

**EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO**

Vistos los Informes Nos. IC- 98- 495 de 2 de diciembre de 1998 e IC-99-23 de 7 y 19 de enero de 1999 de la Comisión de Legislación, y;

**EN USO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES:****EXPIDE:**

**LA REFORMA AL CAPITULO I DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL TITULO III, DE LOS ROTULOS Y CARTELES, DEL LIBRO SEGUNDO DEL CODIGO MUNICIPAL**

**TITULO III  
DE LOS ROTULOS Y CARTELES****CAPITULO I  
De la Publicidad Exterior**

Art. II.241.- PUBLICIDAD EXTERIOR.- Para los fines de este Capítulo, se entiende por publicidad exterior la que tiene por objeto difundir un mensaje publicitario en espacios públicos o en inmuebles de propiedad privada, cualquiera sea el medio material, mediante carteles fijos o móviles, iluminados o no, que se utilicen para transmitir el mensaje.

Es publicidad exterior la realizada en:

- a) Vías, plazas, recintos para espectáculos públicos, instalaciones de uso o servicio público o de utilización general tales como aeropuertos, estaciones de buses o trolebuses y estacionamientos;
- b) El espacio aéreo; y,
- c) Inmuebles de propiedad privada, incluso cuando se trate de edificaciones en proceso, medianerías visibles desde la vía pública, vallas de obras y muros de cerramiento, estructuras metálicas o de madera que cierren fachadas para obras de mantenimiento o conservación y fachadas laterales o culatas de un inmueble.



Art. II.242.- CASOS NO COMPRENDIDOS EN ESTE CAPITULO.- Las normas de este capítulo no son aplicables a:

- a) Los signos o señales públicas de tráfico para la seguridad control o información, así como los de señalización de emplazamientos de lugares de interés turístico y similares, en vías urbanas o suburbanas;
- b) DEROGADO
- c) Las que se realicen en bienes de dominio público, que se someterán a las normas especiales del sistema de concesión o convenios de cooperación que no persigan fines de lucro;
- d) Las instalaciones que se realicen en o sobre vehículos automotores de cualquier tipo, destinados al transporte público; y,
- e) Los mensajes que de cualquier manera tiendan a la promoción de candidaturas o sus programas para la captación de sufragios, que están sujetos a lo previsto en el Capítulo siguiente.

Art. II.242a.- PUBLICIDAD QUE NO GENERA EL PAGO DE TASAS.- Se considera publicidad exterior, pero no genera el pago de la tasa correspondiente, la que se coloque en bienes en los que se realicen actividades profesionales y artesanales, para hacer conocer el nombre o la razón social de la persona o empresa que las lleva a cabo, a excepción del Centro Histórico, donde se permitirá la colocación de un solo rótulo por razón social o actividad y este si generará el pago de tasas.

Art. II.243.- CONTROL DEL MUNICIPIO.- El Municipio ejercerá control sobre las actividades de publicidad en lo relativo al emplazamiento, seguridad, y el ornato de la instalación publicitaria pudiendo retirarla si no cumple con las normas de esta Ordenanza, a costa del anunciante.

Art. II.244.- PROHIBICIONES GENERALES.- Se prohíbe toda manifestación de publicidad exterior:

- a) En y sobre los edificios declarados monumentos históricos o artísticos de carácter nacional o local, así como en sus inmediaciones cuando, por su emplazamiento, la publicidad oculte o impida, total o parcialmente, la contemplación directa de los edificios;
- b) En todo el ámbito de los conjuntos urbanos declarados de interés histórico artístico;



- c) En todo el ámbito de los espacios naturales protegidos;
- d) En las márgenes de ríos y quebradas;
- e) En los árboles, áreas verdes, jardines y parques públicos;
- f) En los postes de alumbrado eléctrico;
- g) A través de pancartas de cualquier material atravezadas en las vías; y,
- h) A una distancia no menor de veinte metros de puentes, pasos a desnivel, redondeles e intersecciones de vías.

Se prohíbe, con carácter general, el empleo de publicidad exterior que, por sus características o efectos, sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desórdenes públicos, así como la que utilice al ser humano de manera que degrade su dignidad.

Art. II.244a.- EXCEPCIONES.- No obstante lo previsto en literal d) del artículo anterior, podrán colocarse letreros publicitarios junto a una vía carrozable que se halle en la margen de un río o quebrada, siempre y cuando se cumplan los siguientes requisitos:

- a) Que tengan como fondo el talud de la vía;
- b) Que se coloquen de tal manera que solo puedan ser observados desde la vía;
- c) Que se encuentren colocados entre ellos a distancias no menores a ciento veinte metros.

