

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

9 DE MAYO DE 2016

REGISTRO ASISTENCIA – INICIO SESIÓN		
NOMBRE	PRESENTE	AUSENTE
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1	
Sr. Jorge Albán	1	
Abg. Eduardo Del Pozo	1	
Sr. Marco Ponce		1
MSc. Patricio Ubidia		1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

En el Distrito Metropolitano de Quito, a los nueve días del mes de mayo del año dos mil dieciséis, siendo las 10h05, se instalan en sesión ordinaria, 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, Abg. Eduardo Del Pozo, y Abg. Sergio Garnica Ortiz, quien preside la sesión.

Se registra la presencia de la concejala Luisa Maldonado.

Además se registra la presencia de los siguientes funcionarios: Dr. Édison Yépez, Subprocurador Metropolitano (E); Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda; Dra. Yhoana Mogrovejo, Ings. Marcelo Yáñez y Darío Gudiño, Arqs. María González, Elizabeth Ortiz, Pablo Ortega, Paulina Cubillo, Irene Vinueza y Pablo Macanchi, funcionarios de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda; Ing. Marcelo Narváez, funcionario de la Secretaría de Movilidad; Ing. Édison Burbano, Funcionario de la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas – EPMOP; Arq. Ana Orozco, funcionaria de la Administración Zonal Centro “Manuela Sáenz”; 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; Dr. Alejandro Cevallos, funcionario del despacho del concejal Eduardo Del Pozo; Arq. Lorena Velástegui e Ing. René Robalino, funcionarios del despacho del concejal Marco Ponce; y, Dra. Mónica Sandoval y Sr. Fernando Alvarado, funcionarios del despacho de la concejala Luisa Maldonado.

Secretaría constata que existe el quórum legal y reglamentario, se da lectura al orden es aprobado con el pedido del concejal Garnica de que se incorpore el tratamiento de la Ordenanza Reformativa de la Ordenanza Metropolitana No. 330 y del Proyecto de Ordenanza de Captura de Plusvalía, se precede con su tratamiento.

**ORDEN DEL DÍA:**

**1. Comisiones generales.**

**1.1 Comisión general para recibir a la representante del Comité Pro Defensa servidumbre al parque Cochas Azules.**

**Sra. Thalía Calle, representante del Comité pro defensa servidumbre al parque Cocha Azules:** Indica que la solicitud versa sobre la aprobación del plano que involucra el paso de servidumbre que conecta al barrio Los Tilos con el parque Cochazo Azules, así como la facilidad de la curva de retorno para los vehículos en este lugar.

**Concejala Luisa Maldonado:** Manifiesta que se construyó un muro en la servidumbre de paso habitualmente usada por los moradores del barrio Los Tilos, por consiguiente se afectó al diario vivir de los habitantes del sector, la venta del predio en el que se construyó el muro se dio de forma legal, sin embargo en este predio hay varios aspectos que deben ser observados como el hecho de que tiene servicios públicos tales como alumbrado público, hidrante, además de una pendiente lo cual significa un riesgo para el propietario del predio.

Hay la propuesta para construir la curva de retorno y la construcción definitiva de un pasaje peatonal, para ello la Administración Zonal cuenta con el plano, los informes y el presupuesto para esta obra. Solicita se integre al orden del día el informe realizado por la Administración Zonal, se analice en el seno de la Comisión y pueda pasar al Concejo Metropolitano.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Menciona que se realizó la inspección al lugar, por lo cual este tema está considerado para el conocimiento por parte de la Comisión de Uso de Suelo, solicita que se tenga listo el expediente para incorporarlo la próxima sesión de la Comisión.

### 1.2 Comisión general para recibir a la señora Silvia Sisa.

**Sra. Silvia Sisa:** Menciona que arrendó un local y lo adaptó para realizar una actividad económica de bar, discoteca, karaoke, sin embargo no ha podido obtener los permisos correspondientes puesto que el sector en donde se ubica el local, no es apto para dicha actividad económica, por lo que solicita el cambio de zonificación de R3 a múltiple.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Propone solicitar a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda remita un informe sobre la factibilidad de lo solicitado.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo	1		
Sr. Marco Ponce			1
MSc. Patricio Ubidia			1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

Con tres votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** solicitar a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda remita un informe sobre la factibilidad de lo solicitado.

### 1.3 Comisión general para recibir a la señor Juvenal Andrade representante de la Comisión Liquidadora de la Cooperativa de Vivienda Pisulí.



**Sr. Juvenal Andrade, representante de la Comisión Liquidadora de la Cooperativa de Vivienda Pisulí:** Indica que cuando se aprobó la ordenanza de lotización de la Cooperativa no se aprobaron los ejes viales; han realizado el levantamiento de las vías de la cooperativa y lo presentaron en el Municipio, pero no se ha tenido respuesta alguna; que cuentan con los informes técnicos favorables, el expediente se encuentra en la Administración Zonal La Delicia, por lo que solicita que se apruebe los ejes viales de la Cooperativa de Vivienda Pisulí.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Indica que se tomara en cuenta el pedido.

Siendo las 10h34 ingresa en la sala de sesiones el concejal Patricio Ubidia.

Propone solicitar a la Administración Zonal La Delicia remita un informe amplio y suficiente sobre el avance del plan vial para la Cooperativa de Vivienda Pisulí.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo	1		
Sr. Marco Ponce			1
MSc. Patricio Ubidia	1		
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** solicitar a la a la Administración Zonal La Delicia remita un informe amplio y suficiente sobre el avance del plan vial para la Cooperativa de Vivienda Pisulí.

#### 1.4 Comisión general para recibir al señor Juan Carlos Medina.

**Sr. Juan Carlos Medina:** Indica que el predio No. 5555677 de propiedad de la señora Silvia Martínez, difiere el IRM actual del IRM solicitado en el año 2012 en lo referente al ancho vial de la calle sin nombre del lado noroeste, por lo que solicita que se acepte la propuesta vial modificatoria de la calle sin nombre de 12 a 10 metros de ancho; los informes técnicos abalizan la propuesta presentada.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Menciona que los informes presentados serán puestos en conocimiento de la Comisión.

#### 1.5 Comisión general para recibir al Ing. Galo Chávez.

**Ing. Galo Chávez:** Indica que es propietario de un jardín de infantes en la Av. Granados, fue notificado con una expropiación fruto de la intervención en dicha avenida, a su criterio el proyecto tiene serias fallas en su diseño, por ejemplo el carril de servicio, por el cual se realizara varias expropiaciones, no tiene continuidad. Solicita que se revea el proyecto puesto que con esta



intervención no se constata ningún beneficio para la colectividad, además que crea un riesgo para los usuarios de esta obra. (La presentación se adjunta como anexo 1).

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Propone solicitar la comparecencia del señor Gerente de la EPMMOP para la próxima sesión de la Comisión, a fin de que realice una presentación del estado actual del intercambiador de la Av. Granados.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo	1		
Sr. Marco Ponce			1
MSc. Patricio Ubidia	1		
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** solicitar la comparecencia del señor Gerente de la EPMMOP para la próxima sesión de la Comisión, a fin de que realice una presentación del estado actual del intercambiador de la Av. Granados.

#### 1.6 Comisión general para recibir al Arq. Patricio Endara.

**Arq. Patricio Endara:** Indica que el predio No. 12059 tiene un superficie de 2.900 metros cuadrados, cuenta con una zonificación A37 (A1002-25) lo cual determina que se podrá construir una vivienda por cada 1000, por lo que solicita que se libere la condición vivienda unifamiliar, y se permita con esto construir más números de vivienda sin exceder los coeficientes de uso de suelo.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Menciona que se debe tratar de homogenizar con el sector, solicita se remitan los informes pertinentes.

## 2. EXPEDIENTE COMISIÓN No. 2016-010572.

**Solicitante:** Sra. Sandra Cajamarca

**Petición:** Solicita la autorización para el levantamiento de la prohibición de enajenar.

**Informe Técnico:** Favorable para que el Concejo Metropolitano resuelva el caso.

**Informe Legal:** Se cumpla con los presupuestos legales en la Administración Zonal previos al levantamiento de la prohibición.

**Administración Zonal:** Centro.

**Concejal Jorge Albán:** Indica que los informes no son claros de si puede hacerse o no el levantamiento de la prohibición de enajenar, ya que las causales para el efecto son específicas y ninguno de esos elementos esta presentado fundamento en el expediente; además se debería hacer una revisión de las causales para el levantamiento de la prohibición de enajenar. Hace una llamado de atención a como la Administración Zonal puede elaborar un informe pasando la responsabilidad al Concejo Metropolitano.



**Concejal Sergio Garnica Ortiz Presidente de la Comisión:** Propone no aceptar el informe de la Administración Zonal y solicitar se indique sobre qué base jurídica se procedió con el informe; y remitir al peticionario el oficio para que adecue su petición al ordenamiento que está vigente. Además se revisará, por parte de la Comisión para una posible reforma a la Resolución No. C 319.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo	1		
Sr. Marco Ponce			1
MSc. Patricio Ubidia	1		
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** solicitar a la Administración Zonal Centro "Manuela Sáenz" se indique bajo qué normativa se remite el expediente en referencia para conocimiento del Concejo Metropolitano, según consta en el oficio No. 0000854, de 16 de febrero de 2016.

Además **resuelve:** remitir al peticionario el informe Expediente Referencia No. 00524-2016, de 9 de mayo de 2016, suscrito por el Dr. Édison Yépez, Subprocurador Metropolitano (E), a fin de que se consideren las causales previstas en la Resolución del Concejo Metropolitano No. C 319, para el levantamiento de prohibiciones de enajenar.

### 3. EXPEDIENTE COMISIÓN No. 2015 - 052463

**Solicitante:** Dr. Juan Fernando Salazar

**Petición:** Solicita la habilitación del nuevo ingreso – salida del Centro Comercial Ñaquito.

**Informe Técnico:** Favorable.

**Informe Legal:** Favorable.

**Administración Zonal:** Norte

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Solicita se requiera a la Administración Zonal Norte "Eugenio Espejo", que en un plazo de 8 días, remita el justificativo respectivo, sobre la inasistencia a la presente sesión.

**Ing. Marcelo Narváez, funcionario de la Secretaria de Movilidad:** Indica que el pedido fue que se autorice tener un ingreso exclusivo desde el parterre central mediante una rampa hacia los parqueaderos del centro comercial, se realizó un análisis para dar un tratamiento similar al del Quicentro Shopping, este pedido se autorizó pero no se contaba con la construcción de la estación del Metro, además los promotores no han continuado con el trámite.

