



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°
EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO:

- Que** el espacio público, privado y de servicio general del Distrito Metropolitano de Quito ha sido invadido con toda clase de publicidad exterior, contaminando el aspecto visual, en detrimento de la salud de los habitantes de esta jurisdicción territorial;
- Que** es obligación del Concejo Metropolitano de Quito, al amparo de lo prescrito en el numeral 3 del Art. 2 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, prevenir y controlar cualquier tipo de contaminación ambiental, por lo mismo rehabilitar el espacio público;
- Que** de conformidad a lo determinado en el numeral 6 del Art. 23 y Art. 86 de la Constitución Política de la República, es obligación del Municipio velar por conservar y mantener un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, para lo cual se establecerán las restricciones al ejercicio de determinados derechos y libertades;
- Que** de conformidad a lo determinado en la parte final del inciso primero del Art. 252 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, la Administración Municipal puede autorizar la explotación o uso individual de los bienes municipales de uso público, previo pago de la regalía respectiva;
- Que** de conformidad a lo determinado en el literal f) del Art. 154 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, es obligación de la Municipalidad controlar la propaganda que se haga dentro de su jurisdicción;
- Que** mediante la Ordenanza Metropolitana No. 055 y las Resoluciones Administrativas de la EMSAT números 0031 y 0033 de 2 y 5 de julio del 2004, se emitieron regulaciones sobre la publicidad en las unidades de transporte público, que deben ser incorporadas en este capítulo, así como las referidas al control y autorización de la publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito;
- Que** para cumplir lo dispuesto en el literal f) del Art. 1. 480 del Código Municipal, y conseguir la recuperación y rehabilitación del espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, es preciso establecer un sistema administrativo y financiero que permita y estimule su gestión y administración desconcentrada, eficiente y eficaz;



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

Que el inciso tercero del Art. 234 de la Constitución Política de la República del Ecuador, otorga a los Concejos Municipales la competencia para planificar, organizar y regular el tránsito y transporte terrestre;

Que el numeral 2 del artículo 2 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, manifiesta que es finalidad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: planificar, regular y coordinar todo lo relacionado con el transporte público y privado dentro de su jurisdicción para lo cual debe expedir, con competencia exclusiva, las normas que sean necesarias;

Que para la utilización racionalizada de las vías públicas y el incremento de los niveles de seguridad vial en el Distrito Metropolitano de Quito, se requiere la formalización de normas de señalización de tránsito que determinen y marquen una política en el manejo de la regulación y administración de todas las vías en Quito;

Que es deber del Concejo Metropolitano, prevenir riesgos y proteger la vida, la salud, el medio ambiente y eliminar prácticas que puedan inducir a error a los usuarios de las vías y espacios públicos.

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 64 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal y Art. 8 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito;

EXPIDE:

LA ORDENANZA METROPOLITANA QUE SUSTITUYE EL CAPÍTULO I "DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR", DEL TÍTULO III "DE LOS RÓTULOS Y CARTELES", DEL LIBRO SEGUNDO DEL CÓDIGO MUNICIPAL, QUE FUE ANTERIORMENTE SUSTITUIDO POR LA ORDENANZA METROPOLITANA No. 096.

Art. 1.- Sustitúyase el Capítulo I, de la Publicidad Exterior, del Título III, del Libro Segundo del Código Municipal, por el siguiente:

**"CAPÍTULO I
DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y DE LA SEÑALIZACIÓN VIAL DE
TRÁNSITO**

**SECCIÓN I
DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR**



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

Art. II. 241.- DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.- Para los fines del presente capítulo, se entenderá por publicidad exterior a la actividad de divulgar, difundir y/o promocionar: marcas, productos, bienes, y/o servicios: comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos; obligaciones; expresiones religiosas; denominaciones de organizaciones sociales y culturales, instituciones públicas, privadas, gubernamentales nacionales e internacionales, instalados en espacios privado, público y/o de servicio general, así como en los medios de transporte que circulan en el Distrito Metropolitano de Quito, cuando se colocan en cualquier cuerpo externo o en las edificaciones para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde el espacio público, a través de los distintos medios definidos en el glosario.