Art. II.245.- PROHIBICIONES PARTICULARES.- Se prohíbe, con carácter particular:

- a) La presentación de publicidad pintada, dibujada o escrita directamente en paredes, edificaciones, muros, o cercas, así como la colocación o fijación directa de mensajes publicitarios plasmados en carteles u otros medios, que no sean en soportes especialmente diseñados, contruidos y autorizados con tal fin;
- b) La colocación o fijación de mensajes publicitarios o de razón social en bandera que sobresalgan de la línea de fábrica;
- c) Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan deslumbramiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o de seguridad luminosa;



## ORDENANZA METROPOLITANA No.

- d) La publicidad que se coloque sobre terrazas, techos o cubiertas de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificaciones que no posean cubiertas;
- e) La colocación de publicidad en los retiros y parqueaderos de centros comerciales, terminales terrestres, estaciones de trolebús y en general de uso público;
- f) La colocación de vallas, carteles u otros elementos para la presentación de publicidad que, por su ubicación o dimensiones, impida o entorpezca total o parcialmente la visión de otra valla o elemento de publicidad previamente autorizado.
- g) Leyendas de auspicio en la publicidad ubicada en el Centro Histórico.
- h) La instalación de publicidad exterior en edificios que constituyen inventario selectivo, ubicados en el Centro Histórico.
- i) El uso de materiales disonantes en áreas históricas, tales como neón, fluorescentes, colores fuertes, etc.

Art. II.246.- LUGARES EN QUE PUEDE AUTORIZARSE PUBLICIDAD EXTERIOR.-  
Puede autorizarse el montaje de instalaciones de publicidad exterior en:

- a) Fachadas laterales o culatas de un inmueble;
  - b) Vallas de obras y muros de cerramiento de las mismas;
  - c) Estructuras metálicas o de madera que cierren fachadas con el fin de proceder a su pintura o para la realización de obras interiores en los edificios;
  - d) Solares sin edificar, sin que se consideren tales los ocupados por instalaciones o construcciones de tipo precario o de dimensiones inferiores a sesenta metros cuadrados;
  - e) Medianerías visibles desde la vía pública;
  - f) Edificaciones en proceso de construcción, carpas o elementos que sirvan de protección, a una altura no mayor a la del edificio.
- 



Sin perjuicio de lo anterior en el Centro Histórico los anuncios deberán ubicarse en zaguanes de ingreso bajo la modalidad de directorio, en los inmuebles o edificaciones que tengan usos múltiples, destinados a consultorios, comercios interiores, u oficinas profesionales.

Art. II.247.- **INSTALACION.**- La publicidad exterior realizada a través de anuncios, carteles, dibujos, textos o, en general, mensajes reproducidos para su fijación a la vista del público, solo puede colocarse en instalaciones permanentes o temporales, que cuenten con la respectiva autorización o permiso municipal.

Se entiende por instalación, a dicho efecto, la cartelera o soporte construido y destinado a la fijación o exposición del mensaje aludido en el inciso anterior.

Art. II.248.- **ESTRUCTURAS DE SUSTENTACION.**- Las estructuras de sustentación y los marcos de las carteleras, incluyendo la señalización vial, deben estar diseñados y construidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que se garantice la seguridad pública, por su solidez y estabilidad, y una resistencia adecuada a los eventos naturales. En el Centro Histórico, además, siempre deberá ir empotrada en un área plana y sin sobresalir más de 25 cms.

Art. II.248.a.- **DE LA CONCESION.**- En el caso de concesión de publicidad en vías y parterres del Distrito Metropolitano de Quito, la instalación de los elementos de publicidad deberá cumplir las siguientes distancias mínimas: entre un módulo y otro, será de 80 metros lineales, y desde las intersecciones de las vías esta será de 20 metros, tanto en aceras como en parterres, a fin de no obstaculizar la visibilidad de los conductores.

En todo caso no podrán interrumpirse las rampas de personas discapacitadas, ni la libre circulación de peatones.

Los módulos de publicidad deben estar bien iluminados y con diseños adecuados, de tal manera que no distorsionen el entorno que los rodea. El costo del servicio de electricidad en los módulos deberá ser pagado por el Concesionario. En ningún caso el Municipio de Quito estará obligado a invertir recursos propios para cubrir ningún costo.