**Concejal Jorge Albán:** Indica que el informe fue realizado hace un año, el cual a su criterio no es suficiente, por consiguiente tiene que actualizar y presentar el proyecto. Sugiere que los promotores del proyecto se reúnan en una mesa de trabajo con los órganos municipales competentes que tienen incidencia en la construcción del Metro de Quito para verificar que implicaciones que tiene este proyecto respecto de la construcción del Metro.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo	1		
Sr. Marco Ponce			1
MSc. Patricio Ubidia	1		
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Albán y **resuelve:** solicitar a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda realice una mesa de trabajo en la que participen la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, Secretaría de Movilidad, Empresa Pública Metropolitana Metro de Quito y el promotor, a fin de analizar la propuesta en referencia.

**4. Conocimiento y resolución del proyecto de Ordenanza que contiene el Plan de Uso y Ocupación del Suelo como componente del Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito.**

**Arq. Pablo Ortega, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que se hicieron algunas modificaciones respecto del texto de la ordenanza tales como la supresión de la disposición general sexta y el remplazo por la disposición general octava.

**Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Sugiere que en la disposición transitoria quinta se agregue la frase "En coordinación con la Secretaría encargada del territorio, hábitat y vivienda"

**Arq. Pablo Ortega, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Manifiesta que los considerandos se ha incorporado el numeral 2 del artículo 64 de la Constitución de la República del Ecuador.

**Ing. Darío Gudiño, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que en la disposición general primera se incluyeron las industrias y se establece a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda como la autoridad otorgante de la LUAE.

**Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionarios de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Manifiesta que el tema de la autoridad otorgante para las industrias está regulado por la Resolución Administrativa No. 308, la cual designa a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda como la autoridad administrativa otorgante.

**Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Propone que el punto número tres se elimine y que sea determinado, por vía administrativa, cual es el órgano otorgante de LUAE para las industrias.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Indica que es necesario que conste en el texto de ordenanza que será la autoridad administrativa que determine el órgano otorgante y que por delegación se le podría otorgar esta facultad a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda para que sea el órgano otorgante para las industrias.



**Ing. Darío Gudiño, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Menciona que el punto cuatro versa sobre el tema de las actividades de áridos y pétreos, lo cual estaba enunciado en la Ordenanza Sustitutiva de la Ordenanza Metropolitana No. 557, que actualmente en el proceso de ser aprobado, sin embargo, queda en el aire todas las actividades de áridos y pétreos; esto genera un problema cuando el administrado se acerca a sacar la licencia le registra uso de suelo prohibido pero son canteras que tienen concesiones mineras desde hace varios años.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Menciona que se debe que mejorar la redacción.

**Arq. Pablo Ortega, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que en la disposición general tercera tiene que ver con la facultad para dar un uso diferente a los predios asignados como equipamiento.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Menciona que se puede revertir el uso de los predios signados como equipamiento a partir de la motivación, se debería reglamentar este tema conforme a la necesidad social del entorno donde está establecido el equipamiento para que no quede a discreción de la autoridad administrativa la decisión sobre estos predios.

**Siendo las 12h10 sale de la sala de sesiones el concejal Patricio Ubidia.**

Como política se debe establecer que en todos los equipamientos debe constar cual es la finalidad que tuvo el legislador para determinar un equipamiento, con lo cual se evitara la discrecionalidad; además si la categorización de equipamiento se da a través de ordenanza lo que corresponde es revertir con ordenanza y no con resolución.

**Concejal Jorge Albán:** Menciona que se tiene que justificar el levantamiento de la condición de equipamiento, independientemente si el predio es público o privado; para que se levante la condición de equipamiento se debe establecer en la ordenanza cuales son los justificativos para ello.

**Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que se podría presentar un expediente motivado desde la perspectiva social, cobertura de servicios, movilidad, entre otros para que se analice y lo aprueben.

**Concejal Jorge Albán:** Menciona que tiene dos observaciones, la primera versa sobre la Disposición Transitoria Octava la cual trata sobre la captura de plusvalía, se mantiene que en un plazo determinado se establecerá las formas de captura de plusvalía, con lo cual no está de acuerdo. Además menciona que se tiene que revisar el tema del aprovechamiento de las áreas de protección ecológica, también indica que se tiene que revisar la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Propone suspender la sesión y reinstalarse el martes 10 de mayo a las 10h00.

**Siendo las 12h38 se suspende la sesión, misma que se reinstalará el 10 de mayo de 2016.**

## REINSTALACIÓN

REGISTRO ASISTENCIA – INICIO SESIÓN		
NOMBRE	PRESENTE	AUSENTE
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1	
Sr. Jorge Albán	1	
Abg. Eduardo Del Pozo		1
Sr. Marco Ponce	1	
MSc. Patricio Ubidia		1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

En el Distrito Metropolitano de Quito, a los diez días del mes de mayo del año dos mil dieciséis, siendo las 10h47, se reinstalan en sesión ordinaria, 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 y Abg. Sergio Garnica Ortiz, quien preside la sesión.

Se registra la presencia de los siguientes funcionarios: Dr. Édison Yépez, Subprocurador Metropolitano (E); Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda; Dra. Yhoana Mogrovejo, Ings. Paulina Cubillo, Darío Gudiño y Marcelo Yáñez, Arqs. María González, Irene Vinuesa, David Jácome y Pablo Ortega, funcionarios de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda; Ing. Martha Proaño, funcionaria de la Secretaría de Movilidad; Ing. Édison Burbano, Funcionario de la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas – EPMMOP; Lic. Mariela Choez y Dr. Álvaro Fiallos, funcionarios del despacho del concejal Sergio Garnica Ortiz; Arq. Lorena Velástegui e Ing. René Robalino, funcionarios del despacho del concejal Marco Ponce; y, Dr. Héctor Chávez, funcionario del despacho del concejal Patricio Ubidia.

Secretaría constata que existe el quórum legal y reglamentario, y se continúa con el tratamiento del orden del día.

### 5. Varios.

#### 5.1 Conocimiento y resolución del proyecto de Reforma de la Ordenanza Metropolitana No. 330 de Publicidad Exterior.

**Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que conforme lo dispuesto por la Comisión se mantuvo una reunión con el Ing. Jaime Guerrero, asesor de la concejala Soledad Benítez par la analizar las observaciones realizadas por la señora Concejala.

**Siendo las 10h49 ingresa en la sala de sesiones el concejal Eduardo Del Pozo.**

**Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Manifiesta que del barrido realizado con el asesor de la concejala Benítez, se determinó las observaciones a ser acogidas y las que no se acogen. (El cuadro con las observaciones se adjunta como anexo 2).



Una de las observaciones corresponde al artículo 8 respecto a los medios de expresión publicitaria no autorizada, en casos como publicidad engañosa, contenido discriminatoria, etc., el asesor de la concejala hablo sobre la posibilidad que se pueda tomar como medida sancionatoria la caducidad de la licencia por parte del Municipio cuando se tenga la resolución de un órgano competente; lo cual no se acogió parcialmente, ya que los parámetros están determinados en normas nacionales.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Indica que se puede aclarar en la Ordenanza, que la Municipalidad velará el inmediato cumplimiento de la resolución emitida por los órganos competentes.

**Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Manifiesta que en el artículo 9, literal p), el espíritu de la observación corresponde a publicidad tipo trípode los cuales podrían saturar algunos sectores como el boulevard de la Amazonas; al respecto de elementos publicitarios están determinados en el anexo técnico de la ordenanza, y este tipo específico de publicidad no puede ser colocado ya que la publicidad en general debe cumplir la regla técnica. (El proyecto de ordenanza se adjunta como anexo 3).

**Concejal Jorge Albán:** Menciona que existe un vacío el cual se podría solventar en el artículo relacionado con rótulos y haciendo referencia con la ordenanza que regula el uso de espacios públicos.

**Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que en el marco de los convenios que realizan los locales comerciales acerca del uso de espacio público se debe incluir los condicionantes de la regulación, con la finalidad de explicitar la actividad económica que realiza el establecimiento y regular; este tema se debería ampliar en el texto del artículo 19, literal c) de la ordenanza.

**Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Menciona que con las modificaciones realizadas el texto del artículo 19, literal c) en el último párrafo quedaría: "otros elementos de divulgación, difusión, o promoción de la actividad económica vinculada al establecimiento que ocupen espacio público de dominio público se sujetaran a las normas que regulan la materia".

Siendo las 11h20 sale de la sala de sesiones el concejal Eduardo Del Pozo.

La siguiente propuesta corresponde al artículo 28, a fin de que el título de crédito al momento de la renovación de la LMU 41 se genere de manera inmediata, además se debe eliminar la frase "se cancelen las tasas a través de la ventanilla de licenciamiento"; ya que en la práctica en estas ventanillas no se receptan pagos.

**Concejal Jorge Albán:** Manifiesta que si es un proceso simplificado es automático, la autoridad se reserva el derecho de, eventualmente, confirmar que se cumpla con los requisitos establecidos en la normativa, de no cumplir la sanción debe ser fuerte.

Siendo las 11h36 ingresa a la sala de sesiones el concejal Patricio Ubidia, y sale el concejal Marco Ponce.

**Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que la siguiente observación versa sobre la figura de la LMU 41 condicionada, esta figura se encontraba determinada como una disposición transitoria, pero se lo ha establecido como una disposición general.

Se ha incorporado como disposición transitoria quinta, la disposición propuesta por la Procuraduría Metropolitana respecto de los procesos administrativos sancionatorios; y se incorpora como un considerando a la disposición constitucional tipificada en el artículo 76 de la Constitución de la República del Ecuador.

**Arq. Jacobo Herdoíza, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Manifiesta que en relación a la publicidad en bienes del Estado es de carácter comunicacional de la actividad que realiza una actividad del gobierno no es sujeta de licencia, pero si se coloca publicidad de marcas comerciales con fines de consumo se debería licenciar.

**Siendo las 11h50 ingresa a la sala de sesiones el concejal Marco Ponce.**

**Dr. Édison Yépez, Subprocurador Metropolitano (E):** Propone que el artículo 19 en el segundo párrafo luego de la palabra Estado se incluya la frase "cuyo objetivo sea la divulgación de mensajes institucionales con fines informativos".

**Concejal Sergio Garnica Ortiz Presidente de la Comisión:** Menciona que las observaciones quedan de establecidos de esta forma, y propone solicitar el informe y criterio legal a la Procuraduría Metropolitana.

**Concejal Jorge Albán:** Propone que se soliciten los respectivos informes a la Dirección Metropolitana Financiera sobre el impacto que generará al Municipio la implantación de esta ordenanza.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo			1
Sr. Marco Ponce	1		
MSc. Patricio Ubidia	1		
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** solicita a la Procuraduría Metropolitana, remita su informe y criterio legal relacionado con el proyecto de Ordenanza en referencia, en particular sobre las modificaciones o cambios propuestos en el proyecto desde que fue conocido en primer debate por el Concejo Metropolitano.