Se incluyen en esta definición la publicidad de marcas que auspicien la instalación de medios, que anuncien denominaciones de equipamientos educativos, deportivos, culturales y de salud de carácter público y/o privado, organizaciones gremiales de obreros, empleados, artesanos, profesionales, y aquellos que promocionan eventos culturales del Gobierno de la Ciudad, Provincial o Nacional, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y Casa de la Cultura Ecuatoriana; de mobiliario urbano, señalización de tránsito, información turística e información ciudadana en general.

Art. II. 241.1 GLOSARIO: Para efectos de aplicación de la presente Ordenanza, se consideran los siguientes conceptos:

Cartel o Pancarta: Constituye todo anuncio pintado y/o impreso por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón, tela u otro material de baja consistencia cuya exposición no supere los treinta días calendario.

Espacio 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.

Espacio Público: Además de lo establecido en los Arts. II.89 y II. 100 del Código Municipal, es espacio público, todo lo susceptible de publicidad exterior, ubicados en cada uno de los bienes de uso público establecidos en los Artículos 252 y 256 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal, cuyo uso por todas las personas es directo, general y gratuito.

Está constituido por elementos construidos y/o naturales destinados por su naturaleza, uso o afectación, a la satisfacción de las necesidades urbanas colectivas.

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

Para efectos de esta ordenanza se constituyen también en espacio público los retiros frontales de edificaciones que se ubiquen hacia ejes de uso múltiple, dado que estos espacios constituyen prolongación de la acera.

Espacio de Servicio General: Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general, en el que la publicidad exterior instalada es visible desde el espacio público. Puede tener correspondencia con los siguientes usos de 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 para el Distrito Metropolitano de Quito.

Instalación.- Colocación del medio publicitario con su respectiva estructura de sustentación o soporte.

Letrero Electrónico: Es una pantalla de dimensiones variables, operada mediante un sistema electrónico, en el cual aparece en forma visual la información publicitaria o aquella requerida.

Lona: Tela fuerte o toldo sobre los que se dibuja o pinta anuncios publicitarios.

Medio de transporte: Es todo vehículo destinado a la transportación de personas, bienes y/o productos.

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, paradas de buses, kioskos o puestos de venta de comida rápida, periódicos, revistas y similares, puestos de limpieza de calzado, señalización interna de parques, plazas y áreas verdes, paneles de información ciudadana, etc..

Mural: Es un medio instalado en las fachadas laterales o posteriores de los edificios, sobre soportes estructurales estáticos que contiene y trasmite mensajes, en una superficie máxima de cuarenta y ocho (48,00) metros cuadrados.

PCC: Punto de comienzo de la curva, origen o inicio de una curva en cualquier vía.

Paletas: Elemento de mobiliario urbano 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 puede sobrepasar los dos metros cuadrados

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

veinticinco decímetros cuadrados, su ancho no supera un metro veinticinco centímetros y su espesor será máximo de treinta centímetros.

Pantalla: Superficie que sirve para proyectar sobre ella imágenes con publicidad.

PTC: Punto de término de la curva.

Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio (Art. 2 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor).

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 autoportante, referido exclusivamente a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en el predio.

Valla Publicitaria: Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, autoportante, susceptible de albergar y transmitir mensajes con una superficie no mayor a treinta y dos metros cuadrados, instalados en retiros frontales y/o laterales de espacio privado.

Art. II.242.- MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- La publicidad exterior puede realizarse a través de los siguientes medios:

Publicidad exterior fija: La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios privados, públicos o de servicio general.

Publicidad exterior móvil: La que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, aviones, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente.

En los medios de transporte terrestre, pueden realizarse a través de pintura, paneles y materiales o elementos adheridos a la carrocería.

8
7



Art. II.243.- EXCEPCIONES A LA OBLIGACIÓN DE PAGO DE REGALÍA Y AUTORIZACIÓN MUNICIPAL.- No se exigirá autorización del Comité Metropolitano de Publicidad Exterior ni del Comité Zonal de Publicidad Exterior como tampoco el pago de regalía, en el caso de que se instalen los elementos detallados a continuación:

- 1.- La publicidad realizada al interior de espacios privados y/o de servicio general, siempre que no sean visibles, apreciables o leíbles desde el espacio público;
- 2.- La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;
- 3.- La publicidad electoral para promoción de candidaturas o sus propagandas en procesos electorales o de consulta popular efectuadas directamente por los partidos y movimientos políticos, la misma que se encuentra regulada por la normativa específica;
- 4.- La publicidad que auspicia y promociona eventos culturales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, y de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, salvo que la misma se pretenda implantar en áreas o edificios declarados de interés histórico, en cuyo caso necesitará de autorización del Comité Metropolitano de Publicidad;
- 5.- Los rótulos y carteles instalados en espacio privado, destinados a ofertar servicios artesanales, haciendo conocer el nombre o la razón social de la persona o empresa que las lleva a cabo, siempre que no cuenten con auspicio publicitario o de marca, no superen un metro cuadrado de superficie, no se hallen implantados en áreas históricas y no contravengan los Arts. II.245 , II. 246 y II. 247 de esta Ordenanza; y,
- 6.- La publicidad en vehículos livianos de propiedad particular que presten servicios de distribución de bienes o servicios, cuyo peso bruto vehicular sea inferior a 2.000,00 Kg. y no contravengan los Arts. II.245, II. 245.1, y II.247 de esta Ordenanza.

Art. II.243.1.- EXCEPCIONES A LA OBLIGACIÓN DE PAGO DE REGALÍA.- No se exigirá el pago de regalía, pero sí la LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR, en el caso de que se instalen los elementos detallados a continuación:

- 1.- La implantación de elementos de señalización de tránsito destinados a informar, controlar, ordenar y dar seguridad a la circulación pública de personas

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

y vehículos en el territorio del Distrito Metropolitano, los que deben instalarse de conformidad con las normas nacionales e internacionales vigentes y atendiendo a las regulaciones emitidas para el efecto, por el Instituto Ecuatoriano de Normalización adoptadas por el Municipio y por la Empresa Metropolitana de Servicio y Administración del Transporte (EMSAT);

2.- La señalización informativa turística oficial en lugares de interés turístico;

3.- La publicidad temporal que se realiza sobre carteles, banderines y lonas, para anunciar eventos populares, cuya exposición no supere los treinta días.

Art. II. 244.- PROHIBICIONES GENERALES.- Se prohíbe con carácter general:

1.- La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público;

2.- La publicidad que utilice al ser humano de manera que degrade su dignidad o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución Política de la República del Ecuador, especialmente en lo que se refiere a los niños, jóvenes, mujeres y grupos étnicos, culturales o sociales;

3.- La publicidad engañosa, es decir aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error a sus destinatarios;

4.- La publicidad subliminal, es decir, la que mediante técnicas de producción de estímulos o de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida;

5.- La publicidad de bebidas alcohólicas, de tabaco y toda aquella que contravenga lo dispuesto en el Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;

6.- La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares;

7.- La señalización de tránsito que contenga publicidad;

8.- La publicidad instalada en las medianeras visibles desde el espacio público.

Art. II. 245.- PROHIBICIONES PARTICULARES PARA LA PUBLICIDAD FIJA.- Se prohíbe con carácter particular:

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

- 1.- La publicidad exterior en y sobre los edificios declarados monumentos históricos y/o artísticos de carácter nacional o local, según el inventario realizado por la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial;
- 2.- La publicidad exterior que por su emplazamiento oculte o impida, total o parcialmente, la contemplación de los edificios descritos en el numeral 1 de este artículo;
- 3.- La instalación de publicidad exterior en las edificaciones galardonadas con el Premio al Ornato, a excepción de los rótulos que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, con autorización del Comité Metropolitano de Publicidad;
- 4.- La publicidad exterior en áreas declaradas de interés histórico y/o artístico, según el inventario selectivo realizado por la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial, con excepción de aquella que corresponde a la razón social o nombre comercial de los locales comerciales, equipamientos o servicios asentados en dichas áreas permitidos por esta ordenanza;
- 5.- Vallas y Tótems en predios con uso de suelo R1 y R2, así como en predios con uso de suelo múltiple en los que el retiro frontal haya sido tratado como prolongación de la acera;
- 6.- Vallas y tótems publicitarios en predios ubicados en áreas históricas;
- 7.- Vallas, murales y/o tótems publicitarios de marcas o servicios ajenos al uso de los predios en los que funcionen establecimientos educativos: fiscales, fiscomisionales, municipales o particulares, recintos policiales o militares, hospitales, clínicas e iglesias de cualquier credo religioso;
- 8.- La publicidad exterior en espacios naturales protegidos;
- 9.- La publicidad exterior en árboles, márgenes de ríos y quebradas y toda aquella que pretenda ser instalada en un radio de doscientos metros (200mts) de miradores y observatorios de la ciudad, definidos por la Administraciones Zonales en el catastro que para tal efecto levantarán;
- 10.- La publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua, luz, teléfonos, postes de semáforos, etc;
- 11.- La publicidad que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización y semaforización de tránsito de cualquier naturaleza;