Al pie de cada módulo y con el fin de evitar el acceso o daños al mismo, el concesionario deberá construir una jardinera con plantas ornamentales alrededor de la base del módulo. El mantenimiento tanto del módulo como de la jardinera deberá ser permanente y será de responsabilidad del concesionario. Si el concesionario no efectuare este mantenimiento, lo hará el municipio a costa del infractor, siendo esta falta de cumplimiento, causal para terminar el convenio



Art. II.249.- DIMENSIONES MAXIMAS.- Las dimensiones máximas permitidas para los anuncios, carteles, dibujos, textos o en general, mensajes publicitarios, serán las siguientes:

- a) En las fachadas laterales y culatas de los inmuebles, un área equivalente al veinte por ciento de la fachada y no superior a treinta y seis metros cuadrados;
- b) En los solares sin edificar, respetando el retiro correspondiente a la zonificación, un área equivalente a veinticuatro metros cuadrados a una altura máxima de siete metros medidos desde el nivel de la acera;
- c) En las vallas de obras y muros de cerramiento, estructuras metálicas o de madera que cierren fachadas y en las medianerías visibles desde la vía pública, un área equivalente al veinte por ciento de la valla, muro de cerramiento, estructura metálica o de madera y medianería y no superior a treinta y seis metros cuadrados, a una altura máxima de siete metros medidos desde el nivel de la acera.
- d) En los solares no edificados de vías expresas, un área no superior a cuarenta metros cuadrados, con una altura máxima de nueve metros, siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos:
  - I) En ningún caso podrá tapar el paisaje, ni colocarse del lado de la vía que tenga pendiente negativa; y,
  - II) Deberán estar colocados a una distancia no menor de ciento veinte metros uno de otro;
- e) En las áreas históricas y en las edificaciones patrimoniales aisladas solo se permitirá exponer anuncios de acuerdo a lo estipulado en el artículo II.242.a, con un área máxima de uno coma diez metros cuadrados y con el lado mayor no superior a un metro con ochenta centímetros de ancho. En ningún caso se sobrepasarán las dimensiones de vanos o aperturas de fachadas.
- f) No se podrá instalar publicidad en las aceras o parterres que tengan menos de 3 metros de ancho.
- g) El ancho máximo del módulo deberá ser tal que permita disponer de una circulación de un metro de ancho por cada lado del módulo. En ningún caso podrá sobrepasar los dos metros de ancho. y;



- h) Las dimensiones de los módulos de publicidad no podrán ser mayores a cuatro metros cuadrados, y tendrán un máximo de dos caras de publicidad; la altura libre entre el piso y la parte inferior de la publicidad, será de 2.10 mts. en las aceras, y de 1.50 mts en los parterres.

Art. II.250.- OTORGAMIENTO DEL PERMISO.- Corresponde a los Administradores Zonales otorgar autorizaciones para las instalaciones de publicidad exterior, además controlar y verificar los permisos, convenios o concesiones de publicidad, en el ámbito de sus respectivas zonas metropolitanas.

Art. II.251.- CLASES DE PERMISOS.- Los permisos para instalaciones de publicidad exterior son:

- a) De corto plazo, por un período máximo de seis meses;
- b) De mediano plazo, de seis meses un día a un año y,
- c) De largo plazo, por un período de un año un día hasta máximo cinco años
- d) Para el caso de instalación de publicidad en aceras y parterres el tiempo de la concesión no será mayor de cinco años.

Los permisos pueden ser renovados indefinidamente, mientras subsistan las circunstancias existentes al momento de su otorgamiento, previo el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes.

Art. II.252.- SOLICITUD PARA LA CONCESION DE PERMISOS.- Para la instalación de publicidad exterior, debe presentarse una solicitud de permiso ante el Administrador Zonal en cuya jurisdicción se la vaya a ubicar.

En caso de solicitudes de permisos a mediano y largo plazo, deberán acompañarse los siguientes documentos:

- a) Croquis de situación y fotografía actual del lugar;
- b) Plano de situación de la instalación;
- c) Documento que acredite la propiedad del inmueble o autorización escrita del propietario del bien en el que se vaya a realizar la instalación y copia de la carta del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud. y,



d) En el caso de instalación en aceras y parterres, el interesado deberá presentar en su propuesta el número de módulos y su ubicación exacta durante todo el tiempo propuesto para el convenio de cooperación o de concesión.

