



Secretaría
**General del
Concejo**

SG 1276

04 JUN 2013

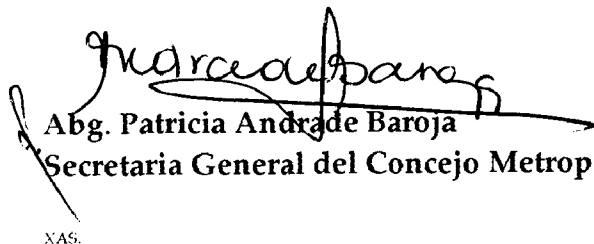
Señores
ADMINISTRACIÓN GENERAL
PROCURADURÍA METROPOLITANA
AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL
EMPRESAS PÚBLICAS METROPOLITANAS
SECRETARÍAS METROPOLITANAS
ADMINISTRACIONES ZONALES
Presente

De mis consideraciones:

Adjunto al presente, sírvase encontrar copia certificada de la Fe de Erratas No. 0310, de 30 de mayo de 2013, mediante la cual se sustituye el gráfico constante en la página 28 del anexo único de la ordenanza No. 0310, reformatoria de la ordenanza metropolitana No. 0330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU - 41 -, por el gráfico adjunto al oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, el mismo que forma parte integrante de la citada fe de erratas.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,


Abg. Patricia Andrade Baroja
Secretaria General del Concejo Metropolitano

XAS.



**Secretaría
General del
Concejo**

FE DE ERRATAS No. 0310

LA SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que,** el Concejo Metropolitano de Quito, en sesión pública ordinaria de 11 de octubre de 2012, aprobó en segundo debate la ordenanza No. 0310, reformatoria de la ordenanza metropolitana No. 0330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU – 41 –, la misma que fue sancionada por el señor Alcalde del Distrito Metropolitano el 30 de octubre de 2012;
- Que,** mediante oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, el Ing. Carlos Páez Pérez, Secretario de Movilidad, solicita la emisión de una fe de erratas que rectifique la memoria gráfica que consta en la página 28 del anexo único de la ordenanza metropolitana antes referida, pues en la misma constan medidas para la publicidad móvil en taxis distintas de las que se establecen en la página 15 del mismo anexo único, por un error proveniente del documento remitido por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMOP);
- Que,** la Resolución del Concejo Metropolitano No. C723 de 30 de septiembre de 2005, señala que: *“Se faculta a la Secretaría General del Concejo Metropolitano de Quito, previa autorización del señor (a) Presidente (a) de la respectiva comisión, a rectificar los errores de forma en los informes de las comisiones; así como también en las resoluciones y ordenanzas de cualquier índole, sin que pase al Concejo Metropolitano para su aprobación”;*
- Que,** a fin de rectificar el error deslizado, de conformidad con lo dispuesto en la norma antes citada, la Secretaría General del Concejo Metropolitano, mediante oficio No. SG 1104 de 10 de mayo de 2013, solicitó a la Presidenta de la Comisión de Eje Territorial, autorice la emisión de la respectiva fe de erratas; y,
- Que,** mediante oficio No. 275-EC de 16 de mayo de 2013, recibido en esta Secretaría el 31 del mismo mes y año, la concejala Eco. Elizabeth Cabezas Guerrero, Presidenta de la Comisión de Eje Territorial, autorizó la emisión de la fe de erratas solicitada.

FE DE ERRATAS No. 0310

En virtud de las consideraciones expuestas y en ejercicio de la facultad que me otorga la Resolución del Concejo Metropolitano No. C 723 de 30 de septiembre de 2005, se expide la siguiente

FE DE ERRATAS

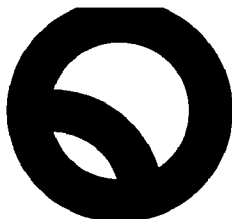
Sustitúyase el gráfico constante en la página 28 del anexo único de la ordenanza No. 0310, reformativa de la ordenanza metropolitana No. 0330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU - 41 -, por el gráfico adjunto al oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, el mismo que forma parte integrante del presente documento.

Dada en el Distrito Metropolitano de Quito, a los treinta y un días del mes de mayo de dos mil trece.


Abg. Patricia Andrade Baroja

 SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

DXAC



**Secretaría
General del
Concejo**

FE DE ERRATAS No. 0310

LA SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que,** el Concejo Metropolitano de Quito, en sesión pública ordinaria de 11 de octubre de 2012, aprobó en segundo debate la ordenanza No. 0310, reformatoria de la ordenanza metropolitana No. 0330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU – 41 –, la misma que fue sancionada por el señor Alcalde del Distrito Metropolitano el 30 de octubre de 2012;
- Que,** mediante oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, el Ing. Carlos Páez Pérez, Secretario de Movilidad, solicita la emisión de una fe de erratas que rectifique la memoria gráfica que consta en la página 28 del anexo único de la ordenanza metropolitana antes referida, pues en la misma constan medidas para la publicidad móvil en taxis distintas de las que se establecen en la página 15 del mismo anexo único, por un error proveniente del documento remitido por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMMP);
- Que,** la Resolución del Concejo Metropolitano No. C723 de 30 de septiembre de 2005, señala que: *“Se faculta a la Secretaría General del Concejo Metropolitano de Quito, previa autorización del señor (a) Presidente (a) de la respectiva comisión, a rectificar los errores de forma en los informes de las comisiones; así como también en las resoluciones y ordenanzas de cualquier índole, sin que pase al Concejo Metropolitano para su aprobación”;*
- Que,** a fin de rectificar el error deslizado, de conformidad con lo dispuesto en la norma antes citada, la Secretaría General del Concejo Metropolitano, mediante oficio No. SG 1104 de 10 de mayo de 2013, solicitó a la Presidenta de la Comisión de Eje Territorial, autorice la emisión de la respectiva fe de erratas; y,
- Que,** mediante oficio No. 275-EC de 16 de mayo de 2013, recibido en esta Secretaría el 31 del mismo mes y año, la concejala Eco. Elizabeth Cabezas Guerrero, Presidenta de la Comisión de Eje Territorial, autorizó la emisión de la fe de erratas solicitada.

FE DE ERRATAS No. 0310

En virtud de las consideraciones expuestas y en ejercicio de la facultad que me otorga la Resolución del Concejo Metropolitano No. C 723 de 30 de septiembre de 2005, se expide la siguiente

FE DE ERRATAS

Sustitúyase el gráfico constante en la página 28 del anexo único de la ordenanza No. 0310, reformativa de la ordenanza metropolitana No. 0330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU - 41 -, por el gráfico adjunto al oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, el mismo que forma parte integrante del presente documento.

Dada en el Distrito Metropolitano de Quito, a los treinta y un días del mes de mayo de dos mil trece.



Abg. Patricia Andrade Baroja

 SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

DXAC



Comisión de Suelo y
Ordenamiento Territorial

Econ. Elizabeth Cabezas
Presidenta

Mayo: URG F

Quito, 16 de mayo de 2013
Oficio No. 275-EC

Doctora
Patricia Andrade B.
SECRETARIA GENERAL
CONCEJO METROPOLITANO
Presente.-

De mi consideración:

En referencia al oficio SG 1104 de 10 de mayo de 2013, tengo a bien facultar a usted proceda expedir la correspondiente "fe de erratas" solicitado por el Ing. Carlos Páez Secretario de Movilidad, por cuanto en la memoria gráfica que consta en la página 28 del anexo único de la Ordenanza Metropolitana 310 sancionada el 30 de octubre de 2012, reformatoria de 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 constan medidas para la publicidad móvil en taxis distintas de las que establecen en la página 15 del mismo anexo único, por un error proveniente del documento remitido por la EPMOP.

La fe de erratas sustituirá el gráfico constante en la página 28 del anexo único de la ordenanza antes referida, por el gráfico adjunto al oficio No. SMT.026/13 de 8 de mayo de 2013, que forma parte de la presente petición.

Con un atento y cordial saludo,

Econ. Elizabeth Cabezas G.

CONCEJALA

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



CONCEJO METROPOLITANO
SECRETARIA GENERAL
RECEPCION DE DOCUMENTOS

Adj. documentos

laborado		Revisado
Cded.		Luis Torres

FECHA: 31 MAY 2013

HORA: 11:54

FIRMA RECEPCION:

NUMERO HOJA: 4 hojas



Secretaría
**General del
Concejo**

552

SG 1104

10 MAY 2013

Economista

Elizabeth Cabezas Guerrero

Presidenta de la Comisión de Eje Territorial

Presente

De mi consideración:

La Resolución de Concejo No. C723 de 30 de septiembre de 2005, faculta a la Secretaría General del Concejo Metropolitano de Quito, previa autorización del señor (a) Presidente (a) de la respectiva Comisión, a rectificar los errores de forma en los informes de Comisiones, así como también en las Resoluciones y Ordenanzas de cualquier índole sin que pase al Concejo para su aprobación.

Con este antecedente y en atención al oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, recibido en esta Secretaría el 9 de los mismos mes y año, suscrito por el Ing. Carlos Páez Pérez, Secretario de Movilidad, me permito solicitar a usted se autorice la emisión de una "fe de erratas", por cuanto en la memoria gráfica que consta en la página 28 del anexo único de la ordenanza metropolitana No. 310, sancionada el 30 de octubre de 2012, reformatoria de la ordenanza metropolitana No. 0330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU - 41 - , constan medidas para la publicidad móvil en taxis distintas de las que se establecen en la página 15 del mismo anexo único, por un error proveniente del documento remitido por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMOP).

La fe de erratas sustituirá el gráfico constante en la página 28 del anexo único de la ordenanza antes referida, por el gráfico adjunto al oficio No. SMT-026/13 de 8 de mayo de 2013, que forma parte integrante de la presente petición.

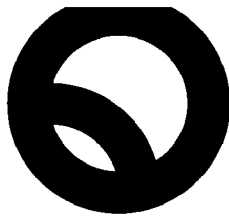
Segura de contar con su gentil atención, le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Abg. Patricia Andrade Baroja

Secretaria General del Concejo Metropolitano
DXAC

RECIBIDO 13 MAY 2013



Secretaría de
Movilidad

doez

Oficio No. SMT- 026/13
Quito, 08 de mayo de 2013

Doctora
Patricia Andrade Baroja
Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito
Calle Chile y Venezuela N448
Presente

SECRETARÍA DE MOVILIDAD
08 MAY 2013 09 MAY 2013
HORA: 12:15
FOLIO: 341

De mis consideraciones:

Una vez revisado el Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No.- 310 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de la Publicidad Exterior LMU-41, se ha detectado una incompatibilidad entre el texto y la Memoria Gráfica de dicho documento, específicamente en el tema de la publicidad exterior en taxis:

En el numeral 2.2.9 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO Y PRIVADO.-

La publicidad exterior móvil podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinilo autoadhesivas y que podrán ser ubicadas según el siguiente detalle:

d) En Taxis

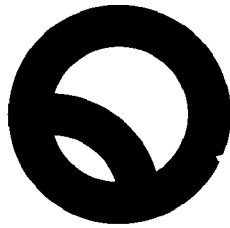
i.- La publicidad se realizará en láminas autoadhesivas colocadas sobre un soporte acrílico, sujetado en la parte superior de vehículo.

ii.- EL ELEMENTO PUBLICITARIO SERÁ DE LAS SIGUIENTES DIMENSIONES: **90 CENTIMETROS (90 CM.) DE LARGO, TREINTA (30 CM. DE ANCHO Y TREINTA Y CINCO (35 CM.) DE ALTURA**, INCLUIDO EL ANUNCIO DE TAXI PARA EL SERVICIO CONVENCIONAL, DE CONFORMIDAD A LAS REGLAS TÉCNICAS, QUEDANDO ESTE COMO ELEMENTO ÚNICO. EL SERVICIO EJECUTIVO NO LLEVARÁ EL ANUNCIO DE TAXI.

En la Memoria Gráfica consta en la página No. 28, los detalles del elemento con las siguientes dimensiones: ochenta centímetros (80 cm.) de largo, veinticinco (25 cm.) de ancho y veintisiete (27 cm) de altura.

Por lo descrito, se hace necesario se rectifiquen los datos que constan en la Memoria Gráfica, para lo que adjunto el detalle de la especificación del elemento publicitario defini

3



**Secretaría de
Movilidad**

do para la modalidad de taxis, con el dimensionamiento que se correlaciona con la descripción literal del anexo descrito, lo que permitirá la correcta aplicación de la Ordenanza Metropolitana No. 310, QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

Atentamente,

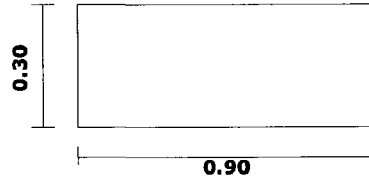
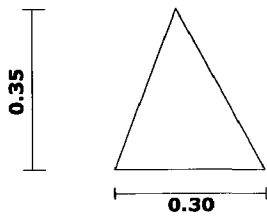
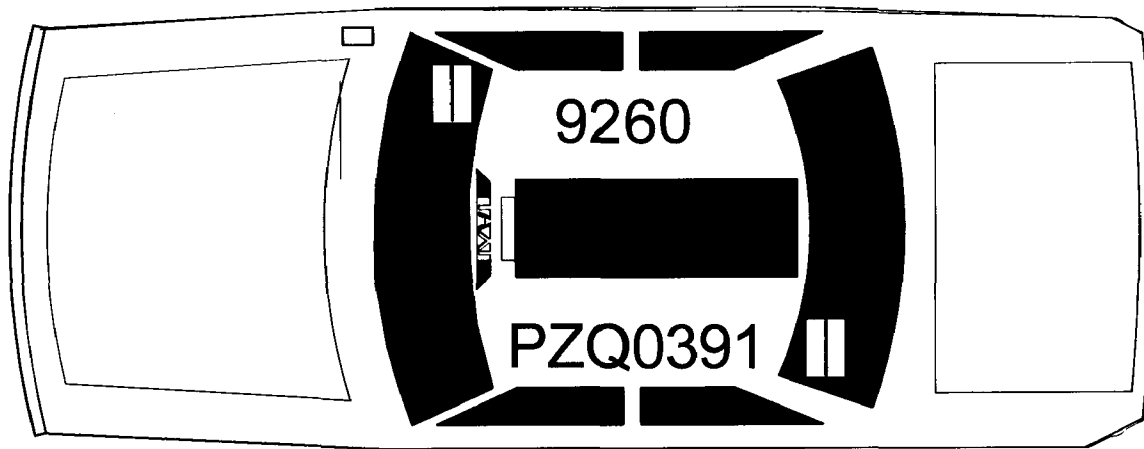
Carlos Páez Pérez
Secretario de Movilidad



Adjunto: Gráfico con especificación modificada para la publicidad de taxis.

HR.

PUBLICIDAD MOVIL. - TAXI.



SECRETARIA DE MOVILIDAD - DIRECCIÓN METROPOLITANA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD.

UNIDAD DE ADM. DE CONTRATOS Y FISCALIZACIÓN
DEL TRANSPORTE PÚBLICO.
MAYO 2013

APROBÓ:

Roberto Noboa
Ing. ROBERTO NOBOA C.
DIRECTOR METROPOLITANO GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

Fabrizio Castillo
Ing. FABRICIO CASTILLO M.
JEFE DE LA UNIDAD ADM. CONTRATOS Y FISCALIZ.

Concejo metropolitano se allana a observación

OBSERVACIÓN AL TEXTO DE LA ORDENANZA REFORMATORIA DE LA ORDENANZA METROPOLITANA No. 330 QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU – (41).

FACUTLAD DEL EJECUTIVO PREVISTA EN EL ARTÍCULO 322 DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN.

TEXTO ALTERNATIVO:

Artículo 25.- Sustitúyase el numeral 1 de la Disposición Transitoria Quinta, por el siguiente texto:

“1. En general, 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 la presente 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, 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.”

CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO SECRETARÍA GENERAL RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

No.....
FECHA: 25. 10. 2012
HORA: 9:45
NOMBRE: [Firma]



**Secretaría
General del
Concejo**

Informe N° IC-O-2012-275

COMISIÓN DE EJE TERRITORIAL

ORDENANZA	FECHA	SUMILLA
PRIMER DEBATE:		
SEGUNDO DEBATE:	M. 10. 2012	
OBSERVACIONES:	con observaciones	

Señor Alcalde, para su conocimiento y el del Concejo Metropolitano de Quito, remitimos el siguiente Informe emitido por la Comisión de Eje Territorial, con las siguientes consideraciones:

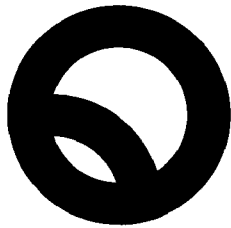
1.- ANTECEDENTES:

1.1.- El Concejo Metropolitano de Quito en sesión pública ordinaria de 10 de noviembre de 2011, conoció en primer debate el Proyecto de Ordenanza Reformatoria de 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)-

1.2.- En sesión extraordinaria realizada el 16 de julio de 2012, la Comisión de Eje Territorial analizó las observaciones presentadas al proyecto de ordenanza antes indicado, tras lo cual se aprobó el texto del referido proyecto.

1.3.- La Agencia Metropolitana de Control, la Procuraduría Metropolitana y la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda formularon verbalmente sus observaciones al referido proyecto de ordenanza, coadyuvando a la creación de un proyecto definitivo.

1.4.- Por requerimiento de la Presidenta de la Comisión, Eco. Elizabeth Cabezas G., en sesión de 5 de octubre de 2012, la Comisión de Eje Territorial analizó nuevas observaciones planteadas al referido proyecto de ordenanza, sistematizando aquellas que consideró pertinentes.



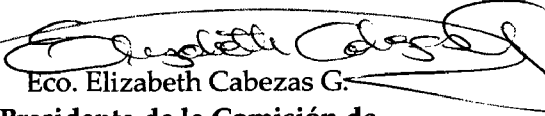
Secretaría
**General del
Concejo**

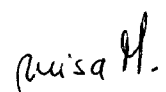
2.- DICTAMEN DE LA COMISIÓN:

La Comisión de Eje Territorial, luego de analizar el expediente, en sesión realizada el 5 de octubre de 2012, con fundamento en los artículos 57 y 87 literales a) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, emite **DICTAMEN FAVORABLE** para que el Concejo Metropolitano conozca, en segundo debate, el proyecto de Ordenanza Metropolitana Reformatoria de 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), cuyo texto se adjunta.

Dictamen que la Comisión pone a su consideración y la del Concejo Metropolitano.

Atentamente,


Eco. Elizabeth Cabezas G.
**Presidenta de la Comisión de
Eje Territorial**


Prof. Luisa Maldonado
Concejala Metropolitana

Adjunto expediente y el proyecto de ordenanza.
Ab. Diego Cevallos S.

ORDENANZA No.

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

Visto el Informe No. IC-O-2012-275 de 5 de octubre de 2012, expedido por la Comisión de Eje Territorial.

CONSIDERANDO:

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo"*.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental"*.

Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal.

Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATIVA DE 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)

Artículo 1.- Sustituir el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

ORDENANZA No.

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior, puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R1, R2 y Agrícola Residencial AR;
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4;
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 2.- Sustituir el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

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

Artículo 3.- Incluyase el literal g) al artículo innumerado 8 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, con el siguiente texto:

“g) La publicidad con hojas volantes en el espacio público.”

Artículo 4.- Sustituir el literal h) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

- h) La publicidad exterior implantada en predios con uso de suelo residencial R1 y Agrícola Residencial (AR), que supere los 3 m²;

ORDENANZA No.

Artículo 5.- Sustituir el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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 (LUAEE).

Artículo 6.- Agregar el literal t) al artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

t) La colocación de publicidad exterior en los bulevares intervenidos o en zonas en las que se ha realizado el soterramiento de cables u otra intervención por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 7.- Sustituir los literales a), b) y d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 10cm, a excepción de la modalidad de taxis conforme a las reglas técnicas contempladas en el Anexo Único de la presente ordenanza;

c) La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal y ventanas laterales, en las puertas de ingreso y salida, así como en las salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos; y

Artículo 8.- Agregar los literales f) y g) al artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

ORDENANZA No.

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.

g) La publicidad exterior que ocupe la totalidad de la carrocería vehicular o similar, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

Artículo 9.- Sustituir el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- 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 de espacio público para colocar publicidad exterior propia fija y publicidad exterior propia móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título "*Del Régimen Jurídico aplicable de la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*".

Artículo 10.- Sustituir el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo.. (18).- Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones: Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Propia Fija y Publicidad Exterior Propia Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Estado, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a 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;

ORDENANZA No.

- b) La Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público, que se encuentra sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;
- d) La Publicidad Exterior Fija, referida exclusivamente a la ubicación de un rótulo, ubicada en el espacio público de dominio privado que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento, que se encuentra regulada específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).
- e) La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m², que identifique el proyecto arquitectónico y que contenga información respecto al número de registro de aprobación de planos y de la licencia metropolitana urbanística, así como el nombre del profesional responsable de la obra.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que cuente con autorización del propietario del bien inmueble en el que se va a instalar, y que se encuentra regulada por la normativa nacional en materia electoral y conforme el ordenamiento jurídico metropolitano;
- g) La Publicidad Exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular; y,
- h) Las actuaciones publicitarias experimentales autorizadas por el órgano competente.

Artículo 11. Sustituir el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo. (19).- 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 Distrito Metropolitano de Quito es competente para otorgar la autorización correspondiente a las actuaciones publicitarias experimentales, dentro del procedimiento especial;
- b) La Administración Zonal Municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y

ORDENANZA No.

- c) La competencia en Publicidad Exterior Móvil y la Publicidad Exterior Fija en parqueaderos, paradas, estaciones y terminales del sistema de transporte público estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

La Publicidad Exterior Móvil y la Publicidad Exterior Fija en parqueaderos, paradas, estaciones y terminales del sistema de transporte público se sujetarán a las reglas técnicas constantes en el anexo respectivo.

Artículo 12.- Sustituir el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (20).- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.-

2. Las tareas de inspección, después del otorgamiento de la autorización de publicidad experimental en el procedimiento especial, es atribución de la Agencia Metropolitana de Control.

Artículo 13.- Sustituir el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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 impliquen 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.

ORDENANZA No.

2. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 14.- Sustituir el artículo innumerado 25 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (25).- Trámite.- El procedimiento administrativo especial estará sujeto a la presentación de un estudio de la propuesta de la actuación publicitaria experimental. La autorización otorgada por el órgano competente, en base a la información proporcionada, se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones por parte del órgano de Control del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 15.- Sustituir el artículo innumerado 26 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo...(26).- Prohibición general.- El administrado cuya actuación se encuentra sujeto a este procedimiento no podrá iniciarla ni continuarla si es que no cuenta con la autorización correspondiente por parte del órgano competente.

Artículo 16.- Sustituir el numeral 3 del artículo innumerado 28 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo...(28).- De la renovación de la LMU (41).-

3. El trámite de renovación de la autorización obtenida en el procedimiento administrativo especial deberá iniciar, con al menos, un mes de anticipación a la fecha de caducidad de la misma.

Artículo 17.- Sustituir el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- 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 8 metros cuadrados de superficie en adelante	Quince por ciento (15%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie.

ORDENANZA No.

<p>Publicidad móvil</p>	<p>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.</p> <p>b) Una Remuneración Básica Unificada para todo vehículo que preste servicio de transporte comercial (taxis).</p> <p>c) Tres Remuneraciones Básicas Unificadas para vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.),</p> <p>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, lo cual deberá estar contemplado en el Anexo Único de la presente ordenanza.</p>
<p>Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.</p>	<p>El cien por ciento (100%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie.</p>

Artículo 18.- Eliminar el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 19.- Sustituir el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente

Artículo... (44).- Objeto.-

1. Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetará a las Reglas

ORDENANZA No.

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”*. Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 20.- Sustituir el artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (45).- Empresas Publicitarias.-

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.
2. Para los efectos del presente Capítulo, se entenderá por Empresas Publicitarias, a las personas naturales y jurídicas, registradas en los términos establecidos en este Título, que se dediquen, con exclusividad, al ejercicio de la actividad publicitaria, a través de la colocación de publicidad exterior de terceros en el Distrito.

Artículo 21.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

1. Para el caso de la Publicidad Exterior fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

ORDENANZA No.

Artículo 22.- Sustituir el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (47).- Concesión de Espacio Públicos.-

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 23.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (48).- Subasta al Alza.-

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", las Empresas Publicitarias deberán someterse al proceso de subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hasta el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 24.- Agréguese la siguiente Disposición General a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010:

Primera.- Los rótulos que se encuentran regulados específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) y las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único 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 LMU (41) cumpliendo las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único.

Artículo 25.- Deróguese el numeral 3 de la Disposición Transitoria Primera de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 26.- Modifíquese el numeral 1 de la Disposición Transitoria Quinta de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente texto:

1. En general los administrados que hayan colocado Publicidad Exterior sin la autorización del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, o sin ajustarse a las

ORDENANZA No.

normas administrativas y Reglas Técnicas previstas en esta Ordenanza Metropolitana y su Anexo, serán sancionados de conformidad al siguiente cuadro:

Publicidad Fija: de 1 a 8 metros cuadrados	10% de la Remuneración Básica Unificada (RMU) por cada metro cuadrado.
Publicidad Fija: de 8 metros cuadrados en adelante.	30% de la Remuneración Básica Unificada (RMU) por cada metro cuadrada.
Para publicidad móvil	Una remuneración básica unificada (RMU) por unidad.
Pantallas LED's	Veinte remuneraciones básicas unificadas (RMU).

El cuadro que antecede será aplicable igualmente cuando el contenido de la publicidad contravenga lo establecido en el artículo innumerado 8 de la Ordenanza Metropolitana No. 330.

Artículo 27.- Agregar a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.- En el plazo máximo de dos años contados a partir de la vigencia de la presente ordenanza, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda implementará el proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito", agregado mediante Ordenanza Metropolitana No. 0330, de la Publicidad Exterior Fija de Terceros.

Septima.-

1. Mientras se implemente efectivamente por parte de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda el proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito", agregado mediante Ordenanza Metropolitana No. 0330, de la Publicidad Exterior Fija de Terceros (en adelante PEFT), colocada en el espacio público y que cumpla con las reglas técnicas, podrá obtener autorización de la Autoridad Administrativa Otorgante de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior de Régimen Transitorio – LMU (41-T), siempre y cuando cumpla los siguientes requisitos:

ORDENANZA No.

- a) Que la PEFT no tenga procedimiento administrativo sancionador en sustanciación por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- b) Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la Autoridad Administrativa Otorgante, ante el funcionario asignado y en el lugar que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito hubiere habilitado para el efecto, conforme el formato constante en el anexo de transición.
- c) Que se cumpla con las reglas técnicas respecto a la publicidad exterior sujeta a este proceso.
- d) Que el peticionario no mantenga obligaciones tributarias y no tributarias pendientes con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- e) Que el peticionario realice la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y reglas técnicas vigentes

2. La Autoridad Administrativa otorgante de la LMU (41 -T) será la Administración Zonal competente a través del procedimiento simplificado determinado en el artículos innumerados (22), (23), y (24) de la Ordenanza Metropolitana No. 330 con la aclaración de que para éste régimen de transición, el peticionario además deberá adjuntar el certificado otorgado por la Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda en el que se determine la condición en la que se encuentra la PEFT que requiere su licenciamiento de conformidad a las categorías detalladas en el numeral 3 de la presente norma transitoria.

Para el caso en que se requiera la renovación de la LMU (41-T) o una vez fenecido el término detallado en el numeral 7 de la presente norma de transición, el certificado requerido será aquel mediante el cual la Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda, determine si la PEFT que requiera su licenciamiento cumple con las reglas de distancia respecto a otras ya licenciadas.

3. Para la obtención de la LMU (41-T) sujeta al presente régimen de transición se consideran los siguientes casos:

- a) La PEFT que cumpla todas las normas técnicas y que haya contado con permiso para su instalación en el año 2008, 2009 o 2011, será considerada para la obtención de la LMU (41-T) de manera preferente respecto a otras solicitudes.



ORDENANZA No.

b) La PEFT que haya obtenido permiso en el año 2008, 2009 o 2011 y que cumpla con las normas técnicas a excepción de la distancia mínima entre medios, podrá obtener la LMU (41-T), sujetándose a las reglas siguientes:

- (i) Cuando el incumplimiento se deba a elementos no licenciados, estos últimos deberán ser desinstalados; y,
- (ii) Cuando el incumplimiento sea entre elementos licenciados se considerará el derecho de prelación.

c) La PEFT que cumpla con todas las normas técnicas pero no cuente con permisos para su implantación podrá obtener la LMU (41-T).

d) La PEFT no licenciadas que cumpla con las normas técnicas a excepción de la distancia entre medios deberá ser desinstalada del sitio por parte de los propietarios del medio dentro del plazo máximo de 90 días contados a partir de la vigencia de la presente ordenanza y en el mismo plazo podrá solicitar su "reubicación" en sitios aledaños determinados por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en el caso de existir esta posibilidad, teniendo preferencia respecto a elementos nuevos requeridos en el mismo sitio.

e) La PEFT que no cumpla ninguna de las normas técnicas deberá ser desmantelada por el propietario en un término máximo de 5 días contados a partir de la vigencia de la ordenanza reformativa.

3. Para la reubicación de los medios publicitarios se considerará los sitios que ocuparon las PEFT's que fueron objeto de procedimiento administrativo sancionador siempre y cuando se cumpla las normas técnicas.

4. Se podrá otorgar LMU (41-T) a las PEFT's que hayan sido objeto de resolución sancionatoria ejecutoriada dentro de un procedimiento administrativo sancionador siempre y cuando cumpla con las normas técnicas, se haya pagado la multa y los demás requisitos contemplados en el presente régimen transitorio y demás reglas técnicas de la presente ordenanza.

5. Los administrados que requieran licenciamiento de las PEFT's que se sujetan 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). Se exime de este recargo a las PEFT's que cuenten con LMU (41) o LMU (41-T) vigentes.

ORDENANZA No.

6. Los administrados no podrán reclamar derecho adquirido alguno respecto a las PEFT's que obtengan la LMU (41-T) sujeta al período de transición, en conocimiento específico de que este licenciamiento se da por terminado de manera inmediata al momento en que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito implemente el procedimiento de concesión.

7. Una vez fenecido el plazo de 90 días otorgado para la obtención de la LMU (41-T) sujeta al período de transición, la PEFT que no cuente con la LMU (41) o con LMU (41-T) y no haya sido desinstalada será sancionada conforme al ordenamiento municipal y nacional vigente.

8. La autorización metropolitana a la que se refiere el numeral 1 de esta disposición transitoria, tendrá una vigencia máxima de un período fiscal o el restante para que éste culmine, renovable por períodos iguales hasta la efectiva implementación del Régimen de Concesión contemplado en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito".

Para la renovación de la LMU (41-T) el administrado deberá requerir a la autoridad administrativa otorgante con por lo menos un mes de anticipación a la fecha de caducidad de la LMU (41-T). En caso de que no se solicite la renovación en el plazo determinado se entenderá el punto de publicidad exterior vacante.

Octava.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano de Control de Tránsito y Seguridad Vial, sin que afecte el ejercicio de las potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

ORDENANZA No.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Novena.-

Mientras se dicte la normativa metropolitana de administración y manejo de los bienes públicos que forman parte del Código Municipal Metropolitano, 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.

Décima.-

En 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 (27) de la presente ordenanza metropolitana 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 debe ser retirado del espacio público.

Décima Primera.-

En el plazo de cuarenta y cinco días contados a partir de la vigencia de la presente ordenanza, la autoridad administrativa otorgante de la publicidad exterior móvil y publicidad fija en parqueaderos, paradas, estaciones y terminales del sistema de transporte público elaborará el anexo de reglas técnicas que regirán para la colocación de la publicidad.

Décima Segunda.-

En el plazo de tres meses la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda procederá a la elaboración de flujos de procedimientos, en los que constarán los requisitos para obtener la LMU (41), y, a la capacitación del personal de los órganos competentes del Municipio.

ORDENANZA No.

Décima Tercera.-

Para la aplicación de los procedimientos administrativos previstos en esta Ordenanza Metropolitana y de los instrumentos administrativos que se expidan con ocasión a dichos procedimientos, éstos se implementarán progresivamente en un plazo máximo de tres meses y empezarán a regir desde la fecha en que, mediante instrucción general, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda disponga la habilitación de los mismos.

Décima Cuarta.-

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

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dada, en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, el XX de XXXXXX de 2012.

Sr. Jorge Albán
PRIMER VICEPRESIDENTE DEL
CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

Abg. José Luis Arcos Aldás
SECRETARIO GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO DE
QUITO (E)

CERTIFICADO DE DISCUSIÓN

El infrascrito Secretario General del Concejo Metropolitano de Quito (E), certifica que la presente Ordenanza fue discutida y aprobada en dos debates, en sesiones de XX y XX de XXXXXX de dos mil doce.- Quito,

Abg. José Luis Arcos Aldás
SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO (E)

ALCALDÍA DEL DISTRITO METROPOLITANO.- Distrito Metropolitano de Quito,

EJECÚTESE:

Dr. Augusto Barrera Guarderas
ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

ORDENANZA No.

CERTIFICO, que la presente Ordenanza fue sancionada por el Dr. Augusto Barrera Guarderas, Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el
.- Distrito Metropolitano de Quito,

Abg. José Luis Arcos Aldás

SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO (E)
DSCS

SEGUNDO DEBATE

ANEXO ÚNICO DE LA ORDENANZA No. 330 DE PUBLICIDAD EXTERIOR

I. ASPECTOS GENERALES

I.1. LA LMU (41)

- Mediante Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), se incorpora esta Licencia como herramienta de gestión administrativa, por la que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, regula las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, 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.
- La LMU (41) prevé, dentro del régimen administrativo, que la Publicidad Exterior puede ser instalada en espacios públicos de dominio público o privado, de acuerdo a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la precitada 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.
- El otorgamiento y obtención de la LMU (41) comporta únicamente: (a) que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en este título; (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.

I.2. OBJETIVOS DE ESTE INSTRUMENTO

El presente instrumento tiene el siguiente objetivo:

- Determinar las Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Este Instrumento es aplicable exclusivamente a los órganos y destinatarios involucrados en estos procesos.



II. REGLAS TÉCNICAS PARA LA INSTALACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS Y COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR

II.1. DISPOSICIONES GENERALES

- Se entiende por publicidad exterior para efectos del otorgamiento de la LMU (41), 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 el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.
- La publicidad exterior licenciada podrá ser instalada en el espacio público, de dominio público municipal o privado, de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:
 - a) En predios con usos de suelo R1, R2 y agrícola residencial AR.
 - b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
 - c) En predios con uso de equipamientos.
 - d) En espacio público.

En edificios en construcción y mantenimiento, los elementos publicitarios que se instalen son netamente temporales hasta la terminación de la obra o trabajos efectuados por mantenimiento, por lo que su permanencia no deberá estar sujeta a la existencia de otro medio publicitario en la zona.

II.2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Para efectos de aplicación de la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) y de las Reglas Técnicas constantes en el siguiente acápite, se definen los siguientes términos:

- **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, que son reguladas por la presente ordenanza.
- **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 el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público. Además, espacio público es toda área susceptible de publicidad exterior, ubicada en cada uno de los bienes de uso público establecidos en la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

- **Espacio de servicio general:** Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general.
- **Letrero Electrónico:** Es una superficie de dimensiones variables no mayores a quince metros cuadrados, operado bajo un sistema eléctrico, en el cual aparece en forma visual la información publicitaria o aquella requerida que podrá ser instalada en los espacios privados.
- **Pantallas o Paneles dinámicos Leds.-** Son superficies que sirven para proyectar sobre ellas imágenes de video, generadas por diodos emisores de luz (LED) u otras tecnologías similares.
- **Medio de transporte** Es todo vehículo destinado a la transportación de personas, bienes y/o productos.
- **Menciones Publicitarias de auspicio compartido.-** Son aquellos elementos destinados a dar un reconocimiento a las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que en virtud a un convenio de cooperación suscrito con la autoridad competente del Municipio de Quito, rehabilitan, mantienen y/o mejoran los espacios públicos en el Distrito Metropolitano.
- **Mini Vallas:** Letreros que se podrán colocar solamente en las fachadas de las edificaciones en construcción, deterioradas o alambradas y que mejoren la estética del sector, las mismas que no podrán sobrepasar del 1.5 m. de altura del nivel de la acera y 3.00 m. de largo y podrán estar en un máximo de tres **por predio**.
- **Mobiliario urbano:** Son los elementos necesarios para el ordenamiento y el confort de la vida de la ciudad tales como: bancas, recolectores de basura, relojes públicos, paradas de buses, kioscos o puestos de venta de comida rápida, periódicos, revistas, paletas puestos de limpieza de calzado, pasos o puentes peatonales, señalización interna de parques, plazas y áreas verdes, paneles de información ciudadana o cualquier elemento que preste un servicio a la colectividad y contribuya al ornato de la ciudad.
- **Mural:** Es un medio instalado en las fachadas o culatas de los edificios, sobre soportes estructurales estáticos que contiene y transmite mensajes.



- **PCC:** Punto de comienzo de la curva es el origen o inicio de una curva en cualquier vía.
- **Paletas:** Elemento que contiene publicidad y se ubica en las aceras y/o parterres. El poste sobre el que se sostiene el medio publicitario debe tener una altura mínima de dos metros veinte centímetros, medidos desde el piso y la altura máxima no puede sobrepasar los cuatro metros cincuenta centímetros. Su área no será superior a los dos metros cuadrados veinticinco decímetros cuadrados (2,25 m²), su ancho no supera un metro veinticinco centímetros (1,25 m) y su espesor será máximo de treinta centímetros (0,30 m), se prohíbe que estos espacios sean utilizados por dispositivos led's.
- **Pantalla:** Superficie que sirve para proyectar sobre ella imágenes con publicidad u otras actividades, que no podrá tener dimensiones mayores a veinte metros cuadrados incluido el marco estructural.
- **PTC:** Punto de término de la curva.
- **Publicidad exterior fija:** La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas, leds y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios públicos, de dominio público municipal o privado (incluyendo espacio de servicio general).
- **Publicidad exterior móvil:** La que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente.
- **Publicidad Propia.-** Es aquella destinada a transmitir mensajes comerciales de la actividad económica en los bienes en donde y mediante los cuales se la ejercite.
- **Publicidad de Terceros.-** Es aquella mediante la cual se transmiten indistintamente mensajes comerciales ajenas a la actividad económica realizada en los bienes en los cuales es instalada.
- **Publicidad Experimental.-** Es aquella publicidad de arte o cultura que se realiza a través de elementos publicitarios innovadores, no contemplados en esta normativa.
- **Rótulos:** Anuncios fijos de una permanencia mayor a treinta días, que se destinan a publicitar marcas, razones sociales o actividades que se desarrollan en el predio en el cual son instalados.
- **Translúcido:** Cuerpo a través del cual pasa la luz y que permite ver a través de él, la publicidad.



- **Tótem:** Emblema tallado, pintado y/o construido sobre una estructura auto portante, referido a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en dicho predio, de publicidad exterior propia e información general de dicha actividad económica.
- **Valla publicitaria:** Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, auto portante, susceptible de albergar y transmitir mensajes, pudiendo estar compuesta de 1 o 2 caras como máximo. Instalada en retiros frontales y/o laterales de espacio privado y/o público, a excepción de parterres centrales de servicio general con una altura no menor a 14 m.

Las vallas podrán tener dos paneles con publicidad rotativa, entendiéndose como tal el sistema de publicidad con movimiento que permite tener más de una publicidad en el mismo, con un máximo de tres anuncios publicitarios por elemento. No se consideran como vallas con paneles rotativos a las pantallas led's.

II.3. REGLAS TÉCNICAS

- La publicidad exterior puede ser instalada en el espacio público, de dominio público municipal o privado, de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:
 - a) En predios con usos de suelo R1, R2 y agrícola residencial AR;
 - b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4;
 - c) En predios con uso de equipamientos; y,
 - d) En general, en espacio público.

En edificios en construcción y mantenimiento, los elementos publicitarios que se instalen son netamente temporales hasta la terminación de la obra o trabajos efectuados por mantenimiento, por lo que su permanencia no deberá estar sujeta a la existencia de otro medio publicitario en la zona.

- La publicidad exterior se sujetará a las siguientes Reglas Técnicas:

Condiciones Técnicas de los medios de Publicidad Exterior:

1.DISTANCIA MÍNIMA ENTRE MEDIOS DE PUBLICIDAD FIJA.- Según su tipo, los medios de Publicidad Exterior fija, tendrán las siguientes distancias mínimas:



- a) En espacio público de dominio público municipal o privado (incluyendo servicio general) la instalación de vallas y murales serán ubicados a una distancia no menor entre ellas de un radio de doscientos metros (200 m) en zonas urbanas y 500 m. en zonas rurales, con un porcentaje de hasta el 15% de tolerancia.

Para la colocación de tótems se considerará una distancia entre ellos y otros elementos publicitarios (vallas y murales) de 50 m. a excepción de aquellos colocados en gasolineras donde no se considerará ninguna distancia con relación a otro elemento publicitario, y viceversa, de conformidad a lo establecido en el ordenamiento jurídico nacional.

Las pantallas led's para su instalación mantendrán una altura no menor a 12 metros a partir del nivel de la acera, para que no se interponga con la semaforización, y se ubicarán a una distancia mínima de mil metros (1.000 m.) de radio entre pantallas, y de 200 metros con respecto a vallas y murales, con una tolerancia del 15%, su intensidad deberá ser graduada automáticamente en función de la luz solar sin resultar un elemento de distracción visual.

La superficie máxima de las pantallas led's podrá ser:

1. De hasta el 30% de la superficie de las fachadas hasta un máximo de 55 m² incluida la estructura, en aquellas instaladas en las fachadas de la edificación.
 2. De hasta 32 m² de superficie aquellas instaladas en estructuras independientes autoportantes.
- b) En espacio público de dominio público municipal, la instalación de medios publicitarios exteriores, se someterá a diseños especiales, integrales o de conjunto, de tal manera que no atenten contra el disfrute ciudadano del espacio público, el libre tránsito peatonal, la imagen urbana de la ciudad y el paisaje natural, teniendo preferencia en relación a las distancias antes mencionadas.

Los paneles, paletas, relojes electrónicos, con iluminación o sin ella, interna o externa, instalados en parterres guardarán una distancia mínima de cincuenta centímetros (50 cm.) desde el bordillo externo, con una distancia mínima entre ellos de 100 metros. En aceras se ubicarán a veinte metros (20 m.) desde el PCC o PTC, guardando una distancia mínima de cien (100 m.) metros entre ellos.

En las aceras de las zonas en las que se ha realizado el soterramiento de cables u otra intervención, está prohibida la instalación de paneles, paletas, relojes electrónicos, con iluminación o sin ella, interna o externa.

- c) En espacio público de servicio general, la instalación de medios publicitarios exteriores y sus distancias mínimas se someterán a diseños especiales, integrales o de conjunto, de manera que no atenten contra la arquitectura de las edificaciones, el paisaje urbano, el paisaje natural y la señalización de tránsito, y serán autorizados como lo establece la presente ordenanza.

En espacio público de dominio privado, la instalación de pantallas led's con superficies variables ubicadas en áreas urbanas, deberán ser instaladas en zonas con uso R3, **Múltiple (M)**, espacios de servicio general, predios de equipamiento y la distancia mínima entre pantallas será de mil metros (1.000 m.).

2. DIMENSIONES MÁXIMAS DE LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Las dimensiones de los medios de Publicidad Exterior se someterán a la necesidad de preservar, recuperar y/o rehabilitar la calidad del espacio público, la arquitectura de las edificaciones en las que se proponga su instalación y el paisaje urbano y natural del entorno.

Según el tipo de publicidad exterior, las dimensiones de los medios serán las siguientes:

2.1. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA.- Se establece de manera específica, que las dimensiones máximas permitidas para los medios de Publicidad Exterior fija serán las siguientes:

2.1.1. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA DE TERCEROS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R1, R2 Y AGRÍCOLA RESIDENCIAL.-

Sobre las fachadas y cerramientos frontales: La publicidad exterior fija de terceros en predios con uso de suelo R1 y AR tendrán una superficie de hasta tres metros cuadrados. En predios con uso de suelo R2 tendrán una superficie de hasta seis metros cuadrados en ningún caso podrá sobrepasar el 30% de la fachada; En ningún caso podrán sobresalir más de veinte centímetros (20 cm.) de la superficie vertical de la fachada y serán referidos exclusivamente a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en el predio.

2.1.2. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA DE TERCEROS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R3, MÚLTIPLE, EQUIPAMIENTO E INDUSTRIAL I2, I3, I4.-

- a) **En las fachadas y cerramientos frontales:** La publicidad exterior fija de terceros tendrán una superficie de hasta el 30% de la fachada frontal, siempre que no supere un máximo de treinta y dos metros cuadrados (32 m²). No podrán sobresalir más de cuarenta centímetros (40 cm.) del plano vertical del cerramiento o la fachada, con excepción de los medios instalados sobre marquesinas y/o cobertizos ligeros, debidamente autorizados en planos, como parte del diseño



arquitectónico de una edificación, pero que en ningún caso puede sobresalir más de ochenta centímetros (80 cm.).

