanza Metropolitana. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, concederá el plazo de 5 días para el retiro de la misma.

3. En caso de incumplimiento de lo prescrito en el numeral 2 de esta disposición, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través del órgano competente procederá al retiro de la infraestructura publicitaria a costa del administrado, sin que esto genere responsabilidad alguna de la Municipalidad en caso de producirse daños a dicha infraestructura.

Para la imposición de esta sanción se entenderá como responsable principal al dueño de la infraestructura publicitaria y como responsables solidarios al propietario del predio y a la persona natural o jurídica anunciante.

Tercera.-

1. Los administrados que hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para colocar publicidad exterior en el espacio público, a través de permisos actualmente caducados, tendrán un plazo de 60 días para retirar el elemento publicitario a partir de la publicación de la presente ordenanza.

2. Vencido el plazo previsto en el numeral anterior, los administrados que mantengan Publicidad Exterior sin la debida autorización municipal, serán multados de conformidad con lo previsto en esta Ordenanza Metropolitana. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, concederá el plazo de 5 días para el retiro de la misma.

3. En caso de incumplimiento de lo prescrito en el numeral 2 de esta disposición, el Municipio a través del órgano competente procederá al retiro de la infraestructura publicitaria a costa del administrado, sin que esto genere responsabilidad alguna del Municipio en caso de daño de dicha infraestructura. Los administrados inmersos en lo previsto en este numeral estarán inhabilitados por un plazo de cuatro años contados a

partir de la imposición de la sanción ejecutoriada, para la colocación de Publicidad Exterior en el Distrito y no serán sujetos calificables para obtener la LMU (41), ni para participar en los procesos de delegación previstos en la presente ordenanza.

Para la imposición de esta sanción se entenderá como responsable principal al dueño de la infraestructura publicitaria y como responsables solidarios al propietario del predio y a la persona natural o jurídica anunciante.

Cuarta.-

Los administrados que hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para colocar publicidad exterior en el espacio público de dominio público, a través de permisos actualmente vigentes, podrán continuar ejerciendo la actividad autorizada hasta la caducidad de dichos permisos sin posibilidad de renovación.

Cuando el punto de publicidad licenciado en espacio público se encuentre dentro del radio de distancia de doscientos metros (200m) de un punto de publicidad delegado esta licencia caducará al final del año objeto del licenciamiento.

Quinta.-

1. Los administrados que hayan colocado publicidad exterior sin la autorización del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, o sin ajustarse a las normas administrativas y reglas técnicas previstas en esta ordenanza metropolitana y su Anexo Único, serán sancionados con una multa equivalente a veinte salarios básicos unificados, así como el desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción. No obstante, para el caso de la publicidad fija de uno a ocho metros cuadrados y la publicidad móvil de sillas de ruedas, bicicletas y vehículos de hasta 500 c.c., se aplicará una multa del diez por ciento (10%) del salario básico unificado por metro cuadrado, sin perjuicio del desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción.

La sanción general prevista en esta disposición será aplicable igualmente cuando el contenido de la publicidad contravenga lo establecido en el artículo innumerado ... (8) de la presente ordenanza.

2. El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previéndole de retirar la Publicidad Exterior en el plazo de cinco días, contados desde la fecha de la notificación. En caso de incumplimiento, los órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito procederán a la ejecución sustitutoria a costa del administrado que deberá abonar los gastos de desmontaje, transporte, almacenamiento y bodegaje, independientemente de las sanciones que hubieran lugar. Los costos a los que hace referencia este numeral serán determinados por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, de acuerdo al análisis de precios unitarios.
3. En caso de que los propietarios no hayan procedido al retiro de dichas estructuras embodegadas en el lapso de treinta días, los mismos serán declarados en abandono procediendo el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a dar de baja de conformidad con los procedimientos establecidos en el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.
4. Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en esta Ordenanza Metropolitana, se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico metropolitano.
5. Iniciado el procedimiento sancionador, podrán adoptarse, de forma motivada, las medidas de carácter provisional que resulten necesarias para evitar que se produzcan o mantengan en el tiempo los perjuicios derivados de la presunta infracción.
6. Cuando hubieren sido violentados los sellos colocados por orden de autoridad competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o en general se hubiese descatado la resolución del órgano decisor competente, éste estará habilitado para imponer multas compulsivas o coercitivas para efectos de exigir el cumplimiento del acto administrativo. Las multas coercitivas, dentro del procedimiento administrativo sancionatorio principal, se aplicarán mediante resolución de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano.
7. En los casos en que el infractor no sea propietario del predio o inmueble en donde se encuentra colocada la Publicidad Exterior y/o los soportes publicitarios, el órgano decisor competente notificará al propietario con la primera multa compulsiva ordenada dentro del procedimiento administrativo sancionatorio principal, con la prevención de que en caso de que en su predio o inmueble se continúe la actuación en desacato de la resolución del órgano decisor competente, se constituirá en deudor solidario de las