Además, acoge la propuesta presentada por el concejal Albán y **resuelve:** solicita a la Dirección Metropolitana Financiera remita su informe respecto al impacto económico que generará al Municipio la implementación del proyecto de Ordenanza Sustitutiva del Título III de la Ordenanza Metropolitana No. 308.





**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Propone que se apruebe el texto de ordenanza, salvo las incorporaciones que proponga la Procuraduría Metropolitana en su informe. Somete a votación del Proyecto de Ordenanza.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo			1
Sr. Marco Ponce	1		
MSc. Patricio Ubidia	1		
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** acoger el proyecto de Ordenanza Sustitutiva del Título III de la Ordenanza Metropolitana No. 308, salvo las incorporaciones que proponga la Procuraduría Metropolitana en su informe; y, remitir el expediente para conocimiento del Concejo Metropolitano.

**5.2 Conocimiento del Proyecto de Ordenanza que regula el Procedimiento de Captura de Plusvalía por Cambio Normativo en el Uso y Ocupación del Suelo a través de PUAE en el Distrito Metropolitano de Quito.**

**Dra. Yhoana Mogrovejo, funcionaria de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que la figura de captura de plusvalía se está duplicando en dos instrumentos, un en venta de edificabilidad a través de la Ordenanza Metropolitana No. 172 en PUAE, y la otra, captura de plusvalía en la ordenanza que se va a revisar, por lo que se va a tener un problema aplicación práctica, en tal virtud proponen establecer una disposición derogatoria en el proyecto de ordenanza de captura de plusvalía que suprima el artículo 96 de la Ordenanza Metropolitana No. 172, pero se mantendrá todo el proceso que establece el mencionado artículo para este efecto.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Propone que en esta Ordenanza se incorpora una reformatoria al literal b) del artículo 96 de la Ordenanza Metropolitana No. 172, en el cual refiera que deberá acogerse a la Ordenanza de Captura de Plusvalía; establecer una disposición derogatoria que disponga se derogue toda norma de inferior o de igual jerarquía que se oponga a este cuerpo normativo.

Siendo las 12h24 sale de la sala de sesiones el concejal Patricio Ubidia.

Solicita que se publique en la página WEB, propone solicitar a la Procuraduría Metropolitana que remita un informe sobre el proyecto normativo.

Registro de Votación			
Integrante Comisión	A favor	En contra	Ausente
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1		
Sr. Jorge Albán	1		
Abg. Eduardo Del Pozo			1



Sr. Marco Ponce	1		
MSc. Patricio Ubidia			1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

Con cuatro votos a favor la Comisión acoge la propuesta presentada por el concejal Garnica y **resuelve:** solicitar a la Procuraduría Metropolitana que remita su informe y criterio legal relacionado con el proyecto de Ordenanza que regula el Procedimiento de Captura de Plusvalía por Cambio Normativo en el Uso y Ocupación del Suelo a través de PUAE en el Distrito Metropolitano de Quito.

### 5.3 Proyecto de Ordenanza que contiene el Plan de Uso y Ocupación del Suelo.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Solicita se indique si se requiere alguna información adicional para el día lunes revisar el proyecto normativo con lo requerimiento que se realicen.

**Concejal Marco Ponce:** Manifiesta que sugirió reglamentar los procedimientos para declarar predios rurales con vocación productiva.

**Arq. Pablo Ortega, funcionario de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda:** Indica que en la Disposición Transitoria Novena se establece que la entidad responsable del territorio, hábitat y vivienda en conjunto con la secretaría responsable del ambiente establecerán el aprovechamiento de la tierra rural en coordinación con la Autoridad Agraria Nacional.

**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Manifiesta que se dispuso que se levante un banco de datos, lo cual se debe realiza para cumplir con la Ley de Tierra Rurales y Territorios Ancestrales.

**Concejal Jorge Albán:** Propone revisar las definiciones de residencial rural 1 y residencial rural 2 ya que a su parecer no se describe bien estas dos categorías; se debe actualizar el cuadro de actividades y ocupación del suelo; y, hacer una revisión de los cambios realizados al texto normativo.

**Siendo las 12h38 ingresa a la sala de sesiones el concejal Patricio Ubidia.**


**Concejal Sergio Garnica Ortiz, Presidente de la Comisión:** Indica que el análisis de los cambios se hará en base a las inspecciones realizadas. Se han remitido varios expediente a la Unidad Especial Regula Tu Barrio a fin de que no se realice ningún cambio dentro de la clasificación de predio rural a urbano para que no ir en contra la Ley de Tierras. Además indica que se tiene que acoger todas las observaciones realizadas sobre este tema.

Siendo las 12h49 y al haber concluido con el orden del día, 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.




REGISTRO ASISTENCIA – FINALIZACIÓN SESIÓN		
NOMBRE	PRESENTE	AUSENTE
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1	
Sr. Jorge Albán	1	
Abg. Eduardo Del Pozo		1
Sr. Marco Ponce	1	
MSc. Patricio Ubidia	1	
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>

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

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

REGISTRO ASISTENCIA – RESUMEN SESIÓN		
NOMBRE	PRESENTE	AUSENTE
Abg. Sergio Garnica Ortiz	1	
Sr. Jorge Albán	1	
Abg. Eduardo Del Pozo	1	
Sr. Marco Ponce	1	
MSc. Patricio Ubidia	1	
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>0</b>

3 ANEXOS CON 34 FOJAS.

Acción:	Responsable:	Unidad:	Sumilla:
Elaborado por:	V. Loachamín / CF	SC	
Revisado por:	R. Delgado	GC	
Revisado por:		Despacho SG	