- b) **En los retiros frontales:** Las vallas tendrán una superficie máxima de treinta y dos metros cuadrados (32 m².) y podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4., manteniendo tres metros de retiro con respecto a las medianeras, medidos desde el punto más saliente del panel, su altura máxima será de doce metros (12m) y no podrá sobresalir de la línea de fábrica.

En predios con uso de suelo múltiple (M) en los que aún el retiro no haya sido tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente. **Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, la valla será desinstalada.**

Los tótems podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4 y tendrán una base con un radio máximo de dos metros (2 m.) y una altura máxima de seis metros (6 m.). En predios con uso de suelo Múltiple en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente. Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, los tótems serán desinstalados.

- c) **Fachadas laterales o posteriores de los edificios:** Los murales ocuparán un área máxima de 75% de la superficie, siempre que no supere un máximo de 48 metros cuadrados. No podrá sobresalir más de 40 (cm.) sobre la rasante.
- d) **En predios con uso residencial R3 y Múltiple (M)** se permitirá la instalación de pantallas led's bajo los siguientes parámetros:

Podrán instalarse en predios con uso de suelo Múltiple (M) en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como prolongación de la acera. Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, las pantallas led's serán desinstaladas.

Deberán tener un regulador de luminosidad a través de un operador, misma que se establecerán parámetros de acuerdo al clima, día y noche disminuyéndose en la noche de acuerdo a los estándares internacionales para el manejo de este tipo de elementos, estos medios podrán estar encendidos de 06h00 hasta las 24h00.



2.1.3. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A CENTROS COMERCIALES

Para el caso de centros comerciales (CZ5 Y CM4), para la ubicación de publicidad exterior deberá cumplir con lo siguiente:

1. Utilizar máximo el 30% de la fachada frontal del edificio del centro comercial, entiéndase como fachada frontal, la que tiene el acceso principal.
2. Utilizar máximo un total del 45% del área total de las fachadas laterales o posteriores del edificio del centro comercial, para distribuir la publicidad en las otras fachadas del centro comercial.
3. Cada medio publicitario debe cumplir los tamaños máximos establecidos en el anexo único de la Ordenanza, que no atente contra la arquitectura de la edificación, ni interfiera con el paisaje urbano o natural y forme parte del diseño de conjunto requerido en el plan masa presentado por el administrador del centro comercial a la autoridad municipal otorgante.
4. Toda clase de inflables con o sin mensajes promocionales, podrán ser colocados de forma temporal, hasta 90 días, y requerirán LMU (41). La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.

2.1.4. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A GASOLINERAS Y ESTACIONES DE SERVICIO

En gasolineras y estaciones de servicio para la instalación de un tótem deberá obtener la LMU (41), no se considerará la distancia con otros elementos publicitarios, pero deberá cumplir con las otras normas técnicas constantes en este Anexo.

Todo elemento publicitario al exterior de la gasolinera que sea visible desde el espacio público se considerará publicidad exterior, esto incluye: parte superior de los surtidores y de la marquesina o la cubierta de las islas de los surtidores, vallas publicitarias, carteles, banderas, etc.

2.1.5. MEDIOS EN ÁREAS HISTÓRICAS Y EN EDIFICACIONES PATRIMONIALES.-

La Publicidad Exterior en las áreas históricas se referirá únicamente a la razón social o nombre comercial, y se ubicará en los locales comerciales directamente en la pared (lado izquierdo o derecho) de la puerta de acceso al local comercial y en ningún caso podrán sobrepasar las dimensiones de vanos o aperturas de fachadas; tampoco se instalará directamente sobre puertas,

ventanas o balcones. El diseño tipo tendrá las siguientes características:

- a) Un área máxima de un metro cuadrado (1 m².) cuyo lado mayor no superará un metro con ochenta centímetros de ancho (1.80 m².), según el diseño tipo establecido por los órganos competentes de la Administración Municipal.
- b) Los rótulos estarán conformados por letras independientes que formen el nombre del comercio; las letras en tipografía "Swiss 721 Condensed" de 600 puntos (aproximadamente dieciséis centímetros de alto), construidas en tol galvanizado de dos milímetros de espesor y pintadas en color grafito oscuro, que se remachan a dos varillas paralelas de un metro veinte centímetros por dos metros cincuenta centímetros, pintadas del mismo color que la pared de fondo y separadas entre sí por ocho centímetros.
- c) Este tipo de Publicidad Exterior no pagará tasa o regalía por su colocación.
- d) Sin que constituya ataque o desconocimiento al derecho de propiedad intelectual, con la finalidad de mantener la uniformidad en el Centro Histórico y en las Áreas Históricas, no se permite la colocación de Publicidad Exterior de la razón social, nombre comercial, marca, signo distintivo y/o lema comercial, a colores, o en materiales o medios distintos a los señalados en los literales a) y b) anteriores, aún cuando éstos hayan sido debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

En los edificios de uso múltiple de las áreas históricas, los avisos publicitarios deberán ubicarse en zaguanes de ingreso, bajo la modalidad de Directorio. La colocación de esta Publicidad Exterior no pagará tasa.

2.1.6. MEDIOS EN ESPACIO PÚBLICO DE DOMINIO PÚBLICO MUNICIPAL.-

- a) **En las aceras y parterres:** El ancho máximo del medio publicitario deberá ser tal, que el soporte o la estructura de sustentación permita disponer de circulación peatonal de un metro veinte (1,20 m.) de ancho como mínimo a cada lado de la estructura. Ningún medio publicitario puede ubicarse en menos de veinte metros (20,00 m.) de una intersección o abertura de parterre; entre vallas la distancia será de doscientos metros (200 m.) y entre paletas de cien metros (100 m.).

La altura libre del soporte, esto es, la que media entre el piso y la parte inferior del medio donde



se anuncia la publicidad, será de un mínimo de dos metros con veinte centímetros (2,20 m) en las aceras, y de un metro con cincuenta centímetros (1,50m) en los parterres. En ningún caso el medio utilizado superará la altura total de cuatro metros con cincuenta centímetros (4,50 m).

- b) **En parques y áreas verdes en general:** Con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), la Publicidad Exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades desarrolladas en estas áreas o en el Distrito Metropolitano de Quito en general. El Órgano Administrativo competente, encargado del espacio público, y de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano, podrá gestionar mobiliario urbano señalización interna en base de Publicidad Exterior. En estos casos, los anuncios de marcas, productos o servicios utilizarán máximo un tercio de la superficie total del medio y su diseño requiere aprobación previa de la Autoridad Administrativa Otorgante y responderá a criterios ecológicos.
- c) **En calles y avenidas en general:** Igualmente, con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), la Publicidad Exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades culturales, deportivas, educativas y de información ciudadana en general en el Distrito. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, y la Secretaría de Comunicación podrá gestionar la instalación de paneles de información ciudadana en base de Publicidad Exterior, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano.

2.1.7. LA INSTALACIÓN DE SÍMBOLOS EN BANDERA.- Se instalarán y autorizarán símbolos en bandera sobre línea de fábrica, únicamente para los servicios de emergencia, unidades de salud pública y privada, farmacias, Policía, Cruz Roja, Bomberos y Defensa Civil con dimensiones máximas de cuarenta centímetros por cuarenta centímetros (0,40 cm. x 0,40 cm.), a una altura mínima de tres metros y cincuenta centímetros (3,50 m.) sobre el nivel de la acera.

2.1.8. MEDIOS EN EDIFICACIONES EN CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO.- Se podrá instalar publicidad ocupando hasta el (100%) de la superficie de los cerramientos temporales o edificaciones en proceso de intervención, con excepción de las áreas históricas. En estos casos la publicidad puede ser pintada directamente sobre el cerramiento temporal.

2.1.9. REFERENTE PARA MEDIR LA ALTURA DEL MEDIO PUBLICITARIO.- En terrenos con pendiente positiva, el referente para medir la altura máxima de las vallas será el nivel natural del terreno; y, en terrenos con pendiente negativa y en terrenos planos, el nivel de la acera.



2.2. PUBLICIDAD MÓVIL.-

Las Reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil serán determinadas vía Resolución Administrativa. Sin embargo, se sujetará al menos a las siguientes condiciones técnicas:

2.2.1. ESPACIOS DE INSTALACIÓN.

La Publicidad Exterior Móvil puede ser instalada en medios de transporte público, comercial o privado, de acuerdo a las categorías de servicio que consta a continuación:

- a) Buses de Transporte público (Tipo I y II);
- b) Buses articulados y Trolebuses;
- c) Furgonetas, minibuses, y buses escolares;
- d) Taxis y vehículos particulares;
- e) Vehículos de Carga ;
- f) Vehículos de transporte turístico; y,
- g) Sillas de ruedas para minusválidos.

2.2.2. DIMENSIONES Y UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD MÓVIL.

La referencia gráfica de los sitios y dimensiones en los que es permitida la instalación de los elementos publicitarios en las diferentes modalidades de transporte tanto público como privado se detalla en el anexo gráfico adjunto.

La memoria gráfica especifica las características formales de cada vehículo, el tipo de categoría del servicio que prestan, tanto del sector público como privado, el dimensionamiento de los espacios ubicados en la carrocería susceptible de receptor la publicidad exterior móvil.

La definición del volumen total de publicidad que se instale en una unidad, será definida por el interesado y previo a la emisión de la LMU (41), deberá ser verificada por la instancia de control.

En todo vehículo se deberá colocar un adhesivo de 30 cm. x 15 cm. ubicado en el sitio definido en los gráficos adjuntos, en el que deberá constar el número de las LMU (41).

Los medios no convencionales con movimiento por acción mecánica, eléctrica u otra fuente, deberán someterse a estudios específicos y cumplirán con los procedimientos establecidos.



2.2.3. DATOS MÍNIMOS QUE DEBE CONTENER LA LMU (41) PARA PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL.

En la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – (41), para el servicio de transporte público y comercial deberá constar el número del Registro Municipal del vehículo, la operadora de transporte público, el nombre de la empresa de publicidad, el número del chasis y de la placa de identificación del vehículo, el área de la publicidad y el texto del mensaje publicitario.

En los vehículos de servicio privado, constarán los mismos datos a excepción del Registro Municipal y el nombre de la operadora.

2.2.4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL - LMU (41).

Para publicidad a ser instalada en medios de transporte público y comercial, el interesado deberá presentar:

- a. Solicitud para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil - LMU (41), en la que se especificará el número de unidades que requieren la licencia, el número de placa y del chasis.
- b. Copia de la Habilitación Operacional de las unidades que consten en la solicitud.
- c. Copia del Contrato de arrendamiento del elemento publicitario en el que deberá constar las ubicaciones y dimensiones de los elementos publicitarios.
- d. Copia del RUC de la empresa publicitaria.
- e. Copia de la Licencia Única de Funcionamiento de las Actividades Económicas (LUAE).
- f. Dimensiones y ubicación de la publicidad exterior móvil.
- g. Matrícula.
- h. SOAT
- i. Certificado de aprobación de la revisión vehicular por parte de la CORPAIRE.

Para medios de transporte privado, el interesado deberá presentar:

- a) Solicitud para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanístico de Publicidad Exterior Móvil LMU (41), en la que se especificará el número de unidades que requieran la Licencia, número de placa y del chasis.
- b) Copia del Contrato con la Empresa de Publicidad, el que deberá contener la ubicación y las dimensiones de la publicidad exterior móvil.
- c) Matrícula



- d) SOAT
- e) Certificado de aprobación de la revisión vehicular por parte de la CORPAIRE.

Para Publicidad en silla de ruedas para discapacitados, el interesado deberá presentar:

- a) Número de integrantes que conforman el grupo que se beneficiará de la LMU (41).
- b) Certificados del CONADIS de cada uno de los integrantes de equipo
- c) Contrato con la empresa que publicita el producto, el que deberá contener la forma de exposición de y las dimensiones de la publicidad.
- d) Propuesta de las posibles rutas de exposición de la publicidad.

2.2.5. EXHIBICIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD MÓVIL.

El conductor del vehículo que tiene publicidad exterior móvil deberá llevar consigo la LMU (41), otorgada por la Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas.

2.2.6. RENOVACIÓN DE LA LMU (41)

Para la obtención de la renovación de la Licencia Metropolitana de Publicidad Móvil en el transporte público, el interesado presentará:

- a) Solicitud dirigida la Gerente General de la EPMMOP;
- b) Habilitación Operacional Vigente;
- c) Licencia Metropolitana de Publicidad Móvil a renovarse.

Para la renovación de la LMU (41) para el transporte privado y para las sillas de ruedas, se deberá presentar los requisitos detallados en los numerales a) y c).

2.2.7. TRÁMITE PARA LA OBTENCIÓN DE LA LMU (41).

El interesado en obtener la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil - LMU (41), presentará la solicitud con los requisitos previstos en el punto 2.2.4. En caso de renovación, la solicitud con los requisitos, deberá presentarse treinta (30) días antes del vencimiento de la licencia.

Por su parte la EPMMOP, a través de la Gerencia de Gestión de la Movilidad, contestará al interesado haciéndole conocer si se autoriza o no la renovación, y dispondrá del pago de la tasa establecida en la Ordenanza Metropolitana No. 330.



Con el pago de la tasa se procederá a la emisión de la LMU (41).

2.2.8. REGISTRO Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD MÓVIL.

La Empresa Pública de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP, a través de su Gerencia de Gestión de la Movilidad, mantendrá una base de datos que contendrá el registro de las Licencias Metropolitanas Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil - LMU (41), otorgadas a los medios de transporte, con detalle de:

- a) Número de registro municipal;
- b) Nombre de la operadora de transporte en el caso del transporte público y comercial;
- c) Número de chasis;
- d) Número de placa;
- e) Área ocupada con la publicidad;
- f) Nombre de la empresa publicitaria en el caso del transporte privado;
- g) El registro del CONADIS (para el caso de sillas de ruedas); y,
- h) Nombres de los integrantes de cada equipo beneficiario de la licencia.

2.2.9. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE DE SERVICIO PÚBLICO Y PRIVADO.-

La publicidad exterior móvil podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinilo autoadhesivas y que irán ubicadas:

a) La Publicidad Exterior Móvil en los buses de transporte público se ubicarán:

(i) En los buses tipo I, II y III, de dos y tres puertas, en el lado izquierdo, derecho y posterior. Las dimensiones de los sitios donde se colocará la publicidad constan en la memoria gráfica adjunta.

(ii) En la parte posterior solo se la colocará la publicidad exterior en el parabrisas, mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior, variando sus dimensiones de acuerdo al vehículo.

b) En los buses articulados y trolebuses:

(i) El elemento publicitario se colocará solo en el lado izquierdo y posterior. Las dimensiones de los sitios donde se colocará la publicidad constan



en la memoria gráfica adjunta.

(ii) En la parte posterior solo se la colocará la publicidad exterior en el parabrisas, mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior, variando sus dimensiones de acuerdo al vehículo.

c) En furgonetas, microbuses y buses escolares:

(i) La publicidad se colocará únicamente en el parabrisas posterior y se la realizará mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

d) En taxis:

(i) La publicidad se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo.

(ii) Las dimensiones del acrílico donde irá la publicidad, será de las siguientes dimensiones: noventa centímetros (90 cm.) de largo, treinta (30 cm.) de ancho, y treinta y cinco (35 cm.) de altura, incluido el anuncio de taxi; quedando este como elemento único.

e) En buses particulares

(i) Solo se podrá colocar publicidad exterior propia, que transmita solo un mensaje publicitario, y puede ser ubicado en toda la carrocería.

(ii) En el parabrisas posterior se realizará la publicidad mediante láminas de vinilo adhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

f) En vehículos particulares

(i) La publicidad exterior propia, que transmita solo un mensaje publicitario, podrá colocarse en toda la carrocería. No se permite el uso de publicidad en el parabrisas frontal, lateral o posterior.

g) En vehículos de carga liviana de servicio público y/o privado:

(i) En las camionetas, la publicidad exterior se colocará única y exclusivamente en la cara exterior

de la puerta posterior del cajón del vehículo.

No se ubicará publicidad en los parabrisas frontales, laterales y posteriores.

(ii) En el caso de camiones de 3.5 T, se podrá ubicar solo publicidad exterior propia, en el cajón destinado para la carga.

No se permitirá publicidad en los parabrisas frontales, laterales y posteriores, ni en la cabina del vehículo.

(iii) En vehículos de carga mediana (camiones de 8 toneladas) de servicio público, se podrá colocar solo publicidad exterior propia, en el cajón destinado para la carga.

No se permitirá publicidad en los parabrisas frontales, laterales y posteriores, ni en la cabina del vehículo.

h) En sillas de ruedas para discapacitados:

Se puede incorporar un elemento de sostén para la publicidad exterior móvil, sin afectar la estabilidad y maniobrabilidad de la silla de ruedas. Las dimensiones del elemento de soporte de la publicidad constan en la memoria gráfica adjunta.

PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREO.- La Publicidad Exterior que se realice en medios aéreos, como globos aerostáticos, cometas, u otros que utilicen el espacio aéreo del Distrito Metropolitano de Quito, serán normados vía Resolución Administrativa, en coordinación con la Aviación Civil, atendiendo a las necesidades de la gestión.

2.3. MENCIONES PUBLICITARIAS DE AUSPICIO COMPARTIDO

Para la colocación de las menciones publicitarias de auspicio compartido se respetarán las siguientes condiciones técnicas:

Las menciones publicitarias de auspicio compartido instaladas en parterres guardarán una distancia mínima entre ellos de 100 metros. Pueden ser ubicadas transversal o longitudinalmente y se ubicará una mención publicitaria por cada esquina de giro o uno por cada tramo de manzana en parterres prolongados.

Las menciones publicitarias de auspicio compartido instaladas en parterres deberán tener las siguientes medidas:



a) En parterres de menos de 3.5 metros de ancho, las menciones publicitarias tendrán 60 centímetros de ancho, no podrán sobrepasar los 30 centímetros de altura y no deben estar sobre soportes de dimensiones mayores a 20 centímetros.

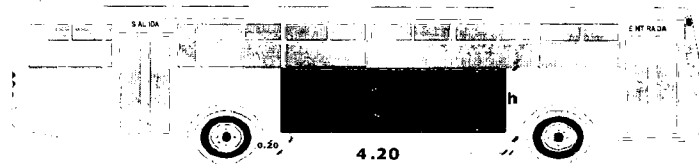
b) En parterres de más de 3.5 metros de ancho, las menciones publicitarias tendrán 80 centímetros de ancho, no podrán sobrepasar los 40 centímetros de altura y no deben estar sobre soportes de dimensiones mayores a 20 centímetros.

Las menciones publicitarias de auspicio compartido de 80 centímetros de ancho pueden ser ubicados en parques, plazas o piletas. En parques, la ubicación es variable así como el número de elementos a colocarse; pudiendo colocarse una mención publicitaria por parques con áreas menores a una hectárea, y, en parques de mayor área se colocarán una por cada hectárea. En plazas y piletas se ubicará un solo elemento por sitio.



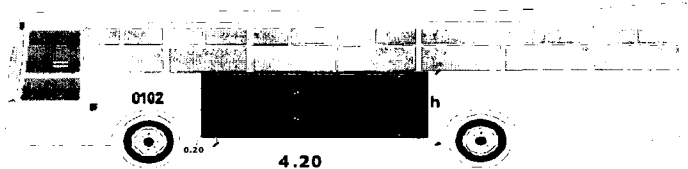
MEMORIA GRÁFICA

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO I Y II



h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.

Identificación
LMU-PE No.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior.

Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en una dimensión de 4.20 metros de largo por una altura variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

MARZO - 2012.

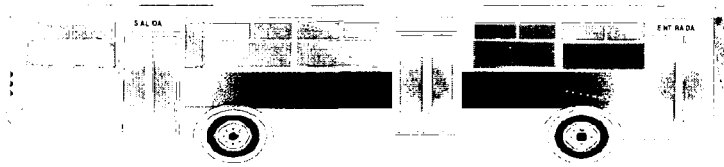
APROBÓ:

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

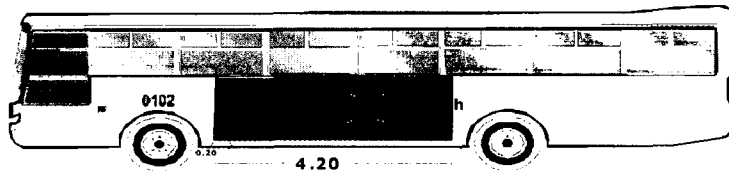
REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO III PUERTAS



Fachada lateral derecha.



h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.

**Identificación
LMU-PE No.**



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.



Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en las dimensiones establecidas en el gráfico, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana, en el un caso y en el otro los dos cuerpos se ubicarán a un ancho de 0.70 cm. medidos de la borde inferior de la ventana hacia abajo.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisa, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

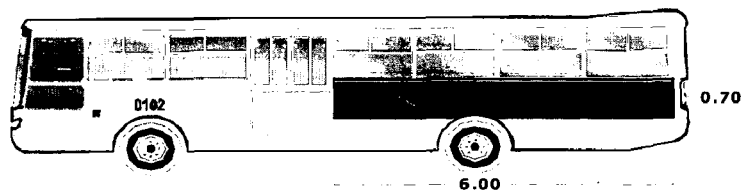
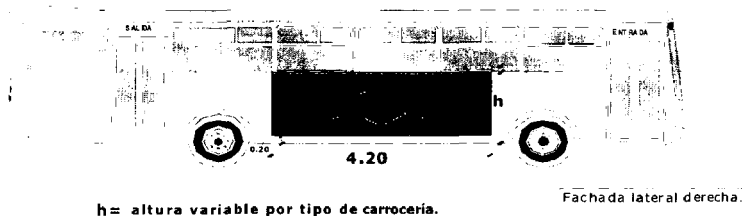
GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

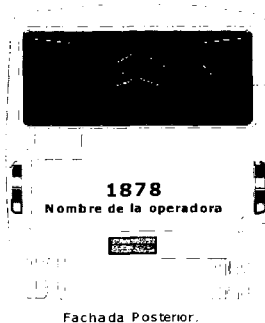
APROBÓ:
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:
ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO. UNA PUERTA IZQUIERDA



**Identificación
LMU-PE No.**



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

■ Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en las dimensiones establecidas en el gráfico, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana, en el un caso y en el otro en un ancho de 0.70 cm. medidos de la borde inferior de la ventana hacia abajo.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisa, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

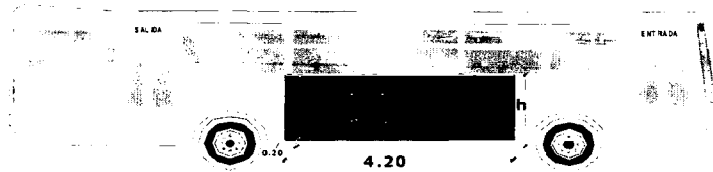
GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

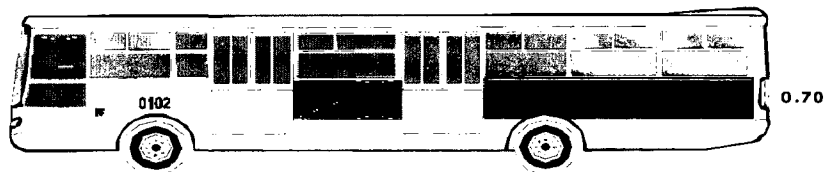
REVISÓ:
ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

**PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE
PÚBLICO / BUS TIPO.
DOS PUERTAS IZQUIERDAS.**



h= altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral derecha.

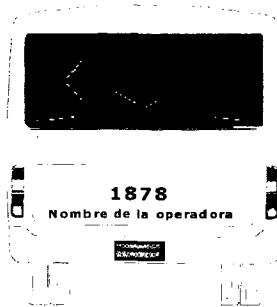


1.90

4.20

Fachada lateral izquierda.

**Identificación
LMU-PE No.**



Fachada Posterior.

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en las dimensiones establecidas en el grafico, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicara a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana, en el un caso y en el otro los dos cuerpos se ubicarán a en un ancho de 0.70 cm. medidos de la borde inferior de la ventana hacia abajo.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

APROBÓ:

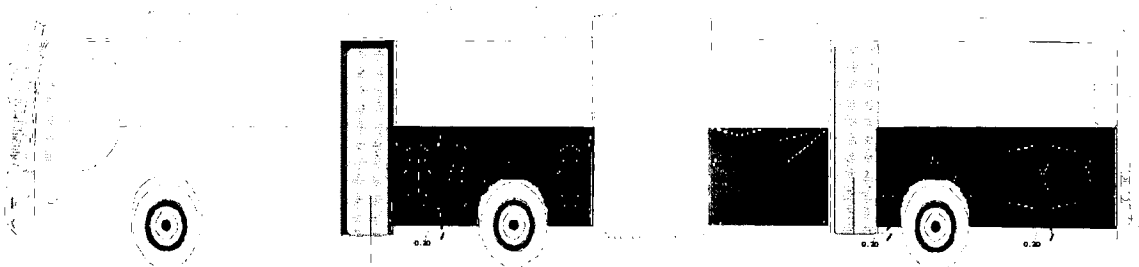
REVISÓ:

MARZO - 2012.

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

**PUBLICIDAD MÓVIL .- ARTICULADO.
MARCA SCANIA**



Puerta de emergencia.

Fachada lateral izquierda.

Puerta de emergencia.

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior.



Ubicación del elemento publicitario.

**Identificación
LMU-PE No.**

Fachada Posterior.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, en sentido horizontal se ocupará el primer espacio delimitado por la primera puerta de emergencia hacia atrás hasta el fuelle, el segundo cuerpo desde el fuelle hacia atrás hasta la segunda puerta de emergencia, el tercer cuerpo desde el borde de la segunda puerta de emergencia hasta la proyección vertical del final de las ventanas, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO
MARZO - 2011.

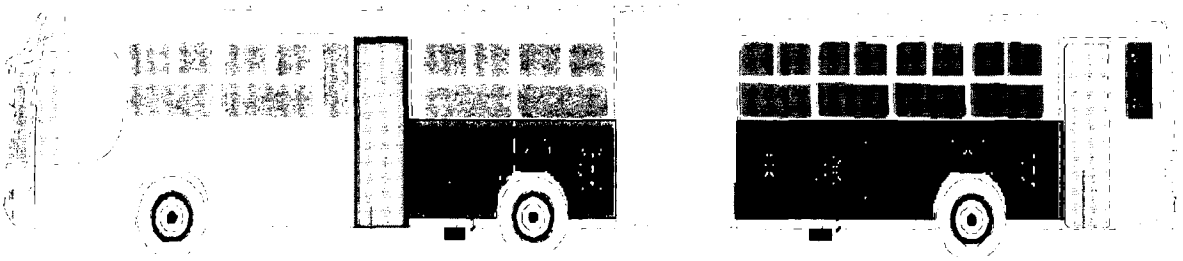
APROBO:

ING. FERNANDO SANCHEZ CANAVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOROAC
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD MÓVIL .- ARTICULADO.
MARCA VOLVO



Puerta de emergencia.

Fachada lateral izquierda.

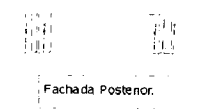
Puerta de emergencia.

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior.

Ubicación del elemento publicitario.



Identificación
LMU-PE No.



Fachada Posterior.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, en sentido horizontal se ocupará el primer espacio delimitado por la primera puerta de emergencia hacia atrás hasta el fuelle, el segundo cuerpo desde la parte posterior del fuelle hacia atrás hasta la segunda puerta de emergencia, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

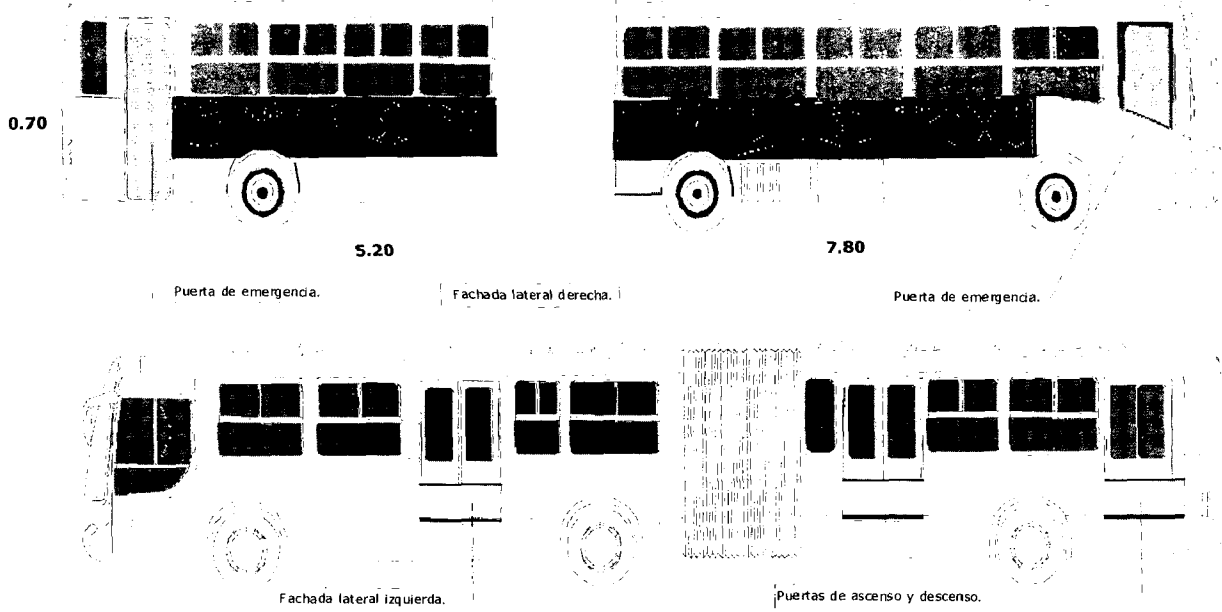
APROBO:

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NORRAC
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE

**PUBLICIDAD MÓVIL .- ARTICULADO -
PUERTAS IZQUIERDAS**



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

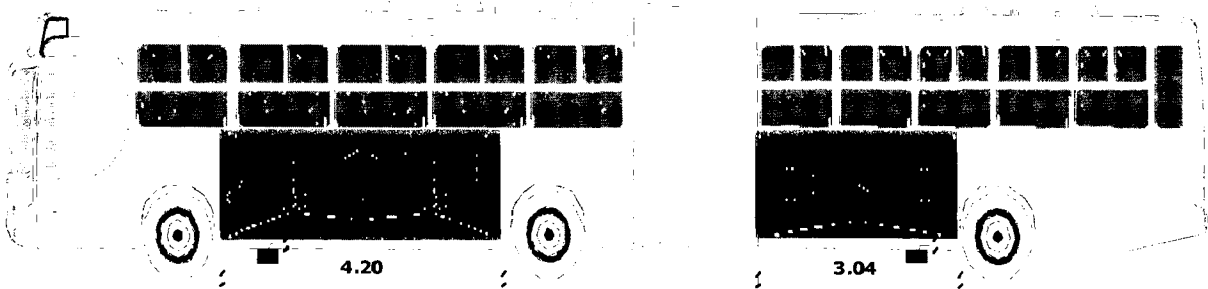
El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, en sentido horizontal se ocupará en dos cuerpos como se especifica en el grafico, la altura del elemento se ubicará desde el borde inferior de la ventana 0.70 cm. hacia abajo, en la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

Identificación
LMU-PE No.



GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO. MARZO - 2012.
APROBÓ: ING. ARMANDO SANCHEZ CHARRETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD.
REVISÓ: ING. ROBERTO NOBOAC,
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.

PUBLICIDAD MÓVIL.- TROLEBÚS



Fachada lateral izquierda.

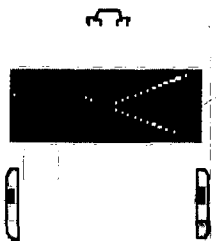
Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, el primer cuerpo se ubicara en una dimensión de 4.20 metros, centrado entre los ejes delantero y medio, el segundo cuerpo se ubicará desde el límite trasero del fuelle hacia atrás en una dimensión de 3.04 metros, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicara a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.



Fachada Posterior.

Identificación
LMU-PE No.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

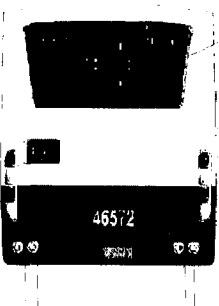
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO. AP ROBO:
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD
REVISÓ:
ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS ESCOLAR


Vigente para furgonetas, minibus y buses escolares.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas posterior.



Identificación
LMU-PE No.

 Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en el parabrisas ubicado en la fachada posterior del vehículo, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 x 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO. APROBÓ:

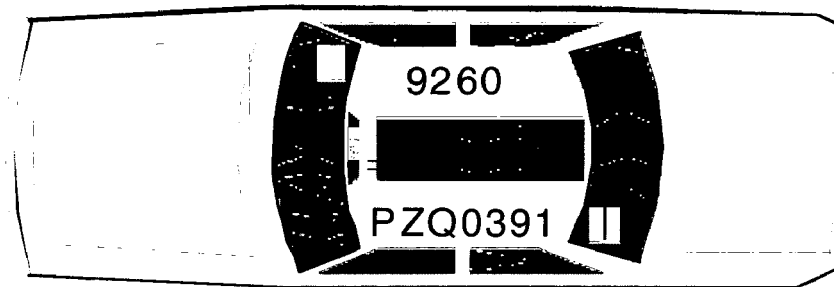
MARZO 2012.

ING. RAMONDO SANCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

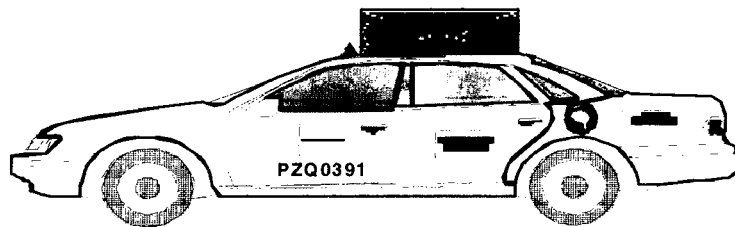
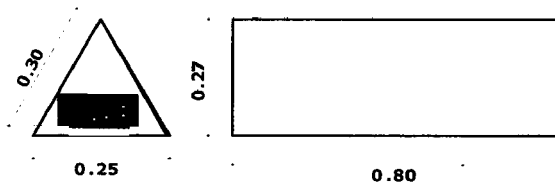
REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD MÓVIL. - TAXI.



Identificación
LMU-PE No.



■ Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en la parte superior del vehículo respetando las dimensiones que consta en el gráfico, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

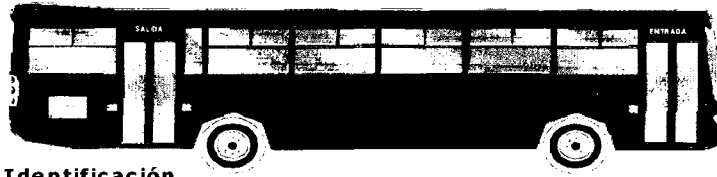
APROBÓ:

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

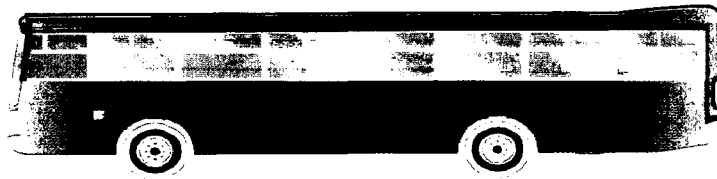
ING. ROBERTO NOROAC.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS PARTICULAR



Identificación
LMU-PE No.

Fachada lateral derecha



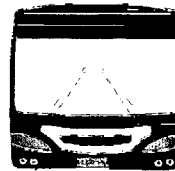
Fachada lateral izquierda



Vista aérea



Fachada posterior



Fachada frontal

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores del bus (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, podrá utilizar el área del parabrisas posterior para el uso de publicidad, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales.

VIGENTE PARA BUS - MINI *BUS - FURGONETAS DE USO PARTICULAR O DE CUENTA PROPIA.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

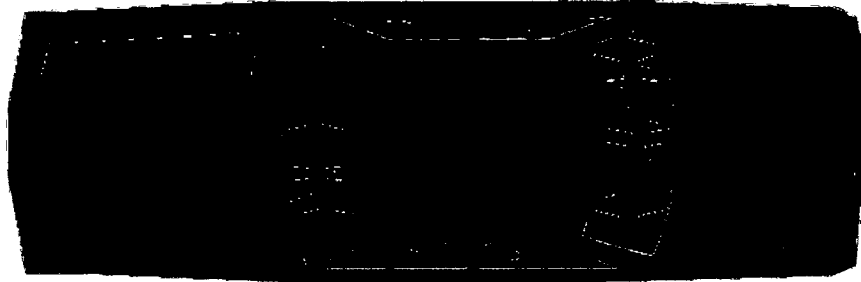
APROBÓ:

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

**PUBLICIDAD MÓVIL. -
VEHÍCULOS PARTICULARES**



vista en planta



**Identificación
LMU-PE No.**

Fachada lateral izquierda :

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores del automóvil (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales ni posteriores.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:

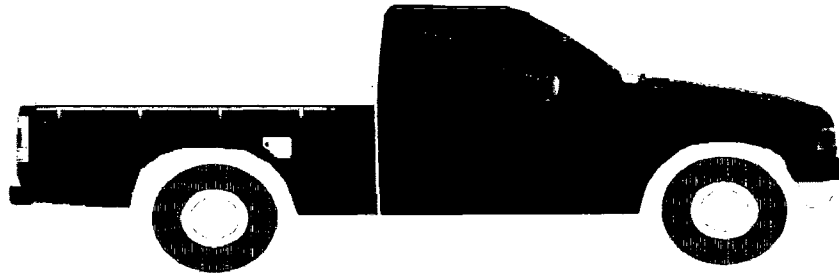
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE, P.



**PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA.
SERVICIO PRIVADO (CAMIONETAS).**

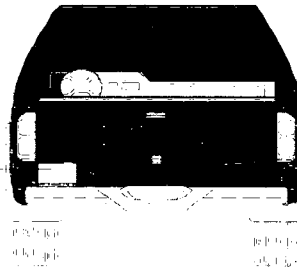


CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.

**Identificación
LMU-PE No.**



DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores de la camioneta (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales ni posteriores.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:

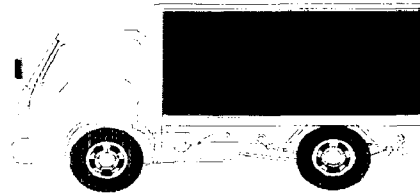
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

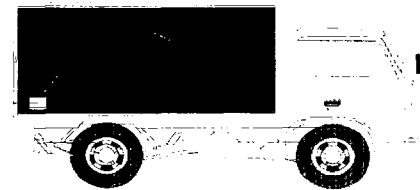
A handwritten signature in black ink, appearing to be 'R. Noboa'.

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA LIVIANA PRIVADO (CAMIONES DE - 3.5 T.)

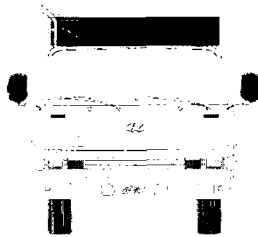


Fachada lateral izquierda.

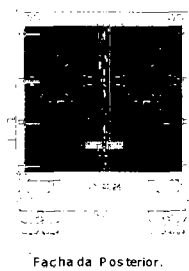
Identificación LMU-PE No.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores del cajón de carga (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales y laterales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMPOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:

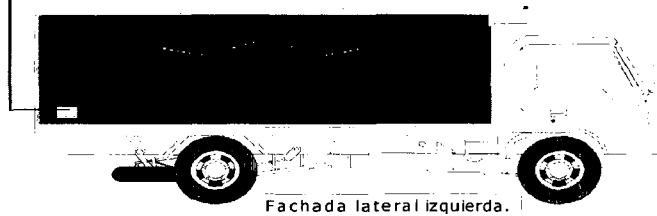
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA PRIVADO (CAMIONES DE - 8 T.)

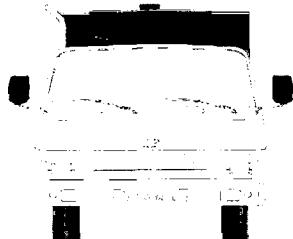
**Identificación
LMU-PE No.**



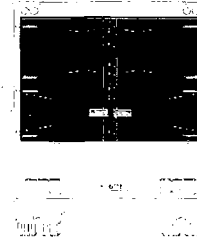
Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores de la camión (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

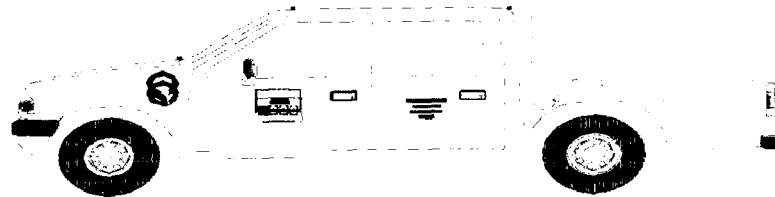
APROBÓ:
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:
ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

**PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA.
SERVICIO PÚBLICO. (CAMIONETAS).**

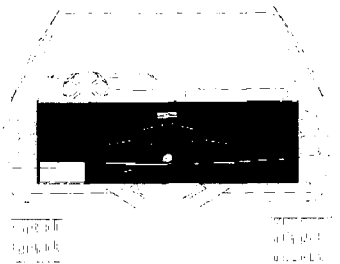


CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.

**Identificación
LMU-PE No.**



■ Ubicación del elemento publicitario.

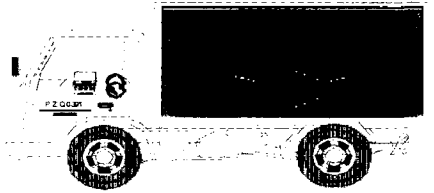
DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la cara exterior de la puerta posterior del cajón del vehículo, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

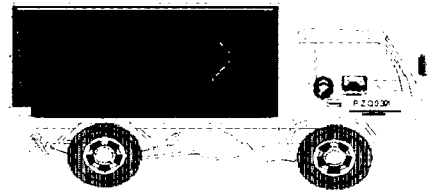
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO. **APROBÓ:** **REVISÓ:**
 MARZO - 2012. ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.
 GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

**PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA LIVIANA
SERVICIO PÚBLICO. (CAMIONES - 3.5 T.)**

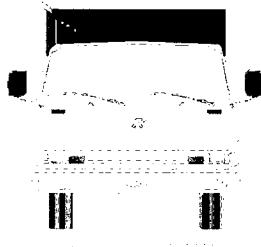


Fachada lateral izquierda.

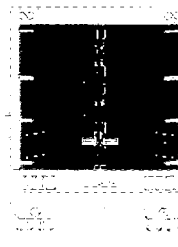
**Identificación
LMU-PE No.**



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en las fachadas exteriores del cajón destinado para la carga (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales, ni en las fachadas que constituye la cabina del vehículo.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:

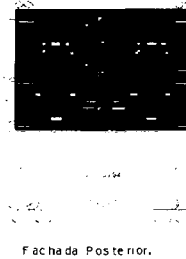
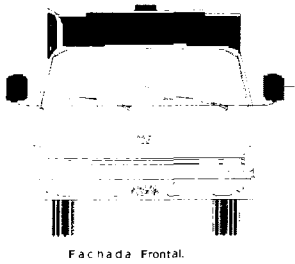
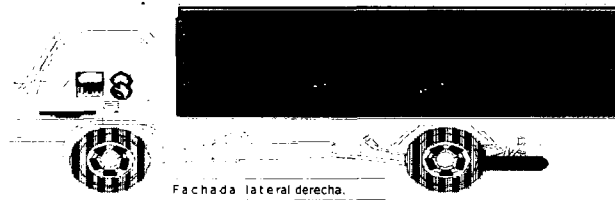
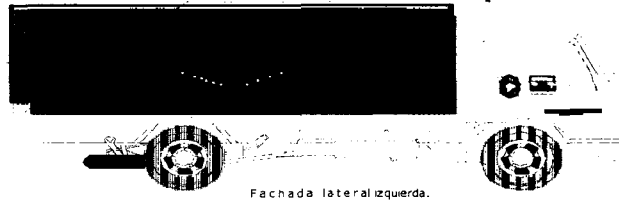
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA
SERVICIO PÚBLICO. (CAMIONES DE - 8 T.)

Identificación
LMU-PE No.



Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

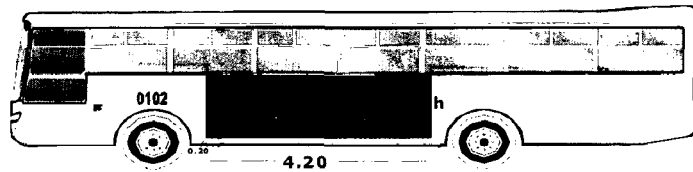
REVISÓ:
ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.