subsiguientes multas compulsivas que disponga el comisario metropolitano. Igual solidaridad y en las mismas condiciones alcanzará al representante legal y accionistas o socios de la persona jurídica, en caso de que ésta sea la infractora.

Sexta.-

Con las excepciones contempladas en el Art. 50 de la presente Ordenanza Metropolitana, el órgano administrativo competente, encargado del espacio público, será la autoridad encargada de la administración de los parterres, parques, plazas y piletas, teniendo competencia exclusiva para la suscripción de convenios con particulares para el mantenimiento de dichos espacios públicos, autorizando la colocación de las menciones publicitarias de auspicio compartido de conformidad a las reglas técnicas contempladas en el Anexo Único de la presente ordenanza.

Séptima.-

En los predios cuyo uso principal sea múltiple (M), en los que el retiro frontal aún no haya sido tratado como prolongación de la acera, a pedido del administrado y cumpliendo los demás requisitos normativos y reglas técnicas, la Administración Zonal competente, podrá otorgar una LMU (41-C) "CONDICIONADA", a la Publicidad Exterior fija de terceros.

La LMU (41-C) tendrá la vigencia y características especificadas en el artículo innumerado... (27) de la presente ordenanza, con la salvedad de que en el caso de que, efectivamente, el retiro frontal se incorpore al espacio público, sin que se pueda alegar derecho adquirido por parte del administrado, la LMU (41-C) caducará de manera inmediata, y el elemento publicitario deberá ser retirado del espacio público.

Octava.-

En el plazo de cuarenta y cinco días contados a partir de la sanción de la presente ordenanza, la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito elaborará el anexo de requisitos, procedimientos y reglas técnicas que regirán para la colocación de la publicidad exterior móvil y publicidad fija en parqueaderos, paradas, estaciones y terminales del sistema de transporte público municipal.

Novena.-

La Administración General proveerá los recursos necesarios para la implementación de lo establecido en la presente ordenanza.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA:

Derógase la Ordenanza Metropolitana 330 sancionada el 23 de noviembre de 2010, la Ordenanza Metropolitana 310 sancionada el 30 de octubre de 2012 y todas las disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan a la presente ordenanza.

Disposición Final.- Esta ordenanza entrará en vigencia a partir de la fecha de su sanción sin perjuicio de su publicación en la Gaceta Municipal y en la página web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Dada, en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano de Quito,

Abg. Daniela Chacón Arias
Primera Vicepresidenta del Concejo Metropolitano
de Quito

Abg. María Elisa Holmes
Secretaria General del Concejo Metropolitano de
Quito

CERTIFICADO DE DISCUSIÓN

La infrascrita Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito, certifica que la presente ordenanza fue discutida y aprobada en dos debates, en sesiones de xxx y xx de xxxx de 2016.- Quito,

Abg. María Elisa Holmes
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
ALCALDÍA DEL DISTRITO METROPOLITANO.- Distrito Metropolitano de Quito,

EJECÚTESE:

Dr. Mauricio Rodas Espinel

ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CERTIFICO, que la presente ordenanza fue sancionada por el Dr. Mauricio Rodas Espinel,
Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el
.- Distrito Metropolitano de Quito,

Abg. María Elisa Holmes
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