8
7

r



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

- 12.- La publicidad exterior implantada en predios con uso de suelo residencial R1 y R2 que no se refieran a la razón social o nombre comercial de las actividades comerciales, equipamientos o servicios asentados en dichas áreas;
- 13.- La publicidad exterior pintada, dibujada, escrita o adherida directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas.
- 14.- El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- 15.- Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales según el Código Municipal;
- 16.- La publicidad realizada mediante carteles y pancartas atravesados en cualquier tipo de vía;
- 17.- La publicidad exterior en espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel, vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico, túneles;
- 18.- Cualquier elemento componente de un medio de publicidad exterior en y/o sobre terrazas, techos o cubiertas de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificaciones que no posean cubierta, salvo los catalogados como espacios de servicio general;
- 19.- Los mensajes publicitarios o de razón social en banderas que sobresalgan de la línea de fábrica;
- 20.- Los mensajes publicitarios o de razón social en banderas que sobresalgan de las fachadas de los edificios;
- 21.- La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;
- 22.- Vallas y tótems publicitarios en escalinatas y parterres de todo tipo;
- 23.- La publicidad exterior en aceras y/o parterres que tengan menos de dos metros cincuenta centímetros de ancho y la que obstruya el tránsito de peatones en los parterres, aceras y otros espacios especialmente diseñados para tránsito, exponiendo la vida del peatón;
- 24.- La publicidad exterior que se realice mediante panfletos, volantes y/o impresos de cualquier índole;
- 25.- Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa;

26.- La publicidad en todo tipo de elementos de señalización turística y de tránsito como las regulatorias, preventivas e informativas, destinada a controlar, ordenar y dar seguridad a la circulación pública de personas y vehículos en el territorio del Distrito;

27.- La instalación de más de un rótulo por razón social en un local comercial;

28.- Elementos de publicidad exterior de un local con el nombre y logotipo de auspiciantes en áreas históricas, edificaciones inventariadas y premio ornato;

29.- La publicidad en pasos peatonales;

30.- La instalación de más de dos vallas en una misma estructura de soporte;

31.- Publicidad exterior en el retiro frontal de predios ubicados hacia ejes múltiples, cuyo espacio haya sido tratado como prolongación de acera de acuerdo a lo establecido en la Ordenanza de Régimen de Suelo.

Art. II.245.1 PROHIBICIONES PARA LA PUBLICIDAD MÓVIL.- Se prohíbe:

1.- La publicidad colocada en medios móviles, que sobresalga lateralmente más de 10 cm. o que se ubique en la parte frontal;

2.- La utilización de sustancias reflectantes o procedimientos internos o externos de iluminación con colores o composiciones que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales, o confusión con señales de tránsito o de seguridad luminosa;

3.- La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;

4.- La publicidad instalada en los parabrisas o vidrios de las ventanas de las cabinas de todo tipo de vehículos;

5.- La publicidad exterior en vehículos exclusivamente destinados a la explotación de publicidad o en los cuales se instalen paneles en la plataforma de carga de camionetas o camiones con tal fin;

6.- La publicidad en todo vehículo terrestre de menos de cuatro ruedas;

8
7



7.- La publicidad con uso de personas (porta publicidad) en cualquiera de sus formas.

Art. II. 246.- ESPACIOS PARA LA INSTALACIÓN: La publicidad exterior puede ser instalada en los espacios privados, públicos y/o de servicio general, fachadas de las edificaciones o en los retiros frontales de los lotes de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

- 1.- En predios con usos de suelo R1, R2 y Agrícola Residencial AR;
- 2.- En predios con usos residencial R3, Múltiple e Industrial I 2, I 3, I 4;
- 3.- En predios con uso de Equipamientos;
- 4.- En las áreas históricas y edificios patrimoniales;
- 5.- En espacio público.