# ANEXO

# 1

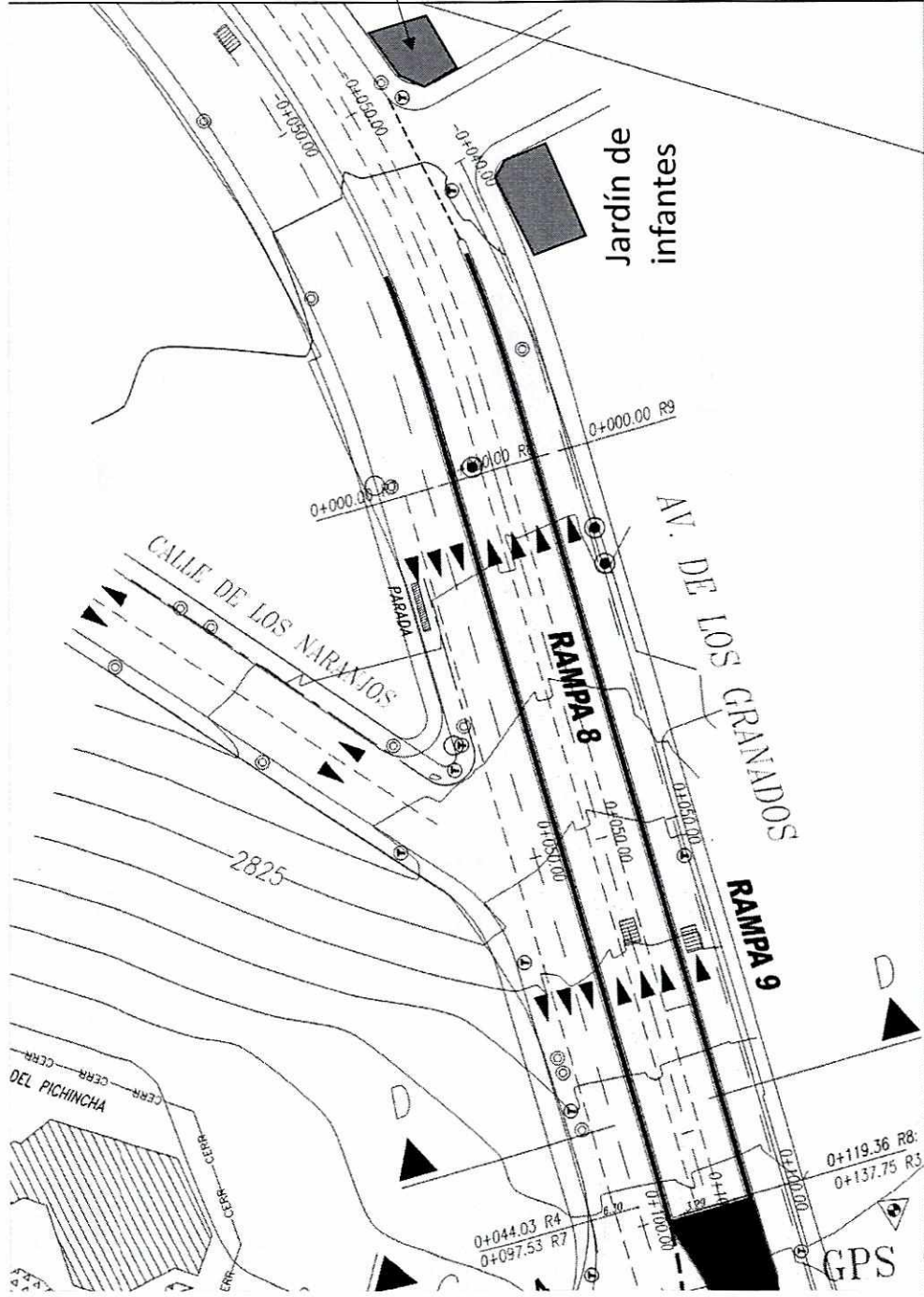
A



# Intercambiador Granados

R

# Propuesta actual Emmop



Edificio de 6 pisos  
y 2 subsuelos

Jardín de  
infantes

CALLE DE LOS NARANJOS

AV. DE LOS GRANADOS

RAMPA 8

RAMPA 9

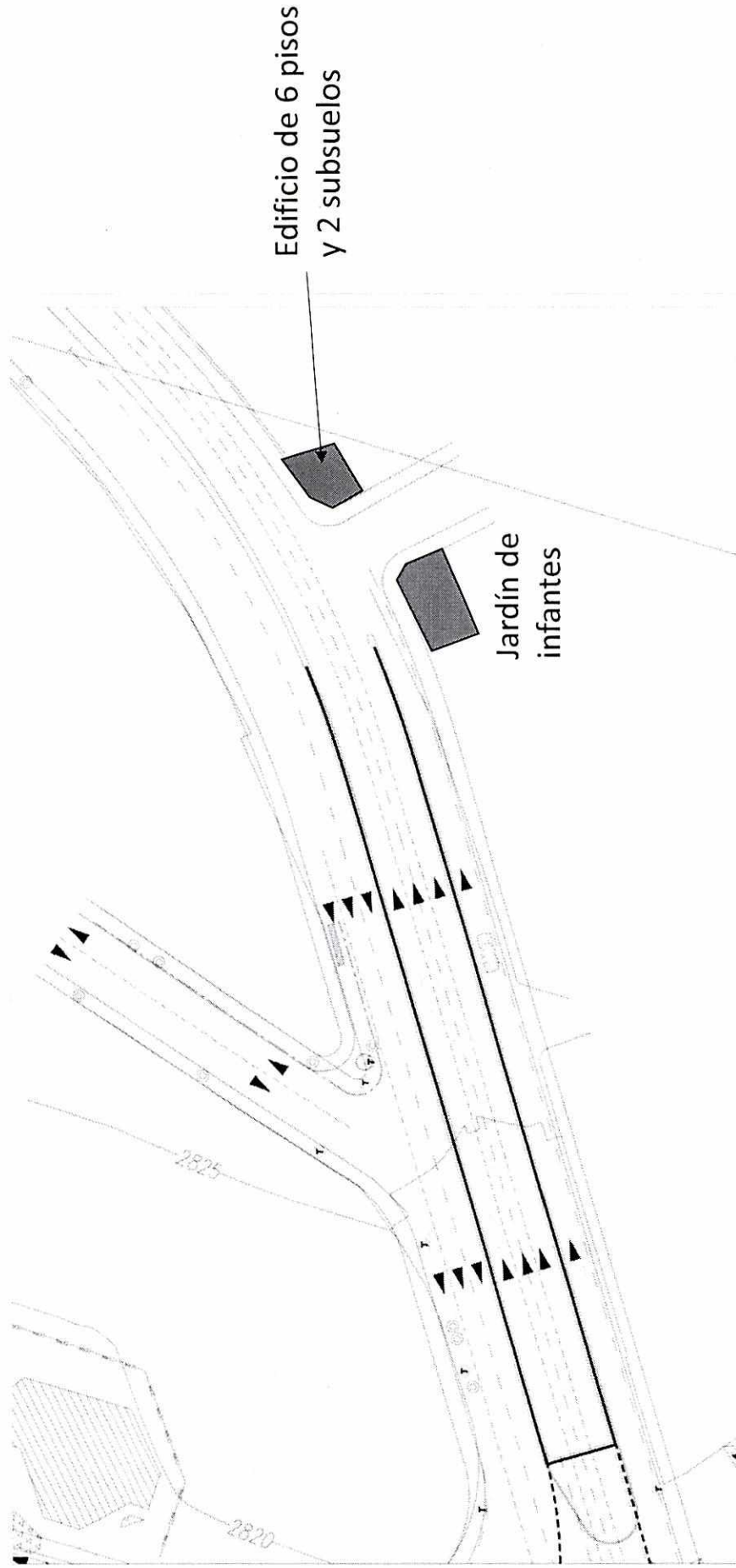
DEL PICHINCHA

GPS

*[Handwritten mark]*

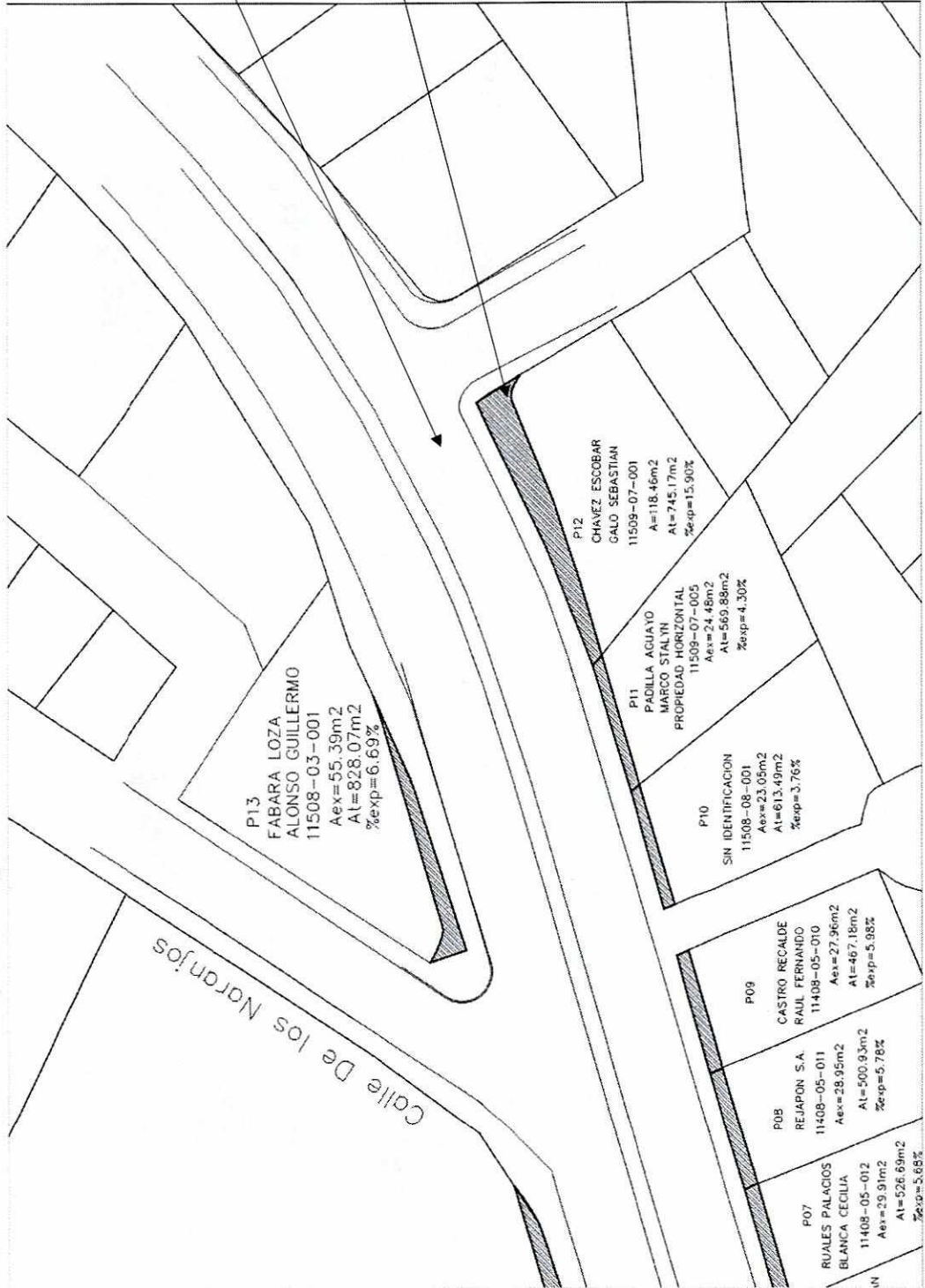


# Animación del problema



# Detalle de expropiaciones

Mientras la curva de la avenida se abre hacia la izquierda (flecha azul), las expropiaciones se abren hacia la derecha (flecha roja)



*[Handwritten signature]*



# Gracias

Ing. Galo Chávez Montero

# ANEXO

## 2



Concejal Observaciones realizadas	Artículo y/o Texto	Enmienda o aclaración
<p>Pedro Freire López</p> <p>Verificar el título del proyecto de Ordenanza, pues no se trata de una sustitutiva de la Ordenanza Metropolitana No. 308, sino que se trata de una sustitutiva de un título de dicha Ordenanza, introducido por la Ordenanza Metropolitana No. 330, que a su vez se reformó mediante ordenanza No. 310.</p>	<p>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 TERCERO DE LA ORDENANZA 308 QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU - (41)</p>	<p>El título de la Ordenanza propuesta establece que se sustituye solamente el título tercero de la Ordenanza 308. En principio se propuso la sustitución de la OM 330-310 pero en el análisis realizado al interno de la Comisión se determinó que lo correcto era la sustitución del Título Tercero de la OM 308.</p>
<p>En los considerandos sustituir los artículos relacionados con las atribuciones del Concejo Municipal, previstas en el artículo 57 del COOTAD, por las del Concejo Metropolitanano, previstas en el artículo 87, del mismo cuerpo normativo, de conformidad con el criterio del señor Procurador.</p>	<p>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;</p>	<p>Que, el literal a) del Art. 87 del COOTAD, establece como una atribución del Concejo Metropolitanano la de ejercer la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado metropolitanano, mediante la expedición de ordenanzas metropolitananas, acuerdos y resoluciones.</p> <p>Que, el numeral 1 del Art. 8 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitanano de Quito señala que le corresponde al Concejo Metropolitanano "decidir, mediante ordenanza, sobre los asuntos de interés general, relativos al desarrollo integral y a la ordenación urbanísticas del Distrito, a la prestación de servicios públicos, y a la promoción cultural de la comunidad, así como las cuestiones referentes a otras materias que según la Ley sean de competencia municipal".</p>
<p>La figura de la subasta al alza no se encuentra en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, solo existe la subasta inversa, por lo que no podría incluirse un procedimiento nuevo a través de la Ordenanza.</p>	<p>Artículo... (49).- Subasta al Alza.-</p>	<p>El procedimiento de subasta al alza ha sido concebido como un procedimiento más de participación del sector privado cuando la publicidad es considerada como una forma de recaudo (ver artículos 15 y 49). No se relaciona con los procedimientos establecidos en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, en la cual el Estado es el que contrata bienes, obras o servicios y por tanto la subasta tiene a la baja.</p> <p>Se propone excluir el numeral 2 del artículo 49 que señala la posibilidad de coordinar con el SERCOP la utilización de la plataforma tecnológica a fin de realizar el procedimiento de subasta al alza, para evitar confusiones que hagan pensar que este procedimiento se sujetaría a la LOSNCP.</p> <p>Concepto de subasta al alza a ser incluido en el Anexo Único:</p> <p>Es una modalidad de participación mediante la cual personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras pujarán hacia el alza del precio ofertado por cada punto de publicidad exterior en espacio público, en acto público o por medios electrónicos.</p>
<p>En el anexo de la Ordenanza, sustituir la palabra "discapacitados", por "personas con discapacidad".</p>		<p><b>ACOGIDA</b></p>