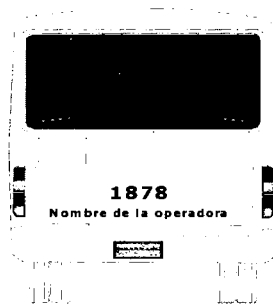
h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.

Identificación
LMU-PE No.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en una dimensión de 4.20 metros de largo por una altura variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:

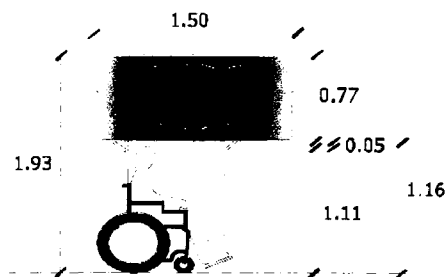
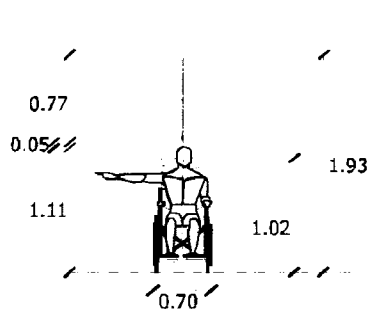
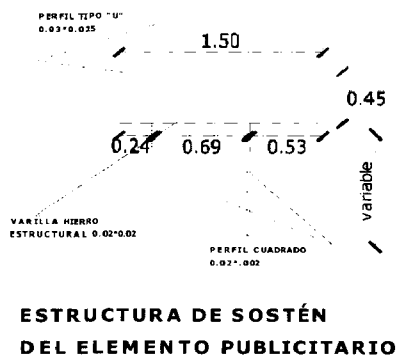
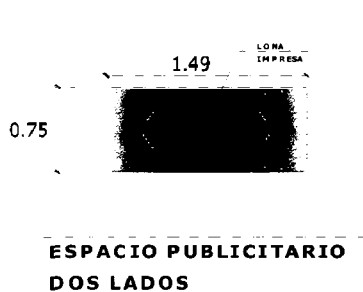
ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.

[Firma manuscrita]

PUBLICIDAD EN SILLA DE RUEDAS. MINUSVÁLIDOS.



■ Ubicación del elemento publicitario.

ALTERNATIVA No.- 1

DESCRIPCIÓN.-

En este caso en particular, es necesario la incorporación de un elemento de sostén del elemento medio publicitario, el mismo que deberá cumplir con dos condiciones básicas que son:

- Deberá garantizar que no se afecte la estabilidad de la silla de ruedas.
- No afectar la maniobrabilidad de la silla de ruedas, en el caso de la presente alternativa, está constituida por el elemento de sostén, que se ubicará en la parte superior del eje longitudinal de la silla, permitiendo portar un medio publicitario de las siguientes dimensiones 1.50*0.77 metros, la altura máxima del elemento será de 1.93 metros y la altura inferior de 1.16 metros.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

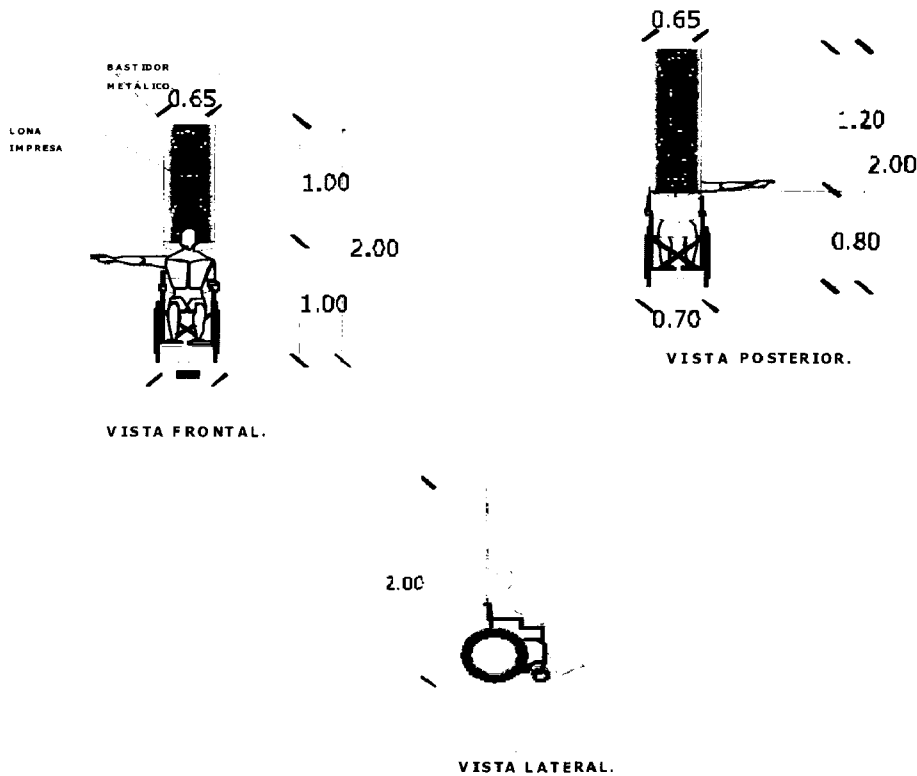
APROBÓ:

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVET
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO ROBOA.C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE. P.

PUBLICIDAD EN SILLA DE RUEDAS. MINUSVÁLIDOS.



■ Ubicación del elemento publicitario.

ALTERNATIVA No.- 2

DESCRIPCIÓN.-

En este caso en particular, es necesario la incorporación de un elemento de sostén del elemento medio publicitario, el mismo que deberá cumplir con dos condiciones básicas que son:

- Deberá garantizar que no se afecte la estabilidad de la silla de ruedas.
- No afectar la maniobrabilidad de la silla de ruedas, en el caso de la presente alternativa, está constituida por el elemento de sostén, que se ubicará en la parte trasera superior de la silla, permitirá portar un medio publicitario de las siguientes dimensiones 065*1.00 metros, la altura máxima de elemento será de 2.00 metros, la altura inferior será de 1.00 metros.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP.

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.
MARZO - 2012.

APROBÓ:

ING. ARMANDO SÁNCHEZ CHARVETT
GERENTE DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

REVISÓ:

ING. ROBERTO NOBOA C.
JEFE DE LA U. DE TRANSPORTE P.

~~1202~~

Elizabeth Cabezas



Elaborar Informe
Juan Carlos

EPMMOP
Empresa Pública
Metropolitana
de Movilidad y
Obras Públicas

Quito, 14 AGO 2012

Oficio No. 0000842-EPMMOP-GG-GOM

370

2011.1305

Economista
Elizabeth Cabezas
Concejala Metropolitana-Presidenta de la Comisión de Eje Territorial
Presente.

De mi consideración:

En atención al oficio No. SG-2518, enviado por usted, ingresado con hoja de ruta No. TE-MAT-17852, en el que solicita elaborar las modificaciones correspondientes al anexo técnico del proyecto de Ordenanza Metropolitana Reformatoria de la Ordenanza Metropolitana No. 330, aprobada en primera instancia, me permito, comunicarle que luego de revisado el proyecto de modificación, se ha determinado que está acorde a los conceptos y parámetros técnicos previamente establecidos por nuestra Empresa, por lo tanto no existen observaciones al respecto, adicionalmente adjunto el Informe Técnico No. 2012-EMMOP-GOM-UTP-056, que contiene el análisis realizado por la Gerencia de Operaciones de la Movilidad en su momento, razones suficientes para recomendar se proceda con el tratamiento de la referida Ordenanza, en segundo debate.

Atentamente,

Ing. Germánico Pinto Troya
Gerente General

Adj: Informe Técnico 2012-EMMOP-GOM-UTP-056



SECRETARÍA METROPOLITANA
SECRETARÍA GENERAL
RECEPCION DE DOCUMENTOS

FECHA: 16 AGO 2012

HORA: 13:25

FIRMA RECEPCION: [Handwritten signature]

NUMERO HOJA: 15

ELIZABETH CABEZAS G.
CONCEJALA QUITO D.M.

TIPO DOCUMENTO:
FECHA: 14/8/2012
HORA: 10:25
FIRMA DE RECEPCION: [Handwritten signature]

15 AGO 2012

RECIBIDO 17 AGO 2012

INFORME TÉCNICO DEL PROCESO DE DEFINICION DE LA UBICACIÓN Y DIMENSIONAMIENTO DEL MÓDULO PUBLICITARIO PARA UTILIZARSE EN LA MODALIDAD DE TAXIS, QUE ESTA INCLUIDO EN LA PROPUESTA DE LAS REGLAS TÉCNICAS PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR MOVIL, EN EL PROCESO DE REFORMAS EN LA ORDENANZA No.- 330 QUE ESTABLECE EL REGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANISTICA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR LMU-(41).

2012 – EMMOP- GOM-UTP-056

23-05-2012

ANTECEDENTES.-

Con fecha 23 de noviembre de 2010 entra en vigencia la Ordenanza Metropolitana No. 330, que Establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior.

El artículo No.- 7 Publicidad Exterior, Numeral 7.1 dice textualmente, "La Publicidad Exterior Móvil es la que tiene como finalidad la trasmisión de mensajes publicitarios, a través de la utilización de medios de transportes como soportes publicitarios de carácter móvil, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único de la Presente Ordenanza."

La propuesta de Reglas Técnicas pretende satisfacer el requerimiento constante en el Anexo Único de la citada Ordenanza, que especifica textualmente en el numeral 2.2 Publicidad Móvil." LAS REGLAS TÉCNICAS REFERIDAS A LA PUBLICIDAD MOVIL SERÁN DETERMINADAS VÍA RESOLUCION ADMINISTRATIVA". Entre los medios de transporte público considerados está el de la modalidad de taxis, la misma que es el motivo principal del análisis que se desarrolla a continuación.

En el proceso de definición del contenido de la presente propuesta de normativa se ha utilizado como referencia la siguiente norma técnica y legal:

- La Ordenanza No. 186 De la Publicidad Exterior y de la Señalización de Tránsito, del 08 de noviembre de 2006, que fue sustituida por la Ordenanza No. 330 vigente.
- La evaluación del contenido del Manual de Espacio Público elaborado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

(Diciembre de 2008), en el capítulo Publicidad Móvil, - Publicidad en medios de Transporte Público.

- Archivo de la Gerencia de Operaciones de la Movilidad - EPMOP.

Este análisis nos permitió definir, que el parque vehicular de taxis es de 8.306 unidades que serán posibles portadores de la publicidad y de los tipos de elementos publicitarios a normarse.

Se ejecutó un proceso de socialización de lo evaluado, en varios talleres que se realizaron en el mes de febrero de 2011 en la Gerencia de Movilidad de la EPMOP, en los que intervinieron las empresas publicitarias que proveen este tipo de servicios y específicamente con la intervención de interesados especializados en la fabricación de elementos publicitarios para la modalidad de taxis. Se propusieron de manera preliminar dimensiones de los espacios efectivos de publicidad y posibles sistemas de sustentación a incorporar a esta modalidad, motivo de la normalización en proceso, debiéndose aclarar que se trata de una forma nueva de hacer publicidad en nuestro medio.

CONCEPTUALIZACION.-

En los medios tradicionales publicitarios se han detectado algunas inconsistencias que no permiten llegar a los consumidores con la efectividad acostumbrada, luego de un análisis ejecutado por firmas especializadas se determinó que, la publicidad externa móvil, tiene más efectividad en los consumidores que la publicidad fija, esto se debe la exposición que tiene el mercado al mostrarse en los medios móviles por la infraestructura de la movilidad (vías), con las que cuentan las ciudades, al ganarse la atención de los clientes mientras están en tránsito.

Esta forma de hacer publicidad es nueva en nuestro medio y es muy practicada en otros países alrededor del mundo, la publicidad es montada sobre el techo del taxi, a nivel de los ojos de los consumidores, el elemento publicitario está compuesto de dos elementos:

- 1) La estructura de sostén del elemento publicitario, que puede constituirse de varios sistemas que deben soportar las exigencias de las calles de la ciudad al igual que la velocidad y las condiciones en carreteras.

- 2) El elemento publicitario propiamente dicho, el mismo que estará constituido de un vinyl adherible, usado por la industria publicitaria para exteriores y varios sistemas gráficos que garanticen su durabilidad, esto genera dos tipos de áreas a normarse, el área de ocupación de la estructura y la de la publicidad efectiva.

VENTAJAS DE LA PUBLICIDAD EN TAXIS

- Atractiva.- La publicidad resalta por su nivel de movilidad.
- Alta resolución.- mediante sistemas de imagen y texto (digitales u otros) al nivel del ojo del consumidor
- Longevidad del mensaje.- De 18 a 24 horas de exposición en sitios múltiples.
- Presencia y propagación.- Los taxis con publicidad recorren los principales centros de consumo, aeropuertos, centros comerciales, terminales, etc.
- Alcance.- Los mensajes diseminados en los taxis llegan a miles de espectadores diariamente.

DESVENTAJAS.-

- El tamaño de la imagen limita la visibilidad a un máximo de 20 - 40 metros.
- Sistema nuevo en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito, desconociéndose el nivel de aceptación.

EJEMPLOS DE UTILIZACION DEL MODULO PUBLICITARIO EN TAXIS.



NORMATIVAS VIGENTES EN OTROS PAISES PARA LA RACIONALIZACIÓN DEL USO DE LA PUBLICIDAD EN TAXIS.

1. REGLAMENTO EN EL ESTADO DE JALISCO MEXICO

II. Autos de alquiler con sitio y radio taxis:

- a) Nivel único: **Los taxis o radiotaxis podrán utilizar únicamente un espacio de cien por cien centímetros como máximo** para colocar una estructura, ubicada en el techo de la unidad en la parte delantera, para que en el frente se indique la modalidad del servicio y en las partes laterales y posterior la publicidad que se contrate.

La altura de la estructura, en donde irá colocado el anuncio publicitario, no podrá ser mayor de veinticinco centímetros.

2. REGLAMENTO DEL ESTADO DE MEXICO. Artículo 40

- En publicidad de tránsito la publicidad **no deberá sobrepasar las dimensiones de largo y ancho del toldo. Su altura máxima deberá ser de 40 cm a partir de la superficie del toldo.**

“... ”

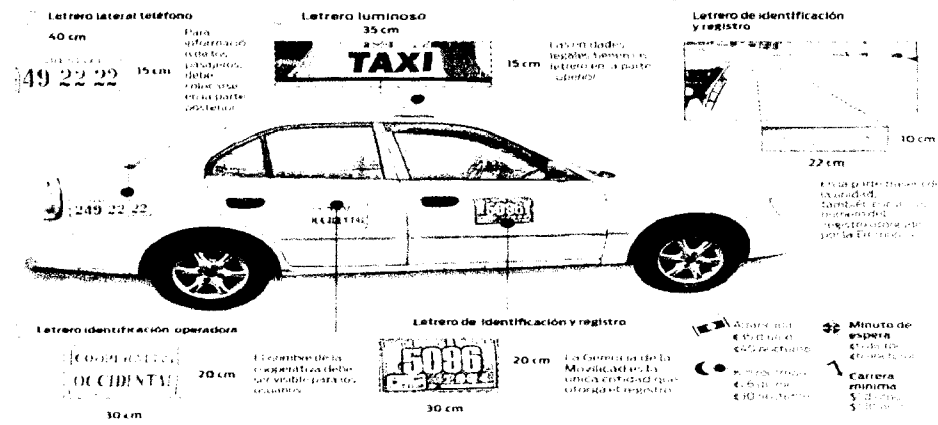
3. ORDENANZA 186 DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

D. La publicidad en taxis. Se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo, de acuerdo a lo especificado en el Manual de Publicidad. **La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción, será de treinta centímetros (0,30 m.)** medidos desde la cubierta del vehículo.

DETALLE DE LA INFORMACIÓN OBLIGATORIA QUE DEBEN PORTAR LOS TAXIS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Características de las unidades autorizadas a transitar en el Distrito

En la capital existen 8770 unidades legales, más 2000 taxis ejecutivos y 5000 ilegales.



Esta

normativa sobre el uso de los elementos que identifican a la unidad, nos define que, **no es posible ubicar publicidad en ninguna de las partes del vehículo con excepción de la cubierta, norma que se transforma en una condición, por lo que se propone utilizar esta única alternativa en el montaje de la publicidad móvil.**

4. NORMATIVA EN MEDELLIN.-

ARTÍCULO 46. AVISOS EN VEHÍCULOS TIPO AUTOMÓVIL.

Se podrá colocar avisos en las capotas de estos vehículos, siempre y cuando: Se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre al elemento portante, en forma paralela y **que su tamaño no supere el cincuenta (50%) por ciento del área de la capota, ni tenga un área superior a cincuenta (50) centímetros cuadrados.**

5. MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI.

TAXIS.- En los vehículos taxi y en los automóviles destinados al servicio público de transporte, no podrán instalarse o adherirse vallas, avisos o letreros en los costados laterales, ni en el trasero, excepto los que identifiquen la empresa y el tipo de servicio, de conformidad con lo estipulado en la Resolución No. 002444 de 2003, emanada por el Ministerio de Transporte. **Se autoriza la colocación de avisos o letreros de hasta un (1) metro de largo por cincuenta (50) centímetros de alto en las capotas de éstos vehículos, en forma paralela, siempre y cuando no contraríen normas del orden nacional, ni impidan la apreciación desde el aire del número de la placa que debe ir sobre las cubiertas de esta clase de vehículos.**

6. MUNICIPALIDAD DE BUCARAMANGA

e) En vehículos automotores. En las capotas de los vehículos autorizase la colocación de publicidad exterior visual, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela y que su **tamaño no supere el 50% del área de la capota ni tenga una altura superior a sesenta centímetros.**

7. ALCALDIA DE BOGOTA

2. VEHICULOS DE SERVICIO PÚBLICO. Solo se permiten vallas en vehículos de transporte público que utilice combustibles que no requieran del control de emisiones contaminantes o de una edad inferior a 5 años con referencia al año modelo.

Para el caso de los taxis, se autoriza la colocación de publicidad exterior visual en las capotas de los vehículos, siempre y cuando se instale en un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente al elemento portante, en

forma paralela y que su tamaño no supere el 50% del área de la capota ni tenga una altura superior a setenta centímetros (70 cm.).

8. MUNICIPIO DE MANAGUA

B. Los rótulos o anuncios en microbuses y taxis que se colocan sobre el techo deben fijarse con aditamentos inmóviles, estar elaborados con materiales duraderos, resistentes a la intemperie, además se deben integrar visualmente al elemento portante, colocarse en paralelo a lo largo del vehículo, **tener un tamaño máximo que cubra el 50% (cincuenta por ciento) del área del techo y tener una altura inferior a 0,60 m (sesenta centímetros). Los rótulos sobre el techo no deben interferir con el rótulo del taxi.**

9. ESTADO DE YUCATAN

XII.- Se permitirán anuncios adosados en taxis para la identificación del servicio, los cuales deberán sujetarse a que la configuración de la estructura sea aerodinámica, alterando en forma mínima su resistencia en el desplazamiento de la unidad; **no deberá sobrepasar las dimensiones en largo y ancho del techo de la unidad, además deberá considerarse un espacio para las inscripciones oficiales en techo. Su altura total deberá ser de 40 centímetros como máximo, a partir de la superficie del techo.**

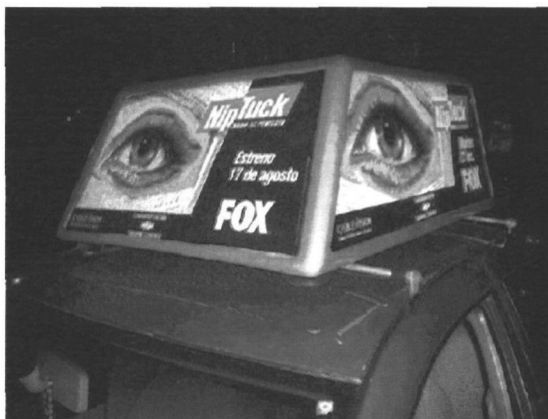
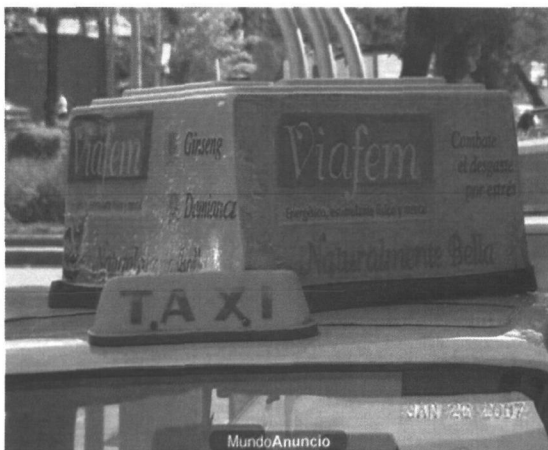
10. GOBIERNOS DE VENEZUELA.-

ARTÍCULO 15. Los avisos publicitarios en los vehículos de alquiler, modalidad taxi, serán colocados únicamente sobre el techo de los mismos, mediante un sistema adecuado y seguro de fijación. La estructura sustentadora de los avisos será en forma tronco piramidal y las dimensiones no podrán ser mayores de:

Largo:	1,20 m a 1,40 m
Ancho Inferior:	0,30 m a 0,35 m
Ancho Superior	0,10 m
Alto:	0,30 m a 0,40 m

Del análisis de la información descrita, se concluye que, no existe una normativa de tipo internacional vigente para el uso de la publicidad móvil en esta modalidad, esta nos sirve como referencia para el desarrollo de la propuesta adjunta.

EJEMPLOS DE LA FORMA DE UTILIZACION DE LA PUBLICIDAD EXTERIO EN TAXIS DE DIFERENTES CIUDADES DE LATINOAMERICA.-





CONCLUSIONES.- En función del análisis de la información anteriormente descrita y tomando en cuenta que los procesos del desarrollo histórico de las sociedades, sus actividades urbanas y su normativa no son iguales, específicamente por las características particulares que definen a una actividad importante en las ciudades, como es el uso de la publicidad, por lo que procederemos, tomando en cuenta los parámetros expuestos y las recomendaciones generadas en los talleres de socialización que se ejecutaron en el mes de febrero de 2011 con las diferentes empresa publicitarias que se dedican a esta actividad en el área del Distrito Metropolitano de Quito, a definir tanto la forma, la localización y dimensiones del elemento publicitario a implementarse en esta modalidad de servicio de transporte público.

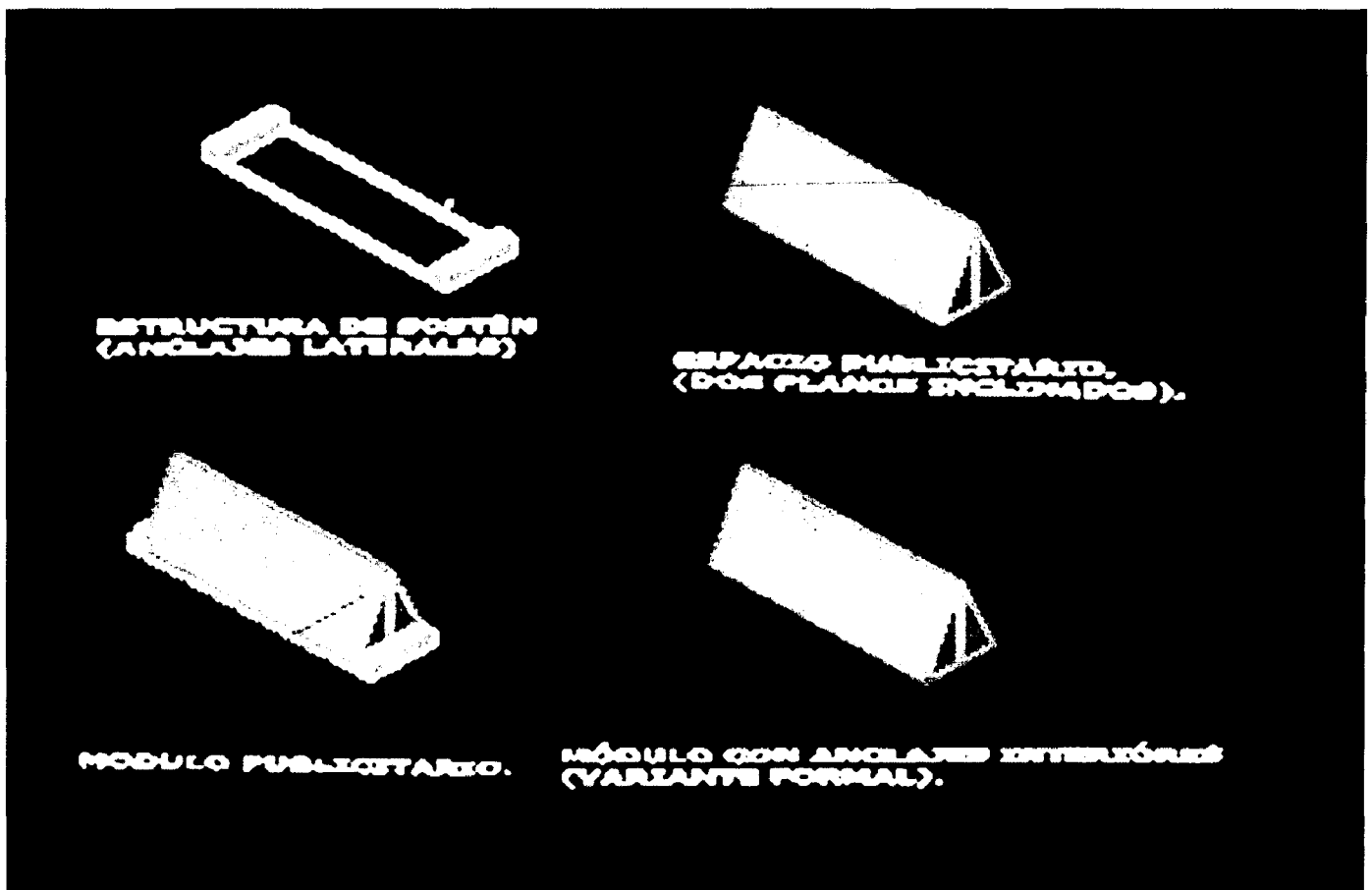
LOCALIZACION DEL ELEMENTO PUBLICITARIO EN EL VEHICULO.-

De acuerdo al detalle de la información de identificación de la unidad que debe portar los taxis en el Distrito Metropolitano de Quito, no se puede utilizar ningún elemento publicitario en ninguna parte del vehículo con excepción de la cubierta del mismo, además se deberá tomar en cuenta que, en parte de esta cubierta se debe incorporar el número de la placa para dar facilidad a la identificación del control aéreo que ejecuta la Unidad aérea de la Policía Nacional, lo que nos condiciona a utilizar una franja longitudinal en el eje central de la cubierta del vehículo.



FORMA DEL ELEMENTO.-

Partiendo de la consideración anteriormente descrita y de las formas expuestas en los ejemplos presentados, consideramos que la forma que se adapta a nuestro requerimiento desde el punto de vista formal, de la proporcionalidad de los volúmenes involucrados, así, como de la respuesta de aceptación de los habitantes del Distrito Metropolitano (idiosincrasia), es el volumen representado por un tronco piramidal alargado, con características aerodinámicas (máxima resistencia al viento), forma que nos genera dos planos laterales inclinados de exposición de la publicidad, la que al ubicarse a partir del 1.50 metros promedio de altura a la se ubica la cubierta de los vehículos, cumple con el objetivo de llegar al receptor del mensaje, el que se ubica a una altura promedio de 1.65 metros de altura sobre la acera.



ANCLAJES.-

Existen varios sistemas de anclajes, pudiendo ser mediante imanes, perforaciones en la estructura de la cubierta y otros que dependen de la tecnología y de los materiales a implementarse; en todo caso se deberá garantizar su estabilidad a la vibración producida por el estado físico de las vías por las que hacen su recorrido diario y los fenómenos naturales (fuerza del viento). Garantizaran la impermeabilización al

interior del mismo, usando un material que en unos casos, sirva de nivelador por la forma redondeada que presentan algunas cubierta de vehículos.

DIMENSIONES PROPUESTAS.

Para la definición de las dimensiones del módulo publicitario a instalarse, se ha procedido en base a la información con que cuenta la Gerencia de Operaciones de Movilidad cuantificar el número de unidades activas que prestan el servicio en el Distrito Metropolitano de Quito, verificándose que son un total de 8.864 unidades.

De este universo se ha desglosado las unidades por marcas de vehículos que predominan y se obtuvo la siguiente información:

NISSAN.-	3.332	37.59%
HYUNDAI.-	2.827	31.89%
CHEVROLET.-	1.516	17.10 %
VARIAS MARCAS.-	1189	13.41%

Se analizó las dimensiones y las características geométricas de cada uno los techos de los vehículos mencionados, ya que estos son los receptores del módulo publicitario en el vehículo y se considera que estos prototipos absorben el universo de dimensiones de los techos del resto de taxis existentes, obteniéndose los siguientes datos:

NISSAN.-	1.35*1.40 metros.	1.93 m2.
HYUNDAI.-	1.40*1.15 metros.	1.61 m2.
CHEVROLET.-	1.50*1.15 metros.	1.72 m2.

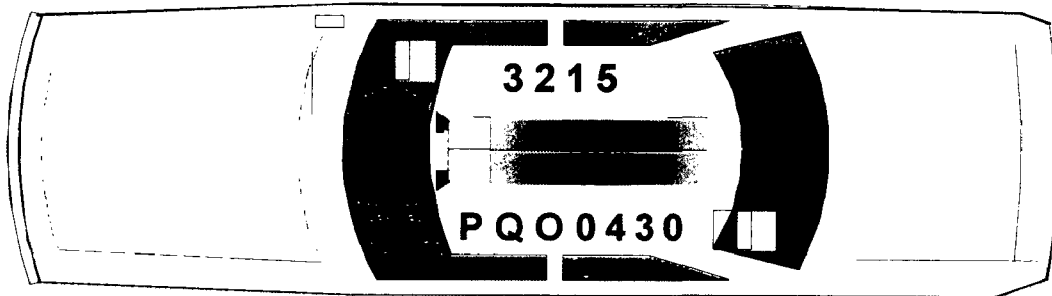
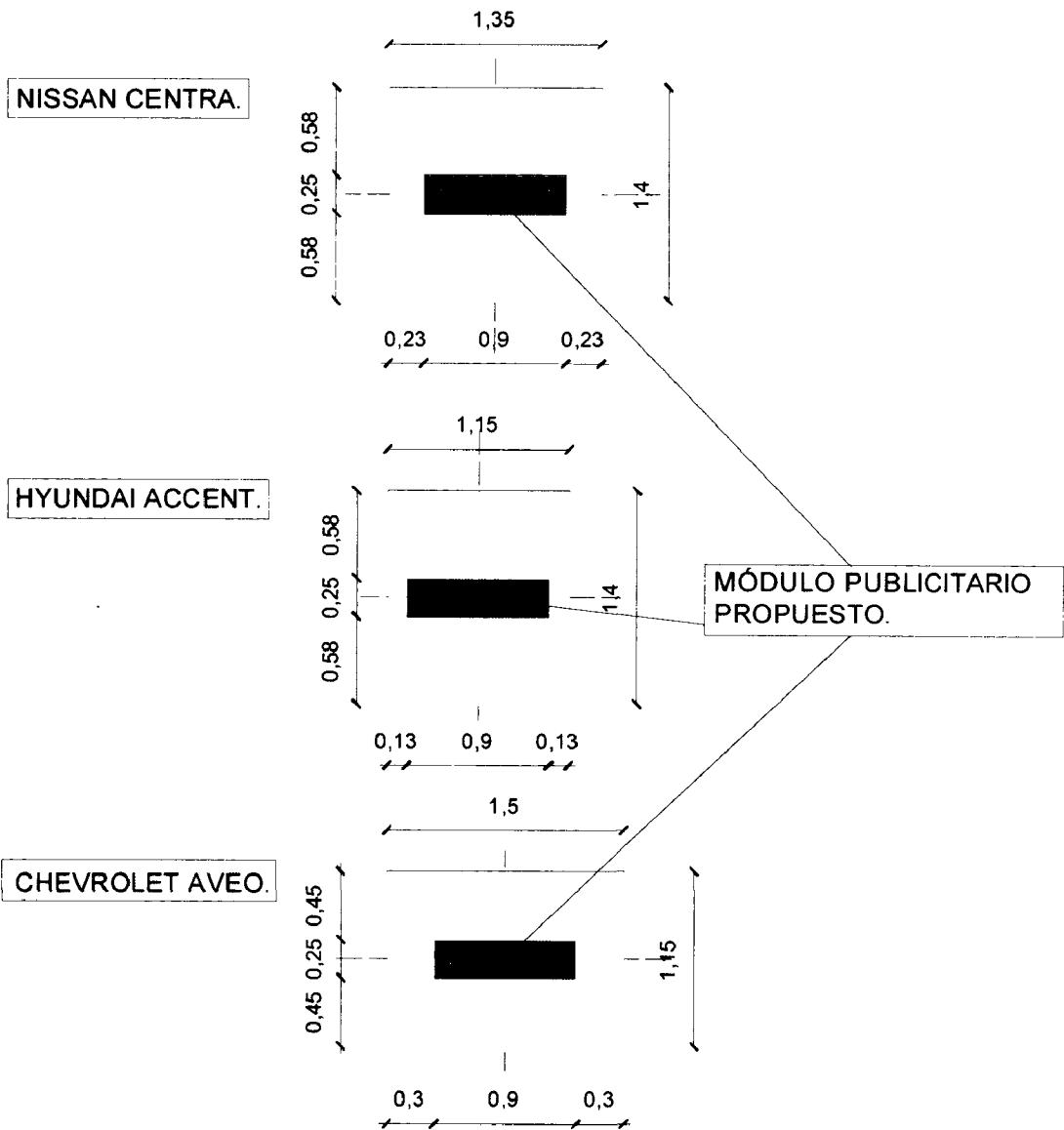
Además se procedió a verificar las dimensiones planteadas, en el espacio físico real con el modulo publicitario propuesto en vehículos de varias marcas y características particulares.

Consideraciones Específicas:

Se debe tomar en cuenta la necesidad de considerar en las laterales una banda de 0.20 m., a cada lado de los techos, en la que constará el número de la placa para efectos de identificación y control aéreo-Policial, además se deberá excluir una banda de 0.15 m., en la cubierta, lado delantero y posterior, a efecto de que esta no incida en la estructura y que esta tenga otras afectaciones dependiendo de la tecnología de anclaje que se use.

Estas dimensiones incluyendo la altura del elemento respecto del techo podrán tener un rango de variación del +- 15%.

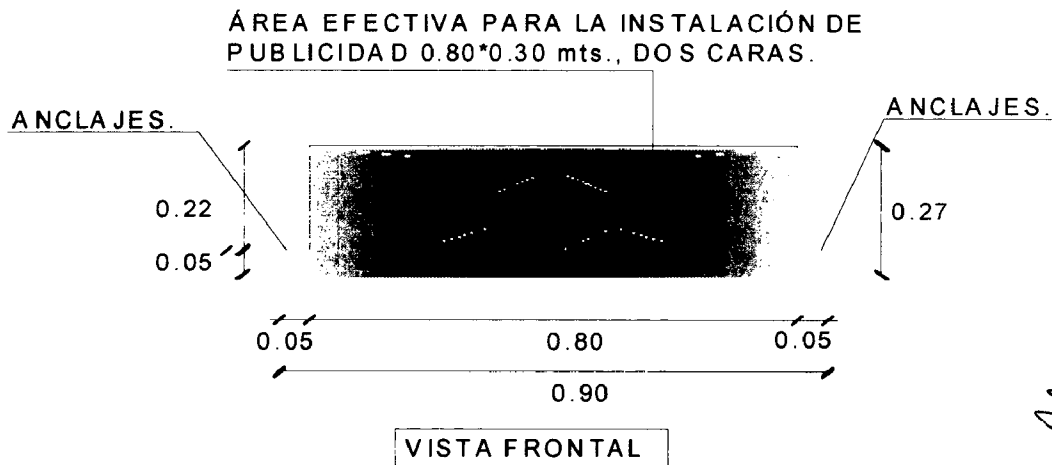
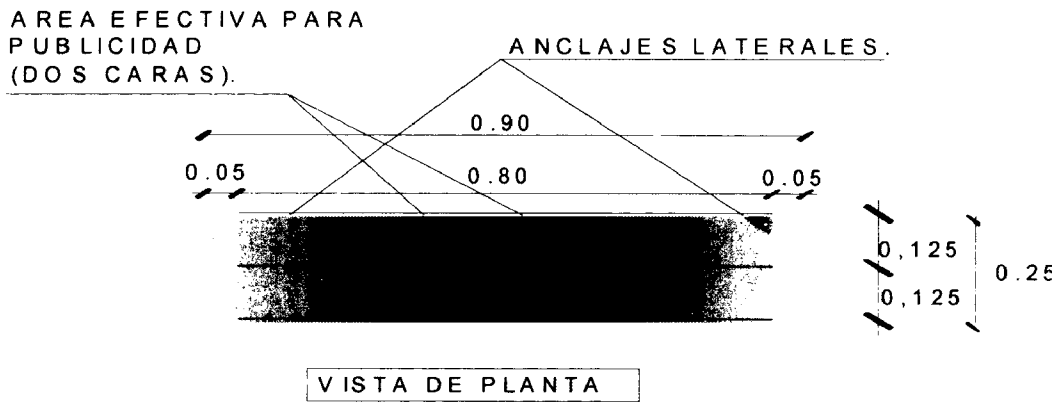
LOCALIZACIÓN DEL MODULO PUBLICITARIO PROPUESTO EN LOS TECHOS DE LOS TAXIS DE MARCA:



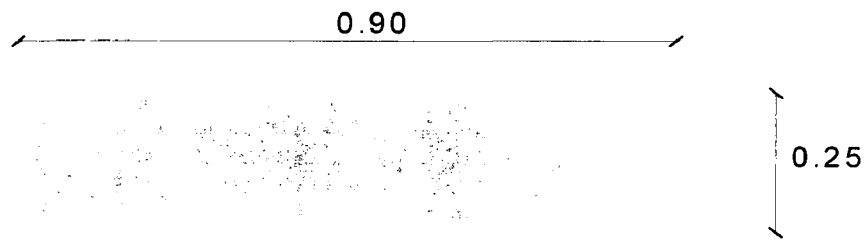
Handwritten signature

Lo que nos define un área útil en sentido longitudinal promedio de 0.90 metros libres para la utilización en el montaje del módulo publicitario, en sentido transversal no existe una condición de dimensionamiento, pero tomando en cuenta las proporciones volumétricas del elemento, se ha definido en 0.25 metros.

PROPUESTA DIMENSIONAL DEL MODULO PUBLICITARIO.-



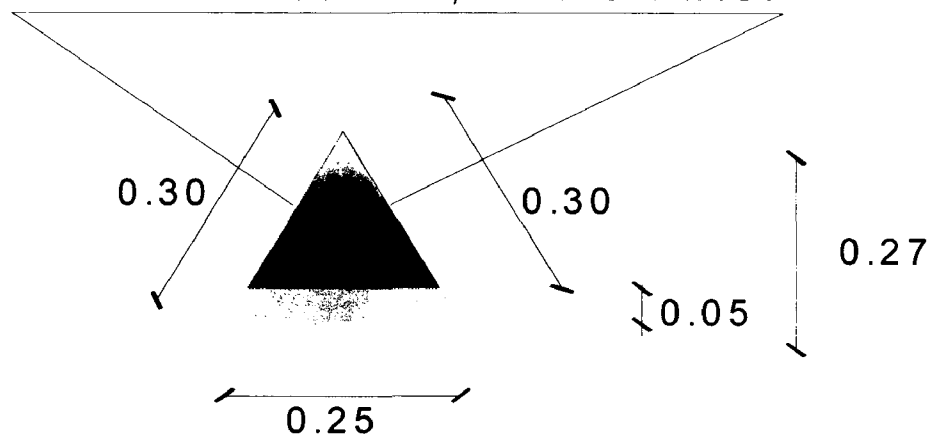
Handwritten signature



VISTA DE PLANTA

ÁREA DE OCUPACION DE LA ESTRUCTURA
 $0.90 \times 0.25 \times 0.05 / 0.27$

ÁREA EFECTIVA PARA LA INSTALACIÓN DE
 PUBLICIDAD 0.80*0.30 mts., DOS CARAS.



VISTA LATERAL IZQUIERDA

Debe aclararse que se plantean dos tipos de áreas a regularse;

- El área definida por la implementación del sistema de anclaje en los extremos del módulo publicitario propiamente dicho y consta de las siguientes dimensiones $0.90 \times 0.25 \times 0.05 \times 0.27$ m.

- El área efectiva para la implementación de rotulo publicitario (plano inclinado) es de 0.80*0.30 m.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PROPUESTAS.

- **Soporte de la publicidad.-** Acrílico de alta resistencia
- **Modulo con sistema de iluminación.-**
- **Estructura de sostén del elemento publicitario.-** diseñada para soportar la vibración del vehículo, resistencia a la incidencia del viento, lo que garantizara su estabilidad y durabilidad.
- **Sistema de anclaje.-** Puede presentarse varias alternativas en sistemas y materiales, estos deberán garantizar el no deterioro de ningún componente de la cubierta del vehículo tanto interior como exterior.
- **Área efectiva de la publicidad.- 0.80*0.30 (Dos caras).**
- **Área de ocupación de la estructura.- 0.90*0.25*0.30/0.05** (dependerá del sistema de anclaje utilizado)
- Cualquier intervención que proponga algún nuevo sistema tecnológico para la instalación de la publicidad móvil, deberá ser evaluado previa su aprobación e instalación.

Responsable.

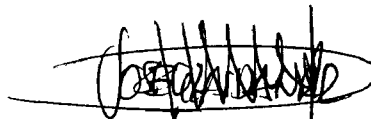
Revisó

Revisó



Arq. Henry Reyes Paz

ESPECIALISTA DE TRANSPORTE



Ing. Roberto Noboa

X

GERENTE DE OPERACIONES DE MOVILIDAD (e)



Secretaría
**General del
Concejo**

Informe N° IC-O-2012-233

COMISIÓN DE EJE TERRITORIAL

ORDENANZA	FECHA	SUMILLA
PRIMER DEBATE:		
SEGUNDO DEBATE:		
OBSERVACIONES:		

Señor Alcalde, para su conocimiento y el del Concejo Metropolitano de Quito, remitimos el siguiente Informe emitido por la Comisión de Eje Territorial, con las siguientes consideraciones:

1.- ANTECEDENTES:

1.1.- El Concejo Metropolitano de Quito en sesión pública ordinaria de 10 de noviembre de 2011, conoció en primer debate el Proyecto de Ordenanza Reformatoria de 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)-

1.2.- En sesión extraordinaria realizada el 16 de julio de 2012, la Comisión de Eje Territorial analizó las observaciones presentadas al proyecto de ordenanza antes indicado, sistematizando aquellas que consideró pertinentes.

2.- DICTAMEN DE LA COMISIÓN:

La Comisión de Eje Territorial, luego de analizar el expediente, en sesión extraordinaria realizada el 16 de julio de 2012, con fundamento en los artículos 57 y 87 literales a) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, emite **DICTAMEN FAVORABLE** para que el Concejo Metropolitano conozca en segundo debate el proyecto de Ordenanza Metropolitana Reformatoria de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que Establece el Régimen Administrativo de la

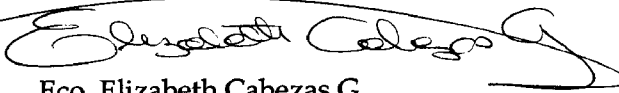



**Secretaría
General del
Concejo**

Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior -LMU (41)-, cuyo texto se adjunta.

Dictamen que la Comisión pone a su consideración y la del Concejo Metropolitano.

Atentamente,


Eco. Elizabeth Cabezas G.
**Presidenta de la Comisión de
Eje Territorial**


Sr. Alonso Moreno
Concejal Metropolitano

Adjunto expediente y el proyecto de ordenanza.
Ab. Diego Cevallos S.

ORDENANZA No.

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

Visto el Informe No. IC-O-2012-233 de 16 de julio de 2012, expedido por la Comisión de Eje Territorial.

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo"*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental"*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.
- En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATORIA DE 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)



ORDENANZA No.

Artículo 1.- Sustituir el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior, puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R1, R2 y Agrícola Residencial (AR).
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industria I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 2.- Sustituir el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

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

Artículo 3.- Sustituir el literal h) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

- h) La publicidad exterior implantada en predios con uso de suelo residencial R1 y Agrícola Residencial (AR), que supere los 3 m²;

Artículo 4.- Sustituir el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

ORDENANZA No.

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

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).