Art. II.247.- CONDICIONES TÉCNICAS DE LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD.-

1.- DISTANCIA MÍNIMA ENTRE MEDIOS DE PUBLICIDAD FIJA.- Según el tipo de espacio que ocupen, los medios de publicidad exterior fija, tendrán las siguientes distancias mínimas:

a) **En espacio privado, público y o de servicio general:** La instalación de vallas, murales y/o tótems con superficies iguales o superiores a 8 metros cuadrados ubicados en el área urbana, será a distancias no menores de un radio de doscientos (200) metros entre ellas, y de quinientos (500) metros en las áreas urbanizables y no urbanizables.

b) **En espacio público:** 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.

Los paneles, paletas, relojes electrónicos, con iluminación o sin ella, interna o externa, instalados en parterres guardarán una distancia mínima de veinte metros (20,00 m) desde el bordillo externo, con una distancia mínima entre ellos de 80 metros. En aceras se ubicarán a veinte metros (20,00 m) desde el PCC ó PTC, guardando una distancia mínima de cien (100,00 m) metros entre ellos;

c) **En espacio 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.



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

2.- DIMENSIONES MÁXIMAS DE LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD.- Las dimensiones de los medios de publicidad 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.- DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD FIJA.-

Se establece de manera específica, que las dimensiones máximas permitidas para los medios de publicidad exterior fija serán las siguientes:

2.1.1.- Medios en predios con uso residencial R1, R2, y Agrícola Residencial AR.

Sobre las fachadas y cerramientos frontales: Los medios 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 (6,00 m²). En ambos casos no podrán sobresalir más de veinte centímetros (20cm) 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. Medios en predios con uso residencial R3, múltiple e industrial I 2, I 3, I 4 .

- a) **En las fachadas y cerramientos frontales:** Los rótulos 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 (40cm) 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 y podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R3, industrial I 2, I 3, I 4, 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 y no podrá sobresalir de la línea de fábrica. En predios con uso de suelo múltiple en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como

8
7

h



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente.

Los tótems tendrán una base con un radio máximo de un metro (1) y una altura máxima de seis metros (6m). 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.

- c) **Fachadas laterales o posteriores de los edificios:** Los murales ocuparán un área máxima de cuarenta y ocho metros cuadrados (48,00M²). No podrán sobresalir más de cuarenta centímetros (40 cm.) sobre la rasante.

2.1.3. Medios en predios con uso de equipamientos: En aquellos no referidos en el numeral 7 del Art. II. 245, podrán contar con publicidad siempre y cuando ésta se sujete a lo dispuesto en el literal c) del numeral 1 de Art. II. 247 de esta Ordenanza.

2.1.4 En las áreas históricas y en las edificaciones patrimoniales: En estas áreas se podrá instalar un medio de publicidad por predio, esto es, si se coloca en la fachada frontal, no podrá instalarse en el retiro frontal, en los casos que corresponda. 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:

- 1.- Un área máxima de un metro cuadrado (1 m²) cuyo lado mayor no superará un metro con ochenta centímetros de ancho (1,80 m), según el diseño tipo establecido por la Administración Municipal.
- 2.- Los rótulos están conformados por letras independientes que forman el nombre del comercio, las letras en tipografía "Swiss 721 Condensed", de 600 puntos (aproximadamente 16 cm de alto), construidas en tol galvanizado de dos milímetros (2 mm) de espesor y pintadas de color grafito oscuro, que se remachan a dos varillas paralelas de uno veinte por dos cincuenta centímetros (1,20 x 2,50 cm), pintadas del mismo color que la pared de fondo y separadas entre sí por ocho centímetros (8 cm.)

8
7



Este tipo de publicidad no pagará regalía por su instalación.

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 publicidad exterior a colores o en materiales o medios distintos a los señalados en los numerales 1 y 2 anteriores, de la razón social, nombre comercial, marca, signo distintivo y/o lemas comerciales aunque éstos hayan sido debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

En los edificios de uso múltiple de las áreas históricas.- Los anuncios publicitarios deberán ubicarse en zaguanes de ingreso, bajo la modalidad de directorio. Esta publicidad no paga regalía.