<p>Revisar si las disposiciones transitorias son efectivamente transitorias o generales.</p>	<p><b>DISPOSICIONES TRANSITORIAS</b>                  Primera.- Procedimientos para autorización de publicidad no licenciada. El período de regularización será de 90 días contados a partir de la fecha de sanción de la presente ordenanza.                  Segunda.- Establece un plazo de 60 días calendario, para retirar la publicidad exterior y los soportes publicitarios que no hayan sido autorizados.                  Tercera.- La publicidad autorizada a través de permisos caducados, tendrá un plazo de 60 días para retirar el elemento publicitario a partir de la publicación de la presente ordenanza.                  Cuarta.- Los administrados que cuenten con permisos actualmente vigentes, podrán continuar ejerciendo la actividad autorizada hasta la caducidad de dichos permisos sin posibilidad de renovación.                  Quinta.- Establece que el órgano administrativo competente, encargado del espacio público, será la autoridad encargada de la administración de los parterres, parques, plazas y piletas.                  Sexta.- En predios con uso principal múltiple (M), donde el retiro frontal aún no haya sido tratado como prolongación de la acera, se podrá otorgar una LMU (41-C) "CONDICIONADA".                  Séptima.- En el plazo de 45 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 elaborará el anexo de requisitos, procedimientos y reglas técnicas que regirán para la colocación de la publicidad exterior móvil y publicidad fija en bienes públicos.                  Octava.- La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda, en el plazo de 90 días contados a partir de la sanción de la presente ordenanza, instrumentalizará el Registro General de Publicidad Exterior Fija de Terceros, como una herramienta de gestión territorial.                  Novena.- La Administración General proveerá los recursos necesarios para la implementación de lo establecido en la presente ordenanza.</p>	<p>Acogida la observación para las disposiciones transitorias: Quinta, Sexta y Novena</p>
--	---	---



Daniela Chacón Arias

Debe revisarse la cuantía de la tasa de publicidad móvil, literales c) y d), considerando que las campañas publicitarias tienen un carácter temporal, por lo que habría que analizar la posibilidad de realizar un cobro mensual de la tasa en función de la duración de las campañas. Para el efecto, considera que podría consultarse con la Agencia Metropolitana de Control, que tiene experiencia en la materia.

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

Estado actual:

- 1 - Tasa publicidad fija exterior de terceros de 9m2 en adelante: Quince por ciento (15%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie.
- 2 - Tasa publicidad móvil:
- c) Tres salarios básicos unificados para vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.)

Propuesta:

- c) Siete coma cinco por ciento (7,5%) del salario básico unificado por unidad por cada mes de campaña para vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.)

En el artículo 55, relativo al régimen sancionatorio, debe revisarse el valor de la sanción, ya que debe existir un adecuado escalonamiento entre las sanciones en atención al principio de proporcionalidad. De igual manera, considera que debe trabajarse el tema con la Agencia Metropolitana de Control.

Artículo... (55).- 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.

Rango m2	Costo licencia	Multa Propuesta	Ratio
1-8 m2	5% SBU	20% SBU/m2	4,00
	18,30	73,20	
9-32 m2	15% SBU/m2	65% SBU/m2	3,98
	54,90	218,40	

Artículo... (55).- 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 al sesenta y cinco por ciento (65%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, 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 veinte por ciento (20%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, 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.

Jorge Albán Gómez

2

<p>Debe reformularse el texto del inciso final del artículo 44, propendiendo hacia una condición de excepción para la publicidad prevista en dicho inciso, pues la redacción no deja claro si los pliegos de los procesos contractuales deben someterse a las disposiciones de la Ordenanza.</p>	<p>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 del Título III de la Ordenanza Metropolitana 308, 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 personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras, de acuerdo a las modalidades 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.</p> <p>La publicidad cuya explotación sea considerada forma de pago conforme con lo dispuesto en el artículo 15 de esta ordenanza, no se registrará por las disposiciones de este Capítulo y estará sujeta a los Pliegos de Condiciones y a la legislación aplicable.</p>	<p>Se acoge la observación y por tanto se propone: Sustituir el segundo inciso del numeral ii) del Artículo 15 por el siguiente texto "La delegación del servicio, obra o uso público descrito en el inciso anterior, se sujetará al régimen descrito en los pliegos de condiciones del contrato de delegación, según la normativa nacional vigente.</p> <p>La publicidad cuya explotación sea considerada forma de pago, estará sujeta a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único del Título III de la Ordenanza Metropolitana 308, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito".</p> <p>Y eliminar el inciso segundo del artículo 44.</p>
<p>Patricio Ubidia</p> <p>Solicita una explicación respecto del porcentaje de puntos de publicidad que se destinarán a difundir actividades municipales, previsto en el artículo 47, numeral 3 del proyecto.</p>	<p>Artículo... (47).- Explotación de Espacios Públicos de dominio público.- 3. Los contratos a suscribirse estipularán y regularán que el 5% de los Puntos de Publicidad Exterior sujetos a explotación deberán ser destinados, sin costo alguno, a la difusión de actividades turísticas, culturales, sociales, de emergencia o educativos a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.</p>	<p>El MDMQ se dirige a la ciudadanía a través de procesos comunicativos y relacionales para transmitir todo tipo de mensajes sobre la gestión pública que se viene realizando; tales procesos se justifican desde la premisa fundamental de que el ciudadano debe estar informado de todas aquellas actuaciones e iniciativas administrativas, ofertas de índole cultural o social que son de interés del administrado. Por este motivo, la propuesta mantiene el 5% como puntos sin costo destinados para estos efectos, existente originalmente en la Ordenanza Metropolitana 330.</p>
		<p>Artículo... (18).- Alcance de la LMU (41).- 5. Todo elemento publicitario con formatos que permitan exponer publicidad de manera dinámica, como TV, pantallas LED u otros, deberá destinar al menos 30 segundos, cada 30 minutos a lo largo del periodo de funcionamiento de dichos dispositivos, para transmitir mensajes de carácter social cuando estos sean provistos por la Secretaría encargada de la comunicación o de inclusión social.</p>



<p><u>Luis Robles</u> Señala que la Ordenanza no tiene un criterio de espacio público con recurso social, por lo que esto derivaría en la saturación publicitaria del Distrito.</p>	<p>Artículo... (14).- Planes de intervención en el espacio público: i. 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. ii. 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.</p>	<p>La propuesta de Ordenanza tiene por objetivo el regular la actividad publicitaria exterior como un recurso de la municipalidad para ordenar el espacio público y recaudar valores que le permita cumplir con las funciones establecidas en la Constitución y la Ley en beneficio de la colectividad. En el Artículo... (14).- Planes de intervención en el espacio público, se establece que la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda deberá regular y acordar la gestión de la publicidad mediante la elaboración de planes de intervención. Por otra parte, el Artículo...(51) Delegación de Puntos de Publicidad señala que no se podrán instalar dos puntos de publicidad dentro del rango de 200m2 salvo casos excepcionales debidamente justificados por la autoridad competente. El Anexo Único, en su capítulo II.3 Reglas Técnicas, establece las distancias mínimas entre medios de publicidad fija según los diferentes tipos de formatos y medios, esto con la finalidad de evitar la saturación visual del espacio público. Por lo expuesto no se acoge la observación.</p>
<p>Solicita que el artículo 9, relativo a las prohibiciones para publicidad exterior fija, se incluya la prohibición de colores, símbolos o referencias a partidos políticos.</p>		<p><b>No se acoge</b> pues la publicidad que realice el Municipio para difundir sus acciones, obras o mensajes responde a los lineamientos de su imagen institucional, la cual comporta una serie de determinaciones gráficas. Se diferencia de la publicidad institucional aquella que comporta contenidos políticos de un determinado partido o candidato, materia regulada por el CNE y no por esta ordenanza tanto es así que se encuentra exenta de LMLU(41) según lo dispuesto en el artículo 19</p>
<p><u>Soledad Benítez</u> La publicidad no es un recurso social, y peor aún económico imprescindible, es un negocio privado.</p>	<p>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.</p>	<p><b>Observación acogida</b>, texto propuesto: Hoy en día, la publicidad es un recurso 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.</p>



<p>Se sirvan incorporar las referencias bibliográficas de los modelos exitosos.</p>	<p>Existen modelos de buenas prácticas de otras ciudades de la región y del mundo como Barcelona, Sao Paulo, Buenos Aires, Montevideo, Vancouver o Madrid, 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.</p>	<p><b>No Acogida:</b> Sin embargo, en el "INFORME SOBRE PUBLICIDAD Y LOS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN QUE NORMAN Y REGULAN LA PUBLICIDAD EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO", elaborado por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda y compañía la presente propuesta de Ordenanza, en el capítulo "Buenas prácticas en la administración de la publicidad", se expone el caso de Barcelona y se hace un análisis de la gestión de la publicidad en esa ciudad. Adicionalmente, se incluyen cuadros que recogen datos de la gestión en otras ciudades sudamericanas y del mundo como Sao Paulo, Buenos Aires, Montevideo, Vancouver o Madrid, entre otras.</p>
<p>En el texto de la ordenanza no se adjuntan conceptos de planificación, ya que tan solo al plantar la ubicación a un radio de 200 metros se habla de ubicación, pero no se analiza las condiciones de los subconjuntos urbanos, no se analiza el paisaje arquitectónico, el paisaje natural, flujos de personas y de vehículos en las diferentes vías (no se caracteriza su ubicación), por lo tanto no se puede establecer que existe una planificación.</p>	<p>El criterio del despacho refiere a que no se trata de planificación, sino de ordenamiento únicamente.</p>	<p><b>No acogida:</b> La naturaleza de la propuesta de Ordenanza tiene el objeto de regular y ordenar la actividad publicitaria exterior como medio o sistema de transmisión de un mensaje en la ciudad. Los criterios generales y los formatos de la publicidad a ser implantada en el espacio público están definidos en las "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito". Sin perjuicio de lo anotado, en el Artículo... (14). - Planes de intervención en el espacio público, se establece que la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda deberá regular y acordar la gestión de la publicidad de manera integral mediante la elaboración de planes de intervención.</p>
<p>En ninguna parte del texto de la ordenanza se establece cómo se analizaría la implantación de la publicidad en el paisaje urbano y natural del Distrito Metropolitano de Quito.</p>	<p>Artículo... (9).- Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.- Se prohíbe con carácter particular: 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;</p>	<p>El paisaje urbano estaría regulado mediante la elaboración de los Planes de Intervención por parte de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, en base a las disposiciones establecidas en esta Ordenanza y lo establecido en las "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito". La publicidad en los espacios naturales protegidos está prohibida de acuerdo al artículo 9, literal d de la presente Ordenanza.</p>