Artículo 5.- Agregar el literal t) al artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

t) La colocación de publicidad exterior en los bulevares y avenidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 6.- Sustituir los literales a), c) y d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

a) La publicidad exterior colocada en medios móviles, que sobresalga lateralmente más de 10 cm, que se ubique en la parte frontal y superior;

c) La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal y ventanas laterales, en las puertas de ingreso y salida, así como en las salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos; y

Artículo 7.- Agregar los literales f) y g) al artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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.

ORDENANZA No.

g) La publicidad exterior que ocupe la totalidad de la carrocería vehicular o similar, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

Artículo 8.- Sustituir el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- 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 propia fija y publicidad exterior propia móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título "*Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*".

Artículo 9.- Sustituir el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo.. (18).- Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones: Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Propia Fija y Publicidad Exterior Propia Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Estado, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana.

Tampoco 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 Exterior de terceros, en el espacio público, que se encuentra sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;

ORDENANZA No.

- d) La Publicidad Exterior Fija, referida exclusivamente a la ubicación de un rótulo, ubicada en el espacio público que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento, que se encuentra regulada específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).
- e) La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m², que identifique el proyecto arquitectónico y que contenga información respecto al número de registro de aprobación de planos y de la licencia metropolitana urbanística, así como el nombre del profesional responsable de la obra.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular y 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 Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya y en 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.

Artículo 10.- Sustituir el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- 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 Distrito Metropolitano de Quito es competente para otorgar la autorización correspondiente a las actuaciones publicitarias experimentales, dentro del procedimiento especial;
- b) La Administración Zonal Municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y
- c) La competencia en Publicidad Exterior Móvil estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.



ORDENANZA No.

Artículo 11.- Sustituir el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (20).- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.-

2. Las tareas de inspección, después del otorgamiento de la autorización de publicidad experimental en el procedimiento especial, es atribución de la Agencia Metropolitana de Control.

Artículo 12.- Sustituir el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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 impliquen 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 sujeción al procedimiento administrativo simplificado.

2. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujeción al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 13.- Sustituir el artículo innumerado 25 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (25).- 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

ORDENANZA No.

constate a través de inspecciones o verificaciones por parte del órgano de Control del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 14.- Sustituir el artículo innumerado 26 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo...(26).- Prohibición general.- El administrado cuya actuación se encuentra sujeto a este procedimiento no podrá iniciarla ni continuarla si es que no cuenta con la autorización correspondiente por parte del órgano competente.

Artículo 15.- Sustituir el numeral 3 del artículo innumerado 28 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo...(28).- De la renovación de la LMU (41).-

3. El trámite de renovación de la autorización obtenida en el procedimiento administrativo especial deberá iniciar, con al menos un mes de anticipación a la fecha de caducidad de la misma.

Artículo 16.- Sustituir el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- Cuantía de la tasa:

1. 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 8 metros cuadrados de superficie en adelante	Quince por ciento (15%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie.
Publicidad móvil	a) El cinco por ciento (5%), del salario básico unificado para el caso de vehículos no motorizados; y para los motorizados de un cilindraje menor a 500 c.c. b) Una Remuneración Básica Unificada para todo vehículo que preste servicio de transporte comercial (taxis). c) Tres Remuneraciones Básicas

ORDENANZA No.

	Unificadas 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, lo cual deberá estar contemplado en el Anexo Único de la presente ordenanza.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento (100%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie.

Artículo 17.- Eliminar el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 18.- Sustituir el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente

Artículo... (14).- Objeto

1. Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetará a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la presente Ordenanza Metropolitana, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito". Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación

ORDENANZA No.

de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 19.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (45).- Empresas Publicitarias.-

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 20.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público" por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 21.- Sustituir el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (47).- Concesión de Espacio Públicos.-

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la concesión de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 22.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (48).- Subasta al Alza.-

ORDENANZA No.

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 23.- Agréguese las siguientes Disposiciones Generales a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010:

Primera.- Los rótulos que se encuentran regulados específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) y las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único se podrán ubicar en los usos de suelos autorizados por dicho licenciamiento.

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

Segunda.- La Secretaría de Ambiente elaborará en el plazo de quince días a partir de la fecha de sanción de la presente ordenanza, el Anexo Técnico que respalde la instalación de pantallas LED y las consideraciones técnicas para dicha instalación.

Artículo 24.- Agregar a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.- En el plazo máximo de dos años contados a partir de la vigencia de la presente ordenanza, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda implementará el proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito", agregado mediante Ordenanza Metropolitana No. 0330, de la Publicidad Exterior Fija de Terceros.

Septima.-

1. Mientras se implemente efectivamente por parte de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda el proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito", agregado mediante Ordenanza Metropolitana No. 0330, de la Publicidad Exterior Fija de Terceros (en adelante PEFT), colocada en el espacio público y que cumpla con las reglas técnicas,

ORDENANZA No.

podrá obtener autorización de la Autoridad Administrativa Otorgante de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior de Régimen Transitorio – LMU (41-T), siempre y cuando cumpla los siguientes requisitos:

- a) Que la PEFT no tenga procedimiento administrativo sancionador en sustanciación por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- b) Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la Autoridad Administrativa Otorgante, ante el funcionario asignado y en el lugar que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito hubiere habilitado para el efecto, conforme el formato constante en el anexo de transición.
- c) Que se cumpla con las reglas técnicas respecto a la publicidad exterior sujeta a este proceso.
- d) Que el peticionario no mantenga obligaciones tributarias y no tributarias pendientes con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- e) Que el peticionario realice la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y reglas técnicas vigentes

2. La Autoridad Administrativa otorgante de la LMU (41 -T) será la Administración Zonal competente a través del procedimiento simplificado determinado en el artículos innumerados (22), (23), y (24) de la Ordenanza Metropolitana No. 590 con la aclaración de que para éste régimen de transición, el peticionario además deberá adjuntar el certificado otorgado por la Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda en el que se determine la condición en la que se encuentra la PEFT que requiere su licenciamiento de conformidad a las categorías detalladas en el numeral 3 de la presente norma transitoria.

Para el caso en que se requiera la renovación de la LMU (41-T) o una vez fenecido el término detallado en el numeral 7 de la presente norma de transición, el certificado requerido será aquel mediante el cual la Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda, determine si la PEFT que requiera su licenciamiento cumple con las reglas de distancia respecto a otras ya licenciadas.

3. Para la obtención de la LMU (41-T) sujeta al presente régimen de transición se consideran los siguientes casos:



ORDENANZA No.

a) La PEFT que cumpla todas las normas técnicas y que haya contado con permiso para su instalación en el año 2008, 2009 o 2011, será considerada para la obtención de la LMU (41) de manera preferente respecto a otras solicitudes.

b) La PEFT que haya obtenido permiso en el año 2008, 2009 o 2011 y que cumpla con las normas técnicas a excepción de la distancia mínima entre medios, podrá obtener la LMU (41), sujetándose a las reglas siguientes:

- (i) Cuando el incumplimiento se deba a elementos no licenciados, estos últimos deberán ser desinstalados; y,
- (ii) Cuando el incumplimiento sea entre elementos licenciados se considerará el derecho de prelación.

c) La PEFT que cumpla con todas las normas técnicas pero no cuente con permisos para su implantación podrá obtener la LMU (41).

d) La PEFT que cumpla con las normas técnicas a excepción de la distancia entre medios deberá ser desinstalada del sitio por parte de los propietarios del medio dentro del plazo máximo de 90 días contados a partir de la vigencia de la presente ordenanza y en el mismo plazo podrá solicitar su "reubicación" en sitios aledaños determinados por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en el caso de existir esta posibilidad, teniendo preferencia respecto a elementos nuevos requeridos en el mismo sitio.

e) La PEFT que no cumpla ninguna de las normas técnicas deberá ser desmantelada por el propietario en un término máximo de 5 días contados a partir de la vigencia de la ordenanza reformativa.

3. Para la reubicación de los medios publicitarios se considerará los sitios que ocuparon las PEFT's que fueron objeto de procedimiento administrativo sancionador siempre y cuando se cumpla las normas técnicas.

4. Se podrá otorgar LMU (41-T) a las PEFT's que hayan sido objeto de resolución sancionatoria ejecutoriada dentro de un procedimiento administrativo sancionador siempre y cuando cumpla con las normas técnicas, se haya pagado la multa y los demás requisitos contemplados en el presente régimen transitorio y demás reglas técnicas de la presente ordenanza.

5. Los administrados que requieran licenciamiento de las PEFT's que se sujetan 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

ORDENANZA No.

tasa de la LMU (41). Se exime de este recargo a las PEFT's que cuenten con LMU (41) vigentes.

6. Los administrados no podrán reclamar derecho adquirido alguno respecto a las PEFT's que obtengan la LMU (41-T) sujeta al período de transición, en conocimiento específico de que este licenciamiento se da por terminado de manera inmediata al momento en que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito implemente el procedimiento de concesión.

7. Una vez fenecido el plazo de 90 días otorgado para la obtención de la LMU (41-T) sujeta al período de transición, la PEFT que no cuente con la LMU (41) o con LMU (41-T) y no haya sido desinstalada será sancionada conforme al ordenamiento municipal y nacional vigente.

8. La autorización metropolitana a la que se refiere el numeral 1 de esta disposición transitoria, tendrá una vigencia máxima de un período fiscal o el restante para que éste culmine, renovable por períodos iguales hasta la efectiva implementación del Régimen de Concesión contemplado en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) del Libro I del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito".

Para la renovación de la LMU (41-T) el administrado deberá requerir a la autoridad administrativa otorgante con por lo menos un mes de anticipación a la fecha de caducidad de la LMU (41-T). En caso de que no se solicite la renovación en el plazo determinado se entenderá el punto de publicidad exterior vacante.

Octava.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

ORDENANZA No.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Novena.-

Mientras se dicte la normativa metropolitana de administración y manejo de los bienes públicos que forman parte del Código Municipal Metropolitano, 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, de conformidad de conformidad a las reglas técnicas contempladas en el Anexo Único.

Décima.-

En 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 Externa fija de terceros.

La LMU (41-C) tendrá la vigencia y características especificadas en el artículo (27) de la presente ordenanza metropolitana 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 debe ser retirado del espacio público.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dada en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, el XX de XXXXXX de 2012.

Sr. Jorge Albán
PRIMER VICEPRESIDENTE DEL
CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

Abg. José Luis Arcos Aldás
SECRETARIO GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO DE
QUITO (E)



ORDENANZA No.

CERTIFICADO DE DISCUSIÓN

El infrascrito Secretario General del Concejo Metropolitano de Quito (E), certifica que la presente Ordenanza fue discutida y aprobada en dos debates, en sesiones de XX y XX de XXXXXX de dos mil doce.- Quito,

Abg. José Luis Arcos Aldás
SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO (E)

ALCALDÍA DEL DISTRITO METROPOLITANO.- Distrito Metropolitano de Quito,

EJECÚTESE:

Dr. Augusto Barrera Guarderas
ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CERTIFICO, que la presente Ordenanza fue sancionada por el Dr. Augusto Barrera Guarderas, Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el
.- Distrito Metropolitano de Quito,

Abg. José Luis Arcos Aldás
SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO (E)
DSCS



Secretaría
**General del
Concejo**

SG 2518

20 JUL 2012

Ingeniero
Germánico Pinto
Gerente General de la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas
Presente

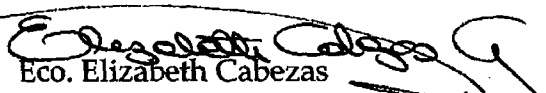
De nuestra consideración:

La Comisión de Eje Territorial, en sesión extraordinaria realizada el miércoles 16 de julio de 2012, luego de conocer y analizar el proyecto de Ordenanza Metropolitana Reformatoria de la Ordenanza Metropolitana No. 330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) **resolvió: aprobar dicho proyecto y solicitar a usted que en un plazo máximo de 8 días, se sirva elaborar las modificaciones correspondientes al anexo técnico de la ordenanza en mención, previo a que sea conocido por el Concejo Metropolitan en segundo debate.**


Adjuntamos la documentación constante en 52 hojas y un CD.

Particular que comunicamos para los fines pertinentes.

Atentamente,


Eco. Elizabeth Cabezas
**PRESIDENTA DE LA COMISIÓN
DE EJE TERRITORIAL**

MVT-18/07/2012


Abg. José Luis Arcos Aldas
**SECRETARIO GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO DE
QUITO (E)**



**Secretaría de
Territorio, Hábitat
y Vivienda**

Eje Territorial
URB

2011-1305
C-4

12 ABR 2012

Quito

Oficio ST-GT-

001388

Economista
Elizabeth Cabezas
PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE SUELO
Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL
Distrito Metropolitano de Quito
Presente

Señora Presidenta:

Para su conocimiento, revisión y aprobación, se remite el oficio No. 00390-EPMMOP-GGM-UTP, ingresado con HC. 2012-032908 del 9 de abril del 2012, el Ingeniero Germánico Pinto, Gerente de la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, remite las Normas Técnicas para el uso de la Publicidad Exterior Móvil, para ser incorporadas como Anexo de la Ordenanza 330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41).

Atentamente,

Arq. Patricio Montalvo T.
DIRECTOR METROPOLITANO DE GESTIÓN
DEL SUELO Y EL ESPACIO PÚBLICO

Anexo: Documentación recibida compuesta por 6 hojas útiles y Anillado con las Normas Técnicas para el uso de la Publicidad Móvil.

	NOMBRES	FECHA	FIRMA/SUMILLA
Elaborado por:	Arq. Elizabeth Ortiz	2012-04-11	
Revisado por:	Arq. Carlos Espinel P.		

Jeaneth A.
2012-04-11

CONSEJO
METROPOLITANO
SECRETARIA GENERAL
RECEPCION DE DOCUMENTOS
FECHA: 6.12.12
HORA: 12 ABR 2012
NOMBRE: J 10:30

Quito. 05 ABR. 2012

Oficio No. 0000390 – EPMMOP-GGM-UTP

Arquitecto
René Vallejo
Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda
Dirección.- García Moreno N2-57 y Sucre
Teléfono: 2957751 - 2954794
Presente.-

De mi consideración:

En atención al requerimiento realizado mediante oficio No. SOT-DGT-1007 del 21 de marzo de 2012, sumillado por el Arq. Patricio Montalvo, por el que se informa que la Secretaría a su cargo es el órgano rector sectorial responsable de revisar el contenido de las Reglas Técnicas en lo concerniente a la Publicidad Móvil, por lo que solicita se le remita lo solicitado.

Adjunto remito el documento que contiene las Normas Técnicas para el uso de la Publicidad Exterior Móvil, el que incorpora en su contenido las recomendaciones de conformidad a lo solicitado por la Procuraduría Metropolitana y la Secretaría de Movilidad, para su revisión, aprobación y se proceda con el trámite respectivo.

Atentamente,



Ing. Germánico Pinto Troya
GERENTE DE LA EMPRESA METROPOLITANA DE
MOVILIDAD Y OBRAS PÚBLICAS.

C.C.- Arq. Patricio Montalvo. DIRECTOR METROPOLITANO DE GESTIÓN DEL SUELO Y EL ESPACIO PÚBLICO ✓

7 39

EPMMOP

SISTEMA OFICIAL CENTRALIZADO DE SECRETARIA GENERAL Y ARCHIVO AUTOMATIZADO

NUMERO DE RUTA EXTERNA

TE-047-07445-12

PROCEDENCIA

NOMBRE

Secretaría Metropolitana de Movilidad

PAREZ CASTRO

TIPO Y No. DE DOCUMENTO

FECHA DEL DOCUMENTO

REFERENCIA

FECHA DE RECEPCION

Información

001/001

26 MAR 12

20 MAR 2012 11:00:21

ASUNTO: OFICIO DOCUMENTO DE PROPOSITA DE NORMAS TECNICAS PARA USO DE PUBLICIDAD Y TERRITORIO EN LAS DESERVAACION REALIZADAS (C)

ANEXO No.

CONTRATO No.

OBRA No.

AREA	RESPONSABLE	ACCION	RECIBIDO POR	FECHA	HORA
	PANCHER CHAVE T GASTON ARMANDO				

UTP.

Atención de solicitud

Secret / 22.03.2012

23 MAR. 2012

HR (UAC!!)

FUERA DE OFICIO

CONFORME

RECOMENDACIONES

SM, y UCCO

ESTADO DEL TRAMITE:

DEFINIDO POR M 66

CONTESTADO CON:

OFICIO No.:

FECHA:

MEMORANDO No.:

FECHA:

ARCHIVADO EN:

FECHA:

CON ANEXOS:

23-03-12

EPMMOP

SISTEMA OFICIAL CENTRALIZADO DE SECRETARIA GENERAL Y ARCHIVO AUTOMATIZADO

NUMERO DE RUTA EXTERNA

TE-047-07445-12

PROCEDENCIA

NOMBRE

Secretaría Metropolitana de Movilidad

PAREZ CASTRO

TIPO Y No. DE DOCUMENTO

FECHA DEL DOCUMENTO

REFERENCIA

FECHA DE RECEPCION

Información

001/001

26 MAR 12

20 MAR 2012 11:00:21

ASUNTO: OFICIO DOCUMENTO DE PROPOSITA DE NORMAS TECNICAS PARA USO DE PUBLICIDAD Y TERRITORIO EN LAS DESERVAACION REALIZADAS (C)

ANEXO No.

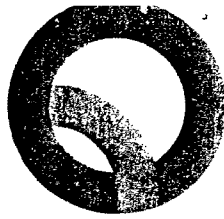
CONTRATO No.

OBRA No.

AREA	RESPONSABLE	ACCION	RECIBIDO POR	FECHA	HORA
	GASTON ARMANDO			20 MAR 2012	

10:00

20 MAR 2012



Secretaría de
Movilidad

2012 MAR 20 A H 02

0007443

I 30 S.

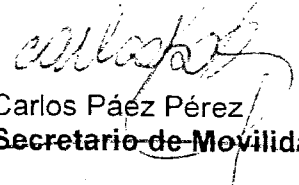
Oficio No. SM-362/12
Quito, 16 de marzo del 2012

Ingeniero
Armando Sánchez Ch.
Gerente de Gestión de la Movilidad (e)
EPMMOP
Presente

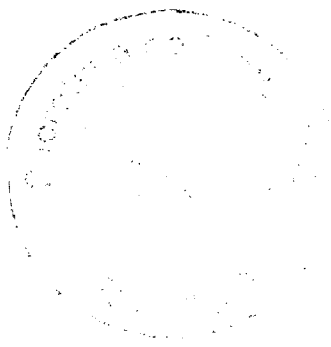
De mi consideración:

En respuesta al Oficio No. 0789-EPMMOPGGM-UTP del 8 de Marzo de 2012 en el cual remite propuesta de las Normas Técnicas para el uso de la Publicidad Exterior Móvil, luego de la revisión conjunta realizada al documento me permito adjuntar el informe con las observaciones realizadas.

Atentamente,


Carlos Páez Pérez
Secretario de Movilidad

HN/RL



“Propuesta de reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior móvil, en el Distrito Metropolitano”

Secretaría de Movilidad.
15.03.2012

1. Antecedentes

Desde el 23 de noviembre de 2010, está vigente la Ordenanza No. 330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior.

En lo que se refiere a Publicidad móvil la citada ordenanza en su Anexo Único señala:

2.2. PUBLICIDAD MÓVIL.-

Las Reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil serán determinadas vía Resolución Administrativa. Sin embargo, se sujetará al menos a las siguientes condiciones técnicas:

2.2.1. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO.-

a) La Publicidad Exterior en los buses de transporte público podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinilo autoadhesivas y que irán ubicadas:

- (i) En los buses tipo I y II, de dos y tres puertas, la Publicidad Exterior se ubicará en el lado izquierdo y derecho.
- (ii) La Publicidad Exterior en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

b) En los buses articulados y trolebuses:

- (i) En las unidades que tengan, en sentido de marcha del bus, las puertas de servicio al lado derecho e izquierdo de la carrocería, la publicidad se ubicará en el lado izquierdo y posterior.

c) En furgonetas/ microbuses y buses escolares, se realizará mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

d) En taxis y vehículos particulares:

- (i) Se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo con o sin iluminación.
- (ii) La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción, será de cuarenta centímetros (0,40 cm.) medidos desde la cubierta del vehículo, no mayor a cincuenta centímetros de largo (0,50 cm).
- (iii) La publicidad en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinilo adhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

e) En vehículos de carga (servicio público y/o privado):

- (i) La colocación y mantenimiento de la publicidad no podrá interferir con los índices operativos del vehículo establecidos por el órgano competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- (ii) En el caso de los vehículos de carga privados, esta publicidad será exclusivamente vinculada a la actividad comercial que desarrolle dicho vehículo.

2.2.2. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREO.- La Publicidad Exterior que se realice en medios aéreos, como globos aerostáticos, cometas, u otros que utilicen el espacio aéreo del Distrito Metropolitano de Quito, serán normados vía Resolución Administrativa, en coordinación con la Aviación Civil, atendiendo a las necesidades de la gestión.

Por solicitud de la Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda la Gerencia de Gestión de la Movilidad de la EPMOP envió una propuesta de las Reglas Técnicas para el uso de la Publicidad Exterior Móvil, el cual fue remitido a la Secretaría de Movilidad para su revisión y aprobación.

2. Revisión del documento

Con el objetivo de realizar una revisión completa del documento elaborado por la Gerencia de Gestión de la Movilidad se realizó una reunión con todos los funcionarios responsables del documento.

Una vez que se realizó la revisión se encontró que existían algunos tipos de vehículos que no constaban en la memoria gráfica: buses tipo con tres puertas derechas, buses tipo con puerta izquierda y buses articulados con puertas izquierdas.

Además se realizó una comparación de la propuesta de reglas técnicas con las condiciones técnicas mínimas citadas en el Anexo Único de la Ordenanza No. 330 luego de lo cual se verificó que existe concordancia entre los dos documentos.

3. Conclusiones

Luego de la revisión del documento "Propuesta de reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior, en el Distrito Metropolitano" se verificó que cumple con las condiciones técnicas detalladas en el Anexo Único de la Ordenanza No. 330, sin embargo para mayor claridad de la memoria gráfica deben incorporarse lo siguiente:

- Memoria gráfica al bus tipo puerta izquierda
- Memoria gráfica para el bus tipo de tres puertas

- Memoria gráfica para bus articulado con puertas izquierdas.

4. Recomendaciones

Proceder con el trámite respectivo para que estas reglas técnicas sean incluidas en la Resolución Administrativa que servirá de base para la aplicación de la Ordenanza No.330 en su Artículo (7): Publicidad Exterior Móvil.

Incorporar en la memoria gráfica del documento la ubicación de los elementos publicitarios para los siguientes tipos de buses: Tipo con tres puertas derechas, tipo con puerta izquierda, articulado con puertas izquierdas.

Elaborado por:  Rubén Lozano R.
Para: Carlos Páez Pérez

ÉPMIMOP

SISTEMA OFICIAL CENTRALIZADO DE SECRETARIA GENERAL Y ARCHIVO AUTOMATIZADO

**NUMERO DE RUTA EXTERNA
TE-MAT-07821-12**

PROCEDENCIA		NOMBRE	
Secretaria Metropolitana de Ordenamiento Territorial,		MONTALVO PATRICIO	
TIPO Y No. DE DOCUMENTO	FECHA DEL DOCUMENTO	REFERENCIA	FECHA DE RECEPCION
Información 1067	23-MAR-12	AT 1623	23/04/12 23-MAR-12 10:24:33

ASUNTO: REGLAS TECNICAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR MOVIL (CC)

ANEXO No.
CONTRATO No.

OBRA No.

AREA	RESPONSABLE	ACCION	RECIBIDO POR	FECHA	HORA
GE	PINTO (ROYA GERMANICO ALFREDO)				
	UTP.				
	Atencion de solicitudes				
	Recibido / 26.03.2012				
	Urgente!				
CONTESTADO CON:					
OFICIO No.:		FECHA:		ESTADO DEL TRAMITE:	
MEMORANDO No.:		FECHA:			
ARCHIVADO EN:		FECHA:		CON ANEXOS:	

Handwritten notes and signatures:

6014

Alfredo

UTP.

Atencion de solicitudes

Recibido / 26.03.2012

Urgente!

HRC

26 MAR 2012

RECIBIDO

WALDO

RECIBIDO

27-03-12



Secretaría de
Territorio, Hábitat y Vivienda

21 MAR 2012

Quito

001007

Oficio ST-GT-

0007821

Ingeniero
Germánico Pinto
GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA PÚBLICA
METROPOLITANA DE MOVILIDAD Y OBRAS PÚBLICAS
Presente

Señor Gerente:

La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en coordinación con la Economista Lourdes Rodríguez, Secretaria General de Seguridad y Gobernabilidad, Economista Elizabeth Cabezas, Presidenta de la Comisión de Suelo y Ordenamiento Territorial, Dr. Pablo Ponce, Concejal Metropolitano, Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas y Procuraduría Metropolitana está realizando la revisión de la Modificatoria a la Ordenanza Ordenanza No. 0330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), siendo necesario se incluyan las Reglas Técnicas de la Publicidad Exterior Móvil, por lo cual dentro de este proceso se ha solicitado, por varias ocasiones verbalmente y telefónicamente, a los delegados de la Gerencia de Movilidad, que han asistido a los talleres realizados para este efecto.

Por tal motivo se insiste a la Gerencia de Movilidad, que es la instancia competente, nos envíe lo más antes posible las Reglas Técnicas de la Publicidad Exterior Móvil, para poder continuar con la revisión de la mencionada Ordenanza.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,

Arq. Patricio Montalvo T.
DIRECTOR METROPOLITANO DE GESTIÓN
DEL SUELO Y EL ESPACIO PÚBLICO

	NOMBRES	FECHA	FIRMA/SUMILLA
Elaborado por:	Arq. Elizabeth Ortiz	2012-03-20	
Revisado por:	Arq. Carlos Espinel P.		

Jeaneth A.
2012-03-19



0536

Oficio No. 452-2012-AMC-WEU
Quito, 04 de abril de 2012

Economista
Elizabeth Cabezas

2012-1305

Presidenta de la Comisión de Ambiente-Eje Territorial
CONCEJO METROPOLITANO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
En su despacho

Señora Concejala:

En el marco de elaboración del Proyecto de Reforma a la Ordenanza Metropolitana 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41 y su anexo único, la Agencia Metropolitana de Control como la entidad responsable de la ejecución del proceso administrativo sancionador dentro del Distrito Metropolitano de Quito, cuyo marco legal a ser aplicado entre otros son las ordenanzas metropolitanas, solicita se incorpore al debate el texto referente a la publicidad electoral razón por la cual se pone en consideración la siguiente propuesta normativa:

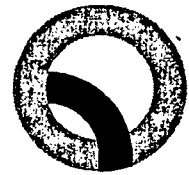
1. ANTECEDENTES

- a) La Constitución de la República del Ecuador estipula garantías establecidas en respecto a los derechos políticos y de participación de la ciudadanía, así como la transparencia y legitimidad de la propaganda electoral.
- b) En el artículo 115, la Constitución establece que los sujetos políticos no podrán contratar publicidad en los medios de comunicación y vallas publicitarias.
- c) La Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador (Código de la Democracia) en su artículo 202 determina que el Consejo Nacional Electoral en la convocatoria para elecciones directas determinará la fecha de inicio y de culminación de la campaña electoral, la misma que no podrá exceder de cuarenta y cinco días. Durante este período, el Estado, a través del presupuesto del Consejo Nacional Electoral, garantizará de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral que propicie el debate y la difusión de las propuestas programáticas de todas las candidaturas.
- d) El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su artículo 54 determina que los gobiernos autónomos descentralizados tienen entre

CONCEJO METROPOLITANO
SECRETARIA GENERAL
RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS
FECHA: 5 de abril
HORA: 04 ABR 2012
NOMBRE: NR 16.43

RECIBIDO 04 ABR 2012

Quito
DISTRITO METROPOLITANO



sus funciones el ejercicio del control sobre el uso y ocupación del suelo; y, la regulación y control de la colocación de publicidad en el espacio cantonal.

- e) El Código Municipal en el Libro II del Título III de los Rótulos y Carteles en el Capítulo II "De la utilización de espacios para la propaganda electoral" establece un marco regulatorio para la utilización de espacios para la propaganda electoral, cuyas disposiciones son las mismas que se establecieron en la Ordenanza Metropolitana 3067 (12-ene-1994) que se encuentra derogada y que en su momento fue aprobada considerando el marco normativo de la Ley de Régimen Municipal¹ y en el Reglamento de Propaganda Electoral²
- f) La Ordenanza Metropolitana 330 (24-dic-2010) considerando que es indispensable regular la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior en el DMQ, establece el régimen administrativo de Licencia Administrativa Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU-41), sus prohibiciones y sanciones, conceptualizando como 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 es visible desde el espacio público³.
- g) La Ordenanza Metropolitana 332⁴ determina como contravención de segunda clase el atentar contra la mampostería o bienes que constituyeren espacio público o privado y formen parte del mobiliario urbano, perpetrando sobre ellos rayados, pintas, graffitis, ubicación de afiches en zonas no autorizadas realizadas con cualquier tipo de spray, brocha pincel y pinturas o con cualquier elemento de similares características.

2. PROPUESTA NORMATIVA

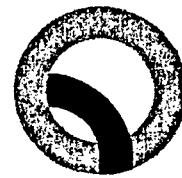
Considerando; que el marco normativo que regula la utilización de espacios para la propaganda electoral, no corresponde a las nuevas disposiciones constitucionales, legales y metropolitanas en relación a las garantías establecidas sobre los derechos políticos y de participación de la ciudadanía, así como la transparencia y legitimidad

¹ Normativa derogada en las disposiciones reformativas y derogatorias primera del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial (ROS 303 de 19/oct/2010)

² Normativa derogada en las disposiciones reformativas y derogatorias segunda de la Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia (ROS 578 de 27/abr/2009).

³ Ordenanza Metropolitana 330, Art. 3.

⁴ Ordenanza Metropolitana 332, Art. 14 numeral (7).



Agencia Metropolitana
de Control

de la propaganda electoral, a las funciones de los gobiernos seccionales en relación a ejercicio del control sobre el uso y ocupación del suelo; y, la regulación y control de la colocación de publicidad en el espacio cantonal; y; al nuevo régimen administrativo de Licencia Administrativa Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU-41) y la gestión integral de residuos sólidos del DMQ, la Agencia Metropolitana de Control propone el siguiente articulado para la regulación de la utilización de espacios públicos para la propaganda electoral en el DMQ:

Art. 1.- El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de sus entidades competentes, determinará los espacios públicos dentro del Distrito que serán destinados para el uso y colocación de propaganda electoral durante el periodo determinado por el Consejo Nacional Electoral de inicio y culminación de la campaña electoral⁵.

Art. 2.- El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de sus entidades competentes garantizando de forma equitativa e igualitaria la promoción electoral, emitirá las respectivas autorizaciones para la colocación de propaganda electoral en un término de 5 días contados desde la presentación de la solicitud, transcurrido dicho plazo sin pronunciamiento expreso de la autoridad municipal se considerará la solicitud como aprobada.

Art. 3.- La propaganda electoral podrá realizarse mediante carteles o avisos en predios privados, siempre que el propietario conceda permisos escritos y se haya obtenido la autorización de la autoridad municipal.

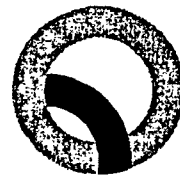
Art. 4. Prohibiciones:-

- a) Colocar cualquier tipo de propaganda electoral en las áreas o bienes patrimoniales del Distrito Metropolitano de Quito⁶.
- b) Colocar propaganda electoral en vallas publicitarias.
- c) Colocar cualquier tipo de propaganda electoral en instalaciones de entidades públicas, instituciones educativas estatales, municipales o privadas y en iglesias y lugares de culto.
- d) Colocar propaganda electoral mediante rayas, pintas, grafitis, murales pintados, o cualquier expresión escrita de cualquier naturaleza en fachadas, muros o cerramientos que constituyeren espacio público o privado sin la autorización correspondiente.
- e) Colocar propaganda electoral de cualquier tipo en la mampostería, mobiliario urbano y postes de servicio público.

⁵ Ley Orgánica Electoral, Código de la Democracia, Art. 202.

⁶ Ordenanza Metropolitana 260, Arts. 1 y 2 Definición de áreas y bienes patrimoniales y clasificación.

Quito
DISTRITO
METROPOLITANO



Agencia Metropolitana
de Control

- repetidos*
- e) Colocar propaganda electoral de cualquier tipo en la mampostería, mobiliario urbano y postes de servicio público.
 - f) Instalar la propaganda electoral en forma y lugar distinto al asignado por la autoridad municipal.
 - g) Realizar propaganda electoral sonora en forma distinta a lo establecido por las ordenanzas metropolitanas.
 - h) Colocar propaganda electoral cuando afecten las condiciones estructurales de las edificaciones o que puedan comprometer la seguridad de los ocupantes y vecinos o de quienes circulen por las vías públicas circundantes.

Art. 5. No requieren de permiso o autorización alguna de parte de la autoridad Municipal para la difusión de propaganda electoral a través de:

- a) Exhibición de letreros, carteles, paneles, anuncios lumínicos y banderas en las fachadas de los inmuebles o locales de propiedad o posesión de los partidos o movimientos políticos registrados en el Consejo Nacional Electoral.
- b) Distribución en la vía pública de boletines, folletos, afiches, pósteres, volantes, camisetas, calendarios, llaveros, tapiceras u otros útiles e instrumentos similares.

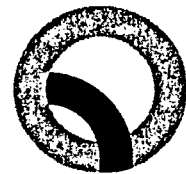
Art. 6. Concluido el período de campaña electoral, los partidos y movimientos políticos en un lapso de treinta (30) días calendarios siguientes, deberán retirar su propaganda electoral. Si transcurrido dicho plazo, no realizan el retiro de su propaganda, la municipalidad procederá a realizar el retiro correspondiente bajo cuenta, costo y riesgo de los partidos y movimientos políticos.

Art. 7. La propaganda electoral instalada o exhibida en lugares y forma prohibidos será retirada de manera inmediata a su detección así como aquella cuya ubicación no haya obtenido autorización de la autoridad municipal. El retiro se hará bajo cuenta, costo y riesgo de los partidos y movimientos políticos infractores, sin perjuicio de las multas y las acciones legales correspondientes.

Art. 8. Las prohibiciones señaladas en el artículo 4 de la presente Ordenanza darán lugar a las siguientes sanciones:

- ~~1. Será sancionado con una multa equivalente a 20 remuneraciones básicas unificadas:~~
- a) El que coloque cualquier tipo de propaganda electoral en las áreas o bienes patrimoniales del Distrito Metropolitano de Quito⁷.

⁷ Ordenanza Metropolitana 260, Arts. 1 y 2 Definición de áreas y bienes patrimoniales y clasificación.



Agencia Metropolitana
de Control

- b) El que coloque propaganda electoral en vallas publicitarias. Colocar cualquier tipo de propaganda electoral en instalaciones de entidades públicas, instituciones educativas estatales, municipales o privadas y en iglesias y lugares de culto.
2. Se será sancionado con una multa equivalente a 10 remuneraciones básicas unificadas
- a) Colocar propaganda electoral de cualquier tipo en la mampostería, mobiliario urbano y postes de servicio público.
 - b) Colocar propaganda electoral cuando afecten las condiciones estructurales de las edificaciones o que puedan comprometer la seguridad de los ocupantes y vecinos o de quienes circulen por las vías públicas circundantes.
3. Se será sancionado con una multa equivalente a una remuneración básica unificada:
- a) Colocar propaganda electoral mediante rayas, pintas, grafitis, murales pintados, o cualquier expresión escrita de cualquier naturaleza en fachadas, muros o cerramientos que constituyeren espacio público o privado sin la autorización correspondiente.
 - b) Realizar propaganda electoral sonora en forma distinta a lo establecido por las ordenanzas metropolitanas.
 - c) El que instale la propaganda electoral en forma y lugar distinto al asignado por la autoridad municipal.

Agradeciendo la atención a la presente

Walter Enríquez Ulloa
SUPERVISOR METROPOLITANO
AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo"*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental"*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.
- En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATORIA DE 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)

Artículo 1.- Sustituir el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior, puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R1, R2 y Agrícola Residencial AR.
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 2.- Sustituir el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

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

Artículo 3.- Sustituir el literal h) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

h) La publicidad exterior implantada en predios con uso de suelo residencial R1 y Agrícola Residencial (AR), que supere los 3 m²;

Artículo 4.- Sustituir el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

- 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).

Artículo 5.- Agregar el literal t) al artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

- t) La colocación de publicidad exterior en los bulevares intervenidos por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 6.- Sustituir el literal c) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 las salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;

Artículo 7.- Sustituir el literal d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

- d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos destinados al transporte comercial de pasajeros y bienes; y

Artículo 8.- Agregar el literal f) al artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

f) **No se autorizará la utilización con fines publicitarios de vehículos o remolques, en circulación o estacionados, cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.**

Artículo 9.- Sustituir el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- **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 Propia Fija y Publicidad Exterior Propia Móvil** dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título "*Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*".

Artículo 10.- Sustituir el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo.. (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:** Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar **Publicidad Exterior Propia Fija y Publicidad Exterior Propia Móvil** dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Estado, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana.

Tampoco 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 Exterior de terceros, en el espacio público, que se encuentra sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;
- d) La Publicidad Exterior Fija, referida exclusivamente a la ubicación de un rótulo, ubicada en el espacio público 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 (LUAÉ).
- e) La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m², que identifique el proyecto arquitectónico y que contenga información respecto al número de registro de aprobación de planos y de la licencia metropolitana urbanística, así como el nombre del profesional responsable de la obra.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya, y que se encuentra regulada específicamente en 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.

Artículo 11.- Sustituir el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- 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 de la Territorio, Hábitat y Vivienda del Distrito Metropolitano de Quito es competente para otorgar la autorización correspondiente a las actuaciones publicitarias experimentales, dentro del procedimiento especial;

- b) La Administración Zonal Municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y
- c) La competencia en Publicidad Exterior Móvil estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 12.- Sustituir el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (20).- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.-

2. Las tareas de inspección, después del otorgamiento de la autorización de publicidad experimental en el procedimiento especial, es atribución de la Agencia Metropolitana de Control.

Artículo 13.- Sustituir el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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, incluyendo la Publicidad Exterior Móvil, corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.

Cualquier otra actuación de Publicidad Exterior no prevista en este Título y que no impliquen 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 en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 14.- Sustituir el artículo innumerado 25 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (25).- Trámite.- El procedimiento administrativo especial estará sujeto a la presentación de un estudio de la propuesta de la actuación publicitaria experimental. La autorización otorgada por el órgano competente, en base a la información proporcionada, se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones por parte del órgano de Control del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 15.- Sustituir el artículo innumerado 26 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo...(26).- Prohibición general.- El administrado cuya actuación se encuentra sujeto a este procedimiento no podrá iniciarla ni continuarla si es que no cuenta con la autorización correspondiente por parte del órgano competente.

Artículo 16.- Añadir en el artículo innumerado 27 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, el siguiente numeral:

Artículo...(27).- Vigencia de la LMU (41).-

4. En predios cuyo uso principal sea Múltiple (M), en los que el retiro frontal aún no haya sido tratado como prolongación de la acera, se podrá otorgar una LMU (41-C) "CONDICIONADA", a la Publicidad Exterior Fija de Terceros que se requiera instalar en los retiros. La LMU (41-C) tendrá la vigencia y características especificadas en los numerales anteriores con la salvedad de que en el caso en que efectivamente se incorpore al espacio público el retiro frontal, ésta caduca de manera inmediata y el elemento publicitario debe ser retirado del espacio público.

Artículo 17.- Sustituir el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- Cuantía de la tasa:

1. 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 mensual por metro cuadrado de superficie.
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento (15%) del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie.
Publicidad móvil	Un salario básico mensual para el caso de vehículos livianos (taxis); y el quince por ciento (15%) del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie, para vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas) y comercial.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento (100%) del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie.

Artículo 16.- ~~Elimínese el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010. CRITERIO DE PROCURADURIA ES QUE NO ELIMINE EL ARTICULO 43 por cuanto se indica que las tasas deben tener un destino para justificar su creación.~~

Artículo 18.- Sustituir el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (44).- Objeto.-

1. Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetará a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la presente Ordenanza Metropolitana, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito". Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 19.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (45).- Empresas Publicitarias.-

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 20.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público" por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 21.- Sustituir el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (47).- Concesión de Espacio Públicos.-

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios, o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 22.- Sustituir el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (48).- Subasta al Alza.-

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 23.- Agréguese la siguiente Disposición General a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010:

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

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

Artículo 24.- Agregar a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.-

En el plazo máximo de un año contado a partir de la vigencia de la presente ordenanza, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda implementará el proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito", agregado mediante Ordenanza Metropolitana No. 0330, de la Publicidad Exterior Fija de Terceros.

Séptima.-

1. Mientras se implemente efectivamente por parte de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda el proceso de subasta al alza previsto en el

Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito", agregado mediante Ordenanza Metropolitana No. 0330, de la Publicidad Exterior Fija de Terceros (en adelante PEFT), colocada en el espacio público y que cumpla con las reglas técnicas, podrá obtener autorización de la Autoridad Administrativa Otorgante de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) siempre y cuando cumpla los siguientes requisitos:

- a. Que la PEFT no tenga procedimiento administrativo sancionador en sustanciación por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
 - b. Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la Autoridad Administrativa Otorgante, ante el funcionario asignado y en el lugar que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito hubiere habilitado para el efecto, conforme el formato constante en el anexo de transición.
 - c. Que se cumpla con las reglas técnicas respecto a la publicidad exterior sujeta a este proceso.
 - d. Que el peticionario no mantenga obligaciones tributarias y no tributarias pendientes con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
2. Para la obtención de la LMU (41) sujeta al presente régimen de transición se consideran los siguientes casos:
- a) La PEFT que cumpla todas las normas técnicas y que haya contado con permiso para su instalación en el año 2008, 2009 o 2011, será considerada para la obtención de la LMU (41) de manera preferente respecto a otras solicitudes.
 - b) La PEFT que haya obtenido permiso en el año 2008, 2009 o 2011 y que cumpla con las normas técnicas a excepción de la distancia mínima entre medios, podrá obtener la LMU (41), sujetándose a las reglas siguientes:

- (i) Cuando el incumplimiento se deba a elementos no licenciados, estos últimos deberán ser desinstalados; y,
 - (ii) Cuando el incumplimiento sea entre elementos licenciados se considerará el derecho de prelación.
- c) La PEFT que cumpla con todas las normas técnicas pero no cuente con permisos para su implantación podrá obtener la LMU (41).
- d) La PEFT que cumpla con las normas técnicas a excepción de la distancia entre medios deberá ser desinstalada del sitio por parte de los propietarios del medio dentro del plazo máximo de 90 días contados a partir de la vigencia de la presente ordenanza y en el mismo plazo podrá solicitar su "reubicación" en sitios aledaños determinados por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda (o la Administración Zonal correspondiente) en el caso de existir esta posibilidad, teniendo preferencia respecto a elementos nuevos requeridos en el mismo sitio.
- e) La PEFT que no cumpla ninguna de las normas técnicas deberá ser desmantelada por el propietario en un término máximo de 5 días contados a partir de la vigencia de la ordenanza reformativa.

3. Para la reubicación de los medios publicitarios se considerará los sitios que ocuparon las PEFT's que fueron objeto de procedimiento administrativo sancionador siempre y cuando se cumpla las normas técnicas.

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

5. Los administrados que requieran licenciamiento de las PEFT's que se sujetan al procedimiento 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). Se exime de este recargo a las PEFT's que cuenten con LMU (41) vigentes.

6. Los administrados no podrán reclamar derecho adquirido alguno respecto a las PEFT's que obtengan la LMU (41) sujeta al período de transición, en conocimiento específico de que este licenciamiento se da por terminado de

manera inmediata al momento en que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito implemente el procedimiento de concesión.

7. Una vez fenecido el plazo de 90 días otorgado para la obtención de la LMU (41) sujeta al período de transición, la PEFT que no cuente con la LMU (41) y no haya sido desinstalada será sancionada conforme al ordenamiento municipal y nacional vigente.

8. La autorización metropolitana a la que se refiere el numeral 1 de esta disposición transitoria, tendrá una vigencia máxima de un período fiscal o el restante para que éste culmine, renovable por períodos iguales hasta la efectiva implementación del Régimen de Concesión contemplado en el Capítulo IX, del título innumerado "De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) del Libro II del Código Municipal del Distrito Metropolitano de Quito".

Octava.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Novena.-

Mientras se dicte la normativa metropolitana de administración y manejo de los bienes públicos que forman parte del Código Municipal Metropolitano, 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.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dado en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, en San Francisco de Quito, a (fecha)

PROPUESTA DE REFORMA AL ANEXO ÚNICO DE LA ORDENANZA No. 0330
(QUE CONTIENE LAS REGLAS TÉCNICAS PARA LA COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA Y MÓVIL)

Art. 1.- Sustitúyase el Anexo Único de la Ordenanza No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), por el siguiente:

I. ASPECTOS GENERALES

I.1. LA LUM (41)

- Mediante Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), se incorpora esta Licencia como herramienta de gestión administrativa, por la que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, regula las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, 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.
- La LMU (41) prevé, dentro del régimen administrativo, que la Publicidad Exterior puede ser instalada en espacios públicos de dominio público o privado, de acuerdo a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la precitada 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.
- El otorgamiento y obtención de la LMU (41) comporta únicamente: (a) que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en este título; (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.