En el caso de solicitudes de permisos a corto plazo, los documentos que deberán acompañarse serán los siguientes:

- a) Plano de la instalación; y,
- b) Escritura pública que acredite la propiedad o autorización escrita del propietario del inmueble en el que vaya a realizarse la instalación.

Se autorizan los rótulos de conformidad a lo dispuesto en el artículo II.242a, con leyenda del auspiciante, a excepción del Centro Histórico, al tenor de lo dispuesto en el artículo II.245, literal g), la misma que podrá ocupar hasta un tercio del rótulo y se deberá pagar la tasa fijada por el área total del anuncio, siempre y cuando cumpla con las demás disposiciones de este Capítulo.

Art. II.253.- EXHIBICION DEL PERMISO.- El titular del permiso hará constar en la esquina inferior izquierda del anuncio, cartel, dibujo o texto de la publicidad exterior el número del permiso municipal y su fecha de vencimiento. Esta información estará enmarcada y tendrá medidas no inferiores a 0,3 por 0,1 metro.

Art. II.254.- EFECTOS DEL PERMISO.- La titularidad del permiso municipal en materia de publicidad exterior implica:

- a) La imputación, de derecho, de las responsabilidades que se deriven de las instalaciones de la publicidad exterior; y,
- b) La obligación de pago de la tasa correspondiente por servicios administrativos. y,
- c) Para el caso de concesión de publicidad en áreas de uso público se aplicará la siguiente fórmula, para el cálculo de la regalía que deberá pagar el concesionario al Municipio y que en ningún caso podrá ser menor al monto mínimo estipulado para el pago de regalías en la Ley de Régimen Municipal:

$$\text{REGALIA} = N \times 40\% \text{ SMV} \times (\text{AREA DE MODULOS M2})$$

Donde: N = Número de módulos  
SMV = Salario Mínimo Vital

**ORDENANZA METROPOLITANA No.**

Art. II.255.-OBLIGACION DE DESMANTELAR LA INSTALACION.- El titular del permiso municipal está obligado a desmantelar las instalaciones y retirar la totalidad de los elementos publicitarios al vencimiento del plazo del permiso.

Si no lo hiciere durante los quince días posteriores al vencimiento del permiso, el Comisario Metropolitano retirará las instalaciones y demás elementos a costa del titular, pudiendo permanecer en las bodegas municipales por un tiempo máximo de 30 días, al cabo de los cuales serán dados de baja y podrá disponerse de ellos libremente.

Art. II.256.-MANTENIMIENTO DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS.- El titular de un permiso de publicidad exterior está obligado a mantener en buen estado los elementos publicitarios. Si éstos se hallaren deteriorados, el Comisario Metropolitano le notificará tal hecho y el titular deberá sustituirlos en el plazo de quince días, transcurridos los cuales se dispondrá el retiro de los elementos a costa del titular. Al efecto se aplicará lo dispuesto en la última parte del artículo anterior.

Art. II.257.-REGISTRO.- Las administraciones zonales llevarán un registro numerado y cronológico, tanto de las solicitudes para la instalación de publicidad exterior, como de los permisos concedidos, con la fecha de vencimiento del permiso.

En el caso de existir dos solicitudes para la instalación de publicidad exterior con idéntica ubicación, se concederá el permiso a la presentada con anterioridad.

Art. II.258.-SANCIONES.- El montaje de instalaciones y la realización de actos de publicidad exterior sin permiso o en contradicción con las disposiciones de este capítulo, constituyen infracciones graves que serán sancionadas con el retiro de la publicidad exterior a costa del anunciante y con multa equivalente a un salario mínimo vital general por cada metro cuadrado o fracción de metro cuadrado del aviso publicitario.

La violación de cualquiera de las disposiciones sobre emplazamiento, seguridad y ornato establecidas en este Capítulo, constituyen infracciones que serán sancionadas con el retiro de la publicidad exterior a costa del anunciante y con una multa equivalente al treinta por ciento de un salario mínimo vital general, por metro cuadrado o fracción del aviso publicitario.

El Comisario Metropolitano impondrá las multas siguiendo el procedimiento establecido en el artículo 604 del Código Penal.

Art. II.258.a.- AUTORIZACION DE SIMBOLOS EN BANDERA.- Se autoriza la instalación de símbolos en bandera sobre línea de fábrica para los servicios de emergencia, unidades de salud pública y privadas, farmacias, policía, Cruz Roja, bomberos y Defensa Civil, excepto en el Centro Histórico.