<p>No se puede establecer como espacio público los espacios privados. Deberían regirse por el artículo 567 del COOTAD.</p>	<p>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.</p>	<p><b>No acogida:</b> La propuesta de Ordenanza no establece como espacio público a los espacios privados. Para efectos de una correcta aplicación de los diferentes mecanismos de gestión de la publicidad, es necesario diferenciar los espacios públicos de dominio público, de los espacios públicos de dominio privado. Esta diferenciación es necesaria ya que la publicidad puede estar instalada en predios de dominio privado, pero dentro del espectro visual del público en general.                  La definición adoptada de espacio público en el marco de esta ordenanza es la siguiente y se encuentra descrita en el Glosario del Anexo Único:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 (espectro visual del sujeto que observa el elemento de publicidad), incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general en el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.</li> <li>• Espacio público de dominio privado: Es el espacio susceptible de publicidad exterior, ubicado en predio edificado o sin edificar de propiedad privada, incluso cuando se trate de edificaciones en proceso de construcción u obras de mantenimiento, que no constituye espacio de servicio general o espacio público de dominio público, y que son regulados por la presente ordenanza.</li> <li>• Espacio público de dominio público: Es el espacio susceptible de publicidad exterior, ubicado en bienes del <b>GAD municipal</b>, sean de dominio y uso público o de dominio privado, establecidos en el COOTAD.</li> <li>• Espacio de servicio general: Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general.</li> </ul>
--	---	---





<p>El anexo único es de la Ordenanza 310, pero la misma se está sustituyendo con este proyecto.</p>	<p>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.</p>	<p>Se sustituye también el anexo técnico que será incorporado al nuevo Título innumerado III de la Ordenanza Metropolitana 308, como parte del mismo. Los cambios principales se realizan en el primer párrafo de las disposiciones generales, que establece el concepto de publicidad exterior. Aumenta lo siguiente: - 4to párrafo de los aspectos generales que establece que la publicidad exterior fija puede ser sujeta de explotación comercial, como forma de recaudo o como forma de pago. Conceptos: - Delegación - Espacio público de dominio público - Espacio público de dominio privado - Paneles de Información Ciudadana o MUIPI - Relojes Públicos - LMU (41-C) Licencia condicionada - Se elimina la instalación de soportes publicitarios en aceras o parterres rehabilitados. - Aumento del literal d) en el punto 2.1.6. MEDIOS EN ESPACIO PÚBLICO DE DOMINIO PÚBLICO MUNICIPAL, que establece que las diferentes empresas con competencia sobre materia de transporte podrán llevar procesos de delegación. Se establece que en estos casos no aplica la norma de los 200m. - Aumento del numeral 2.1.10. PLACAS IDENTIFICATIVAS DE LA PUBLICIDAD FIJA - Ajustes generales en redacción.</p>
<p>El anexo único es de la Ordenanza 310, pero la misma se está sustituyendo con este proyecto.</p>	<p>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 Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana 308.</p>	<p>Se mantiene el criterio del punto anterior.</p>

<p>Quién califica o cuáles son los parámetros para que la publicidad pueda causar: producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público, que induzca al racismo, discriminación, toxicomanía, sexismo, intolerancia religiosa o política, contra los derechos constitucionales, publicidad engañosa, publicidad subliminal.</p> <p>Se debería desglosar en el anexo técnico.</p> <p>en el literal F, se ajustarse a lo establecido en la sección tercera de la Ordenanza 123 de 5 de julio de 2004, o reformar la ordenanza antes mencionada.</p>	<p>Artículo... (8).- Medios de expresión publicitaria no autorizados.- Se prohíbe con carácter general:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público;</li> <li>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;</li> <li>c) La publicidad exterior engañosa, es decir aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error a sus destinatarios;</li> <li>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;</li> <li>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;</li> <li>f) La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares; y,</li> <li>g) La publicidad con hojas volantes en el espacio público.</li> <li>h) Quien se sienta afectado deberá recurrir al órgano competente para que se proceda de acuerdo a lo establecido por la ley, y de tal resolución la Municipalidad deberá hacer cumplir de manera inmediata</li> </ul>	<p><b>Acogida parcialmente:</b> Puesto que estos parámetros están determinados en normas nacionales relativos a cada materia, por ejemplo, la Ley Orgánica del Consumidor que se refiere a la publicidad engañosa.</p>
---	--	--

<p>Artículo... (9).- Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.- Se prohíbe con carácter particular:</p> <p>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 <i>propuesta por Concejala para eliminar</i> así como las señales informativas que realice la municipalidad o entes estatales (<i>propuesta de la Concejala</i>);</p> <p>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 del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de las intervenciones constructivas así como las señales informativas que realice la municipalidad o entes estatales (<i>propuesta de la Concejala</i>);</p> <p>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;</p>	<p>Artículo... (9).- Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.- Se prohíbe con carácter particular:</p> <p>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;</p> <p>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;</p> <p>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;</p>	<p><b>No acogida:</b></p> <p>d) Se recomienda mantener la propuesta para que la publicidad en estos espacios se encuentre regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano, ya que toda publicidad debe acogerse al presente cuerpo normativo. Las señales informativas no son consideradas como publicidad.</p> <p>e) La señalización en intervenciones constructivas es un requerimiento establecido en la Ordenanza Metropolitana 156 que no es considerado como publicidad, al igual que las señales informativas.</p> <p>f) Mismo criterio que el anterior.</p>
---	---	---



<p>j) Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano, así como en redondeles o rotondas (<i>propuesta por la Concejala</i>);</p> <p>o) La instalación de (rótulos <i>propuesta por Concejala para eliminar</i>) estructuras para la sujeción de publicidad (<i>propuesta por la Concejala</i>) en los retiros frontales de los edificios;</p> <p>p) Cualquier tipo de publicidad (con un formato mayor a 2 m2 por cara, excepto en los casos previstos en la Regla Técnica <i>propuesta por Concejala para eliminar</i>) 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 o con inversión pública o privada.</p>	<p>j) Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano;</p> <p>o) La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;</p> <p>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;</p> <p>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.</p>	<p>j) <b>Acogida:</b> De acuerdo con la observación.</p> <p>o) <b>No acogida:</b> La observación es imprecisa en su propuesta, ya que la prohibición no se puede limitar únicamente a la estructura de sujeción de publicidad, sino al rótulo como tal, que es un letrero, inscripción o elemento decorativo que anuncia un bien o servicio. Glosario</p> <p>p) <b>Acogida:</b> No es conveniente eliminar la publicidad de formatos menores a 2 m2 por cara, ya que estos espacios pueden estar sujetos a la colocación de formatos de mobiliario urbano que presenten publicidad. Duda solventada, ya que se licencia o se delega solamente los formatos establecidos en la regla técnica.</p>
<p>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, a excepción de los elementos publicitarios (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 (<i>propuesta por la Concejala</i>).</p>	<p>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.</p>	<p>s) De acuerdo con la observación.</p> <p>En términos generales no requerirán LMU (41), según lo establecido en el Artículo...(19) literal 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).</p>

<p>b) en base a qué norma se puede establecer cuando un elemento produce encandilamiento, fatiga, molestias visuales. Se recomienda se desarrolle este punto en anexo técnico</p> <p>c) La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal y ventanas laterales delanteras, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo, a excepción de las dispuestas por los entes rectores de la movilidad (<i>propuesta por la Concejala</i>);</p>	<p>Artículo... (10).- Prohibiciones particulares para la publicidad móvil.- Se prohíbe con carácter particular: b) La utilización de sustancias y/o elementos reflectantes, TV, pantallas LED, tubos de neón, 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.</p> <p>Artículo... (10).- Prohibiciones particulares para la publicidad móvil.- Se prohíbe con carácter particular: 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;</p>	<p>El artículo refiere a cualquier dispositivo que posea iluminación propia, como sustancias y/o elementos reflectantes (tubos de neón, por ejemplo), TV, pantallas LED u otros mecanismos, ya que los mismos producen los efectos descritos, por lo tanto quedan prohibidos como formas de publicidad móvil.</p> <p><b>No acogida:</b> Se sugiere mantener el artículo de la propuesta de la manera en que se encuentra, ya que el mismo responde a criterios de seguridad.</p>
<p>h) Se prohíbe todo uso de colores o símbolos, de los partidos o movimientos políticos, así como rostros nombres o voces de autoridades Municipales en toda publicidad que realice el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;</p> <p>i) Se prohíbe que los elementos publicitarios superen la altura de edificación del sector o predio donde se instale;</p> <p>j) La instalación de publicidad exterior no podrá afectar el perfil del paisaje natural, desde la línea de vista, de acuerdo al anexo de esta ordenanza;</p> <p>k) En zona rural, autopistas y vías de primero y segundo orden deben de estar fuera de la zona de seguridad o de derecho de vía, incluyendo el emblema de ente realizador del señalamiento, excepto la señalética preventiva de trabajos en ella. Para todos los demás tipos de vías, los avisos deberían estar por lo menos a 5 metros de distancia perpendicular al borde del camino; (<i>propuesta por la Concejala</i>)</p>	<p>Artículo... (9).- Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.- Se prohíbe con carácter particular: i) Se prohíbe instalar elementos publicitarios en predios donde superen la altura de edificación (del sector o predio donde se instale <i>eliminada</i>) en caso de que existiera;</p>	<p><b>h) No acogida:</b> Pues información que promueva el Municipio para difundir sus acciones, obras o mensajes responde a los lineamientos de su imagen corporativa la cual comporta una serie de determinación gráficas.</p> <p>Se diferencia de la publicidad institucional municipal aquella que comporta contenidos políticos de un determinado partido o candidato, materia regulada por el CNE y no por esta ordenanza..</p> <p><b>i) Se acoge con modificaciones y se incluye dentro del Art. 9 Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.-</b> Ya que degradaría la calidad del espacio urbano en zonas de poca densidad y edificios de baja altura.</p> <p><b>j) No acogida:</b> Toda publicidad conlleva un cierto impacto visual en el paisaje natural o edificado. Quito aún no dispone de una delimitación de zonas de interés paisajístico que nos permitan excluir elementos publicitarios obstruyentes. Finalmente, debido a la topografía de la ciudad, esta prohibición limitaría sustancialmente la colocación de publicidad de gran formato (vallas). <b>Debería corresponder al artículo 9 que trata de prohibiciones en publicidad fija.</b></p> <p><b>k) Al ser texto de Resolución No. 073-Dir-2010-CNNTTSV, artículo 4, numeral 1, de carácter obligatorio, se acoge la observación.</b></p> <p><b>l) En zona urbana, pueden estar sobre la acera y calzada. En este último caso, sólo por arriba o al nivel de las señales de tránsito, obras civiles y de iluminación, siempre y cuando no obstruyan la visibilidad de la señal de tránsito. Propuesta de acuerdo a lo establecido en la Resolución No. 073-Dir-2010-CNNTTSV, artículo 4, numeral 2.</b></p>