I.1. OBJETIVOS DE ESTE INSTRUMENTO

El presente instrumento tiene el siguiente objetivo:

- Determinar las Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Este Instrumento es aplicable exclusivamente a los órganos y destinatarios involucrados

en estos procesos.

REGLAS TÉCNICAS PARA LA INSTALACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS Y COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR

II.1. DISPOSICIONES GENERALES

- Se entiende por publicidad exterior para efectos del otorgamiento de la LMU (41), 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 el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.
- La publicidad exterior licenciada podrá ser instalada en el espacio público, de dominio público municipal o privado, de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:
 - a) En predios con usos de suelo R1, R2 y agrícola residencial AR.
 - b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
 - c) En predios con uso de equipamientos.
 - d) En espacio público.

En edificios en construcción y mantenimiento, los elementos publicitarios que se instalen son netamente temporales hasta la terminación de la obra o trabajos efectuados por mantenimiento, por lo que su permanencia no deberá estar sujeta a la existencia de otro medio publicitario en la zona.

II.2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- Para efectos de aplicación de la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) y de las Reglas Técnicas constantes en el siguiente acápite, se definen los siguientes términos:
 - **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, que son reguladas por la presente ordenanza.
 - **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 el que la publicidad exterior colocada

sea visible desde el espacio público. Además, espacio público es toda área susceptible de publicidad exterior, ubicada en cada uno de los bienes de uso público establecidos en la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

- **Espacio de servicio general:** Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general.
- **Letrero Electrónico:** Es una superficie de dimensiones variables no mayores a quince metros cuadrados, operado bajo un sistema eléctrico, en el cual aparece en forma visual la información publicitaria o aquella requerida que podrá ser instalada en los espacios privados.
- **Pantallas o Paneles dinámicos Leds.-** Son superficies que sirven para proyectar sobre ellas imágenes de video, generadas por diodos emisores de luz (LED) u otras tecnologías similares.
- **Medio de transporte** Es todo vehículo destinado a la transportación de personas, bienes y/o productos.
- **Menciones Publicitarias de auspicio compartido.-** Son aquellos elementos destinados a dar un reconocimiento a las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que en virtud a un convenio de cooperación suscrito con la autoridad competente del Municipio de Quito, rehabilitan, mantienen y/o mejoran los espacios públicos en el Distrito Metropolitano.
- **Mini Vallas:** Letreros que se podrán colocar solamente en las fachadas de las edificaciones en construcción, deterioradas o alambradas y que mejoren la estética del sector, las mismas que no podrán sobrepasar del 1.5 m. de altura del nivel de la acera y 3.00 m. de largo y podrán estar en un máximo de tres por predio.
- **Mobiliario urbano:** Son los elementos necesarios para el ordenamiento y el confort de la vida de la ciudad tales como: bancas, recolectores de basura, relojes públicos, paradas de buses, kioscos o puestos de venta de comida rápida, periódicos, revistas, paletas puestos de limpieza de calzado, pasos o puentes peatonales, señalización interna de parques, plazas y áreas verdes, paneles de información ciudadana o cualquier elemento que preste un servicio a la colectividad y contribuya al ornato de la ciudad.
- **Mural:** Es un medio instalado en las fachadas o culatas de los edificios, sobre soportes estructurales estáticos que contiene y transmite mensajes.
- **PCC:** Punto de comienzo de la curva es el origen o inicio de una curva en

cualquier vía.

- **Paletas:** Elemento que contiene publicidad y se ubica en las aceras y/o parterres. El poste sobre el que se sostiene el medio publicitario debe tener una altura mínima de dos metros veinte centímetros, medidos desde el piso y la altura máxima no puede sobrepasar los cuatro metros cincuenta centímetros. Su área no será superior a los dos metros cuadrados veinticinco decímetros cuadrados (2,25 m²), su ancho no supera un metro veinticinco centímetros (1,25 m) y su espesor será máximo de treinta centímetros (0,30 m), se prohíbe que estos espacios sean utilizados por dispositivos led's.
- **Pantalla:** Superficie que sirve para proyectar sobre ella imágenes con publicidad u otras actividades, que no podrá tener dimensiones mayores a veinte metros cuadrados incluido el marco estructural.
- **PTC:** Punto de término de la curva.
- **Publicidad exterior fija:** La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas, leds y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios públicos, de dominio público municipal o privado (incluyendo espacio de servicio general).
- **Publicidad exterior móvil:** La que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente.
- **Publicidad Propia.-** Es aquella destinada a transmitir mensajes comerciales de la actividad económica en los bienes en donde y mediante los cuales se la ejerce.
- **Publicidad de Terceros.-** Es aquella mediante la cual se transmiten indistintamente mensajes comerciales ajenas a la actividad económica realizada en los bienes en los cuales es instalada.
- **Publicidad Experimental.-** Es aquella publicidad de arte o cultura que se realiza a través de elementos publicitarios innovadores, no contemplados en esta normativa.
- **Rótulos:** Anuncios fijos de una permanencia mayor a treinta días, que se destinan a publicitar marcas, razones sociales o actividades que se desarrollan en el predio en el cual son instalados.

- **Translúcido:** Cuerpo a través del cual pasa la luz y que permite ver a través de él, la publicidad.

Tótem: Emblema tallado, pintado y/o construido sobre una estructura auto portante, referido a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en dicho predio, de publicidad exterior propia e información general de dicha actividad económica.

- **Valla publicitaria:** Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, auto portante, susceptible de albergar y transmitir mensajes, pudiendo estar compuesta de 1 o 2 caras como máximo. Instalada en retiros frontales y/o laterales de espacio privado y/o público, a excepción de parterres centrales de servicio general con una altura no menor a 14 m.

Las vallas publicitarias podrán ser rotativas entendiéndose como tal el sistema de publicidad con movimiento que permite tener más de una publicidad en la misma estructura, con un máximo de tres anuncios publicitarios por elemento. No se consideran como vallas rotativas a las pantallas led's.

II.3. REGLAS TÉCNICAS

- La publicidad exterior puede ser instalada en el espacio público, de dominio público municipal o privado, de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:
 - a) En predios con usos de suelo R1, R2 y agrícola residencial AR;
 - b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4;
 - c) En predios con uso de equipamientos; y,
 - d) En general, en espacio público.

En edificios en construcción y mantenimiento, los elementos publicitarios que se instalen son netamente temporales hasta la terminación de la obra o trabajos efectuados por mantenimiento, por lo que su permanencia no deberá estar sujeta a la existencia de otro medio publicitario en la zona.

- La publicidad exterior se sujetará a las siguientes Reglas Técnicas:

Condiciones Técnicas de los medios de Publicidad Exterior:

1. DISTANCIA MÍNIMA ENTRE MEDIOS DE PUBLICIDAD FIJA.- Según su tipo, los medios de Publicidad Exterior fija, tendrán las siguientes distancias mínimas:

- a) En espacio público de dominio público municipal o privado (incluyendo servicio general) la instalación de vallas y murales serán ubicados a una distancia no menor entre ellas de un radio de doscientos metros (200 m) en zonas urbanas y 500 m. en zonas rurales, con un porcentaje de hasta el 15% de tolerancia.

Para la colocación de tótems se considerará una distancia entre ellos y otros elementos publicitarios de 50 m. a excepción de aquellos colocados en gasolineras donde no se considerará ninguna distancia con relación a otro elemento publicitario, y viceversa, de conformidad a lo establecido en el ordenamiento jurídico nacional.

Las pantallas led's para su instalación mantendrán una altura no menor a 12 metros a partir del nivel de la acera, para que no se interponga con la semaforización, y se ubicarán a una distancia mínima de mil metros (1.000 m.) de radio entre pantallas, y de 200 metros con respecto a vallas y murales, con una tolerancia del 15%, su intensidad deberá ser graduada automáticamente en función de la luz solar sin resultar un elemento de distracción visual.

La superficie máxima de las pantallas led's podrá ser:

1. De hasta el 30% de la superficie de las fachadas hasta un máximo de 55 m² incluida la estructura, en aquellas instaladas en las fachadas de la edificación.
 2. De hasta 32 m² de superficie aquellas instaladas en estructuras independientes autoportantes.
- b) En espacio público de dominio público municipal, la instalación de medios publicitarios exteriores, se someterá a diseños especiales, integrales o de conjunto, de tal manera que no atenten contra el disfrute ciudadano del espacio público, el libre tránsito peatonal, la imagen urbana de la ciudad y el paisaje natural, teniendo preferencia en relación a las distancias antes mencionadas.

Los paneles, paletas, relojes electrónicos, con iluminación o sin ella, interna o externa, instalados en parterres guardarán una distancia mínima de cincuenta centímetros (50 cm.) desde el bordillo externo, con una distancia mínima entre ellos de 100 metros. En aceras se ubicarán a veinte metros (20 m.) desde el PCC o PTC, guardando una distancia mínima de cien (100 m.) metros entre ellos.

- c) En espacio público de servicio general, la instalación de medios publicitarios exteriores y sus distancias mínimas se someterán a diseños especiales, integrales o de conjunto, de manera que no atenten contra la arquitectura de las edificaciones,

el paisaje urbano, el paisaje natural y la señalización de tránsito, y serán autorizados como lo establece la presente ordenanza.

En espacio público de dominio privado, la instalación de pantallas led's ubicadas en áreas urbanas, deberán ser instaladas en zonas con uso R3, **Múltiple (M)**, predios de equipamiento y la distancia mínima entre pantallas será de mil metros (1.000 m.).

2. DIMENSIONES MÁXIMAS DE LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Las dimensiones de los medios de Publicidad Exterior se someterán a la necesidad de preservar, recuperar y/o rehabilitar la calidad del espacio público, la arquitectura de las edificaciones en las que se proponga su instalación y el paisaje urbano y natural del entorno.

Según el tipo de publicidad exterior, las dimensiones de los medios serán las siguientes:

2.1. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA.- Se establece de manera específica, que las dimensiones máximas permitidas para los medios de Publicidad Exterior fija serán las siguientes:

2.1.1 PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA DE TERCEROS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R1, R2 Y AGRÍCOLA RESIDENCIAL.-

Sobre las fachadas y cerramientos frontales: La publicidad exterior fija de terceros en predios con uso de suelo R1 y AR, tendrán una superficie de hasta tres metros cuadrados. En predios con uso de suelo R2 tendrán una superficie de hasta seis metros cuadrados en ningún caso podrá sobrepasar el 30% de la fachada; En ningún caso podrán sobresalir más de veinte centímetros (20 cm.) de la superficie vertical de la fachada y serán referidos exclusivamente a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en el predio.

2.1.2. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA DE TERCEROS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R3, MÚLTIPLE, EQUIPAMIENTO E INDUSTRIAL I2, I3, I4.-

a) **En las fachadas y cerramientos frontales:** La publicidad exterior fija de terceros tendrá una superficie de hasta el 30% de la fachada frontal, siempre que no supere un máximo de treinta y dos metros cuadrados (32 m²). No podrán sobresalir más de cuarenta centímetros (40 cm.) del plano vertical del cerramiento o la fachada, con excepción de los medios instalados sobre marquesinas y/o cobertizos ligeros, debidamente autorizados en planos, como parte del diseño arquitectónico de una edificación, pero que en ningún caso puede sobresalir más de ochenta centímetros (80 cm.).

b) **En los retiros frontales:** Las vallas tendrán una superficie máxima de treinta y dos metros cuadrados (32 m2.) y podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4., manteniendo tres metros de retiro con respecto a las medianeras, medidos desde el punto más saliente del panel, su altura máxima será de doce metros (12m) y no podrá sobresalir de la línea de fábrica.

En predios con uso de suelo múltiple (M) en los que aún el retiro frontal **no** haya sido tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente. **Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, la valla será desinstalada.**

Los tótems **podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4** y tendrán una base con un radio máximo de dos metros (2 m.) y una altura máxima de seis metros (6 m.). En predios con uso de suelo Múltiple en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente. **Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, los tótems serán desinstalados.**

c) **Fachadas laterales o posteriores de los edificios:** Los murales ocuparán un área máxima de 75% de la superficie, siempre que no supere un máximo de 48 metros cuadrados. No podrá sobresalir más de 40 cm. sobre la rasante.

d) **En predios con uso residencial R3 y Múltiple (M)** se permitirá la instalación de pantallas led's bajo los siguientes parámetros:

Estos elementos deberán tener un regulador de luminosidad a través de un operador, misma que se establecerán parámetros de acuerdo al clima, día y noche disminuyéndose en la noche de acuerdo a los estándares internacionales para el manejo de este tipo de elementos, estos medios podrán estar encendidos de 06h00 hasta las 24h00.

Las pantallas led's **podrán instalarse en predios con uso de suelo Múltiple (M)** en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como prolongación de la acera. **Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, las pantallas led's serán desinstaladas.**

2.1.3. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A CENTROS COMERCIALES

Para el caso de centros comerciales (CZ5 Y CM4), para la ubicación de publicidad exterior deberá cumplir con lo siguiente:

1. Utilizar máximo el 30% de la fachada frontal del edificio del centro comercial, entiéndase como fachada frontal, la que tiene el acceso principal.
2. Utilizar máximo un total del 45% del área total de las fachadas laterales o posteriores del edificio del centro comercial, para distribuir la publicidad en las otras fachadas del centro comercial.
3. Cada medio publicitario debe cumplir los tamaños máximos establecidos en el anexo único de la Ordenanza, que no atente contra la arquitectura de la edificación, ni interfiera con el paisaje urbano o natural y forme parte del diseño de conjunto requerido en el plan masa presentado por el administrador del centro comercial a la autoridad municipal otorgante.
4. Toda clase de inflables con o sin mensajes promocionales, podrán ser colocados de forma temporal, hasta 90 días, y requerirán LMU (41). La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.

2.1.4. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A GASOLINERAS Y ESTACIONES DE SERVICIO

En gasolineras y estaciones de servicio para la instalación de un tótem deberá obtener la LMU (41), no se considerará la distancia con otros elementos publicitarios, pero deberá cumplir con las otras normas técnicas constantes en el Anexo Único.

Todo elemento publicitario al exterior de la gasolinera que sea visible desde el espacio público se considerará publicidad exterior, esto incluye: parte superior de los surtidores y de la marquesina o la cubierta de las islas de los surtidores, vallas publicitarias, carteles, banderas, etc.

2.1.5. MEDIOS EN ÁREAS HISTÓRICAS Y EN EDIFICACIONES PATRIMONIALES.-

La Publicidad Exterior en las áreas históricas se referirá únicamente a la razón social o nombre comercial, y se ubicará en los locales comerciales directamente en la pared (lado izquierdo o derecho) de la puerta de acceso al local comercial y en ningún caso podrán sobrepasar las dimensiones de vanos o aperturas de fachadas; tampoco se instalará directamente sobre puertas, ventanas o balcones. El diseño tipo tendrá las siguientes características:

- a) Un área máxima de un metro cuadrado (1 m².) cuyo lado mayor no superará un metro con ochenta centímetros de ancho (1.80 m².), según el diseño tipo establecido

por los órganos competentes de la Administración Municipal.

b) Los rótulos estarán conformados por letras independientes que formen el nombre del comercio; las letras en tipografía "Swiss 721 Condensed" de 600 puntos (aproximadamente dieciséis centímetros de alto), construidas en tol galvanizado de dos milímetros de espesor y pintadas en color grafito oscuro, que se remachan a dos varillas paralelas de un metro veinte centímetros por dos metros cincuenta centímetros, pintadas del mismo color que la pared de fondo y separadas entre sí por ocho centímetros.

c) Este tipo de Publicidad Exterior no pagará tasa o regalía por su colocación.

d) Sin que constituya ataque o desconocimiento al derecho de propiedad intelectual, con la finalidad de mantener la uniformidad en el Centro Histórico y en las Áreas Históricas, no se permite la colocación de Publicidad Exterior de la razón social, nombre comercial, marca, signo distintivo y/o lema comercial, a colores, o en materiales o medios distintos a los señalados en los literales a) y b) anteriores, aún cuando éstos hayan sido debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

En los edificios de uso múltiple de las áreas históricas, los avisos publicitarios deberán ubicarse en zaguanes de ingreso, bajo la modalidad de Directorio. La colocación de esta Publicidad Exterior no pagará tasa.

2.1.6. MEDIOS EN ESPACIO PÚBLICO DE DOMINIO PÚBLICO MUNICIPAL.-

a) **En las aceras y parterres:** El ancho máximo del medio publicitario deberá ser tal, que el soporte o la estructura de sustentación permita disponer de circulación peatonal de un metro veinte (1,20 m.) de ancho como mínimo a cada lado de la estructura. Ningún medio publicitario puede ubicarse en menos de veinte metros (20,00 m.) de una intersección o abertura de parterre; entre vallas la distancia será de doscientos metros (200 m.) y entre paletas de cien metros (100 m.).

La altura libre del soporte, esto es, la que media entre el piso y la parte inferior del medio donde se anuncia la publicidad, será de un mínimo de dos metros con veinte centímetros (2,20 m) en las aceras, y de un metro con cincuenta centímetros (1,50m) en los parterres. En ningún caso el medio utilizado superará la altura total de cuatro metros con cincuenta centímetros (4,50 m)

b) **En parques y áreas verdes en general:** Con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia

Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), la Publicidad Exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades desarrolladas en estas áreas o en el Distrito Metropolitano de Quito en general. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de sus administraciones zonales y de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano, podrá gestionar mobiliario urbano señalización interna en base de Publicidad Exterior. En estos casos, los anuncios de marcas, productos o servicios utilizarán máximo un tercio de la superficie total del medio y su diseño requiere aprobación previa de la Autoridad Administrativa Otorgante y responderá a criterios ecológicos.

c) **En calles y avenidas en general:** Igualmente, con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), la Publicidad Exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades culturales, deportivas, educativas y de información ciudadana en general en el Distrito. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, y la Secretaría de Comunicación podrá gestionar la instalación de paneles de información ciudadana en base de Publicidad Exterior, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano.

2.1.7. LA INSTALACIÓN DE SÍMBOLOS EN BANDERA.- Se instalarán y autorizarán símbolos en bandera sobre línea de fábrica, únicamente para los servicios de emergencia, unidades de salud pública y privada, farmacias, Policía, Cruz Roja, Bomberos y Defensa Civil con dimensiones máximas de cuarenta centímetros por cuarenta centímetros (40 cm. x 40 cm.), a una altura mínima de tres metros y cincuenta centímetros (3,50 m.) sobre el nivel de la acera.

2.1.8. MEDIOS EN EDIFICACIONES EN CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO.- Se podrá instalar publicidad ocupando hasta el (100%) de la superficie de los cerramientos temporales o edificaciones en proceso de intervención, con excepción de las áreas históricas. En estos casos la publicidad puede ser pintada directamente sobre el cerramiento temporal.

2.1.9. REFERENTE PARA MEDIR LA ALTURA DEL MEDIO PUBLICITARIO.- En terrenos con pendiente positiva, el referente para medir la altura máxima de las vallas será el nivel natural del terreno; y, en terrenos con pendiente negativa y en terrenos planos, el nivel de la acera.

2.2. PUBLICIDAD MÓVIL.-

Las Reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil serán determinadas vía

Resolución del Consejo. Sin embargo, se sujetará al menos a las siguientes condiciones técnicas:

2.2.1. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO.-

a) La Publicidad Exterior en los buses de transporte público podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinilo autoadhesivas y que irán ubicadas:

(i) En los buses tipo I y II, de dos y tres puertas, la Publicidad Exterior se ubicará en el lado izquierdo y derecho.

(ii) La Publicidad Exterior en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

b) En los buses articulados y trolebuses:

(i) En las unidades que tengan, en sentido de marcha del bus, las puertas de servicio al lado derecho e izquierdo de la carrocería, la publicidad se ubicará en el lado izquierdo y posterior.

c) En furgonetas, microbuses y buses escolares, se realizará mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

d) En taxis y vehículos particulares:

(i) Se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo con o sin iluminación.

(ii) La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción, será **veintisiete (27 cm.)** medidos desde la cubierta del vehículo, no mayor **ochenta** centímetros de largo (80 cm).

(iii) La publicidad en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinilo adhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

e) En vehículos de carga (servicio público y/o privado):

(i) La colocación y mantenimiento de la publicidad no podrá interferir con los índices

operativos del vehículo establecidos por el órgano competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

(ii) En el caso de los vehículos de carga privados, esta publicidad será exclusivamente vinculada a la actividad comercial que desarrolle dicho vehículo.

2.2.2. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREO.- La Publicidad Exterior que se realice en medios aéreos, como globos aerostáticos, cometas, u otros que utilicen el espacio aéreo del Distrito Metropolitano de Quito, serán normados vía Resolución Administrativa, en coordinación con la Aviación Civil, atendiendo a las necesidades de la gestión.

2.3. MENCIONES PUBLICITARIAS DE AUSPICIO COMPARTIDO

Para la colocación de las menciones publicitarias de auspicio compartido se respetarán las siguientes condiciones técnicas:

Las menciones publicitarias de auspicio compartido instaladas en parterres guardarán una distancia mínima entre ellos de 100 metros. Pueden ser ubicadas transversal o longitudinalmente y se ubicará una mención publicitaria por cada esquina de giro o uno por cada tramo de manzana en parterres prolongados.

Las menciones publicitarias de auspicio compartido instaladas en parterres deberán tener las siguientes medidas:

a) En parterres de menos de 3.5 metros de ancho, las menciones publicitarias tendrán 60 centímetros de ancho, no podrán sobrepasar los 30 centímetros de altura y no deben estar sobre soportes de dimensiones mayores a 20 centímetros.

b) En parterres de más de 3.5 metros de ancho, las menciones publicitarias tendrán 80 centímetros de ancho, no podrán sobrepasar los 40 centímetros de altura y no deben estar sobre soportes de dimensiones mayores a 20 centímetros.

Las menciones publicitarias de auspicio compartido de 80 centímetros de ancho pueden ser ubicados en parques, plazas o piletas. En parques, la ubicación es variable así como el número de elementos a colocarse; pudiendo colocarse una mención publicitaria por parques con áreas menores a una hectárea, y, en parques de mayor área se colocarán una por cada hectárea. En plazas y piletas se ubicará un solo elemento por sitio.

Eco. Cabezas f.



**Secretaría de
Territorio, Hábitat
y Vivienda**

- 2 ABR 2012

Quito,

Oficio STHV- 001199

Economista
Elizabeth Cabezas
**PRESIDENTA DE LA COMISION DE SUELO
Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL**

Economista
Lourdes Rodríguez
SECRETARIA DE SEGURIDAD Y GOBERNABILIDAD
Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes, adjunto al presente sírvase encontrar un CD que contiene la revisión de la modificatoria de la Ordenanza No. 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) y su anexo único.

Atentamente,

Arq. René Vallejo A.
**SECRETARIO DE TERRITORIO,
HÁBITAT Y VIVIENDA**

Adj.: Lo indicado
RVA/gr

METROPOLITANA
SECRETARIA GENERAL
RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

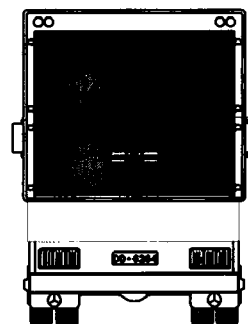
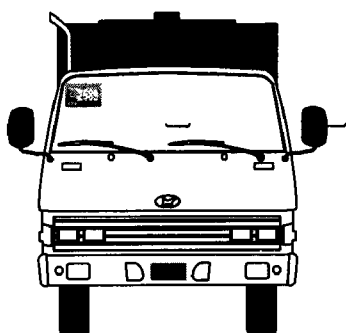
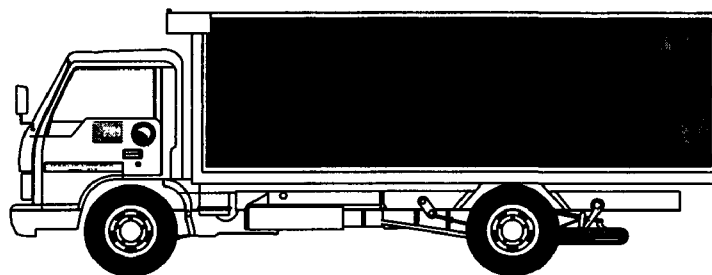
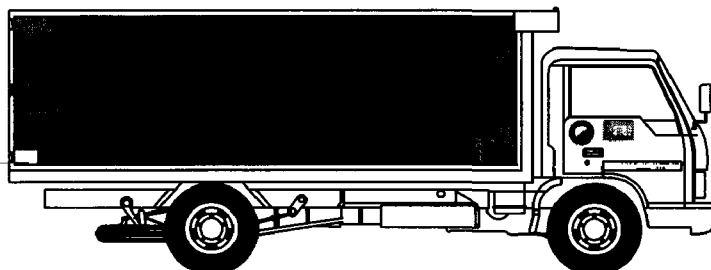
FECHA: 02 ABR 2012
HORA: 12:20
NOMBRE: J. K.

121

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA SERVICIO PÚBLICO. (8.0 T.)

El elemento publicitario deberá utilizar un espacio que corresponde al 50% del área del plano receptor de la publicidad.

Identificación
LMU-PE No.



 Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

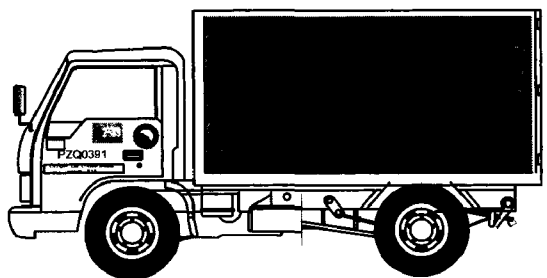
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

219

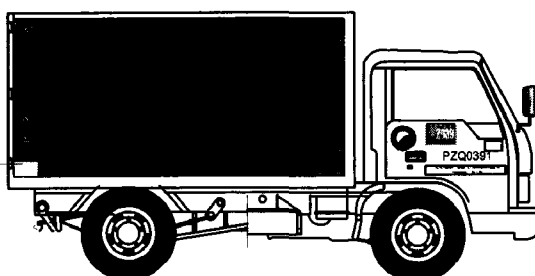
PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA LIVIANA SERVICIO PÚBLICO. (3.5 T.)

El elemento publicitario deberá utilizar un espacio que corresponde al 50% del área del plano receptor de la publicidad.



Fachada lateral izquierda.

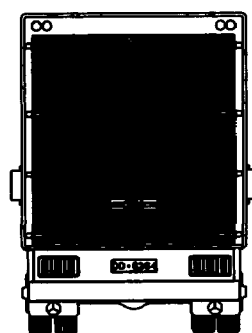
Identificación
LMU-PE No.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.

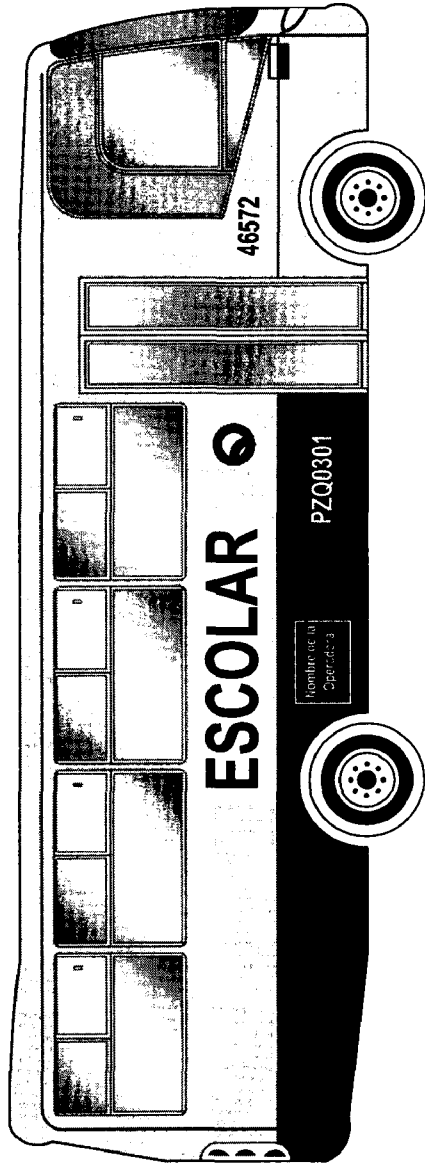


Fachada Posterior.

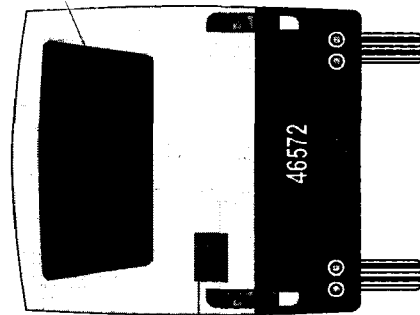
 Ubicación del elemento publicitario.

118

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS ESCOLAR



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisa posterior.

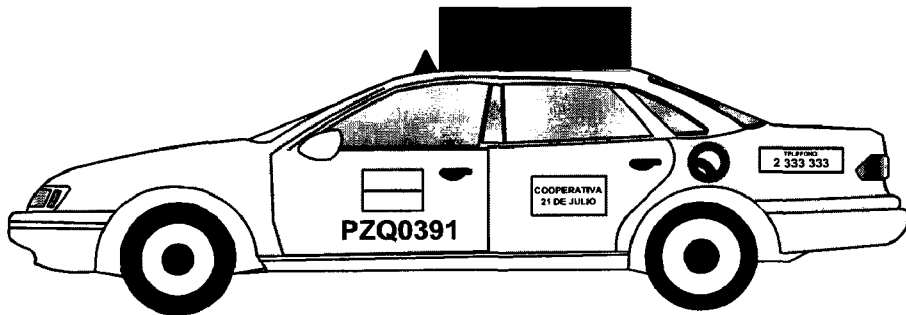
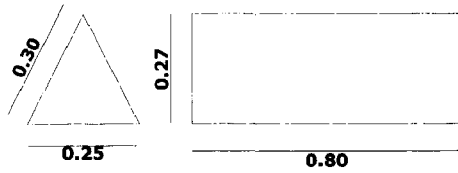
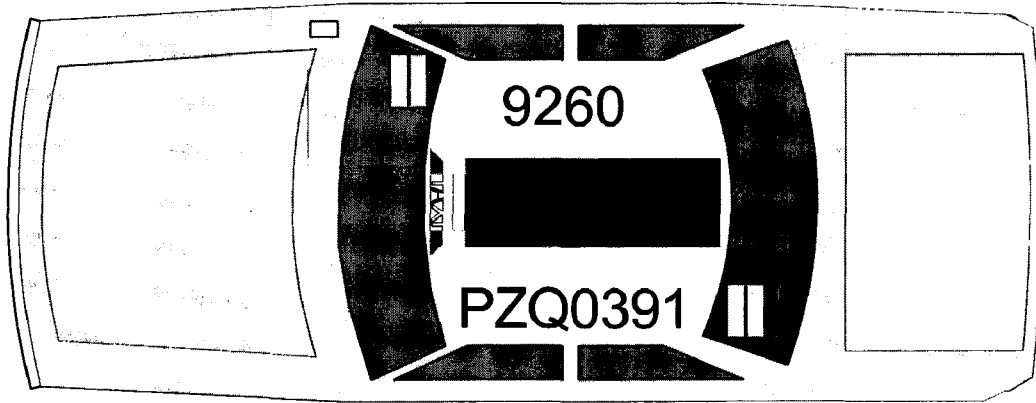


Identificación
LMU-PE No.

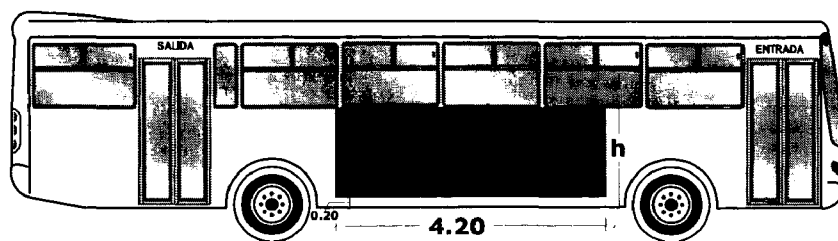
■ Ubicación del elemento publicitario.

117

PUBLICIDAD MOVIL. - TAXI.

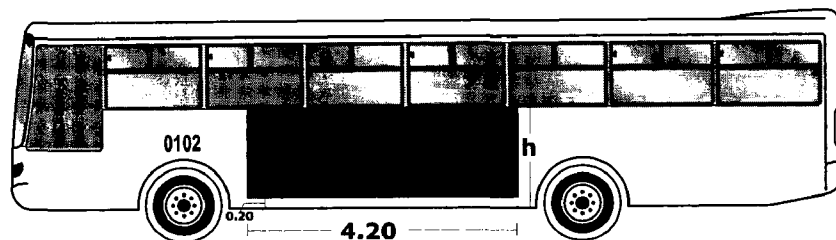


PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.



h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.

Identificación
LMU-PE No.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP

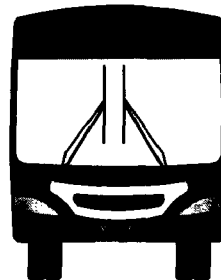
Febrero 2011

115

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS PARTICULAR



**Identificación
LMU-PE No.**



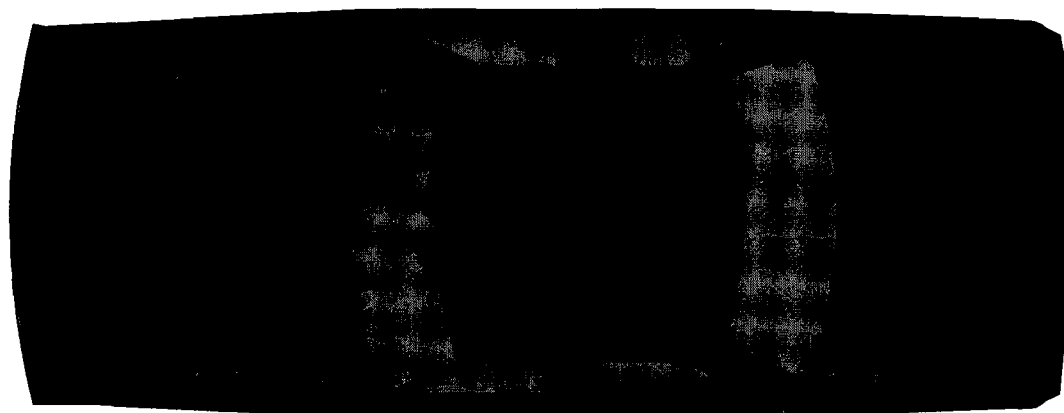
VIGENTE PARA BUS - MINI *BUS - FURGONETAS DE USO PARTICULAR O DE CUENTA PROPIA.

■ **Ubicación del elemento publicitario.**

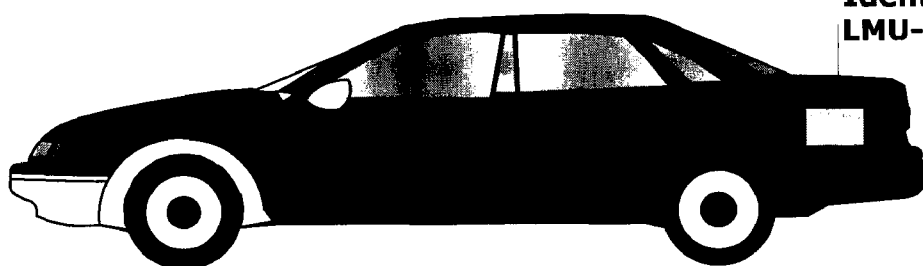
GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EDMOD

119

PUBLICIDAD MÓVIL. - VEHÍCULOS PARTICULARES



vista en planta

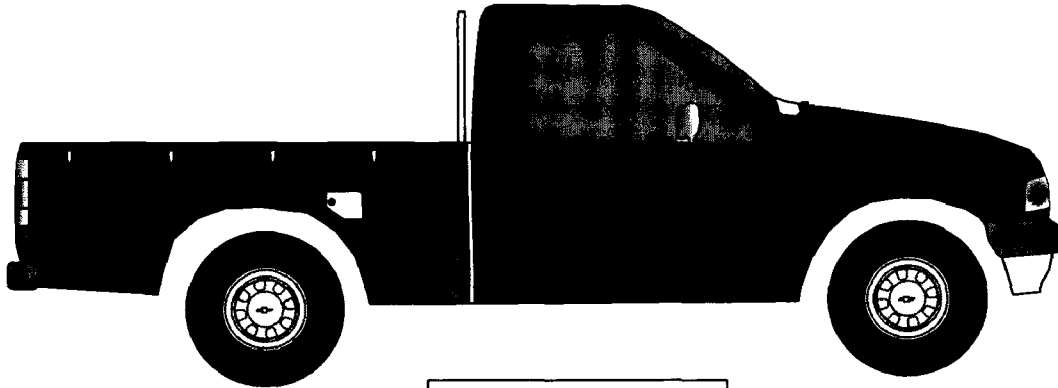


Identificación
LMU-PE No.

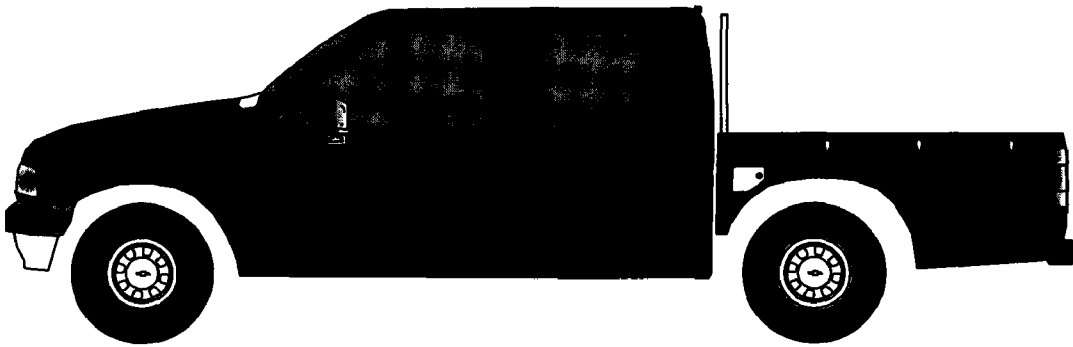
Fachada lateral izquierda

 Ubicación del elemento publicitario.

PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA.
SERVICIO PRIVADO.

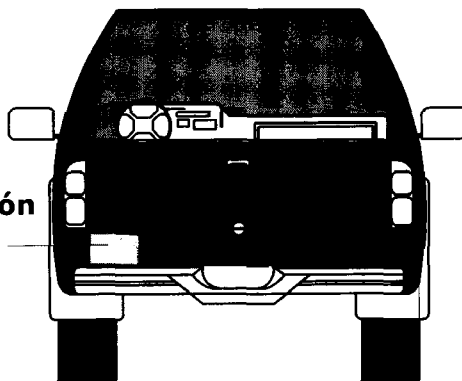


CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.

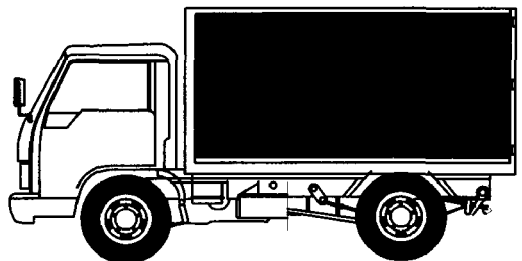
Identificación
LMU-PE No.



■ Ubicación del elemento publicitario.

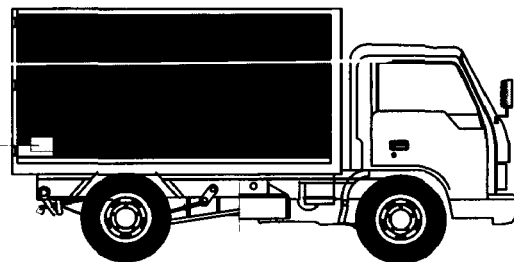
PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA LIVIANA PRIVADO. (3.5 T.)

El elemento publicitario deberá utilizar un espacio que corresponde al 50% del área del plano receptor de la publicidad.



Fachada lateral izquierda.

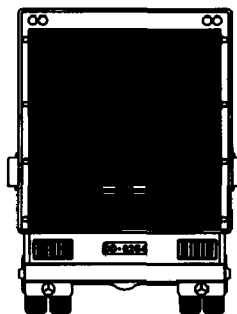
Identificación
LMU-PE No.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

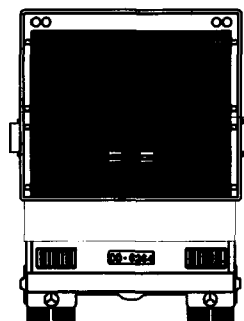
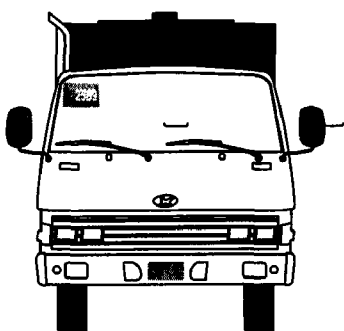
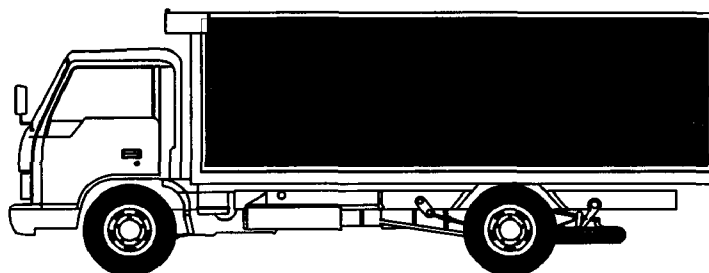
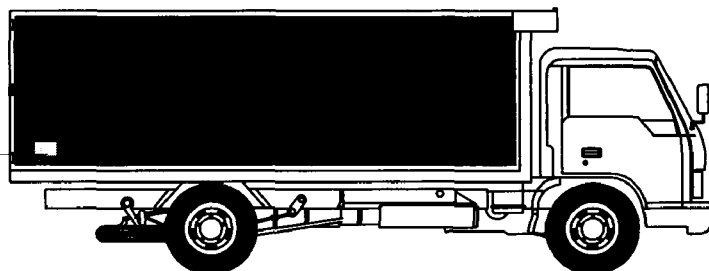
Febrero - 2011

111

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA PRIVADO. (8.0 T.)

El elemento publicitario deberá utilizar un espacio que corresponde al 50% del área del plano receptor de la publicidad.

Identificación
LMU-PE No.



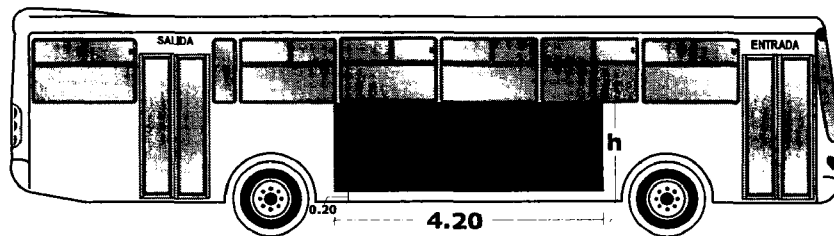
■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

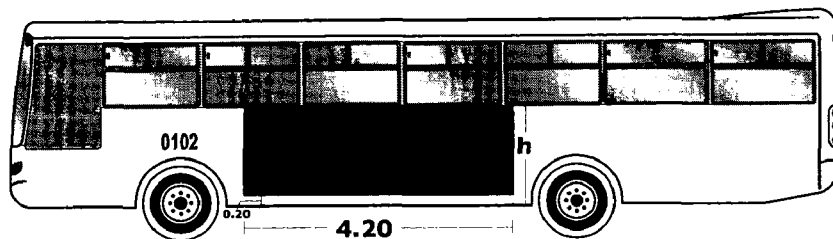
Febrero - 2011

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO I Y II



h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.