El diseño y formato respectivo deberán ser solicitados a la Administración Zonal correspondiente y las dimensiones serán de cuarenta por cuarenta centímetros a una altura de dos metros y medio del nivel de la acera.

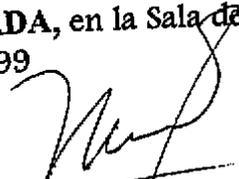


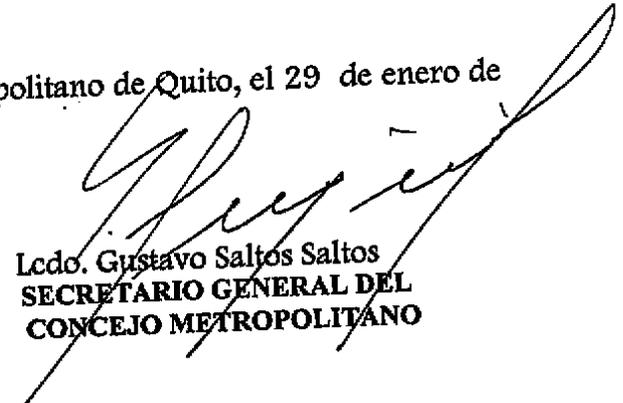
DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Todos aquellos permisos o convenios de concesión o de cooperación que se hallen en trámite en las Administraciones Zonales a partir de la fecha de aprobación en primera discusión, deberán sujetarse a las disposiciones aprobadas mediante esta Ordenanza.

SEGUNDA.- Todos los concesionarios o titulares de permisos de publicidad deberán sujetarse a esta disposiciones, para lo cual se concede el plazo de 6 meses, contados a partir de la vigencia de esta Ordenanza.

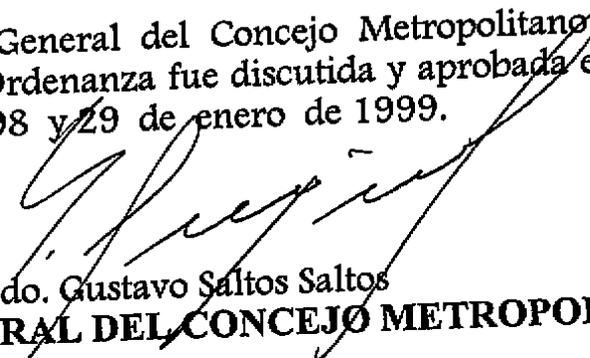
DADA, en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano de Quito, el 29 de enero de 1999

  
Ing. Manuel Nieto  
PRIMER VICEPRESIDENTE DEL  
CONCEJO METROPOLITANO (E)

  
Lcdo. Gustavo Saltos Saltos  
SECRETARIO GENERAL DEL  
CONCEJO METROPOLITANO

**CERTIFICADO DE DISCUSION:**

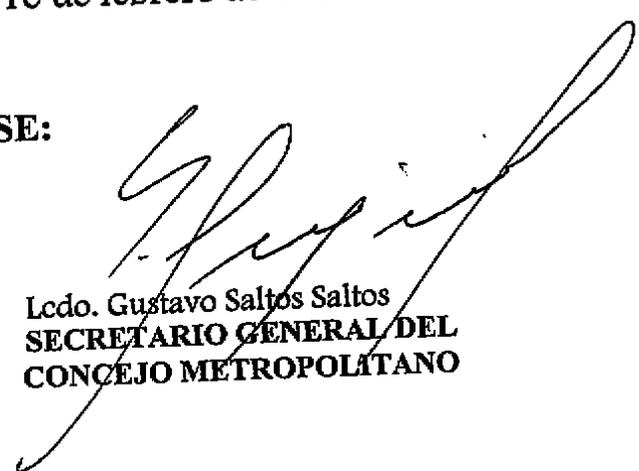
El infrascrito Secretario General del Concejo Metropolitano de Quito certifica que la presente Ordenanza fue discutida y aprobada en sesiones de 5 de noviembre de 1998 y 29 de enero de 1999.

  
Lcdo. Gustavo Saltos Saltos  
SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO

ALCALDIA DEL DISTRITO .- Quito, 10 de febrero de 1999

EJECUTESE:

  
Sr. Alfonso Laso Bermeo  
ALCALDE DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO (E)  
R.B

  
Lcdo. Gustavo Saltos Saltos  
SECRETARIO GENERAL DEL  
CONCEJO METROPOLITANO