<p>No se puede establecer como publicidad a expresiones del arte o cultura, se sugiere redactar de mejor manera el texto para que se entienda que pueden existir formas de publicidad no convencional</p>	<p>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.</p>	<p>Artículo... (11).- Actuaciones Publicitarias Experimentales: 1. <i>Se acoge la propuesta para modificar el texto</i> (Con carácter experimental de arte y cultura se <i>elimina</i> ) Para toda publicidad de carácter no convencional 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.</p>
<p>La exposición de Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda es mucho más clara que la redacción del artículo.</p>	<p>Artículo... (14).- Planes de intervención en el espacio público: i. 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:</p>	<p>Acogida la observación y se propone el siguiente texto: Artículo... (14).- Planes de intervención en el espacio público: i. Con el fin de regular la intervención en el espacio público de dominio público con publicidad de formato menor a 10m2, 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:</p>
<p>i) Debe puntualizarse que todos los puntos de publicidad exterior deben ser subastados. ii) Se debe desglosar los tipos de intervenciones que podrían acogerse, ejemplo: paradas de buses, mantenimiento de parques.</p>	<p>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 sujeta 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. 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.</p>	<p>No se acoge la observación al punto i). 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) No es conveniente desglosar el tipo de obras, servicios o usos a ser delegados, ya que estos pueden ser tan amplios como todo lo que abarca o puede abarcar la gestión municipal.</p>



<p>Se debería incluir un artículo en ese sentido: f) La publicidad electoral en espacios públicos autorizados de acuerdo al anexo técnico, para procesos electorales de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, y que se encuentra regulada por la normativa nacional en materia electoral y conforme al ordenamiento jurídico metropolitano;</p>	<p>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 No requerirá de la LMU (41):</p>	<p><b>No acogida:</b> Se diferencia de la publicidad institucional municipal aquella que comporta contenidos políticos de un determinado partido o candidato, materia regulada por el CNE y no por esta ordenanza, tanto es así que se encuentra exenta de LMU(41) según lo dispuesto en el artículo 19.</p>
<p>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;</p>	<p>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;</p>	<p><b>No acogida:</b> el artículo 19, literal f) señala que la publicidad electoral no requerirá de LMU(41) y estará regulada por normativa nacional en materia electoral.</p>
<p>En este artículo no se desglosa en qué consiste el estudio de la propuesta, se debe desglosar ese tema para evitar discrecionalidad en su aplicación.</p>	<p>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.</p>	<p><b>Acogida</b> la observación: 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 que deberá indicar de manera clara su ubicación y ocupación del espacio público, si existe dinamismo en sus mecanismos de visualización, estructuras de soporte y otros. Se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones por parte del órgano de Control del Distrito Metropolitano de Quito.</p>
<p>Lo óptimo es que la generación de títulos de crédito sea automático para poder ejercer un verdadero control de quien está al día en los pagos.</p>	<p>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.</p>	<p>No es posible, ya que el proceso de emisión de la licencia requiere de una verificación de la documentación entregada, como es por ejemplo la vigencia de garantías y, en algunos casos, constatación física de las estructuras (cuando es renovación).</p>

f



<p>Los pagos ya no se realizan en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, sino que a través de las diferentes oficinas de las entidades del sistema financiero.</p>	<p>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 se elimina) 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 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.</p>	<p><b>Acogida:</b> El artículo si prevé el pago a través de cualquier medio habilitado, incluyendo los del sistema financiero habilitados para estos efectos. 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.</p>
<p>Se debe aclarar cuáles serían los demás casos de ordenamiento jurídico metropolitano.</p>	<p>Artículo... (31).- Caducidad de la LMU (41).- La LMU (41) caducará, y por tanto se extinguirá, en los siguientes supuestos: d) En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico metropolitano.</p>	<p><b>No acogida:</b> No es posible detallar, ya que esto busca cubrir otros casos previstos o por prever dentro del ordenamiento jurídico metropolitano.</p>
<p>Aclarar que la STHV es quién administra este sistema y es la única responsable de su aplicación</p>	<p>Artículo... (35).- Naturalaleza.- La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda, llevará un Registro General de Publicidad Exterior Fija de Terceros, en el cual se incorporarán espacialmente los elementos publicitarios licenciados, concesionados, subastados, etc., como una herramienta de gestión territorial. 3. La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda, llevará un Registro General de Publicidad Exterior Fija de Terceros, en el cual se incorporarán espacialmente los elementos publicitarios licenciados, concesionados, subastados, etc., como una herramienta de gestión territorial.</p>	<p><b>No acogida:</b> Por un lado, el artículo establece que "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, motivo por el cual la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda no puede tener exclusiva responsabilidad, más que la establecida en el inciso 3.</p>
<p>b) La única entidad que debería de emitir la Resolución Administrativa es la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.</p>	<p>Artículo... (36).- Datos.- 1. El Registro contendrá los siguientes datos: b) Aquellos contenidos que se determinaren, vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.</p>	<p><b>No acogida:</b> La fijación de los datos a los que se refiere el Art. 36 no son competencia de la STHV, ya que los datos refieren al "Registro General de Licencias Metropolitanas", mencionado en la observación anterior.</p>
<p>Existirían dos hechos generadores, uno la ocupación del espacio público (espacio de suelo donde se asienta la estructura) y el espacio aéreo donde se ubica la publicidad.</p>	<p>Artículo... (37).- Hecho generador.- El hecho generador de la tasa constituye la utilización o el aprovechamiento del espacio público para la difusión de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, que es materia de la LMU (41).</p>	<p><b>No acogida:</b> La Constitución y el COOTAD establecen que el espacio aéreo es parte de lo que se considera territorio. Más concretamente, el código municipal para el DMQ libro 1.2, Título I, Art ... (1) define "El espacio público constituye el espacio físico AEREO, en superficie o subsuelo que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad. Incorporará elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, y permitirá la relación e integración de las áreas y equipamientos del DMQ". Por tanto, no se trata de dos hechos generadores, ya que el espacio público comprende el espacio de instalación de la publicidad y el aéreo.</p>

<p>El plazo no debería ser mayor a 4 años.</p>	<p>Artículo... (48) Del concurso público para la explotación de publicidad exterior.- Justificación y establecimiento del equilibrio económico-financiero del contrato de explotación que sustente el plazo, la inversión, el costo y la rentabilidad proyectada.</p>	<p><b>No acogida:</b> El plazo no puede tener un límite de 4 años, ya que el mismo depende de la inversión inicial, los flujos de ingresos y egresos parte del giro de negocio y el tiempo de recuperación de la inversión previsto. En el "INFORME SOBRE PUBLICIDAD Y LOS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN QUE NORMAN Y REGULAN LA PUBLICIDAD EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO", elaborado por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda y acompaña la presente propuesta de Ordenanza, en el capítulo "Buenas prácticas en la administración de la publicidad", se exponen los casos de delegación en otras ciudades en donde se muestran plazos que van de 10 a 30 años por los motivos antes descritos.</p>
<p>Debe quedar claro que solo se pueden acoger los elementos publicitarios en propiedad privada. Las personas naturales o jurídicas deberían al menos pagar la multa por no tener LMU (41), si no se estaría premiando a los infractores. Todos los elementos publicitarios deben cumplir con las distancias, ya que estarían en ventaja (ubicación) las empresas que infringieron la norma.</p>	<p><b>DISPOSICIONES TRANSITORIAS</b> 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: 2. La Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41) será la Administración Zonal correspondiente, a través del procedimiento simplificado determinado en el artículo 18 20 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 41 de la presente ordenanza, más los intereses de mora por el tiempo transcurrido. 5. En caso de que los elementos publicitarios no cumplan con la distancia entre medios determinada en el Anexo Único, las Administraciones Zonales realizarán un proceso de subasta al alza por cada uno de los puntos no licenciados, asegurando que se cumplan con las disposiciones de la presente ordenanza y del Anexo Único. 6. 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.</p>	<p><b>Aclaración:</b> Los elementos publicitarios licenciados sólo pueden estar ubicados en espacio público de dominio privado. <b>Propuesta:</b> Modificar el siguiente numeral: 4. Los administrados que requieran licenciamiento de la PEFT, se sujetarán al régimen de transición, además del pago de la tasa correspondiente a la LMU (41) para el año solicitado, deberán pagar un recargo del 150% del valor de la tasa de la LMU (41). 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 emisión del procedimiento que regula el proceso de regularización. Aumentar el siguiente punto: 6. En caso de que los elementos publicitarios no cumplan con la distancia entre medios determinada en el Anexo Único, las Administraciones Zonales realizarán un proceso de subasta al alza para determinar el punto de publicidad que podrá acogerse al proceso de regularización. Aumentar la siguiente transitoria: La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en el plazo máximo de 90 días, elaborará el procedimiento que regula el proceso de regularización.</p>



<p>No existe en la propuesta algún artículo en el cual se hable de LMU (41) condicionada, por lo que se sugiere se incluya esta categoría en el articulado.</p>	<p><b>DISPOSICIONES TRANSITORIAS</b> Sexta.- 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.</p>	<p><b>Acogida:</b> Ya que es una licencia establecida únicamente para efectos de aplicación de la disposición transitoria. Definición en glosario: La LMU (41-C) "CONDICIONADA" aplica en predios en los que se pudiera prolongar la acera, incorporando el retiro frontal en un futuro como parte de la planificación y mejoramiento del espacio público en determinada zona del Distrito Metropolitano de Quito. Al pasar el retiro frontal a formar parte del espacio público, la LMU (41-C) otorgada caducará de manera inmediata.</p>
<p>Se sugiere incluir la siguiente disposición transitoria: Décima.- La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda deberá de presentar en un plazo de 90 días a la Comisión de Propiedad y Espacio Público, el mapa y el número de sitios que serán susceptibles de subasta al alza de los "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", para su aprobación, previo conocimiento del Concejo Metropolitano.</p>		<p>No se acoge la observación, ya que el número y localización de los "Puntos de Publicidad Exterior en el Espacio Público" depende de la elaboración de un plan de gestión, definición de polígonos de intervención, modelos financieros, especificaciones técnicas con estándares de calidad, ergonomía, materialidad, etc., marco legal, etc.</p>

<p>Se sugiere incluir las siguientes disposiciones generales: <b>DISPOSICIONES GENERALES</b> Primera.- Los administrados que cuenten expedientes administrativos que se encuentren abiertos por incumplimiento de la Ordenanza Metropolitana 330 sancionada el 23 de noviembre de 2010 y la Ordenanza Metropolitana 310 sancionada el 30 de octubre de 2012, se acogerán a la ordenanza con la cual se abrió el expediente para la implantación de sus sanciones. Segunda.- Todos los elementos publicitarios que se encuentren ubicados en espacios públicos de dominio público (Municipales), deberán ser incorporados como puntos susceptibles de subasta al alza de los "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público". Incluido Tercera.- La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda una vez que han transcurrido los cuatro años concedidos para la explotación "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", deberá de presentar a la Comisión de Propiedad y Espacio Público, el mapa y el número de sitios que serán susceptibles de subasta al alza para su aprobación, previo conocimiento del Concejo Metropolitano. <b>No se acoge</b></p>	<p>Primera: Se acoge. Se incluirá como Disposición Transitoria con modificación propuesta. Segunda: No se acoge ya que esos puntos se encuentran incuados como puntos susceptibles a delegar. Tercera: No se acoge, ya que los planes de intervención deberían ser elaborados cada vez que se vaya a delegar la explotación de "Puntos de Publicidad de en el Espacio Público", una vez terminado el periodo de conseción anterior, para que se inicie un nuevo proceso de acuerdo a lo establecido en la presente Ordenanza.</p>
--	---