**Identificación
LMU-PE No.**

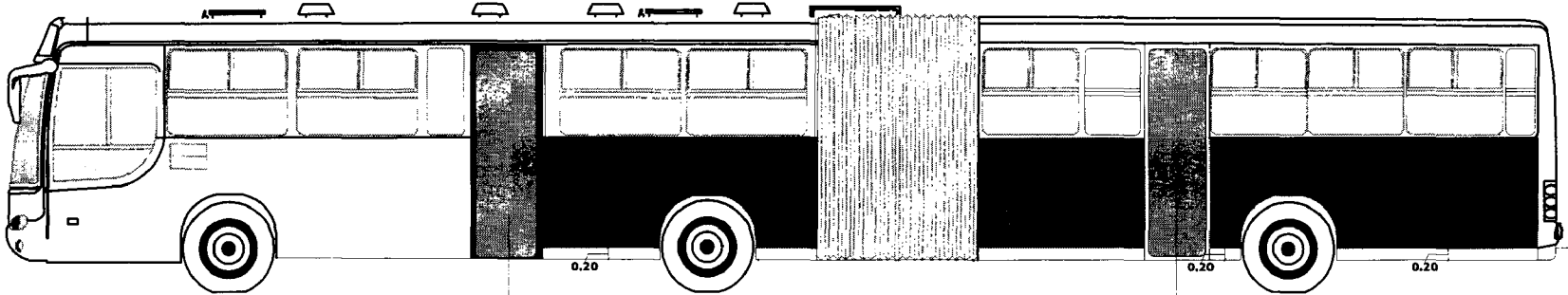


Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

■ Ubicación del elemento publicitario.

Fachada Posterior.

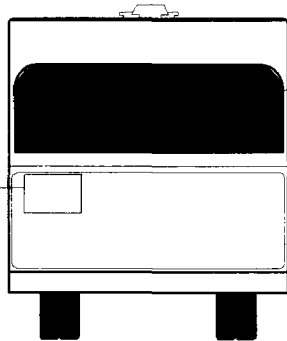
**PUBLICIDAD MÓVIL . - ARTICULADO.
MARCA SCANIA**



Puerta de emergencia.

Fachada lateral izquierda.

Puerta de emergencia.



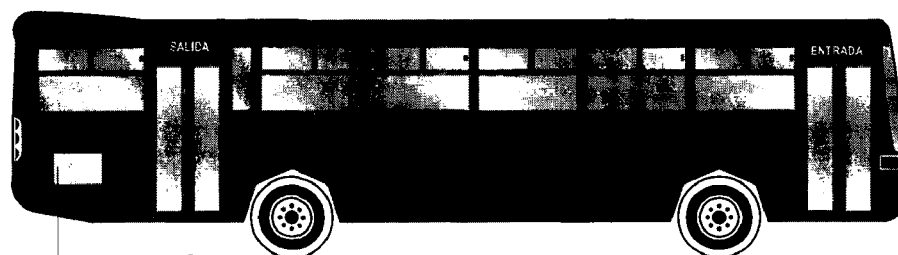
Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior.

**Identificación
LMU-PE No.**

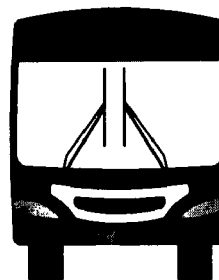
Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS PARTICULAR



**Identificación
LMU-PE No.**

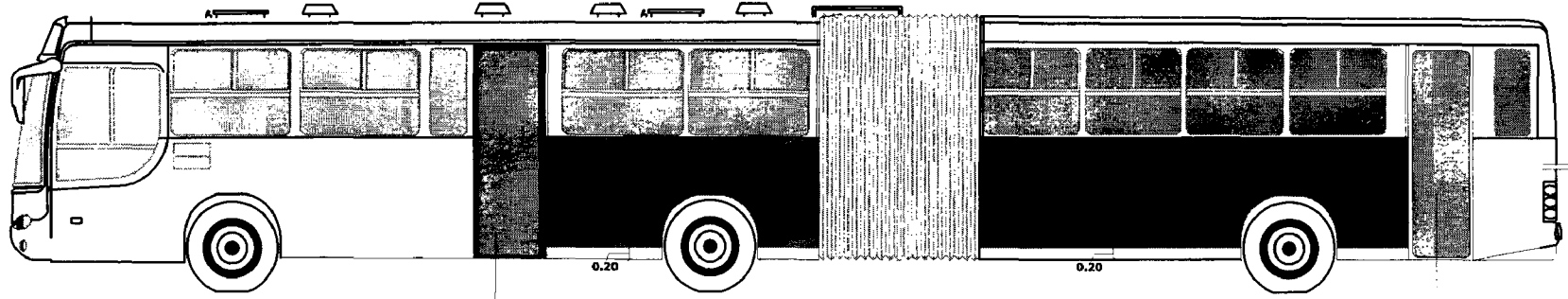


VIGENTE PARA BUS - MINI *BUS - FURGONETAS DE USO PARTICULAR O DE CUENTA PROPIA.

■ Ubicación del elemento publicitario.

AGENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD ERMOR

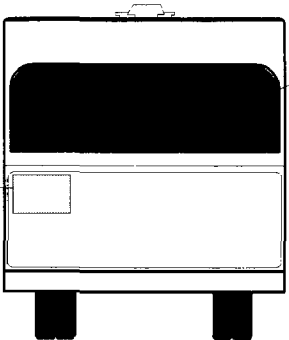
**PUBLICIDAD MÓVIL .- ARTICULADO.
MARCA VOLVO**



Puerta de emergencia.

Fachada lateral izquierda.

Puerta de emergencia.



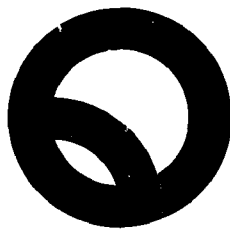
Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior.

Identificación
LMU-PE No.

Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP



Secretaría
General del
Concejo

Informe N° IC-O-2011-479

COMISIÓN DE EJE TERRITORIAL

RESOLUCIÓN	FECHA	SUMILLA
PRIMER DEBATE:	10.11.2011	F
SEGUNDO DEBATE:		
OBSERVACIONES: Aprobado en primer debate con deber vacaciones F 10.11.2011.		

Señor Alcalde, para su conocimiento y el del Concejo Metropolitano de Quito, remitimos el siguiente Informe emitido por la Comisión de Eje Territorial, con las siguientes consideraciones:

1.- ANTECEDENTES:

- 1.1. El Concejo Metropolitano de Quito, en sesión pública ordinaria de 11 de noviembre de 2010, aprobó en segundo debate la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) -, la misma que fue sancionada por el señor Alcalde el 23 de noviembre del mismo año.
- 1.2. La Comisión de Eje Territorial, en sesión extraordinaria de 8 de agosto de 2011, conoció y analizó el texto del proyecto de Ordenanza reformativa a la Ordenanza Metropolitana No. 330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) -, sistematizando e incorporando aquellas observaciones que consideró pertinentes.

2.- DICTAMEN DE LA COMISIÓN:

La Comisión de Eje Territorial, en sesión extraordinaria de 8 de agosto de 2011, con fundamento en el artículo 57 literales a) y x), emite **DICTAMEN FAVORABLE**, para que el Concejo Metropolitano conozca el proyecto de Ordenanza reformativa a la Ordenanza Metropolitana No. 330, que establece el Régimen Administrativo de la




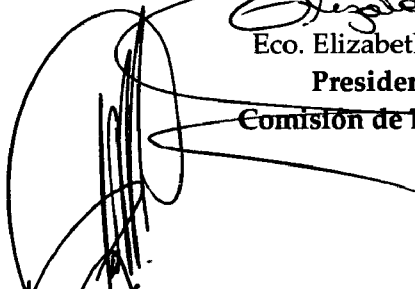
**Secretaría
General del
Concejo**


Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) -, cuyo texto se adjunta.

Dictamen que la Comisión pone a consideración del Concejo Metropolitano.

Atentamente,


Eco. Elizabeth Cabezas G.
**Presidenta de la
Comisión de Eje Territorial**


B.A. Patricio Ubidia
Concejal Metropolitano


Alonso Moreno
Concejal Metropolitano

Adjunto expediente y proyecto de Ordenanza
Diego X. Almeida C.

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATORIA DE 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)

Artículo 1.- Sustitúyase el artículo innumerado 2 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (2).- Ámbitos territoriales de actuación.- La Publicidad Exterior podrá ser instalada en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, sujetándose a las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único del presente Título, 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 vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Artículo 2.- Sustitúyase el artículo innumerado 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (3).- Espacio Público.- Para los efectos del presente Título, el espacio público constituye el sistema en el que se relacionan e integran las áreas, zonas y equipamientos del Distrito Metropolitano de Quito, y los elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, sean de dominio público o de dominio privado, que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad.

Artículo 3.- Sustitúyase el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R2 y agrícola residencial AR.
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 4.- Sustitúyase el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

2. Para efectos de este artículo se incluyen como medios de transporte, a los vehículos destinados al transporte público y comercial de pasajeros y bienes, debidamente habilitados administrativamente para este propósito, entre otros.

3. No se autorizará, sin embargo, la utilización con fines publicitarios de vehículos o remolques, en circulación o estacionados, cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.

Artículo 5.- Sustitúyase el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de Publicidad Exterior Fija adicional y de igual naturaleza a la que ampara la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (“LUAE”).

Artículo 6.- Sustitúyase el literal d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos destinados al transporte comercial de pasajeros y bienes; y,

Artículo 7.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 11 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 espacio público de dominio municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

Artículo 8.- Sustitúyase el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- **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 y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título “*Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*”.

Artículo 9.- Sustitúyase el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:** Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Fija y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana. Tampoco requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad que no sea visible desde el espacio público;
- b) La Publicidad Exterior Fija de terceros sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores y que tenga como destinatarios a sus ocupantes;
- d) La Publicidad Exterior Fija ubicada en el espacio público 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”). Sin embargo, la Publicidad Exterior adicional y de igual naturaleza a la que ampara la LUAE se sujetará, para su autorización, a este Título.
- e) La publicidad de proyectos habitacionales en construcción en el predio en el que se edifiquen, que se sujetará a lo regulado por la Licencia Metropolitana Urbanística correspondiente.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya, y que se encuentra regulada específicamente en el ordenamiento jurídico metropolitano; y,
- g) La Publicidad Exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- **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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales;

- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, (“Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 2. Las tareas de inspección, previo al otorgamiento de la LMU (41), en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante.

Artículo 12.- Sustitúyase el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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, incluyendo la Publicidad Exterior Móvil, corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.

- 2. Cualquier otra actuación de Publicidad Exterior no prevista en este Título y que no impliquen 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.

- 3. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 13.- Sustitúyase el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- **Cuantía de la tasa:**

- 1. 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 del salario básico mensual por
---	---

	metro cuadrado de superficie
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie
Publicidad móvil	Un salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte público; y, quince por ciento del salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte comercial.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie

Artículo 14.- Elimínese el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 15.- Sustitúyase el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (44).- **Objeto.-**

1. Se establece el régimen de “Puntos de Publicidad Exterior” para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetara 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”. Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 16.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“Empresas Publicitarias”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 17.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (*“Puntos de Publicidad Exterior en espacio público”*), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 18.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (*“Concesión de Espacios Públicos”*), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios, o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 19.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (*“Subasta al Alza”*), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 20.- Agréguese a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la

LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Séptima.-

1. Mientras la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda realiza la implementación técnica del proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX de la presente Ordenanza Metropolitana, “Del Régimen jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la Actividad Económica Publicitaria”; así como, la elaboración de las instrucciones administrativas y flujos de procedimientos necesarios para la aplicación del precitado régimen jurídico, para su correspondiente aprobación vía Resolución Administrativa, de que trata la Disposición Transitoria Tercera, los administrados podrán obtener una Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU 41) precaria, siempre y cuando se respeten las Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.

2. La vigencia de la LMU 41 precaria la que se refiere el numeral anterior, en cuanto a su vigencia, estará supeditada a la implementación técnica del proceso de subasta al alza a la que refiere también el numeral anterior; debiendo el administrado cancelar las tasas previstas para dicha actuación en esta Ordenanza Metropolitana. El plazo de vigencia de la LMU 41 precaria será de al menos seis meses y si la implementación técnica del proceso de subasta al alza demorare más allá del año desde que el administrado obtuvo su LMU 41 precaria, éste continuará vigente y pagando las tasas previstas para esta actuación, hasta cuando efectivamente dicho proceso se implemente.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dado en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, en San Francisco de Quito, a (fecha)



Comisión de Suelo y
Ordenamiento Territorial

Econ. Elizabeth Cabezas
Presidenta

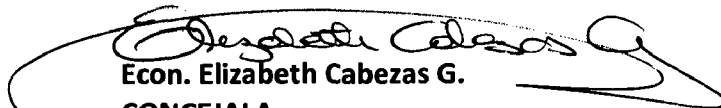
Quito, 7 de noviembre del 2011
Oficio No.560-EC

Doctor
Augusto Barrera Guarderas
ALCALDE METROPOLITANO
Presente.-

De mi consideración:

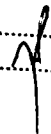
Dentro del proceso que se ha iniciado con las empresas publicitarias, se ha planeado la reubicación de las vallas publicitarias sin que se excedan del número actual de medios existentes, por lo que amerita realizar reformas a la Ordenanza 330 que nos permitan autorizar la instalación de nuevos medios, por lo tanto solicito a Usted incorporar el tratamiento de esta reforma para 1er Debate en el Concejo.

Del Señor Alcalde,


Econ. Elizabeth Cabezas G.
CONCEJALA
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

EC/cded.

CONCEJO
METROPOLITANO DE QUITO
SECRETARÍA GENERAL
RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

No.
FECHA: 7-11-2011
HORA:
NOMBRE: 



Procuraduría
Metropolitana

Eje Temtonal 7

2011-1305

Quito, 30 de septiembre de 2011

0000658

Oficio No.

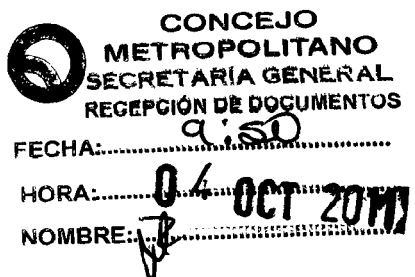
Expediente: 1200-2007

Abogada

Patricia Andrade Baroja

**SECRETARIA GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO**

Presente.-



Ref.: Oficio No. SG 3648 de 31 de agosto de 2011

De mi consideración:

En referencia al Oficio No. SG 3648 atinente a (i) la propuesta de reforma a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 23 de noviembre de 2010 ("Ordenanza 330"), que establece el régimen administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior; y, (2) la Resolución que reforma las Reglas Técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito (Anexo Único de la Ordenanza 330), me permito manifestarle:

1. Procuraduría Metropolitana, respecto de las Reglas Técnicas de la Publicidad Exterior Móvil, parte del Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No. 330, que contiene las "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito", emitió el Oficio No. 259 de 12 de mayo de 2011, cuya copia adjunto.

Respecto de las Reglas Técnicas precitadas y de las observaciones realizadas en los Oficios No. 338-2da VPC-MDMQ, SOT-DGT-003358 y 372-2011-AMC-jpv, tratándose de un planteamiento de carácter técnico, el órgano rector sectorial (Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda) es responsable de su revisión e informe; por lo cual, Procuraduría Metropolitana no se pronuncia sobre estas disposiciones.

2. Sobre el contenido del documento adjunto (Proyecto de Ordenanza Metropolitana reformativa de la Ordenanza No. 330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el régimen administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior), Procuraduría Metropolitana emite informe favorable con las siguientes observaciones:



**Procuraduría
Metropolitana**

a) Se recomienda la supresión de la Disposición Transitoria Séptima, que podría perturbar el ejercicio de la potestad sancionadora del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Agencia Metropolitana de Control, y más bien, conforme se expone en el informe Oficio 372-2011-AMC-jpv, impulsar el procedimiento previsto en el Capítulo IX de la Ordenanza 330.

b) Si bien es factible agregar dentro del contenido del numeral 6 de la Disposición Transitoria Quinta “*sin perjuicio del inicio de las acciones penales a que hubiere lugar*”, conforme se solicita en el Oficio 338-2da VPC-MDMQ, se recomienda no modificar el contenido de la precitada disposición que contiene el régimen jurídico transitorio, mientras se expide la ordenanza metropolitana que norma el régimen administrativo del ejercicio de potestades sancionadoras y entre en vigencia el título correspondiente a las infracciones y sanciones..

c) Los nuevos requisitos e instrucciones administrativas para los procedimientos administrativos de licenciamiento, se aprueban vía Resolución Administrativa atendiendo las necesidades de la gestión; por lo cual, la inclusión de nuevos requisitos, como los previstos en el Oficio 372-2011-AMC-jpv, no requieren reforma de la Ordenanza 330.

d) La propuesta de reforma a la Ordenanza 330 contenida en el Oficio SOT-DGT-003358, no se encuentra motivada, por lo cual Procuraduría Metropolitana no se pronuncia sobre la misma.

3. Finalmente, la oportunidad, mérito y conveniencia de las decisiones políticas y de gestión incorporadas en el proyecto, son de competencia del gobierno y administración del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Atentamente,


Pablo Sarzosa Játiva
SUBPROCURADOR METROPOLITANO

Adj: expediente con 85 fojas



**Procuraduría
Metropolitana**

Quito, 12 de mayo de 2011

Oficio No. 0000259

ELIZABETH CABEZAS G.
CONCEJALA - QUITO D.M.
PC DOCUMENTO:.....
FECHA: 16-05-11.....
ORA:.....
FIRMA DE RECEPCIÓN: *ca. Ponce*

Economista
Elizabeth Cabezas G.
Concejala del Distrito Metropolitano de Quito
En su despacho

Ref.: Oficio No. 186-EC recibido el 26 de abril de 2011

De mi consideración:

En referencia al Oficio No. 186-EC, me permito manifestarle:

1. Respecto de las Reglas Técnicas de la Publicidad Exterior Móvil, éstas tienen que ver con el Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No. 330, que contiene las "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito":

a) Se ha presentado una memoria gráfica de las Reglas Técnicas, por lo cual deberá realizarse el texto narrativo de las disposiciones técnicas.

b) La propuesta de reforma del Anexo Único precitado debería presentarse con un sustento técnico o estándar de aceptación (mejores prácticas).

c) En la memoria gráfica no se han considerado las Reglas Técnicas de los vehículos (camionetas y taxis) que prestan el servicio de transporte terrestre comercial.

d) Finalmente y tratándose de un planteamiento de carácter técnico, el órgano rector sectorial deberá presentarlas en el formato correspondiente con las sumillas de producción y de aprobación de las Reglas Técnicas.

3. Respecto de las Reglas Técnicas para los centros comerciales, estadios, polideportivos, coliseos, plazas de toros y estaciones de servicios o gasolineras, éstas no pueden contener normas administrativas o de regulación, cuya naturaleza jurídica es de reserva normativa municipal (Ordenanza); por lo cual, deberían separarse las disposiciones de orden técnico que se presentarían como modificación al Anexo

I

~~Referido en el numeral anterior, con iguales consideraciones que las expresadas en el numeral anterior.~~

Atentamente,

~~Pablo Sarzosa Játiva~~
~~SUBPROCURADOR METROPOLITANO~~

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.
- En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATIVA DE 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)

Artículo 1.- Sustitúyase el artículo innumerado 2 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (2).- Ámbitos territoriales de actuación.- La Publicidad Exterior podrá ser instalada en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, sujetándose a las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único del presente Título, 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 vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Artículo 2.- Sustitúyase el artículo innumerado 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (3).- Espacio Público.- Para los efectos del presente Título, el espacio público constituye el sistema en el que se relacionan e integran las áreas, zonas y equipamientos del Distrito Metropolitano de Quito, y los elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, sean de dominio público o de dominio privado, que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad.

Artículo 3.- Sustitúyase el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R2 y agrícola residencial AR.
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 4.- Sustitúyase el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

2. Para efectos de este artículo se incluyen como medios de transporte, a los vehículos destinados al transporte público y comercial de pasajeros y bienes, debidamente habilitados administrativamente para este propósito, entre otros.

3. No se autorizará, sin embargo, la utilización con fines publicitarios de vehículos o remolques, en circulación o estacionados, cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.

Artículo 5.- Sustitúyase el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de Publicidad Exterior Fija adicional y de igual naturaleza a la que ampara la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas ("LUAE").

Artículo 6.- Sustitúyase el literal d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos destinados al transporte comercial de pasajeros y bienes; y,

Artículo 7.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 11 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 espacio público de dominio municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

Artículo 8.- Sustitúyase el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- 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 y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título *“Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria”*.

Artículo 9.- Sustitúyase el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:** Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Fija y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana. Tampoco requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad que no sea visible desde el espacio público;
- b) La Publicidad Exterior Fija de terceros sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores y que tenga como destinatarios a sus ocupantes;
- d) La Publicidad Exterior Fija ubicada en el espacio público 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”). Sin embargo, la Publicidad Exterior adicional y de igual naturaleza a la que ampara la LUAE se sujetará, para su autorización, a este Título.
- e) La publicidad de proyectos habitacionales en construcción en el predio en el que se edifiquen, que se sujetará a lo regulado por la Licencia Metropolitana Urbanística correspondiente.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya, y que se encuentra regulada específicamente en el ordenamiento jurídico metropolitano; y,
- g) La Publicidad Exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- **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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales;

- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, (“Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 2. Las tareas de inspección, previo al otorgamiento de la LMU (41), en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante.

Artículo 12.- Sustitúyase el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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, incluyendo la Publicidad Exterior Móvil, corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.

2. Cualquier otra actuación de Publicidad Exterior no prevista en este Título y que no impliquen 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.

3. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 13.- Sustitúyase el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- **Cuantía de la tasa:**

1. 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 del salario básico mensual por
---	---

	metro cuadrado de superficie
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie
Publicidad móvil	Un salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte público; y, quince por ciento del salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte comercial.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie

Artículo 14.- Elimínese el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 15.- Sustitúyase el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (44).- **Objeto.-**

1. Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetara 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*". Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 16.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 ("*Empresas Publicitarias*"), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 17.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (*“Puntos de Publicidad Exterior en espacio público”*), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 18.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (*“Concesión de Espacios Públicos”*), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios, o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 19.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (*“Subasta al Alza”*), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 20.- Agréguese a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la

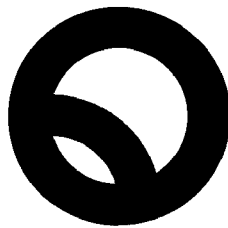
LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dado en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, en San Francisco de Quito, a (fecha)



Secretaría
**General del
Concejo**

J 200 - 2007
SEGUIMIENTO ^{PS}
SG 3648
31 AGO 2011

✓ Doctor
Ernesto Guarderas Izquierdo
Procurador Metropolitano
Presente

De mi consideración:

Conforme lo establecido en el Art. I. (30), Libro I, del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, solicito a usted que para conocimiento de la Comisión de Eje Territorial, emita su criterio e informe legal respecto a los proyectos de Ordenanza Metropolitana Reformativa de 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); y, Resolución que reforma las Reglas Técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito; considerando los informes de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda; y, la Agencia Metropolitana de Control, mediante oficios Nos. SOT-DGT-003358 y 372-2011-AMC-jpv, emitidos sobre estos proyectos aprobados en la última sesión de la comisión realizada el 8 de agosto de 2011.

Adicionalmente se remiten las observaciones presentadas por la Concejala María Sol Corral, mediante oficio No. 338-2da.VPC-MDMQ.

Adjunto con cargo devolutivo, documentación constante en 82 hojas.

Segura de contar con su gentil atención, le anticipo mi sincero agradecimiento.

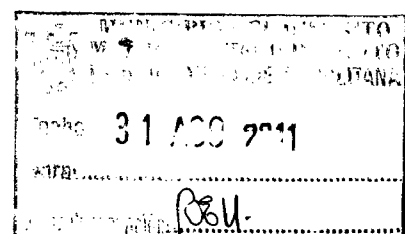
Atentamente,

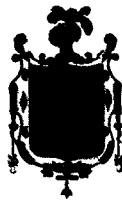
Abg. Patricia Andrade Baroja

Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito

(2011-1305)

Marisela C. / 2011-08-31





manilele 76

CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
María Sol Corral
SEGUNDA VICEPRESIDENCIA

Quito, 31 de agosto del 2011
Oficio No.338-2da.VPC-MDMQ

Ab. Patricia Andrade.

SECRETARIA GENERAL CONCEJO METROPOLITANO.

Ciudad.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, solicito a usted recordar a la Comisión de Suelo, que con fecha 06 de junio del 2011, mediante oficio N. 222-2da-VPC-MDMQ, hice llegar el texto que contenía las observaciones respecto del endurecimiento de las sanciones por los daños que se cometen en el Centro Histórico de Quito, como efecto de la publicidad exterior para que las mismas sean insertadas oportunamente en el texto final de la Ordenanza 330; dichas observaciones no se encuentran tomadas en cuenta dentro de la última versión de la reformatoria a la que hago referencia.

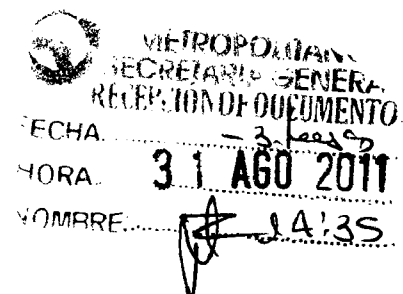
Con estos antecedentes reenvío las observaciones anteriormente descritas y algunas nuevas, de modo que sean insertadas en el texto final del cuerpo normativo referente a publicidad.

Por la atención que preste a la presente le agradezco de antemano.

ATENTAMENTE.

MARIA SOL CORRAL

SEGUNDA VICEPRESIDENTA CONCEJO MDMQ.



85

ORDENANZA METROPOLITANA 330 DE LA LICENCIA METROPOLITANA

URBANISTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

OBSERVACIONES

1.- DENTRO DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS de la mencionada ordenanza, en la disposición quinta, numeral 6; continuación del acápite correspondiente a dicho numeral, deberá constar lo siguiente:

En perjuicio de la instauración de las causas penales a que hubiere lugar, en caso de configurarse el delito penal de desacato, conforme el ordenamiento jurídico penal vigente.

Dentro del Anexo Único de la Ordenanza 330, en el punto II., respecto a las Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de la Publicidad Exterior, II." Glosario de Términos, en el acápite 2.2.1, literal d) punto (II) dice:

II La altura máxima del anuncio, mas el mecanismo de sujeción, será de cuarenta centímetros (0,40cm) medidos desde la cubierta del vehículo, no mayor a cincuenta centímetros (0, 50cm)

En lugar de ello se determinará:

(II) La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción será de cuarenta centímetros (0.40) medidos desde la cubierta del vehículo no mayor a noventa centímetros de largo (0.90cm).

2.- PUBLICIDAD MOVIL

Actualmente el texto dice:

Las reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil se sujetarán a las siguientes condiciones técnicas:

a) Buses de transporte público (Buses Tipo I y II); de dos o tres puertas la publicidad exterior móvil en el lado izquierdo, derecho y parabrisas posterior

Las dimensiones máximas permitidas serán:

En laterales 4,20 de largo y altura variable (dependiendo de la carrocería) sin sobrepasar a los vidrios laterales.

En el posterior: sobre el parabrisas y las dimensiones podrán variar de acuerdo al modelo de cada unidad.

Dentro del literal a) en lo referente a Publicidad Móvil, con respecto a Buses de transporte público (Buses Tipo I y II): de dos y tres puertas la publicidad exterior móvil se ubicará en el segundo párrafo que dirá:

Las dimensiones para la colocación de publicidad móvil permitidas en las unidades de transporte serán:

En lugar de ello se determinará:

En cada unidad de transporte, a ser colocada la publicidad móvil se podrá utilizar el 100% del espacio de la unidad completa, no limitando mediante medidas estándar para ello.

En el Anexo Único dentro de la Ordenanza 330 de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior en el literal c) a continuación se especifica:

c) Fachadas laterales o posteriores de los edificios: Los murales ocuparán un área máxima de 75% de la superficie, siempre que no supere un máximo de 48 metros cuadrados No podrá sobresalir más de 40 cm) sobre lo rasante.

En lugar de ello se determinará:

c) Las fachadas laterales o posteriores de los edificios: Los murales ocuparán la totalidad de la superficie, sin límites determinados en fachadas laterales o posteriores de los edificios.

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATORIA DE 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)

Artículo 1.- Sustitúyase el artículo innumerado 2 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (2).- Ámbitos territoriales de actuación.- La Publicidad Exterior podrá ser instalada en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, sujetándose a las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único del presente Título, 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 vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Artículo 2.- Sustitúyase el artículo innumerado 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (3).- Espacio Público.- Para los efectos del presente Título, el espacio público constituye el sistema en el que se relacionan e integran las áreas, zonas y equipamientos del Distrito Metropolitano de Quito, y los elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, sean de dominio público o de dominio privado, que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad.

Artículo 3.- Sustitúyase el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R2 y agrícola residencial AR.
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 4.- Sustitúyase el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

2. Para efectos de este artículo se incluyen como medios de transporte, a los vehículos destinados al transporte público y comercial de pasajeros y bienes, debidamente habilitados administrativamente para este propósito, entre otros.

3. No se autorizará, sin embargo, la utilización con fines publicitarios de vehículos o remolques, en circulación o estacionados, cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.

Artículo 5.- Sustitúyase el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de Publicidad Exterior Fija adicional y de igual naturaleza a la que ampara la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas ("LUAE").

Artículo 6.- Sustitúyase el literal d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos destinados al transporte comercial de pasajeros y bienes; y,

Artículo 7.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 11 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 espacio público de dominio municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

Artículo 8.- Sustitúyase el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- **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 y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título “*Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*”.

Artículo 9.- Sustitúyase el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:** Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Fija y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana. Tampoco requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad que no sea visible desde el espacio público;
- b) La Publicidad Exterior Fija de terceros sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores y que tenga como destinatarios a sus ocupantes;
- d) La Publicidad Exterior Fija ubicada en el espacio público 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”). Sin embargo, la Publicidad Exterior adicional y de igual naturaleza a la que ampara la LUAE se sujetará, para su autorización, a este Título.
- e) La publicidad de proyectos habitacionales en construcción en el predio en el que se edifiquen, que se sujetará a lo regulado por la Licencia Metropolitana Urbanística correspondiente.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya, y que se encuentra regulada específicamente en el ordenamiento jurídico metropolitano; y,
- g) La Publicidad Exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- **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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales;

- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, (“Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 2. Las tareas de inspección, previo al otorgamiento de la LMU (41), en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante.

Artículo 12.- Sustitúyase el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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, incluyendo la Publicidad Exterior Móvil, corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.

- 2. Cualquier otra actuación de Publicidad Exterior no prevista en este Título y que no impliquen 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.

- 3. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 13.- Sustitúyase el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- **Cuantía de la tasa:**

- 1. 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 del salario básico mensual por
---	---

	metro cuadrado de superficie
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie
Publicidad móvil	Un salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte público; y, quince por ciento del salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte comercial.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie

Artículo 14.- Elimínese el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 15.- Sustitúyase el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (44).- **Objeto.-**

1. Se establece el régimen de “Puntos de Publicidad Exterior” para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetara 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”. Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 16.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“Empresas Publicitarias”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 17.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Puntos de Publicidad Exterior en espacio público*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 18.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Concesión de Espacios Públicos*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios, o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 19.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Subasta al Alza*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 20.- Agréguese a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la

LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Séptima.-

1. Mientras la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda realiza la implementación técnica del proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX de la presente Ordenanza Metropolitana, “Del Régimen jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la Actividad Económica Publicitaria”; así como, la elaboración de las instrucciones administrativas y flujos de procedimientos necesarios para la aplicación del precitado régimen jurídico, para su correspondiente aprobación vía Resolución Administrativa, de que trata la Disposición Transitoria Tercera, los administrados podrán obtener una Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU 41) precaria, siempre y cuando se respeten las Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.

2. La vigencia de la LMU 41 precaria la que se refiere el numeral anterior, en cuanto a su vigencia, estará supeditada a la implementación técnica del proceso de subasta al alza a la que refiere también el numeral anterior; debiendo el administrado cancelar las tasas previstas para dicha actuación en esta Ordenanza Metropolitana. El plazo de vigencia de la LMU 41 precaria será de al menos seis meses y si la implementación técnica del proceso de subasta al alza demorare más allá del año desde que el administrado obtuvo su LMU 41 precaria, éste continuará vigente y pagando las tasas previstas para esta actuación, hasta cuando efectivamente dicho proceso se implemente.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dado en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, en San Francisco de Quito,
a (fecha)

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.
- Que, el artículo ...(2) de la Ordenanza Metropolitana No. 0330 dispone que *“[I] a 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 [Ordenanza Metropolitana No. 0330], 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”*.

En ejercicio de sus atribuciones:

EXPIDE:
RESOLUCIÓN DEL CONCEJO
MEDIANTE LA CUAL SE AÑADE AL
ANEXO ÚNICO CONTENIDO EN LA ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330
QUE RIGE
LA

INSTALACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS Y COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Artículo 1.- En el glosario de términos del Anexo Único, modifíquese el concepto de espacio de servicio general, por el siguiente:

Espacio público de servicio general es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general, el mismo se refiere a los siguientes usos del suelo: Centro de comercio agrupado (CZ5) Y (CM4), equipamientos de servicios sociales (ED) y de servicios públicos (ET), de conformidad con el Plan de Uso y Ocupación del Suelo vigente en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 2.- Añádase luego del punto 2.1.6, lo siguiente:

2.1.7. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A CENTROS COMERCIALES

Para el caso de centros comerciales (CZ5 Y CM4), adicionalmente a las reglas técnicas del Anexo único, deberán cumplir, lo siguiente:

- Utilizar máximo el 30% de la fachada frontal del edificio del centro comercial, entendiéndose como fachada frontal, la que tiene el acceso principal.
- Utilizar máximo el 75% en fachadas laterales o posteriores del edificio del centro comercial.
- Cada medio publicitario debe cumplir los tamaños máximos establecidos en el anexo único de la Ordenanza. Sin embargo, las distancias mínimas deberán analizarse en función del diseño especial e integrar planteado.
- Se permitirá máximo una pantalla electrónica o Led por centro comercial, siempre y cuando no exista otros elementos similares, previamente instalados en el sector, en un radio de 1000 m. Y que esta no atente contra la arquitectura de la edificación, ni interfiera con el pasaje urbano o natural y forme parte del diseño de conjunto requerido en el plan masa.
- Toda clase de inflables con formas promocionales, podrán ser colocados de forma temporal y requerirán LMU 41. La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.
- Los globos inflables decolores o aerostáticos sin publicidad exterior, podrán colocarse de manera permanente siempre y cuando formen parte del plan masa anual presentado. La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo, el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.

2.1.8. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A GASOLINERAS Y ESTACIONES DE SERVICIO

- Un solo elemento publicitario será considerado como identificación del establecimiento, los demás elementos que existan deberán cumplir con lo que establece la Ordenanza N° 330 y su anexo único.
- Todo elemento publicitario al exterior de la gasolinera que sea visible desde el espacio público se considerará publicidad exterior, esto incluye: parte superior de los surtidores, vallas publicitarias, carteles, banderas, etc.

Artículo 3.- Sustitúyase el punto 2.2 PUBLICIDAD MÓVIL de las *“Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”* contenidas en le Anexo Único de la Ordenanza Metropolitano No. 0330, por lo siguiente:

2.2. PUBLICIDAD MOVIL.-

Las Reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil se sujetarán a las siguientes condiciones técnicas:

- a) Buses de transporte público (Buses Tipo I y II): de dos o tres puertas la publicidad exterior móvil se ubicará en el lado izquierdo, derecho y parabrisas posterior.

Las dimensiones máximas permitidas serán:

En laterales: 4,20 de largo y altura variable (dependiendo de la carrocería) sin sobre pasar a los vidrios laterales.

En el posterior: sobre el parabrisas y las dimensiones podrán variar de acuerdo al modelo de cada unidad.

- b) Buses articulados y trolebuses: en las unidades que tengan las puertas de servicio en el sentido de marcha del bus, la publicidad se ubicará en el lado contrario a las puertas y en el posterior sobre el parabrisas.
- c) Furgonetas, minibuses y buses escolares: solo se podrá colocar publicidad exterior móvil en el parabrisas posterior, mediante láminas de vinilo autoadhesivo translúcido u otro medio que permítala visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.
- d) Taxis:
- e) Vehículos particulares:
- f) Vehículos de carga (servicio público y/o privado);
- g) Vehículos de transporte terrestre turístico; y,
- h) Bicicletas y sillas de ruedas que porten algún medio publicitario.

La referencia gráfica de los sitios y dimensiones en los que es permitida la instalación de los elementos publicitarios en las diferentes modalidades de transporte tanto público como privado se detallará en la memoria gráfica que es parte integrante de este Anexo Único.

2.3. DATOS MÍNIMOS QUE DEBEN CONTENER LA LMU (41) PARA PUBLICIDAD MÓVIL.-

En la LMU (41) para publicidad móvil de servicio de transporte público y comercial deberá constar el número de Registro Municipal del vehículo, la operadora de transporte público y el nombre de la empresa de publicidad, número del chasis y el número de la placa de identificación del vehículo, el área de la publicidad y el texto del mensaje publicitario.

En las LMU (41) de vehículos privados constarán los mismos datos a excepción del Registro Municipal y el nombre de la operadora.

2.2.4. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR MOVIL.-

Para publicidad en medios de transporte público y comercial, el interesado deberá presentar:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41).
- b) Copia de la Habilitación Operacional de las unidades que consten en la solicitud.
- c) Copia del Contrato de Arrendamiento del elemento publicitario en el que deberá constar las ubicaciones y dimensiones de los elementos publicitarios.
- d) Copia del RUC de la Empresa Publicitaria.
- e) Copia de la Licencia Única de Funcionamiento de las Actividades Económicas (LUAE).

Dimensiones y ubicación de la Publicidad Móvil.- Para publicidad en medios de transporte privado, el interesado deberá presentar:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)
- b) Contrato con la Empresa de Publicidad, el que deberá contener la ubicación y las dimensiones de la publicidad móvil.
- c) Matrícula.
- d) SOAT.
- e) Certificado de la CORPAIRE.

2.2.5. EXHIBICIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD MÓVIL.-

El conductor del vehículo con publicidad móvil deberá llevar consigo la LMU – (41) otorgada por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP.

2.2.6. RENOVACIÓN DE LA LMU – (41).

Para la obtención de la renovación de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Móvil, el interesado presentará:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)
- b) Habilitación Operacional vigente;
- c) Licencia de Instalación anterior a renovarse.

Para la renovación de la LMU (41) en transporte privado se deberá presentar los requisitos detallados en los literales a) y c).

2.2.7. TRÁMITE PARA LA OBTENCIÓN DE LA LMU (41).-

El interesado en obtener la licencia de publicidad exterior móvil, presentará la solicitud con los requisitos previstos en el punto 2.2.4. en caso de renovación, la solicitud con los requisitos, deberá presentarse treinta días antes del vencimiento de la licencia.

Por su parte la EPMMOP, a través de la Gerencia de Gestión de la Movilidad, contestará al interesado haciéndole conocer si se autoriza o no la instalación o la renovación, según sea el caso, y dispondrá el pago de la tasa establecida en la Ordenanza Metropolitana No. 330. Con el pago de la tasa se procederá a la emisión de la LMU (41).

2.2.8. REGISTRO Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD MOVIL.-

La Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP, a través de su Gerencia de Gestión de la Movilidad, mantendrá una base de datos que contendrá el registro de las Licencias Metropolitanas Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil otorgadas a los medios de transporte, con detalle de : número de registro municipal y nombre de la Operadora de Transporte en el caso del transporte público y comercial, número del chasis, número de placa, el área ocupada con publicidad y el nombre de la empresa publicitaria.

Artículo 4. – manténgase el punto 2.2.2 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREOS de las *“Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”* contenidas en el Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No. 330.

Quito, 30 de agosto de 2011
Oficio No. 372-2011-AMC- jpv



Abogada
Patricia Andrade Baroja
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
En su despacho.-

De mi consideración:

En atención a los oficios No. SG-3344 y 3459, de 09 y 17 de agosto de 2011, respectivamente, por medio del cual solicita un informe sobre las propuestas de Proyecto de ordenanza reformatoria de la ordenanza metropolitana No. 330; y, al proyecto de resolución que reforma las reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, debo manifestar lo siguiente:

El control de la contaminación visual pretende erradicar los elementos que afecten o perturben la visualización en una zona por abuso de de ciertos elementos "no arquitectónicos" que alteran la estética, la imagen del paisaje tanto rural como urbano, y que generan, a menudo, una sobre estimulación visual agresiva, invasiva y simultánea.

Dichos elementos pueden ser elementos publicitarios, cables, chimeneas, antenas, postes y otros elementos, que no provocan contaminación de por sí; pero mediante la manipulación indiscriminada del hombre (tamaño, orden, distribución) se convierten en agentes contaminantes, influyendo negativamente sobre el ser humano y el medio ambiente disminuyendo la calidad de vida.



69.

Observamos que la publicidad exterior ha venido reproduciéndose, en una forma asombrosa en el Distrito, lo que representa un impacto negativo para el ambiente, a pesar que sabemos que la publicidad exterior un medio generador de riqueza.



Las vallas son el medio publicitario que mueve a miles de personas a adquirir un producto, y por ende es un generador de altos índices para la economía de un país, pero se origina la contaminación visual, debido al abuso en el número de vallas en la ciudad.



Otro factor que genera contaminación visual, es el uso de diferentes tipos de vallas en un mismo punto de la ciudad, creando desorden y competencia con las formas diferentes de la arquitectura.



Muchas vallas son instaladas de manera que irrumpen de forma agresiva en las estructuras de los edificios o casas. Las estructuras metálicas necesitan apoyarse sobre las edificaciones por lo que crean un desorden en las terrazas, fachadas, techos y azoteas.

Una de las consecuencias o peligro que generan las vallas es la distracción de los conductores, bien sea por su temática o por el sistema de impresión o de comunicación (movimiento). Los puntos de distracción se concentran por lo general, en lugares donde hay gran volumen de tráfico.



Por lo manifestado, el Concejo Metropolitano aprueba en sesiones del 22 de julio y 11 de noviembre de 2010 la Ordenanza Metropolitana No. 330, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU(41).



Agencia Metropolitana
de Control

El espíritu de la norma es ordenar y regular los elementos publicitarios y rótulos existentes en el Distrito, para evitar la contaminación visual y mejorar el nivel de vida del administrado.

Desde el 22 de febrero de 2011 iniciamos el control de publicidad exterior a través de la Comisaría Metropolitana de Publicidad Exterior de la Zona Eugenio Espejo, extendiendo después a las otras Zonas y la Gerencia de la Mariscal con la colaboración de las Comisarías de Aseo, Salud y Ambiente.

Hasta el momento se han intervenido 222 elementos publicitarios pertenecientes a 29 empresas de publicidad que no contaban con permiso municipal; se ha generado \$966.240 dólares en sanciones pecuniarias, adicionalmente se ha recaudado \$132.000 en garantías del procedimiento administrativo sancionador; y, por autoregulación, voluntariamente las empresas publicitarias han retirado 360 elementos.

Las empresas publicitarias con el intención de bloquear el control, han interpuesto 37 acciones constitucionales contra las actuaciones de los(as) Comisarios(as) Metropolitanos(as), de las cuales, 28 se han resuelto a nuestro favor y 9 se encuentran en trámite. Demostrando así que los jueces constitucionales respaldan la potestad sancionadora del Municipio y no contraponen la política pública de control del espacio público.

Respecto a las observaciones al Proyecto de ordenanza reformativa de la Ordenanza Metropolitana No. 330, debo decir:

Se pretende incorporar la Disposición Transitoria Séptima, que permite a los administrados obtener una LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR (LMU 41) PRECARIA, SIEMPRE Y CUANDO SE RESPETEN LAS REGLAS TÉCNICAS PARA LA INSTALACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS Y COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Otorgar la LMU(41) indiscriminadamente a favor de los administrados que han lucrado con la publicidad exterior sin permisos y sin pagar tasa alguna, contraponen el espíritu de la norma y de la política pública de control del espacio público, para evitar esta contradicción es más conveniente impulsar el procedimiento de subasta al alza, establecido dentro del Capítulo IX de la Ordenanza Metropolitana 330 que pretende instaurar un sistema de reordenamiento de la publicidad exterior existente en el Distrito.

Dirección: Jorge Washington E-454 y Av. Amazonas, Ed. Secretaría de Salud, 3er. piso

Telfs: 2901-644

66
Quito
DISTRITO
METROPOLITANO



Agencia Metropolitana
de Control

Por otro lado, sugerimos que se deben endurecer los requisitos para obtener la LMU(41) dentro de los 2 procedimientos (simplificado y especial):

El administrado (persona natural o jurídica) previo a la obtención de la LMU (41) deberá adjuntar un certificado de no adeudar al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; y, no tener obligaciones pendientes a favor del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, generadas por la emisión de resoluciones en firme dentro de los procedimientos administrativos sancionatorios.

Por otro lado, nos adherimos al Informe Técnico y propuestas de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en todas sus partes.

Es todo cuanto puedo informar.

Expresándole mi alta estima y consideración.