# ANEXO

## 3

f



**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 artículo 76 de la Constitución de la República señala como garantía básica del debido proceso la siguiente: *"En caso de conflicto entre dos leyes de la misma materia que contemplen sanciones diferentes para un mismo hecho, se aplicará la menos rigurosa, aun cuando su promulgación sea posterior a la infracción. En caso de duda sobre una norma que contenga sanciones, se la aplicara en el sentido más favorable a la persona infractora"*.
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), 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,** el literal a) del artículo. 87 del COOTAD, establece como una atribución del Concejo Metropolitano la de ejercer la facultad normativa en las materias de competencia

del gobierno autónomo descentralizado metropolitano, mediante la expedición de ordenanzas metropolitanas, acuerdos y resoluciones;

**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 numeral 1 del artículo 8 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito señala que le corresponde al Concejo Metropolitano "decidir, mediante ordenanza, sobre los asuntos de interés general, relativos al desarrollo integral y a la ordenación urbanísticas del Distrito, a la prestación de servicios públicos, y a la promoción cultural de la comunidad, así como las cuestiones referentes a otras materias que según la Ley sean de competencia municipal".

**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;

**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; y,

**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 87, literal a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,**

**EXPIDE:**

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

**Artículo 1.-** Sustitúyase el Título III "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.

**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.

**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 Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana 308.

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.

Quién se sienta afectado por la colocación de elementos publicitarios que contravengan la presente disposición, podrá recurrir a los órganos competentes siguiendo los procedimientos establecidos en la normativa vigente.

**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) Se prohíbe instalar elementos publicitarios en predios donde superen la altura de edificación (del sector o predio donde se instale eliminado) en caso de que existiera;
- i) 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;
- j) El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- k) Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano, así como en redondeles o rotondas;
- l) La publicidad exterior realizada mediante carteles;
- m) 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;





- n) 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;
- o) 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 del Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana 308;
- p) La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;
- q) Cualquier tipo de publicidad con un formato mayor a 2 m<sup>2</sup> 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;
- r) 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;
- s) 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,
- t) 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 a excepción de los elementos publicitarios (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.

**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, tubos de neón 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 delanteras, 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;
- 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.
- k) En zona rural, autopistas y vías de primero y segundo orden deben de estar fuera de la zona de seguridad o de derecho de vía, incluyendo el emblema de ente realizador del señalamiento, excepto la señalética preventiva de trabajos en ella. Para todos los demás tipos de vías, los avisos deberían estar por lo menos a 5 metros de distancia perpendicular al borde del camino;
- l) En zona urbana, pueden estar sobre la acera y calzada. En este último caso, sólo por arriba o al nivel de las señales de tránsito, obras civiles y de iluminación, siempre y cuando no obstruyan la visibilidad de la señal de tránsito.





**Artículo... (11).- Actuaciones Publicitarias no convencionales:**

1. Para toda publicidad de carácter no convencional 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 no convencionales 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.

**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 del Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana 308 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 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”*.

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

- i. i. Con el fin de regular la intervención en el espacio público de dominio público con publicidad de formato menor a 10m<sup>2</sup>, 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.
- ii. 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.

La delegación del servicio, obra o uso público descrito en el inciso anterior, se sujetará al régimen descrito en los pliegos de condiciones del contrato de delegación, según la normativa nacional vigente.

La publicidad cuya explotación sea considerada forma de pago, estará sujeta a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único del Título III de la Ordenanza Metropolitana 308, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito".

## 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.

**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.
4. Todo elemento publicitario con formatos que permitan exponer publicidad de manera dinámica, como TV, pantallas LED u otros, deberá destinar al menos 30 segundos, cada 30 minutos a lo largo del periodo de funcionamiento de dichos dispositivos, para transmitir mensajes de carácter social cuando estos sean provistos por la Secretaría encargada de la comunicación o de inclusión social.

**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, cuyo objeto sea la divulgación de mensajes institucionales con fines informativos 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

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). Otros elementos de divulgación, difusión y/o promoción de la actividad económica vinculada al establecimiento que ocupen espacio público de dominio público se sujetaran a las normas que regulan la materia;
- e) La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m<sup>2</sup>, 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; y,
- h) Las actuaciones publicitarias experimentales autorizadas por el órgano competente.

#### 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 no convencionales, 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.

**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 no convencional 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).-**

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 no convencional. La autorización otorgada por el órgano competente, en base a la información proporcionada, que deberá indicar de manera clara su ubicación y ocupación del espacio público, si existe dinamismo en sus mecanismos de visualización, estructuras de soporte y otros, y 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.

**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 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. La autorización obtenida en el procedimiento administrativo especial, es decir en caso de publicidad exterior experimental, no podrá ser renovada como tal.

**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; y,



d) En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico metropolitano.

**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 inconvulvable.

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.
3. La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda, llevará un Registro General de Publicidad Exterior Fija de Terceros, en el cual se incorporarán espacialmente los elementos publicitarios licenciados, concesionados, subastados, etc, como una herramienta de gestión territorial.

#### **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 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.

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>b) Un salario básico unificado para todo vehículo que preste servicio de transporte comercial (taxis).</li> <li>c) Siete coma cinco por ciento (7,5%) del salario básico unificado por unidad por cada mes de campaña para vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.)</li> <li>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.</li> </ul>
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.

f

7



**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 del Título III de la Ordenanza Metropolitana 308, 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 personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras, de acuerdo a las modalidades 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.

**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.

**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 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 Uso de Suelo



2. Para los efectos previstos en el numeral anterior, la Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda expedirá cada tres años los planes de intervención, para conocimiento de la Comisión de Uso de Suelo 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 los adjudicados, 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 los adjudicados, 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 que el 5% de los Puntos de Publicidad Exterior sujetos a explotación deberán ser destinados, sin costo alguno, a la difusión de actividades turísticas, culturales, sociales, de emergencia o educativos a cargo 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 46 del presente Capítulo, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaria encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda o las empresas públicas metropolitanas podrá convocar a personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras a participar en concursos públicos orientados a la ejecución de los Planes de Intervención previstos en el artículo 46

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) El destino final de los activos de la publicidad;
- e) Los principios y criterios para la evaluación y ponderación de las ofertas;
- f) El modelo del contrato; y,
- g) 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, podrá convocar a personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras 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. 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 o los Directorios de la Empresas Públicas Metropolitanas, según el caso, para cada concurso, aplicando los principios de calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia y publicidad.
3. Los Pliegos, que no podrán afectar el trato igualitario que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe dar a todos los oferentes ni podrán establecer diferencias arbitrarias entre éstas, establecerán las condiciones que permitan alcanzar las condiciones más ventajosas para la municipalidad.





4. La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda o las Empresas Públicas Metropolitanas, según el caso, 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.

5. 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 serán aplicados por las empresas públicas municipales, competentes 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, previa aprobación del Directorio con el voto favorable de cuatro de sus integrantes.

**Artículo... (51).- Delegación 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 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 200m<sup>2</sup> salvo casos excepcionales debidamente justificados por la autoridad competente.

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

El procedimiento de delegación se regulará por lo dispuesto en el ordenamiento jurídico vigente al momento de la convocatoria del concurso público.



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

El proceso de delegación se realizará a través de un concurso público competitivo de ofertas.

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

**CAPÍTULO IX  
DEL RÉGIMEN SANCIONATORIO**

**Artículo... (55).-** 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 sesenta y cinco por ciento (65%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, 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 veinte por ciento (20%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, 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.

**Artículo... (56).-** El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previniéndole 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.

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.

**Artículo... (57).**- Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en esta Ordenanza Metropolitana, se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico metropolitano.

**Artículo... (58).**- 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.

**Artículo... (59).**- Cuando hubieren sido violentados los sellos colocados por orden de autoridad competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o en general se hubiese desacatado 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.

**Artículo... (60).**- 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.

## DISPOSICIONES GENERALES

Primera.-

P

4



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.

#### **Segunda.-**

Con las excepciones contempladas en el Art. 51 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.

#### **Tercera.-**

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.

#### **Cuarta.-**

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

### **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;
  - c) Que el elemento publicitario se ubique en lugares cuyo uso del suelo lo permita.
  - d) Que adjunto al formulario de solicitud se presente la ubicación del elemento publicitario en formato digital, georeferenciado.
  - e) 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;
  - f) 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);
  - g) Si el peticionario mantiene juicios en relación con el elemento publicitario que pretende regularizar y que se versen exclusivamente a la falta de LMU (41), en contra del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o sus empresas públicas, previamente desistirá del mismo 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 20 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, se sujetarán al régimen de transición, además del pago de la tasa correspondiente a la LMU (41) para el año solicitado, deberán pagar un recargo del 150% del valor de la tasa de la LMU (41)..

5. En caso de que los elementos publicitarios no cumplan con la distancia entre medios determinada en el Anexo Único, las Administraciones Zonales realizarán un proceso de subasta al alza para determinar el punto de publicidad que podrá acogerse al proceso de regularización.

6. El período de regularización dentro del cual se podrán presentar las solicitudes correspondientes, será de 90 días contados a partir de la expedición del procedimiento que regule el proceso de regularización emitido por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.

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.

7. 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.

8. La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en el plazo máximo de 90 días, elaborará el procedimiento que regula el proceso de regularización.

#### **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.

**Quinta.-**

Los procedimientos administrativos sancionadores iniciados por incumplimientos de la Ordenanza Metropolitana 330 reformada por la Ordenanza Metropolitana 310, pendientes de Resolución, se resolverán observando lo previsto en el Art. 76 de la Constitución de la República del Ecuador.

**Sexta.-**

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.

**Séptima.-**

La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda, en el plazo de 90 días contados a partir de la sanción de la presente ordenanza, instrumentalizará el Registro General de Publicidad Exterior Fija de Terceros, en el cual se incorporarán espacialmente los elementos publicitarios licenciados, concesionados, subastados, etc, como una herramienta de gestión territorial.

**DISPOSICIÓN DEROGATORIA:**

Deróguese 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**