Atentamente

JHOANNA PULLAS VILLAVICENCIO
SUPERVISORA (E)
AGENCIA METROPOLITANA DE CONTROL



65



Secretaría
**General del
Concejo**

SG 3459

17 AGO 2011

Abogado
Walter Enríquez
Supervisor Metropolitano
Presente

De mi consideración:

En alcance al oficio No. SG 3344 de 9 de agosto de 2011, en el que solicité a usted el informe técnico respecto del proyecto de ordenanza reformativa de la ordenanza metropolitana No. 330 que establece el régimen administrativo de la licencia metropolitana urbanística de publicidad exterior (LMU 41) y resolución que reforma las reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, adjunto encontrará el oficio No. SOT-DGT-3358 de 16 de agosto de 2011, que contiene el informe técnico y propuestas de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, a los proyectos referidos, a fin de que su informe incluya su pronunciamiento sobre este, previo informe de la Procuraduría Metropolitana.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Abg. Patricia Andrade Baroja

Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito



PAB F

**Secretaría de
Territorio, Hábitat
y Vivienda**

2011 1305

16 AGO 2011


Quito

003358

Oficio SOT-DGT-

Ref.: (H.C. 2011- 59463 del 09-08-2011)

Abogada
Patricia Andrade Baroja
SECRETARIA GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
Presente

 **METROPOLITANA
SECRETARIA GENERAL
RECEPCION DE DOCUMENTO.**
FECHA: 16 AGO 2011
HORA: 15:10
NOMBRE: PAB F

Abogada Andrade:

SOLICITUD:

En atención a la petición que tiene relación con el informe solicitado respecto de las reformas a la Ord. 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU-41 y el Anexo único que contiene las reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, previo a que sean conocidos en el seno del Concejo Metropolitano de Quito.

CRITERIO TECNICO:

Una vez revisada la propuesta de reformas a la Ordenanza 330 y el Anexo Único que establece las reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y ubicación de Publicidad Exterior informa:

- La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda considera y recomienda se modifique y agregue lo siguiente, en función de los textos remitidos.

ORDENANZA N° 330

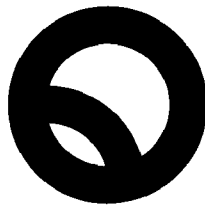
Texto remitido:

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- 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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales;
 - b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado.
- Y,

62



2...

H.C. 2011- 59463

**Secretaría de
Territorio, Hábitat
y Vivienda**

- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Debe decir:

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- 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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente **para autorizar actuaciones publicitarias experimentales** dentro de los procedimientos especiales;
- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado;
- y,
- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Texto remitido:

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, ("Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control"), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Las tareas de inspección, previo al otorgamiento de la LMU (41), en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante.

Debe decir:

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, ("Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control"), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Las tareas de inspección, previo a la **autorización de las actuaciones publicitarias experimentales** en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante.

3...

H.C. 2011- 59463



**Secretaría de
Territorio, Hábitat
y Vivienda**

ANEXO ÚNICO

Artículo 5.- Agregar

Requisitos para obtener la autorización de Actuaciones Publicitarias Experimentales (Procedimiento Especial).

Organismos Municipales

- a) **Solicitud en la cual se haga constar el objetivo de la publicidad con carácter experimental,**
- b) **Propuesta gráfica detallada.**

Personas naturales o jurídicas (Empresas Publicitarias)

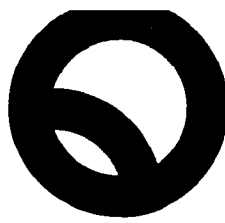
- a) **Solicitud en la cual se haga constar el objetivo de la publicidad con carácter experimental,**
- b) **Propuesta gráfica detallada,**
- c) **Una vez obtenida la autorización por parte de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, deberá sujetarse al procedimiento simplificado con los requisitos que le correspondan en la Administración Zonal a efectos de obtener la LMU – 41.**

Atentamente,

Arq. Patricio Montalvo Tapia
DIRECTOR METROPOLITANO DE GESTION
DEL SUELO Y ESPACIO PÚBLICO (E)

Arq. Carlos Espinel P.
ADMINISTRADOR DEL PROCESO DE
PUBLICIDAD EXTERIOR

Eugenia S.
2011-08-11



Secretaría
General del
Concejo

3344 ✓

09 AGO 2011

Abogado
Walter Enríquez
Supervisor Metropolitano

Arquitecto
Christian Córdova
Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda

Presente

De mi consideración:

Por medio de la presente, me permito informarles que en sesión extraordinaria de la Comisión de Eje Territorial, realizada el 8 de agosto de 2011, se conocieron las propuestas que detallo a continuación:

- Proyecto de ordenanza reformativa de la ordenanza metropolitana No. 330, que establece el régimen administrativo de la licencia metropolitana urbanística de publicidad exterior LMU (41).
- Proyecto de resolución que reforma las reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.

En virtud de lo anterior, y previo a que estos sean conocidos en el seno del Concejo Metropolitano, solicito que con el carácter de urgente, remitan a esta Secretaría el informe de la dependencia a su cargo, sobre los proyectos adjuntos.

Segura de contar con su gentil atención, les anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Abg. Patricia Andrade Baroja

Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.

Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;

Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATORIA DE 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)

Artículo 1.- Sustitúyase el artículo innumerado 2 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (2).- Ámbitos territoriales de actuación.- La Publicidad Exterior podrá ser instalada en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, sujetándose a las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único del presente Título, 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 vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Artículo 2.- Sustitúyase el artículo innumerado 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (3).- Espacio Público.- Para los efectos del presente Título, el espacio público constituye el sistema en el que se relacionan e integran las áreas, zonas y equipamientos del Distrito Metropolitano de Quito, y los elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, sean de dominio público o de dominio privado, que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad.

Artículo 3.- Sustitúyase el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R2 y agrícola residencial AR.
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 4.- Sustitúyase el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

	metro cuadrado de superficie
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie
Publicidad móvil	Un salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte público; y, quince por ciento del salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte comercial.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie

Artículo 14.- Elimínese el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 15.- Sustitúyase el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (44).- **Objeto.-**

1. Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetara 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*". Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 16.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 ("*Empresas Publicitarias*"), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

2. Para efectos de este artículo se incluyen como medios de transporte, a los vehículos destinados al transporte público y comercial de pasajeros y bienes, debidamente habilitados administrativamente para este propósito, entre otros.

3. No se autorizará, sin embargo, la utilización con fines publicitarios de vehículos o remolques, en circulación o estacionados, cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.

Artículo 5.- Sustitúyase el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de Publicidad Exterior Fija adicional y de igual naturaleza a la que ampara la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas ("LUAE").

Artículo 6.- Sustitúyase el literal d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos destinados al transporte comercial de pasajeros y bienes; y,

Artículo 7.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 11 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 espacio público de dominio municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

Artículo 8.- Sustitúyase el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- **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 y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título “Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria”.

Artículo 9.- Sustitúyase el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:** Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Fija y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana. Tampoco requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad que no sea visible desde el espacio público;
- b) La Publicidad Exterior Fija de terceros sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores y que tenga como destinatarios a sus ocupantes;
- d) La Publicidad Exterior Fija ubicada en el espacio público 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”). Sin embargo, la Publicidad Exterior adicional y de igual naturaleza a la que ampara la LUAE se sujetará, para su autorización, a este Título.
- e) La publicidad de proyectos habitacionales en construcción en el predio en el que se edifiquen, que se sujetará a lo regulado por la Licencia Metropolitana Urbanística correspondiente.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya, y que se encuentra regulada específicamente en el ordenamiento jurídico metropolitano; y,
- g) La Publicidad Exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- **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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales;

Para emitir autorización
 publicitaria de exenciones
 tales

NO

SA

- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, (“Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Las tareas de inspección, previo ^{o la autorización de otorgamiento publicitario experimental} al otorgamiento de la LMU (41), en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante. ND

Artículo 12.- Sustitúyase el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- 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, incluyendo la Publicidad Exterior Móvil, corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.

2. Cualquier otra actuación de Publicidad Exterior no prevista en este Título y que no impliquen 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.

3. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 13.- Sustitúyase el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- **Cuantía de la tasa:**

1. 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 del salario básico mensual por
---	---

Artículo 17.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Puntos de Publicidad Exterior en espacio público*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 18.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Concesión de Espacios Públicos*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios, o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 19.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Subasta al Alza*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 20.- Agréguese a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la

LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Séptima.-

1. Mientras la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda realiza la implementación técnica del proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX de la presente Ordenanza Metropolitana, “Del Régimen jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la Actividad Económica Publicitaria”; así como, la elaboración de las instrucciones administrativas y flujos de procedimientos necesarios para la aplicación del precitado régimen jurídico, para su correspondiente aprobación vía Resolución Administrativa, de que trata la Disposición Transitoria Tercera, los administrados podrán obtener una Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU 41) precaria, siempre y cuando se respeten las Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.

2. La vigencia de la LMU 41 precaria la que se refiere el numeral anterior, en cuanto a su vigencia, estará supeditada a la implementación técnica del proceso de subasta al alza a la que refiere también el numeral anterior; debiendo el administrado cancelar las tasas previstas para dicha actuación en esta Ordenanza Metropolitana. El plazo de vigencia de la LMU 41 precaria será de al menos seis meses y si la implementación técnica del proceso de subasta al alza demorare más allá del año desde que el administrado obtuvo su LMU 41 precaria, éste continuará vigente y pagando las tasas previstas para esta actuación, hasta cuando efectivamente dicho proceso se implemente.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dado en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, en San Francisco de Quito, a (fecha)

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.
- Que, el artículo ...(2) de la Ordenanza Metropolitana No. 0330 dispone que *“[I]a 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 [Ordenanza Metropolitana No. 0330], 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”*.

En ejercicio de sus atribuciones:

EXPIDE:

**RESOLUCIÓN DEL CONCEJO
MEDIANTE LA CUAL SE AÑADE AL
ANEXO ÚNICO CONTENIDO EN LA ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330 QUE RIGE
LA
INSTALACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS Y COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD
EXTERIOR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**

Artículo 1.- En el glosario de términos del Anexo Único, modifíquese el concepto de espacio de servicio general, por el siguiente:

Espacio público de servicio general es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general, el mismo se refiere a los siguientes usos del suelo: Centros de comercio agrupado (CZ5) Y (CM4), equipamientos de servicios sociales (ED) y de servicios públicos (ET), de conformidad con el Plan de Uso y Ocupación del Suelo vigente en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 2.- Añádase luego del punto 2.1.6, lo siguiente:

2.1.7. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A CENTROS COMERCIALES

Para el caso de centros comerciales (CZ5 Y CM4), adicionalmente a las reglas técnicas del Anexo Único, deberán cumplir, lo siguiente:

- Utilizar máximo el 30% de la fachada frontal del edificio del centro comercial, entendiéndose como fachada frontal, la que tiene el acceso principal.
- Utilizar máximo el 75% en fachadas laterales o posteriores del edificio del centro comercial.
- Cada medio publicitario debe cumplir los tamaños máximos establecidos en el anexo único de la Ordenanza. Sin embargo, las distancias mínimas deberán analizarse en función del diseño especial e integral planteado.
- Se permitirá máximo una pantalla electrónica o LED por centro comercial, siempre y cuando no exista otros elementos similares, previamente instalados en el sector, en un radio de 1000 m. Y que esta no atente contra la arquitectura de la edificación, ni interfiera con el paisaje urbano o natural y forme parte del diseño de conjunto requerido en el plan masa.
- Toda clase de inflables con formas promocionales, podrán ser colocados de forma temporal y requerirán LMU 41. La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.
- Los globos inflables de colores o aerostáticos sin publicidad exterior, podrán colocarse de manera permanente siempre y cuando formen parte del plan masa anual presentado. La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo, el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.

2.1.8. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A GASOLINERAS Y ESTACIONES DE SERVICIO

- Un solo elemento publicitario será considerado como identificación del establecimiento, los demás elementos que existan deberán cumplir con lo que establece la Ordenanza N° 330 y su anexo único.
- Todo elemento publicitario al interior de la gasolinera que sea visible desde el espacio público se considerará publicidad exterior, esto incluye: parte superior de los surtidores, vallas publicitarias, carteles, banderas, etc.

Artículo 3.- Sustitúyase el punto 2.2. PUBLICIDAD MÓVIL de las *“Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”* contenidas en el Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No. 0330, por el siguiente:

2.2. PUBLICIDAD MOVIL.-

Las Reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil se sujetarán a las siguientes condiciones técnicas:

2.2.2. DIMENSIONES Y UBICACIÓN DE PUBLICIDAD MÓVIL.-

- a) Buses de transporte público (Buses Tipo I y II): de dos y tres puertas la publicidad exterior móvil se ubicará en el lado izquierdo, derecho y parabrisas posterior.
Las dimensiones máximas permitidas serán:
 - En laterales: 4,20 de largo y altura variable (dependiendo de carrocería) sin sobrepasar a los vidrios laterales.
 - En el posterior: sobre el parabrisas y las dimensiones podrán variar de acuerdo al modelo de cada unidad.
- b) Buses Articulados y trolebuses: en las unidades que tengan las puertas de servicio en el sentido de marcha del bus, la publicidad se ubicará en el lado contrario a las puertas y en el posterior sobre el parabrisas.
- c) Furgonetas, minibuses y buses escolares: solo se podrá colocar publicidad exterior móvil en el parabrisas posterior, mediante láminas de vinilo autoadhesivo translúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.
- d) Taxis:
- e) Vehículos particulares:
- f) Vehículos de carga (servicio público y/o privado);
- g) Vehículos de transporte terrestre turístico; y,
- h) Bicicletas y sillas de ruedas que porten algún medio publicitario.

La referencia gráfica de los sitios y dimensiones en los que es permitida la instalación de los elementos publicitarios en las diferentes modalidades de transporte tanto público como privado se detalla en la memoria gráfica que es parte integrante de este Anexo Único.

.2.3. DATOS MÍNIMOS QUE DEBE CONTENER LA LMU (41) PARA PUBLICIDAD MÓVIL.-

En la LMU (41) para publicidad móvil de servicio de transporte público y comercial deberá constar el número del Registro Municipal del vehículo, la operadora de transporte público y el nombre de la empresa de publicidad, número del chasis y el número de la placa de identificación del vehículo, el área de la publicidad y el texto del mensaje publicitario.

En las LMU (41) de vehículos privados constarán los mismos datos a excepción del Registro Municipal y el nombre de la operadora.

2.2.4. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR MOVIL.-

Para publicidad en medios de transporte público y comercial, el interesado deberá presentar:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)
- b) Copia de la Habilitación Operacional de las unidades que consten en la solicitud.
- c) Copia del Contrato de Arrendamiento del elemento publicitario en el que deberá constar las ubicaciones y dimensiones de los elementos publicitarios.
- d) Copia del RUC de la Empresa Publicitaria.
- e) Copia de la Licencia Única de Funcionamiento de las Actividades Económicas (LUAE).
- f) Dimensiones y ubicación de la Publicidad Móvil

Para publicidad en medios de transporte privado, el interesado deberá presentar:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)
- b) Contrato con la Empresa de Publicidad, el que deberá contener la ubicación y las dimensiones de la publicidad móvil.
- c) Matrícula.
- d) SOAT.
- e) Certificado de la CORPAIRE.

2.2.5. EXHIBICIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD MÓVIL.-

El conductor del vehículo con publicidad móvil deberá llevar consigo la LMU – (41) otorgada por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP.

2.2.6. RENOVACIÓN DE LA LMU – (41).-

Para la obtención de la renovación de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicad Móvil, el interesado presentará:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)

- b) Habilitación Operacional vigente;
- c) Licencia de Instalación anterior a renovarse.

Para la renovación de la LMU (41) en transporte privado se deberá presentar los requisitos detallados en los literales a) y c).

2.2.7. TRÁMITE PARA LA OBTENCIÓN DE LA LMU (41).-

El interesado en obtener la licencia de publicidad exterior móvil, presentará la solicitud con los requisitos previstos en el punto 2.2.4. En caso de renovación, la solicitud con los requisitos, deberá presentarse treinta días antes del vencimiento de la licencia.

Por su parte la EPMOP, a través de la Gerencia de Gestión de la Movilidad, contestará al interesado haciéndole conocer si se autoriza o no la instalación o la renovación, según sea el caso, y dispondrá el pago de la tasa establecida en la Ordenanza Metropolitana No. 330. Con el pago de la tasa se procederá a la emisión de la LMU (41)

2.2.8. REGISTRO Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD MOVIL.-

La Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMOP, a través de su Gerencia de Gestión de la Movilidad, mantendrá una base de datos que contendrá el registro de las Licencias Metropolitanas Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil otorgadas a los medios de transporte, con detalle de: número de registro municipal y nombre de la Operadora de Transporte en el caso del transporte público y comercial, número del chasis, número de placa, el área ocupada con publicidad y el nombre de la empresa publicitaria.

Artículo 4.- Manténgase el punto 2.2.2. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREOS de las "Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito" contenidas en el Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No. 330.

2.2.9 REQUISITOS PARA OBTENER LA AUTORIZACIÓN DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS EXPERIMENTALES (PROCEDIMIENTO ESPECIAL)

Organismos Municipales

a) Solicitud en la cual se haga constar el objetivo de la publicidad experimental

b) Propuesta gráfica detallada de

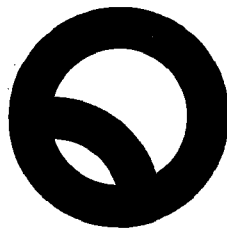
Empresas publicitarias privadas o personas naturales;

a) Solicitud

b) Propuesta gráfica detallada

46

c) Obtener la autorización por parte de la STHU de acuerdo con el procedimiento regulado con los requisitos que le corresponden en la Ad. Zonal con el fin de obtener la LMU-41.



2010-727

Secretaría
General del
Concejo

SG

3344

09 AGO 2011

Abogado
Walter Enríquez
Supervisor Metropolitano

Arquitecto
Christian Córdova
Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda

Presente.

De mi consideración:

Por medio de la presente, me permito informarles que en sesión extraordinaria de la Comisión de Eje Territorial, realizada el 8 de agosto de 2011, se conocieron las propuestas que detallo a continuación:

- Proyecto de ordenanza reformativa de la ordenanza metropolitana No. 330, que establece el régimen administrativo de la licencia metropolitana urbanística de publicidad exterior LMU (41).
- Proyecto de resolución que reforma las reglas técnicas para la instalación de soportes publicitarios y colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.

En virtud de lo anterior, y previo a que estos sean conocidos en el seno del Concejo Metropolitano, solicito que con el carácter de urgente, remitan a esta Secretaría el informe de la dependencia a su cargo, sobre los proyectos adjuntos.

Segura de contar con su gentil atención, les anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Abg. Patricia Andrade Baroja
Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito

AS

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 57, letra a) y 87, letra a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATIVA DE 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)

Artículo 1.- Sustitúyase el artículo innumerado 2 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (2).- Ámbitos territoriales de actuación.- La Publicidad Exterior podrá ser instalada en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, sujetándose a las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único del presente Título, 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 vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Artículo 2.- Sustitúyase el artículo innumerado 3 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (3).- Espacio Público.- Para los efectos del presente Título, el espacio público constituye el sistema en el que se relacionan e integran las áreas, zonas y equipamientos del Distrito Metropolitano de Quito, y los elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, sean de dominio público o de dominio privado, que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad.

Artículo 3.- Sustitúyase el artículo innumerado 6 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 presente Título.

2. La Publicidad Exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- a) En predios con usos de suelo R2 y agrícola residencial AR.
- b) En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4.
- c) En predios con uso de equipamientos.
- d) En espacio público.

Artículo 4.- Sustitúyase el artículo innumerado 7 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

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

2. Para efectos de este artículo se incluyen como medios de transporte, a los vehículos destinados al transporte público y comercial de pasajeros y bienes, debidamente habilitados administrativamente para este propósito, entre otros.

3. No se autorizará, sin embargo, la utilización con fines publicitarios de vehículos o remolques, en circulación o estacionados, cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario, o la explotación de publicidad.

Artículo 5.- Sustitúyase el literal s) del artículo innumerado 9 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de Publicidad Exterior Fija adicional y de igual naturaleza a la que ampara la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (“LUAE”).

Artículo 6.- Sustitúyase el literal d) del artículo innumerado 10 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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

d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de los vehículos destinados al transporte comercial de pasajeros y bienes; y,

Artículo 7.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 11 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

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 espacio público de dominio municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

Artículo 8.- Sustitúyase el artículo innumerado 15 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (15).- **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 y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. La colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título “*Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*”.

Artículo 9.- Sustitúyase el artículo innumerado 18 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:** Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar Publicidad Exterior Fija y Publicidad Exterior Móvil dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana. Tampoco requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad que no sea visible desde el espacio público;
- b) La Publicidad Exterior Fija de terceros sujeta al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores y que tenga como destinatarios a sus ocupantes;
- d) La Publicidad Exterior Fija ubicada en el espacio público 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”). Sin embargo, la Publicidad Exterior adicional y de igual naturaleza a la que ampara la LUAE se sujetará, para su autorización, a este Título.
- e) La publicidad de proyectos habitacionales en construcción en el predio en el que se edifiquen, que se sujetará a lo regulado por la Licencia Metropolitana Urbanística correspondiente.
- f) La publicidad electoral en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley Orgánica Electoral o la que la sustituya, y que se encuentra regulada específicamente en el ordenamiento jurídico metropolitano; y,
- g) La Publicidad Exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

Artículo 10.- Sustitúyase el artículo innumerado 19 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (19).- **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) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales;

- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) En Publicidad Exterior Móvil la competencia estará asignada a la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 11.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 20 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, (“Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

- 2. Las tareas de inspección, previo al otorgamiento de la LMU (41), en el procedimiento especial, son atribución de la Autoridad Administrativa Otorgante.

Artículo 12.- Sustitúyase el artículo innumerado 21 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (21).- *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, incluyendo la Publicidad Exterior Móvil, corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.

- 2. Cualquier otra actuación de Publicidad Exterior no prevista en este Título y que no impliquen 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.

- 3. La Publicidad Exterior Fija de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

Artículo 13.- Sustitúyase el artículo innumerado 40 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (40).- **Cuantía de la tasa:**

- 1. 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 del salario básico mensual por
---	---

	metro cuadrado de superficie
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie
Publicidad móvil	Un salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte público; y, quince por ciento del salario básico mensual por número de unidades de transporte sobre las que ha solicitado el Operador, para el caso de vehículos destinados al transporte comercial.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento del salario básico mensual por metro cuadrado de superficie

Artículo 14.- Elimínese el artículo innumerado 43 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010.

Artículo 15.- Sustitúyase el artículo innumerado 44 de la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

Artículo... (44).- **Objeto.-**

1. Se establece el régimen de “Puntos de Publicidad Exterior” para regular la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, que se sujetara 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”. Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

2. Este régimen se aplica sin perjuicio de que la infraestructura necesaria pueda ser colocada en bienes de dominio público o privado. Cuando el concesionario requiera la colocación de su infraestructura en bienes de dominio privado, los términos de la relación de naturaleza privada, serán libremente pactados entre las partes, mientras que el uso de bienes de dominio público para la colocación de infraestructura por parte del concesionario se sujetará al ordenamiento jurídico metropolitano o nacional, según corresponda al titular del dominio público.

Artículo 16.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 45 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Empresas Publicitarias*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. La Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 17.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 46 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Puntos de Publicidad Exterior en espacio público*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para el caso de la Publicidad Exterior Fija de terceros, colocada por las Empresas Publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, ésta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Eje Territorial.

Artículo 18.- Sustitúyase el numeral 2 del artículo innumerado 47 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Concesión de Espacios Públicos*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios, o la concentración en un mismo sujeto de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.

Artículo 19.- Sustitúyase el numeral 1 del artículo innumerado 48 de la Ordenanza Metropolitana No. 330 (“*Subasta al Alza*”), sancionada el 28 de noviembre de 2010, por el siguiente:

1. Para la colocación de Publicidad Exterior Fija de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

Artículo 20.- Agréguese a la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 28 de noviembre de 2010, las siguientes Disposiciones Transitorias:

Sexta.-

1. Mientras la Autoridad Administrativa Otorgante de la Publicidad Exterior Móvil asume la competencia efectiva prevista en esta Ordenanza Metropolitana, dentro de una transferencia ordenada de medios y en un proceso coordinado por la Administración General y el Supervisor Metropolitano, sin que afecte el ejercicio de la potestades a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas otorgará la LMU (41).

2. En tanto se concreta la transferencia ordenada de competencias prevista en el numeral precedente, las Empresas Publicitarias serán las que soliciten y obtengan la

LMU (41) para el caso de utilización o aprovechamiento del espacio público para la colocación de Publicidad Exterior Móvil; y, las relaciones entre licenciatario y la Empresa Publicitaria es de Derecho privado, pero no podrá controvertir el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

3. En la medida en que sea posible, en el procedimiento administrativo de otorgamiento de la licencia, se incorporará la LMU (41) en los títulos habilitantes para el transporte terrestre.

Séptima.-

1. Mientras la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda realiza la implementación técnica del proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX de la presente Ordenanza Metropolitana, “Del Régimen jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la Actividad Económica Publicitaria”; así como, la elaboración de las instrucciones administrativas y flujos de procedimientos necesarios para la aplicación del precitado régimen jurídico, para su correspondiente aprobación vía Resolución Administrativa, de que trata la Disposición Transitoria Tercera, los administrados podrán obtener una Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior (LMU 41) precaria, siempre y cuando se respeten las Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.

2. La vigencia de la LMU 41 precaria la que se refiere el numeral anterior, en cuanto a su vigencia, estará supeditada a la implementación técnica del proceso de subasta al alza a la que refiere también el numeral anterior; debiendo el administrado cancelar las tasas previstas para dicha actuación en esta Ordenanza Metropolitana. El plazo de vigencia de la LMU 41 precaria será de al menos seis meses y si la implementación técnica del proceso de subasta al alza demorare más allá del año desde que el administrado obtuvo su LMU 41 precaria, éste continuará vigente y pagando las tasas previstas para esta actuación, hasta cuando efectivamente dicho proceso se implemente.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su aprobación, sin perjuicio de su publicación.

Dado en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, en San Francisco de Quito, a (fecha)

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *“Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo”*.
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de *“Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental”*.
- Que, es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que, la Ley Orgánica de Régimen Especial del 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, en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU 41, sancionada el 23 de noviembre de 2010.
- Que, el artículo ...(2) de la Ordenanza Metropolitana No. 0330 dispone que *“[l] a 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 [Ordenanza Metropolitana No. 0330], 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”*.

En ejercicio de sus atribuciones:

EXPIDE:
RESOLUCIÓN DEL CONCEJO
MEDIANTE LA CUAL SE AÑADE AL
ANEXO ÚNICO CONTENIDO EN LA ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330
QUE RIGE
LA

INSTALACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS Y COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Artículo 1.- En el glosario de términos del Anexo Único, modifíquese el concepto de espacio de servicio general, por el siguiente:

Espacio público de servicio general es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general, el mismo se refiere a los siguientes usos del suelo: Centro de comercio agrupado (CZ5) Y (CM4), equipamientos de servicios sociales (ED) y de servicios públicos (ET), de conformidad con el Plan de Uso y Ocupación del Suelo vigente en el Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo 2.- Añádase luego del punto 2.1.6, lo siguiente:

2.1.7. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A CENTROS COMERCIALES

Para el caso de centros comerciales (CZ5 Y CM4), adicionalmente a las reglas técnicas del Anexo único, deberán cumplir, lo siguiente:

- Utilizar máximo el 30% de la fachada frontal del edificio del centro comercial, entiéndase como fachada frontal, la que tiene el acceso principal.
- Utilizar máximo el 75% en fachadas laterales o posteriores del edificio del centro comercial.
- Cada medio publicitario debe cumplir los tamaños máximos establecidos en el anexo único de la Ordenanza. Sin embargo, las distancias mínimas deberán analizarse en función del diseño especial e integrar planteado.
- Se permitirá máximo una pantalla electrónica o Led por centro comercial, siempre y cuando no exista otros elementos similares, previamente instalados en el sector, en un radio de 1000 m. Y que esta no atente contra la arquitectura de la edificación, ni interfiera con el pasaje urbano o natural y forme parte del diseño de conjunto requerido en el plan masa.
- Toda clase de inflables con formas promocionales, podrán ser colocados de forma temporal y requerirán LMU 41. La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.
- Los globos inflables decolores o aerostáticos sin publicidad exterior, podrán colocarse de manera permanente siempre y cuando formen parte del plan masa anual presentado. La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil. Sin embargo, el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.

2.1.8. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A GASOLINERAS Y ESTACIONES DE SERVICIO

- Un solo elemento publicitario será considerado como identificación del establecimiento, los demás elementos que existan deberán cumplir con lo que establece la Ordenanza N° 330 y su anexo único.
- Todo elemento publicitario al exterior de la gasolinera que sea visible desde el espacio público se considerará publicidad exterior, esto incluye: parte superior de los surtidores, vallas publicitarias, carteles, banderas, etc.

Artículo 3.- Sustitúyase el punto 2.2 PUBLICIDAD MÓVIL de las “Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito” contenidas en le Anexo Único de la Ordenanza Metropolitano No. 0330, por lo siguiente:

2.2. PUBLICIDAD MOVIL.-

Las Reglas Técnicas referidas a la Publicidad Móvil se sujetarán a las siguientes condiciones técnicas:

- a) Buses de transporte público (Buses Tipo I y II): de dos o tres puertas la publicidad exterior móvil se ubicará en el lado izquierdo, derecho y parabrisas posterior.

Las dimensiones máximas permitidas serán:

En laterales: 4,20 de largo y altura variable (dependiendo de la carrocería) sin sobre pasar a los vidrios laterales.

En el posterior: sobre el parabrisas y las dimensiones podrán variar de acuerdo al modelo de cada unidad.

- b) Buses articulados y trolebuses: en las unidades que tengan las puertas de servicio en el sentido de marcha del bus, la publicidad se ubicará en el lado contrario a las puertas y en el posterior sobre el parabrisas.
- c) Furgonetas, minibuses y buses escolares: solo se podrá colocar publicidad exterior móvil en el parabrisas posterior, mediante láminas de vinilo autoadhesivo translúcido u otro medio que permítala visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.
- d) Taxis:
- e) Vehículos particulares:
- f) Vehículos de carga (servicio público y/o privado);
- g) Vehículos de transporte terrestre turístico; y,
- h) Bicicletas y sillas de ruedas que porten algún medio publicitario.

La referencia gráfica de los sitios y dimensiones en los que es permitida la instalación de los elementos publicitarios en las diferentes modalidades de transporte tanto público como privado se detallará en la memoria gráfica que es parte integrante de este Anexo Único.

2.3. DATOS MÍNIMOS QUE DEBEN CONTENER LA LMU (41) PARA PUBLICIDAD MÓVIL.-

En la LMU (41) para publicidad móvil de servicio de transporte público y comercial deberá constar el número de Registro Municipal del vehículo, la operadora de transporte público y el nombre de la empresa de publicidad, número del chasis y el número de la placa de identificación del vehículo, el área de la publicidad y el texto del mensaje publicitario.

En las LMU (41) de vehículos privados constarán los mismos datos a excepción del Registro Municipal y el nombre de la operadora.

2.2.4. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL.-

Para publicidad en medios de transporte público y comercial, el interesado deberá presentar:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41).
- b) Copia de la Habilitación Operacional de las unidades que consten en la solicitud.
- c) Copia del Contrato de Arrendamiento del elemento publicitario en el que deberá constar las ubicaciones y dimensiones de los elementos publicitarios.
- d) Copia del RUC de la Empresa Publicitaria.
- e) Copia de la Licencia Única de Funcionamiento de las Actividades Económicas (LUAE).

Dimensiones y ubicación de la Publicidad Móvil.- Para publicidad en medios de transporte privado, el interesado deberá presentar:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)
- b) Contrato con la Empresa de Publicidad, el que deberá contener la ubicación y las dimensiones de la publicidad móvil.
- c) Matrícula.
- d) SOAT.
- e) Certificado de la CORPAIRE.

2.2.5. EXHIBICIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD MÓVIL.-

El conductor del vehículo con publicidad móvil deberá llevar consigo la LMU – (41) otorgada por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP.

2.2.6. RENOVACIÓN DE LA LMU – (41).

Para la obtención de la renovación de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Móvil, el interesado presentará:

- a) Formulario para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil LMU (41)
- b) Habilitación Operacional vigente;
- c) Licencia de Instalación anterior a renovarse.

Para la renovación de la LMU (41) en transporte privado se deberá presentar los requisitos detallados en los literales a) y c).

2.2.7. TRÁMITE PARA LA OBTENCIÓN DE LA LMU (41).-

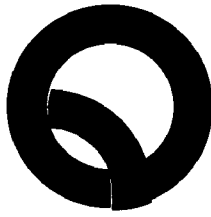
El interesado en obtener la licencia de publicidad exterior móvil, presentará la solicitud con los requisitos previstos en el punto 2.2.4. en caso de renovación, la solicitud con los requisitos, deberá presentarse treinta días antes del vencimiento de la licencia.

Por su parte la EPMMOP, a través de la Gerencia de Gestión de la Movilidad, contestará al interesado haciéndole conocer si se autoriza o no la instalación o la renovación, según sea el caso, y dispondrá el pago de la tasa establecida en la Ordenanza Metropolitana No. 330. Con el pago de la tasa se procederá a la emisión de la LMU (41).

2.2.8. REGISTRO Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD MOVIL.-

La Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP, a través de su Gerencia de Gestión de la Movilidad, mantendrá una base de datos que contendrá el registro de las Licencias Metropolitanas Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil otorgadas a los medios de transporte, con detalle de : número de registro municipal y nombre de la Operadora de Transporte en el caso del transporte público y comercial, número del chasis, número de placa, el área ocupada con publicidad y el nombre de la empresa publicitaria.

Artículo 4. – manténgase el punto 2.2.2 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREOS de las *“Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”* contenidas en el Anexo Único de la Ordenanza Metropolitana No. 330.



Eje Territorial
proceso de
f

CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
Dénnecey Trujillo Verdesoto
CONCEJALA
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Oficio 0534 -2011-DT-MDMQ.

Quito, DESPACHADO 08 AGO 2011.- Año del Bicentenario

Abogada
Patricia Andrade Baroja
SECRETARIA GENERAL
CONCEJO METROPOLITANO
Presente.-

De mi consideración:

Habiendo recibido en este Despacho la Convocatoria a la Sesión Extraordinaria de la Comisión de Eje Territorial, a llevarse a cabo el día de hoy lunes 8 de agosto de 2011, a las 14h00, en la cual en el punto 4 del orden del día consta el Tratamiento de la Reforma a la Ordenanza No. 330 de publicidad exterior, y siendo las 11h00 de la fecha en referencia, al no haber recibido el respectivo proyecto de ordenanza, solicito se sirva remitir dicho proyecto a este despacho, con el fin de revisarlo y de ser posible aportar al mismo.

Particular que comunico, para los fines consiguientes.

Atentamente,

X Dénnecey Trujillo Verdesoto
CONCEJALA METROPOLITANA
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

A.B.
2011-08-08

Dénnecey Trujillo V.
CONCEJALA
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

tipo de documento:
fecha: 08-08-2011
hora: 14:09
Firma de recepción: Ana B. Braud

FECHA: 11.18
08 AGO 2011
-2- Legajo carpeta

CONVOCATORIA SESIÓN EXTRAORDINARIA

COMISIÓN DE EJE TERRITORIAL

POR DISPOSICIÓN DE LA SEÑORA PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE EJE TERRITORIAL, ECON. ELIZABETH CABEZAS, CONVOCO A USTEDES A LA SESIÓN EXTRAORDINARIA DE LA COMISIÓN EN MENCIÓN, QUE TENDRÁ LUGAR EL LUNES 8 DE AGOSTO DE 2011, A LAS 14H00, EN LA SALA DE SESIONES No. 1 DE LA SECRETARÍA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO, CON EL SIGUIENTE ORDEN DEL DÍA:

1. Aprobación de las actas de las sesiones realizadas el 14 de mayo, 8 y 19 de octubre; y, 8 de noviembre de 2010.

2. Comisión general para recibir al Grupo Gran Comercio, para la presentación de una propuesta de señalética vial. *(Estudiar por)*

3. Lectura de comunicaciones de empresas privadas de publicidad exterior. *ok 3) adjuntar surt(9)*

4. Tratamiento de la reforma a la Ordenanza No. 330 de publicidad exterior.

LA PRESENTE CONVOCATORIA ESTÁ DIRIGIDA A:

CONCEJALES MIEMBROS:

ECON. ELIZABETH CABEZAS
PRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE
EJE TERRITORIAL, Y SUELO Y
ORDENAMIENTO TERRITORIAL

PROF. LUISA MALDONADO
VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN DE
EJE TERRITORIAL Y PRESIDENTA DE
PROPIEDAD Y ESPACIO PÚBLICO

ING. MANUEL BOHÓRQUEZ
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN
DE ÁREAS HISTÓRICAS Y
PATRIMONIO

B.A. PATRICIO UBIDIA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE
MOVILIDAD

SR. ALONSO MORENO
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE
AMBIENTE

FUNCIONARIOS CONVOCADOS:

DR. FABLÁN ANDRADE
PROCURADOR METROPOLITANO

ARQ. CRISTIAN CÓRDOVA
SECRETARIO DE TERRITORIO,
HÁBITAT Y VIVIENDA

ECON. NATHALIA NOVILLO
SECRETARIA GENERAL DE COORDINACIÓN
TERRITORIAL Y PARTICIPACIÓN

ABG. WALTER ENRÍQUEZ
SUPERVISOR METROPOLITANO

ING. XAVIER ARROYO
GERENTE DE ESPACIO PÚBLICO
EPMMP-Q

ARQ. EFRÉN BONILLA
COORDINADOR DE ESPACIO
PÚBLICO EPMMP-Q

ING. RAMIRO CRUZ
ADMINISTRACIÓN DE LA ZONA EUGENIO ESPEJO

ARQ. CARLOS ESPINEL
SECRETARÍA DE TERRITORIO,
HÁBITAT Y VIVIENDA

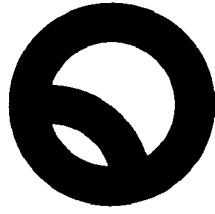
HENRY REYES
EPMMP-Q

Atentamente,

Abg. Patricia Andrade Baroja
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO

CST.

Eje Territorial F



CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
Lic. Eddy Sánchez C.
CONCEJAL
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Quito a, 07 de Junio del 2011
Oficio N°. 110270-ES-DMQ

**SEÑORA ABOGADA
PATRICIA ANDRADE B.
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO
Presente.-**

De mis consideraciones:

En atención al oficio SG 2327 de fecha 01 de junio del presente año, me permito remitir a usted, SEÑORA SECRETARIA, las sugerencias en relación al endurecimiento de las sanciones por los daños que se cometen en el Centro Histórico de Quito, para que sean analizadas por la Comisión de Eje Territorial y consideradas en el proceso de la reforma a la Ordenanza No. 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41).

Por la atención favorable que se digne dispensar al presente, anticipo mis debidos agradecimiento

De usted muy atentamente,

Lcdo. Eddy Sánchez C.
CONCEJAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Herrera/eb

CONCEJO METROPOLITANO SECRETARIA GENERAL RECEPCION DE DOCUMENTOS
FECHA: 07 JUN 2011
HORA: 12:48
NOMBRE: [Signature]

SUGERENCIAS PARA EL PROCESO DE REFORMA A LA ORDENANZA No. 330 QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR (LMU (41) PARA SU APLICACIÓN EN EL CENTRO HISTORICO DE QUITO

- Toda persona que fundamente haber visto la colocación, pintar, pegar cualquier tipo de publicidad, propaganda que dañe, destruya, altere o cambie el aspecto, la pintura o de como resultado la agresión o daño de fachadas, paredes, estructuras de valor turístico, produzca contaminación visual, podrá denunciar ante la administración zonal correspondiente.
- El administrador zonal deberá de manera inmediata dar aplicación de sanciones a las personas responsables de estas acciones, sean organizadores, publicistas u otros quienes se encuentren involucrados en la contaminación visual, daño de paredes, fachadas, tomando en cuenta el contenido ya sea de afiches, pinturas, grafitis etc.
- El administrador zonal comunicará de la aplicación de las sanciones a los demás entes de control de espectáculos públicos para que apliquen las disposiciones legales correspondientes a fin de lograr se cobre o se aplique las multas correspondientes a los organizadores de los eventos por el incumplimiento de la Ordenanza en cuanto a la contaminación visual.
- Dentro de las sanciones debe ejecutarse la retención de las garantías depositadas, hasta que se retorne a la situación original de los espacios físicos afectados En el caso de espectáculos públicos programados sin el cumplimiento de los requisitos correspondientes para estos espectáculos, se deberá aplicar de manera inmediata las multas o la retención de la taquilla en el lugar que se encuentre desarrollando dicho evento.
- Realizar campañas permanentes para que la comunidad colabore en la identificación de los actores de la agresión a los espacios públicos y privados.
- Ejecutar campañas de colocación de Paneles De Información Ciudadana con base de publicidad exterior, así como del mantenimiento de estos paneles, los paneles serán de libre uso de la comunidad, de organizadores de eventos de cualquier razón o naturaleza en coordinación con la Administración Zonal correspondiente.

de Territorial f



CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
María Sol Corral
SEGUNDA VICEPRESIDENCIA

Quito, 06 de junio del 2011
Oficio No.222-2da.VPC-MDMQ

Ab. Patricia Andrade.

SECRETARIA GENERAL CONCEJO METROPOLITANO.

Ciudad.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, en contestación a su oficio de 01 de junio del 2011, hago llegar a usted texto que contiene las observaciones respecto del endurecimiento de las sanciones por los daños que se cometen en el Centro Histórico de Quito, como efecto de la publicidad exterior para que las mismas sean insertadas oportunamente en el texto final de la misma.

Por la atención que preste a la presente le agradezco de antemano.

ATENTAMENTE.

MARIA SOL CORRAL

SEGUNDA VICEPRESIDENTA

CONCEJO MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

06 JUN 2011
HORA: 15:43
NOMBRE: Pd

29

ORDENANZA METROPOLITANA 330 DE LA LICENCIA METROPOLITANA
URBANISTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR,

DENTRO DE LAS DISPOSICIONES TRANSITORIAS de la mencionada Ordenanza, en la disposición quinta, numeral 6; a continuación del acápite correspondiente a dicho numeral, deberá constar lo siguiente:

Sin perjuicio de la instauración de las causas penales a que hubiere lugar, en caso de configurarse el delito penal de desacato, conforme el ordenamiento jurídico penal vigente.

Dentro del Anexo Único de la Ordenanza 330, en el punto II., respecto a las Reglas Técnicas para la Instalación de Soportes Publicitarios y colocación de la Publicidad Exterior, II.2. Glosario de Términos, en el acápite 2.2.1, literal d), punto (ii), se deberá realizar el siguiente cambio:

(ii) La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción, será de cuarenta centímetros (0.40 cm.) medidos desde la cubierta del vehículo, no mayor a noventa centímetros de largo (0.90 cm.)



Marco Ponce
CONCEJAL

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Oficio No.-00093-D-C-MP-2011

Quito, 3 de junio del 2011

Abg.

PATRICIA ANDRADE BAROJA

SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO

Presente.

De Mis consideraciones:

En la referencia a la circular SG2327 de uno de junio de 2011, hago conocer a usted señora Secretaria General del Concejo Metropolitano mi recomendación en lo concerniente a las sanciones por los daños que se cometen en el Centro Histórico de Quito como efecto de la publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, monumentos, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas del mismo, siendo este el antecedente recomiendo que contemple la **CREACIÓN DE PROGRAMAS DE SERVICIO COMUNITARIO** como alternativa viable de sanción con el propósito de reparar el daño causado a la comunidad, como base las siguientes consideraciones técnicas:

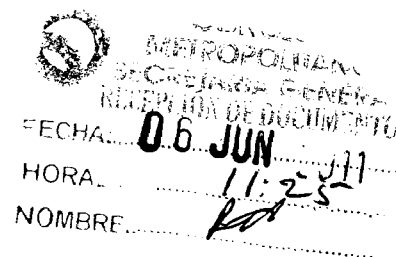
- El servicio comunitario es una sanción reparadora que vincula la naturaleza del servicio con la contravención a ser sancionada.
- Es una sanción positiva que despierte en el infractor responsabilidad por sus actos.
- El servicio comunitario brinda una oportunidad de que el infractor observe con sus propios ojos los daños indirectamente causados por su contravención.
- Se otorga al contraventor un modo constructivo y proactivo de reparar los daños causados por su acto, con el beneficio potencial de mejorar la percepción general que el actor tiene de su propio valor

De lo expuesto el Servicio Comunitario no está basado en el castigo, ni en la rehabilitación; tiene que ver con la responsabilidad, se centra no en las necesidades de los contraventores, sino en sus fortalezas; no en su falta de discernimiento, sino en su capacidad de ser responsables.

Esperando que esta recomendación sea tomada en cuenta en el proceso de reforma a la Ordenanza N° 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicada Exterior LAMU (41), me despido no sin antes anteponer mi sentimiento de consideración y estima.

Atentamente,


Marco Ponce
CONCEJAL METROPOLITANO DE QUITO





Secretaría
**General del
Concejo**

SG 2327

01 JUN 2011

Señores y señoras
Concejales y Concejales Metropolitanos
Presente

URGENTE

De mi consideración:

Conforme al debate realizado en la sesión del Concejo Metropolitano de Quito llevada a cabo el 26 de mayo de 2011, en relación con el endurecimiento de las sanciones por los daños que se cometen en el Centro Histórico de Quito, como efecto de la publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, monumentos, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas del mismo, me permito solicitar a ustedes remitan hasta el lunes 6 de junio de 2011 sus propuestas o sugerencias al respecto, a fin de que éstas sean analizadas por la Comisión de Eje Territorial y consideradas en el proceso de reforma a la Ordenanza No. 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41).

Segura de contar con su gentil atención, les anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

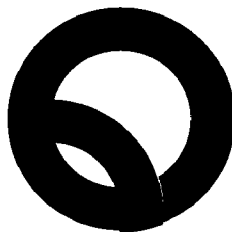
Abg. Patricia Andrade Baroja
Secretaria General del Concejo Metropolitano

JLA

REGISTRO DE DOCUMENTACIÓN
DESPACHO C. MARCO DOMÍNGUEZ
Fecha: 1/06/2011
Hora: 12h30
CA.
FIRMA

21

0688



**Secretaría de
Seguridad y
Gobernabilidad**

Oficio No. **0000937**

Quito, **09 MAY 2011**

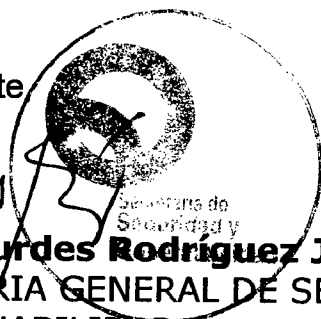
Economista
Elizabeth Cabezas
CONCEJALA METROPOLITANA
PRESIDENTA DE LA COMISION DE SUELO
Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL
Presente.-

De mi consideración:

En virtud de la solicitud formulada por el señor Víctor Hugo Sandoval a nombre de un grupo de discapacitados, para que se les conceda permiso de publicidad móvil a las personas que utilizan sillas de ruedas, adjunto al presente me permito hacerle conocer el Oficio No. 2588-EPMMOP-GGM-UTP, suscrito por el Gerente de la Gestión de la Movilidad de la EPMMOP, a fin de que, de considerarlo procedente se analice en la respectiva Comisión y se incluya dentro de la reforma de la Ordenanza No. 330.

Con esta oportunidad reitero mi sentimiento de consideración y aprecio.

Atentamente



Econ. Lourdes Rodríguez Jaramillo
SECRETARIA GENERAL DE SEGURIDAD
Y GOBERNABILIDAD

Anexo: lo señalado
/meam

RECIBIDO 9 MAY 2011

20
Shokes

*H. Eleasa, elaboró
documento
concejal Elizabeth Cabezas*



EPMMOP
Empresa Pública
Metropolitana
de Movilidad y
Obras Públicas

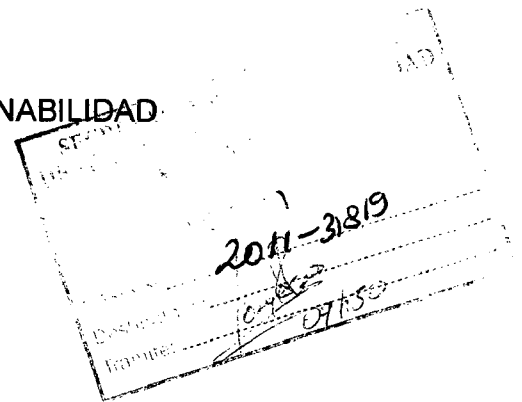
Quito. 28 ABR. 2011

Oficio No. **2588** - EPMMOP-GGM-UTP

Economista
Lourdes Rodríguez Jaramillo
SECRETARIA GENERAL DE SEGURIDAD Y GOBERNABILIDAD
Pasaje Espejo OE-240 entre Guayaquil y Flores
Teléfono.- 2955152 - 2281550

Presente.-

De mi consideración:



En atención a su oficio No. 657, ingresado mediante Hoja de Ruta No. 2862, por el que, nos remite una copia de la comunicación suscrita por el Sr. Víctor Hugo Sandoval, a fin de que en las emisiones de los permisos de publicidad móvil se tome en cuenta a las personas que utilizan sillas de ruedas o bicicletas como medio de movilización a los que se han adaptado elementos publicitarios.

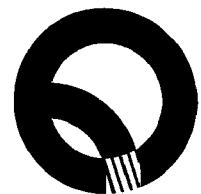
Debo informar a usted que, la Ordenanza No. 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior, específicamente en lo referente a la Publicidad Móvil, no concibe la actividad de publicidad acoplada en los medios de movilidad descritos.

Esta Gerencia considera que se debe tomar en cuenta y reglamentarse el uso de publicidad móvil en vehículos no motorizados, para lo que se recomienda:

Se condicione el número de unidades y a recorridos específicos en las ciclo-vías existentes, circuitos al interior de equipamientos de uso público como el parque de la Carolina, El Ejido, Parque Inglés, etc. y en espacios privados de uso público como las playas de estacionamiento de Centros Comerciales, consideramos que no es recomendable que específicamente el uso de la silla de ruedas en esta actividad se desarrolle en la calzada de las vías, ya que estas están sujetas a una alta probabilidad de accidentes y producen bloqueos a la circulación vehicular.

Con estos antecedentes sugiero de la manera más comedida, se direcciona el documento remitido, a la Sra. Concejala Elizabeth Cabezas Presidenta de la Comisión de Publicidad del Concejo

19



EPMMOP
Empresa Pública
Metropolitana
de Movilidad y
Obras Públicas

Metropolitano de Quito, la misma que actualmente está preparando la reforma de la Ordenanza No.330, para que lo requerido se inserte en la referida reforma.

Atentamente,

Ing. Armando Sánchez Ch.

GERENTE DE LA GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE LA EPMMOP. (e)

Adj: H.R No. 2862



EPMMOP-Q

GERENTE DE LA GESTIÓN
DE LA MOVILIDAD



HR
ANEXO 7
RESOLUCION
0002062

06-04-11

Oficio No. 0000657

**Secretaría de
Seguridad y
Gobernabilidad**

Quito, 20 de Abril 2011



GERENCIA DE GESTIÓN
DE LA MOVILIDAD
Ejecutivo (D) Dirección

Ingeniero
Jaime Erazo
GERENTE DE MOVILIDAD EMMOP-Q
Presente.-

Recibido 05/04/2011 a las 13:06
Por: [Firma]
C. No. [Firma]
Como: MERY

GGM [Firma]
UTP

De mi consideración:

Con un cordial saludo remito a usted copia de la comunicación de 30 de marzo de 2011, suscrita por el señor Víctor Hugo Sandoval Cruz, a fin de que para el respectivo permiso de circulación se tome en cuenta a las personas que utilizan sus sillas de ruedas o bicicleta como medio de publicidad móvil, considerando que son ciudadanos discapacitados.

Por su gentil y diligente atención, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

Lourdes Rodríguez Jaramillo

Ec. Lourdes Rodríguez Jaramillo
SECRETARIA GENERAL DE SEGURIDAD
Y GOBERNABILIDAD

Anexo: lo señalado
/meam



GERENCIA DE GESTIÓN
DE LA MOVILIDAD

Fecha: _____
Recibido por: _____
Hora: 8:47 Anexos: _____

Mery / 9:09
05/04/2011

Quito Marzo 30 del 2011

Economista

Lourdes Rodriguez Jaramillo

Directora de la Secretaria de Seguridad y Gobernabilidad

del Distrito Metropolitano de Quito

Ciudad.-

M.E. por favor
oficio al Sr. Juan Erazo, pedimos
que se tome un acuerdo a los
permisos por ilegalidad.
hacete como medio de
publicidad moral y
Tomen acuerdo por sus
discapacitados y

De nuestras consideraciones:

Represento a un grupo de 10 discapacitados que venimos trabajando hace mas de 4 años en la ciudad de Quito utilizando para esto nuestras sillas de ruedas a las que se les ha instalado un letrero con publicidad, representando esto para nosotros a mas de nuestra unica fuente de ingresos un trabajo digno que permite alimentar y cuidar de nuestras familias y de nosotros, ademas de poder ser utiles a la sociedad y de alguna manera un pequeno ejemplo para las personas que tienen sus capacidades completas.

Disculpe de antemano nuestra solicitud pero para poder seguir laborando necesitamos que el Municipio de Quito nos proporcione el respectivo permiso de circulacion en la ciudad capital.

Actualmente nos encontramos afiliados al seguro social y tenemos contrato de trabajo con todos lo beneficios de la ley persibiendo un sueldo mensual de \$330,00 a mas de los costos de mantenimiento de las sillas, uniformes y \$30,00 de viaticos

Por lo expuesto rogamos encarecidamente y por su intermedio la tramitacion correspondiente para conseguir el mencionado permiso de circulacion.

Agradeciendo su atencion a la presente le enviamos nuestros cordiales saludos

Muy atentamente,

Victor Hugo Sandoval
Victor Hugo Sandoval Cruz

CI 0900693771

celular 099481007



0571

Secretaría de
Territorio, Hábitat
y Vivienda

13 ABR 2011

1270

Economista
Elizabeth Cabezas
Presidenta de la Comisión del Eje Territorial
Presente.

De mi consideración,

En contestación a su oficio 140-EC, de fecha 25 de marzo de 2011, mediante el cual nos remitió el documento de Reglas Técnicas referente a la Publicidad Exterior Móvil para revisión por parte de esta Secretaría, remito a usted el documento analizado y complementado en lo que se refiere a Publicidad Exterior Fija de Centros Comerciales y Gasolineras, para conocimiento de la Comisión del Eje Territorial.

Adicionalmente, remito las observaciones realizadas por esta Secretaría al texto modificatorio de la Ordenanza N° 330, se ha utilizado control de cambios, para que sea de más fácil comprensión los cambios sugeridos y sea Procuraduría y la Comisión que usted preside quienes se pronuncien en relación a dichas modificaciones.

Atentamente,

Arq. ~~Cristian~~ Córdova Cordero
Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda

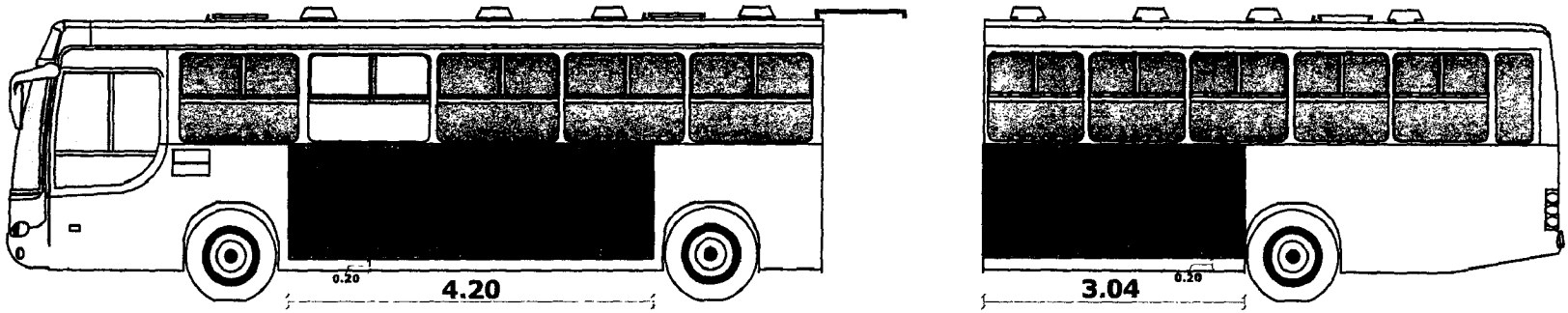
NB/nb

RECIBIDO 13 ABR 2011

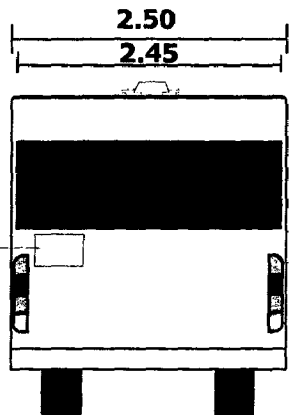
Memoria Gráfica

ESPACIOS EN LOS QUE SE PERMITE UBICAR LA PUBLICIDAD EXTERIOR MOVIL Y SU DIMENSIONAMIENTO EN LAS DIFERENTES MODALIDADES DE TRANSPORTE PÚBLICO Y COMERCIAL Y PRIVADO.

PUBLICIDAD MÓVIL .- TROLEBUS



Fachada lateral izquierda.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior.

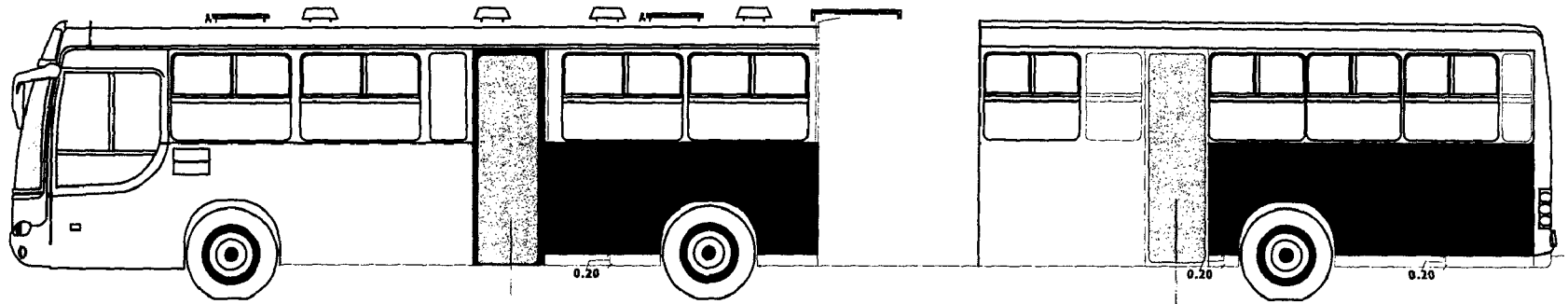
Fachada Posterior.

Identificación LMU-PE No.

■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO. Febrero - 2011

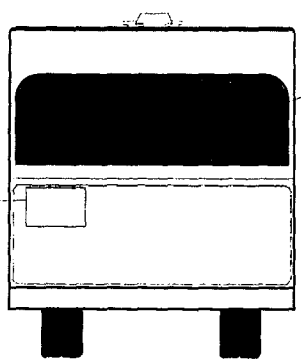
MOVILIDAD PÙBILICA - ARTICULADO.
MARCA SCANIA



Puerta de emergencia.

Fachada lateral izquierda.

Puerta de emergencia.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior.

Identificación LMU-PE No.

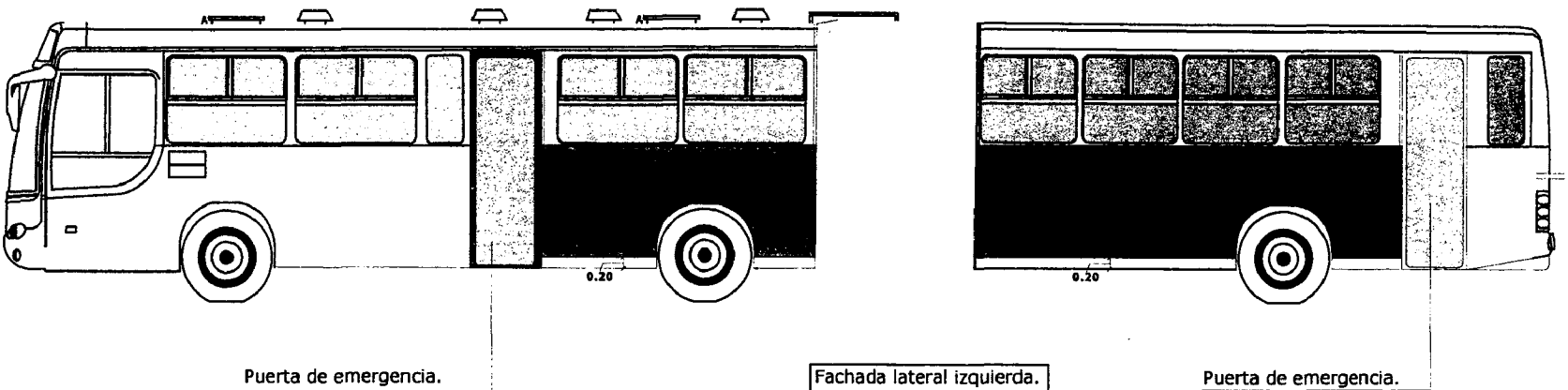
Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

PUBLICIDAD MOVIL.- ARTICULADO.
MARCA VOLVO

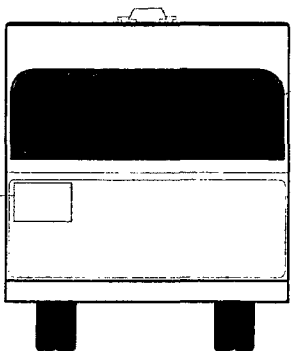


Puerta de emergencia.

Fachada lateral izquierda.

Puerta de emergencia.

Identificación
LMU-PE No.

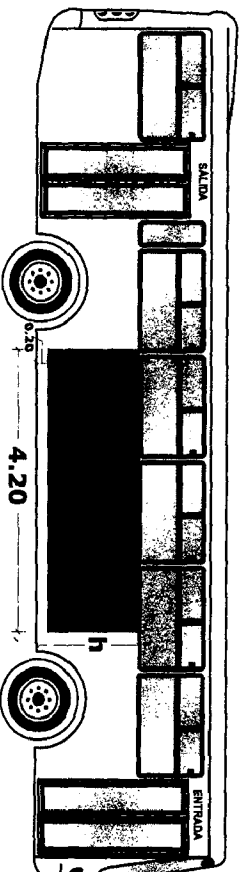


Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior.

Fachada Posterior.

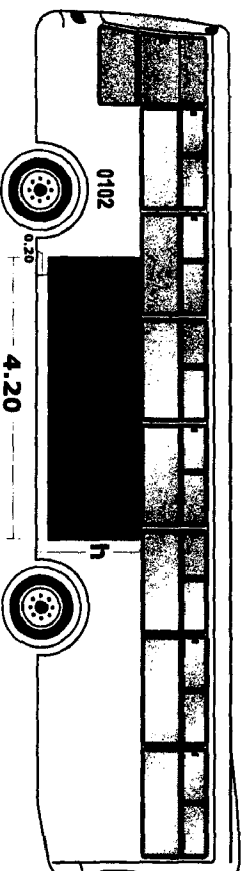
■ Ubicación del elemento publicitario.

MOVILIDAD PIVIL BUS DE TRANSPORTE
PÚBLICO / BUS TIPO I Y II



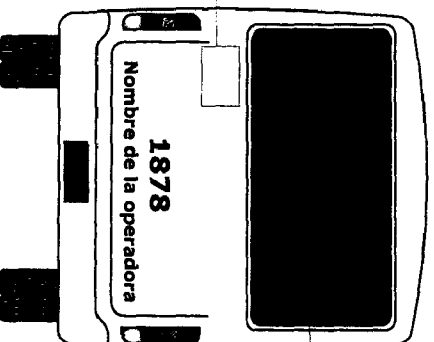
h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.

Identificación
LMU-PE No.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

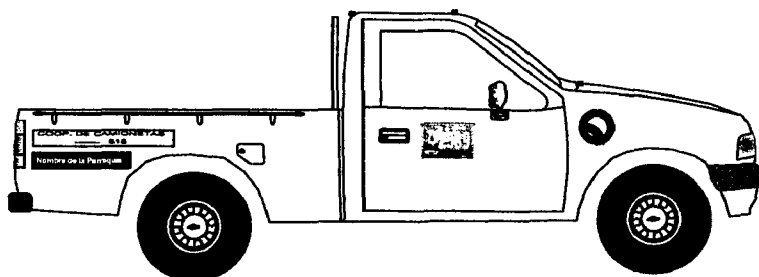
Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

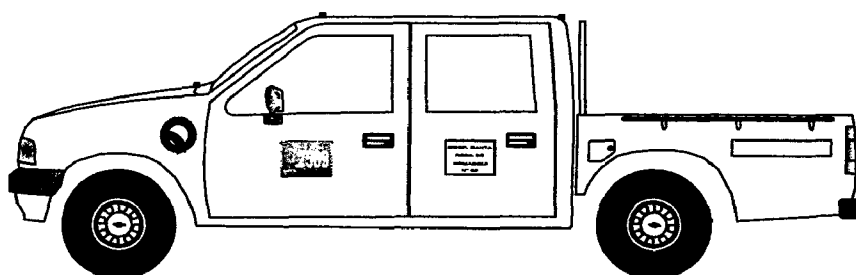
GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO. Febrero - 2011

cr

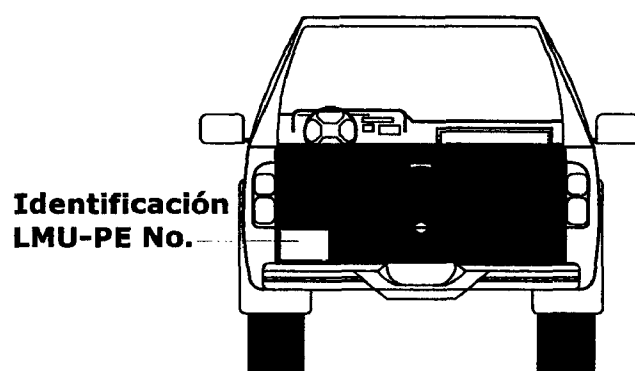
PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA. SERVICIO PÚBLICO.



CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.



Identificación
LMU-PE No.

■ Ubicación del elemento publicitario.

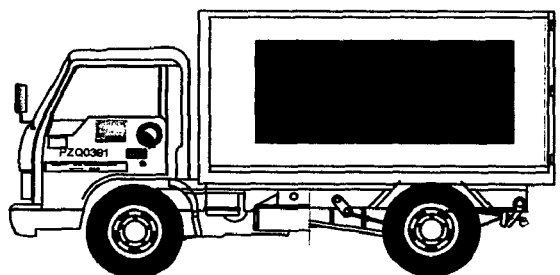
GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

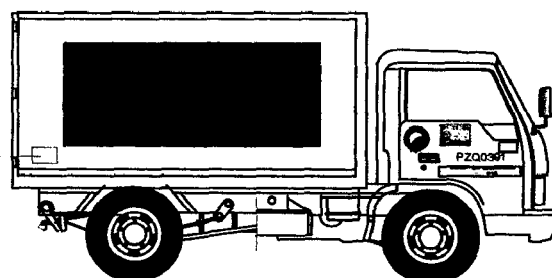
PUBLICIDAD MOVIL .- CARGA LIVIANA SERVICIO PÚBLICO. (3.5 T.)

El elemento publicitario deberá utilizar un espacio que corresponde al 50% del área del plano receptor de la publicidad.

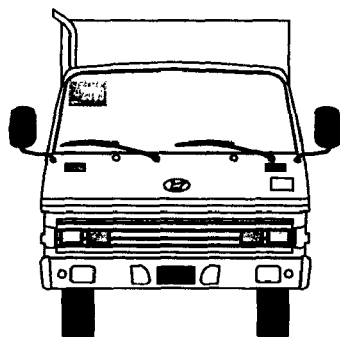


Fachada lateral izquierda.

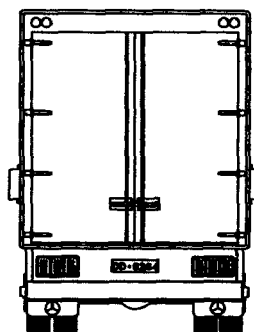
Identificación
LMU-PE No.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



Fachada Posterior.

 Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

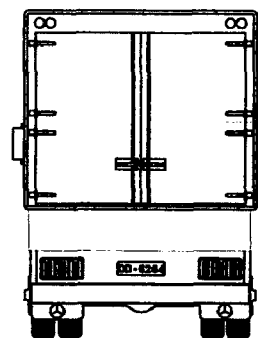
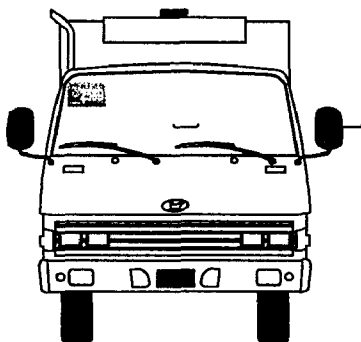
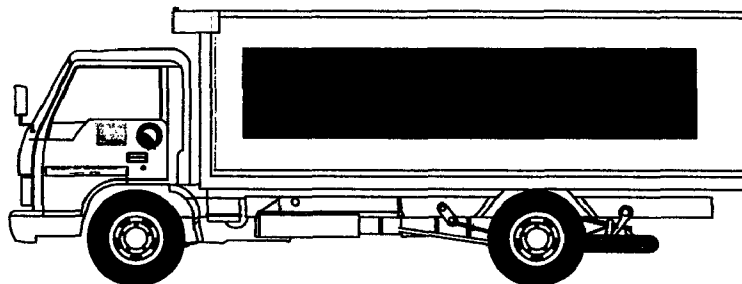
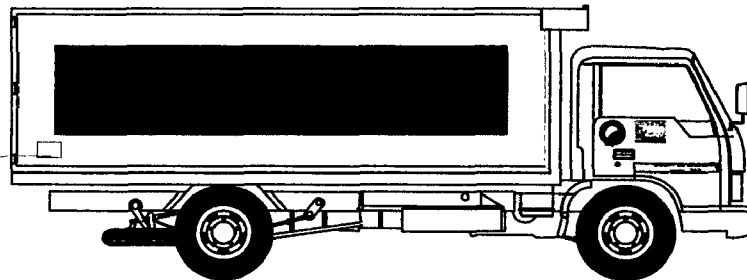
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA SERVICIO PÚBLICO. (7.5 T.)

El elemento publicitario deberá utilizar un espacio que corresponde al 50% del área del plano receptor de la publicidad.

Identificación
LMU-PE No.



■ Ubicación del elemento publicitario.

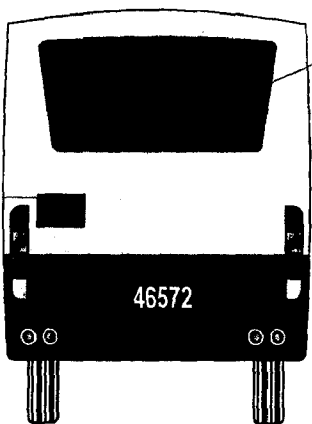
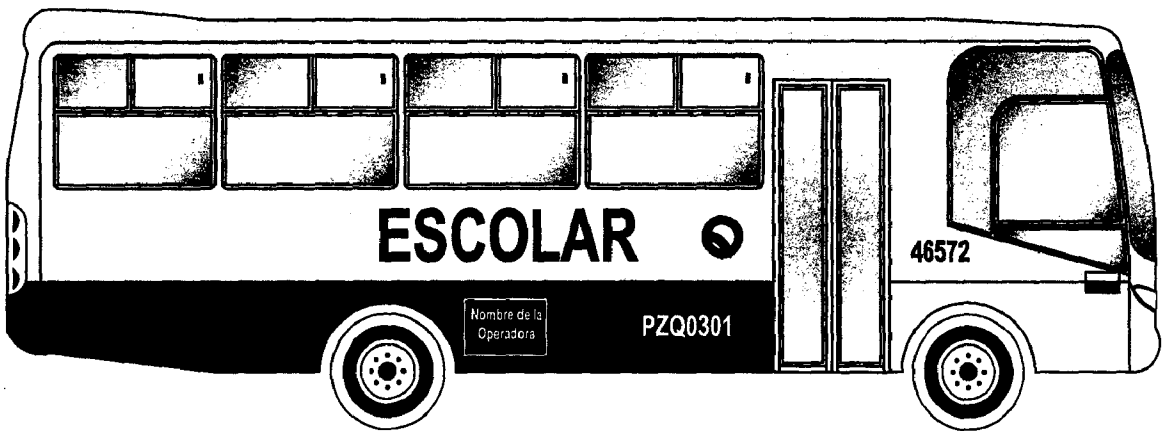
GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

7

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS ESCOLAR



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisa posterior.

Identificación
LMU-PE No.

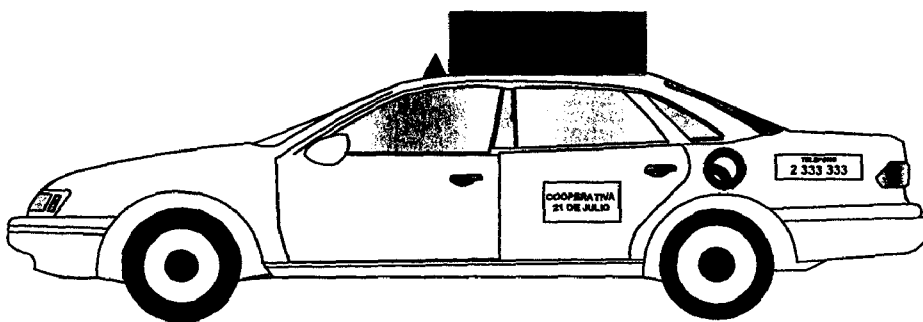
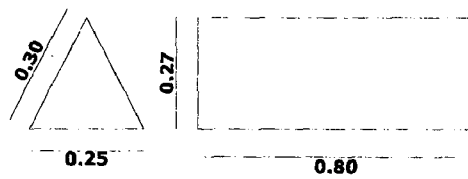
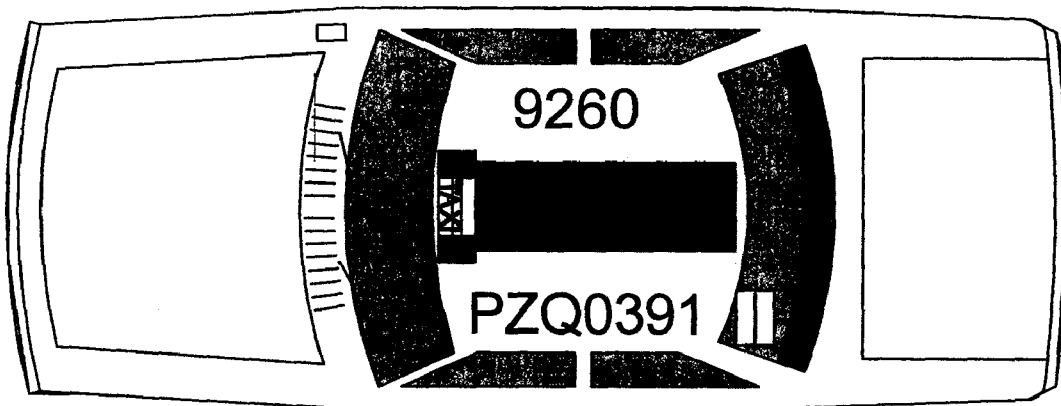
Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPM-MOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

PUBLICIDAD MOVIL. - TAXI.

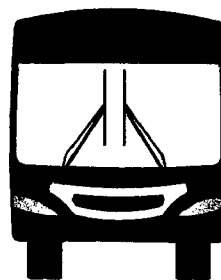
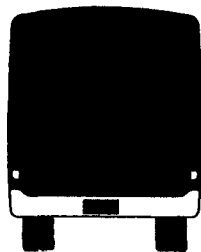
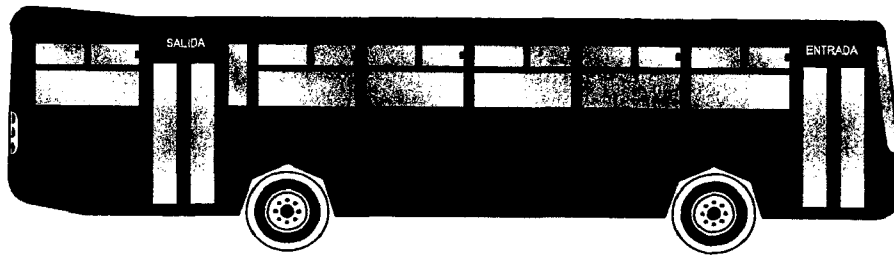


GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PUBLICO.

Febrero - 2011

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS PARTICULAR



VIGENTE PARA BUS - MINI *BUS - FURGONETAS DE USO PARTICULAR O DE CUENTA PROPIA.

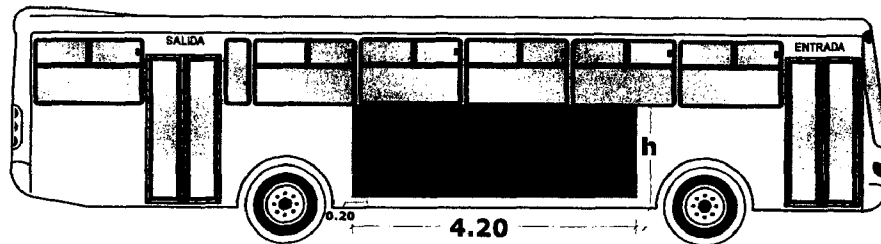
■ Ubicacion del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

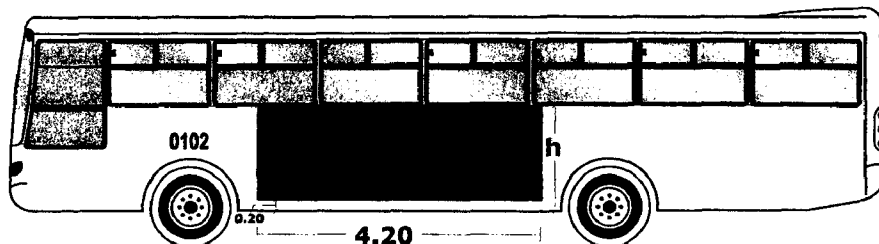
Febrero - 2011

PUBLICIDAD MOVIL BUS DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.



h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.

**Identificación
LMU-PE No.**



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Fachada Posterior.

■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

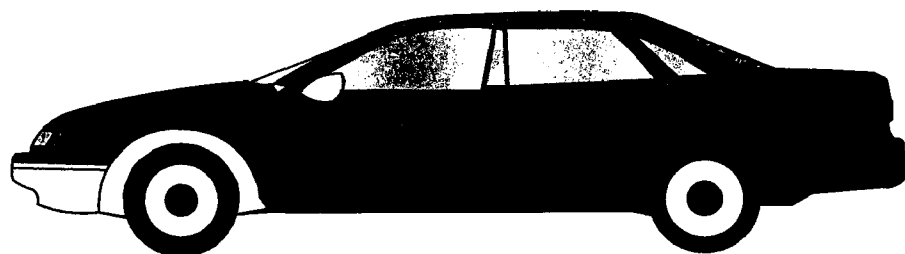
UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

PUBLICIDAD MÓVIL. - VEHÍCULOS PARTICULARES



vista en planta



Fachada lateral izquierda

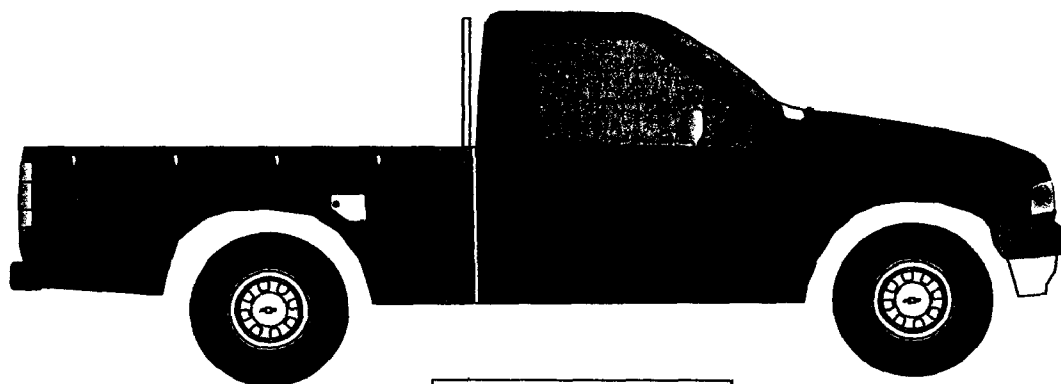
■ Ubicación del elemento publicitario.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

**PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA.
SERVICIO PRIVADO.**

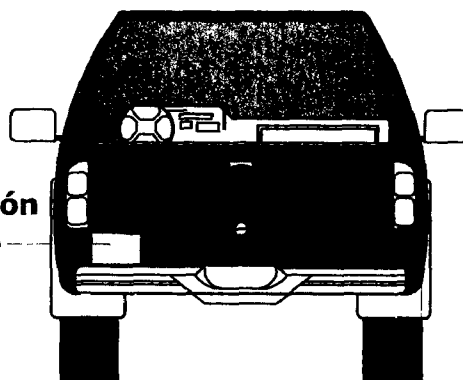


CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.

**Identificación
LMU-PE No.**



 **Ubicación del elemento publicitario.**

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMOP

UNIDAD DE TRANSPORTE PÚBLICO.

Febrero - 2011

Eje Territorial F



Jorge Albán Gómez
Vicepresidente del Concejo

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Oficio No. 130-VCMQ
DMQ, a 17 de enero de 2011

Señora
Elizabeth Cabezas
PRESIDENTA
COMISIÓN DE SUELO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL
Quito

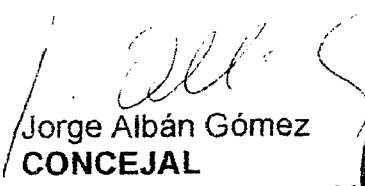
De mi consideración:

En referencia a la Ordenanza Metropolitana No. 130 que establece el régimen administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior-LMU 41, a continuación encontrará la propuesta de inserción del Numeral 6 como parte del artículo 48, del siguiente tenor:

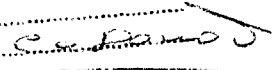
Numeral 6. Para los casos de colocación de publicidad en espacio público de dominio privado, sólo las Empresas Publicitarias que cuenten con contratos de concesión podrán colocar Publicidad Exterior de Terceros en dicho espacio público de dominio privado, para lo cual suscribirán con particulares los contratos correspondientes de arrendamiento en los términos que acuerden, únicamente para el plazo de la concesión.

Para los efectos de ley, solicito a usted se sirva dar el trámite respectivo en el seno de la Comisión que usted preside.

Atentamente,


Jorge Albán Gómez
CONCEJAL
Municipio del Distrito Metropolitano de Quito



ELIZABETH CABEZAS S.
CONCEJALA - QUITO D.M.
DOCUMENTO:.....
FECHA: 17 de Enero de 2011
ORA:.....
FIRMA DE RECEPCIÓN: 



Secretaría
**General del
Concejo**

**OBSERVACIONES RECIBIDAS EN PRIMER DEBATE AL PROYECTO DE
ORDENANZA REFORMATORIA DE LA ORDENANZA No. 330, QUE
ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA
METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

- Se sugiere que en el texto de la Disposición Primera, numeral 1, se incluya el término "legalizar", de tal forma que el texto diga: "Los administrados tienen un plazo de 90 días calendarios para legalizar o retirar la publicidad exterior y los soportes publicitarios que no hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de sus órganos competentes". (*Alonso Moreno*).
- Se sugiere incluir normas que regulen el contenido de la publicidad exterior. (*Dénnecy Trujillo*).
- Se debe establecer un tiempo de permanencia en aquellos espacios que son subastados, de tal forma que no se promocióne el monopolio. (*Nicolay Chávez*).
- Se debe especificar el alcance del espacio público y la relación que se plantea con el concepto de concesión. (*Norman Wray*).

PAB/Diciembre 20 de 2010



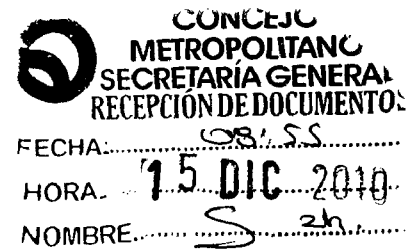
Procuraduría
Metropolitana

16.12.2010: La Comisión de Eje deben trabajar en un texto claro para tratamiento en segundo debate F

Quito, 14 de diciembre de 2010

Oficio No. Exp-1200-07

Abogada
Patricia Andrade Baroja
**SECRETARIA GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO**
En su despacho



Ref.: Oficio No. SG 6308 de 13 de diciembre de 2010

De mi consideración:

En referencia al Oficio No. SG 6308 atinente a 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"), Procuraduría Metropolitana emite el informe legal en los siguientes términos:

1. El Régimen Administrativo de la LMU 41 establece en el Capítulo IX, como régimen de excepción para el reordenamiento de la publicidad exterior de terceros en el Distrito, el régimen jurídico aplicable a dicha actuación (concesión).
2. La colocación de publicidad exterior de terceros en espacio público se sujeta al procedimiento general prescrito en el precitado Capítulo, que incluye una subasta al alza, la adjudicación a la empresa publicitaria ganadora y la suscripción de un contrato de concesión.
3. La propuesta de reforma normativa remitida a esta Dependencia busca diferenciar el régimen jurídico aplicable para la publicidad exterior de terceros (licencia o concesión), diferenciando el espacio público de dominio público, del espacio público de dominio privado (incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior). Al efecto, se debería considerar:

a) La posibilidad de reordenar el espacio público actualmente utilizado por las empresas publicitarias sería mayor con la concesión, en razón de que dicha publicidad se encuentra colocada principalmente en espacio público de dominio privado.

b) La diferenciación del régimen aplicable a la publicidad exterior de terceros, en razón del espacio público de dominio público o privado, plantearía un problema de eficacia o aplicación, en tanto la opción de la concesión no sería atractiva para el administrado.

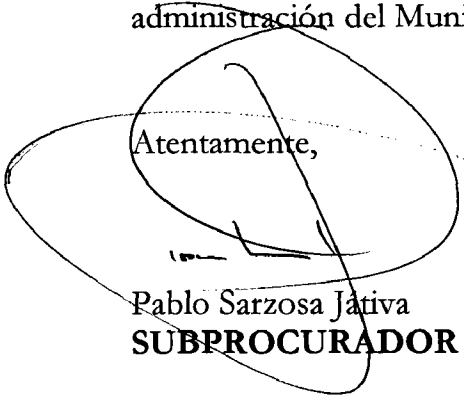
c) Los efectos jurídicos que tal distinción provocaría, además, tienen que ver con la disputa entre particulares de los espacios públicos actualmente ocupados para publicidad exterior de terceros.

d) La solución o fórmula (primero llegado primero autorizado, planteada en el licenciamiento con la reforma y régimen transitorio) podría propiciar la práctica de monopolios y oligopolios privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

4. La Ordenanza Metropolitana compatibilizaría, con el contenido aprobado, la actuación publicitaria con 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.

5. No obstante lo anterior, siendo un asunto de política legislativa y no de técnica jurídica, la oportunidad, mérito y conveniencia de las decisiones de gestión incorporadas en el proyecto de reforma, son de competencia del gobierno y administración del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Atentamente,


Pablo Sarzosa Jativa

SUBPROCURADOR METROPOLITANO



Comisión de Suelo y
Ordenamiento Territorial

Econ. Elizabeth Cabezas
Presidenta

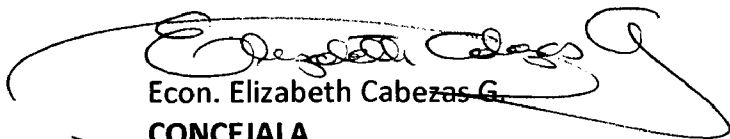
Quito, 13 de diciembre del 2010
Oficio No. 622-EC

Doctora
Patricia Andrade B.
SECRETARIA GENERAL
CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO
Presente

De mi consideración:


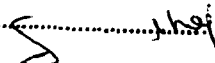
Adjunto al presente, envié observaciones a ser incorporadas en la Ordenanza de Publicidad Exterior, de acuerdo a la conversación mantenida con usted.

Con un atento y cordial saludo,


Econ. Elizabeth Cabezas G.
CONCEJALA
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Adj. Lo indicado

EC/cded.


CONCEJO
METROPOLITANO
SECRETARIA GENERAL
RECEPCION DE DOCUMENTOS
FECHA: 09. 20
HORA: **13 DIC 2010**
NOMBRE: 

Artículo 21, Numeral Segundo: La publicidad exterior de terceros colocada en el espacio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de éste título.

Artículo 44: 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 sujetara 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”. Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

Artículo 45: Empresas Publicitarias.- La Publicidad Exterior de terceros en espacio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”, sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Artículo 47. Concesión de Espacios Públicos,

Numeral 2: Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, sea de dominio público o municipal, para la colocación de Publicidad Exterior de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios.

Art. 48.

Numeral 1.- Para la colocación de Publicidad exterior de terceros en espacio público, de dominio público susceptible de publicidad exterior, en los sitios determinados como Puntos de Publicidad exterior en el espacio público, las empresas publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos

CD