2.1.5.- En espacio público:

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 de ancho a cada lado de la estructura.

En ningún caso el medio podrá tener más de un metro con veinticinco centímetros de ancho (1,25 m); su área no será mayor a dos metros con veinticinco decímetros cuadrados (2,25 m²), un espesor máximo de treinta centímetros (0,30m) y tendrá un máximo de dos caras de publicidad.

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).

Los medios publicitarios ubicados en aceras o parterres dentro de una zona urbana deben tener su parte más externa o saliente hacia las vías, a una distancia no mayor a treinta centímetros (0,30 cm.) del bordillo respectivo.

Ningún medio publicitario puede ubicarse a menos de veinte metros (20,00m) de una intersección o abertura de parterre.

b) En parques y áreas verdes en general: Con sujeción a las normas establecidas en esta Ordenanza, la publicidad exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades desarrolladas en estas áreas o en el Distrito en general. El Municipio del

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

Distrito Metropolitano de Quito, a través de sus Administraciones Zonales, podrá gestionar mobiliario urbano y señalización interna en base de publicidad exterior. En estos casos, los anuncios de marcas, productos o servicios no podrán superar el 10% de la superficie del medio publicitario y su diseño requiere aprobación municipal previa, que responderá a criterios ecológicos.

c) En calles y avenidas en general: Igualmente, con sujeción a las normas establecidas en esta Ordenanza, 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 sus Administraciones Zonales, podrá gestionar la instalación de paneles de información ciudadana en base de publicidad exterior. En estos casos, los anuncios de marcas, productos o servicios no podrán superar el 10% de la superficie del medio publicitario.

2.1.6.- 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 por cuarenta centímetros (0,40 X 0,40 cm.), a una altura mínima de tres metros y cincuenta centímetros (3,50 m) sobre el nivel de la acera.

2.1.7. Señalización turística informativa

La señalización informativa turística, se sujetará a la ubicación, diseño, dimensiones y alturas aprobadas en el informe técnico emitido por la Empresa Metropolitana de Servicios y Administración del Transporte EMSAT, de acuerdo al Manual de Señalización vigente y los que posteriormente se aprueben por los organismos competentes. Esta deberá ser autorizada por el Comité Metropolitano de Publicidad y la licencia extendida por la Administración Zonal.

2.1.8.- En edificaciones en construcción o mantenimiento.- Se podrá instalar publicidad ocupando hasta el cien por ciento (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.

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

2.1.9.- Referente para medir la altura del medio publicitario.- En terreno 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, la rasante de la vía.

2.2. PUBLICIDAD MÓVIL

2.2.1.- Publicidad en medios de transporte público: La normativa sobre esta clase de publicidad será regulada por la Empresa Metropolitana de Servicio y Administración del Transporte (EMSAT), quien emitirá el Manual que corresponde. Sin embargo, la publicidad móvil, en sentido general observará lo que a continuación se dispone:

A.- La publicidad exterior en los buses tipo I y II podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinilo autoadhesivas que irán ubicadas:

1.- En los buses tipo I y II de dos y tres puertas, la publicidad se ubicará en el lado izquierdo, y conforme a las dimensiones y ubicación establecida en el Manual de Publicidad.

2.- La publicidad posterior tanto en dimensiones como en su ubicación estará de acuerdo al Manual de Publicidad.

B.- En los buses articulados y trolebuses.

1.- En las unidades que tengan, en sentido de marcha del bus, las puertas de servicio al lado derecho de la carrocería, la publicidad se ubicará en el lado izquierdo, de acuerdo con las dimensiones y la ubicación establecida en el Manual de Publicidad.

2.- En los buses articulados y trolebuses que tengan las puertas de servicio al lado izquierdo de la carrocería, de acuerdo al sentido de marcha del bus, la publicidad se ubicará en el lado derecho, de acuerdo con las dimensiones y la ubicación establecidas en el Manual de Publicidad.

C.- En furgonetas, microbuses y buses escolares.

Se realizará mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido, de acuerdo a lo especificado en el Manual de Publicidad.

D.- La publicidad en taxis.

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

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.

La publicidad en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinilo adhesivo traslúcido y tendrá las dimensiones y ubicación detalladas en el Manual de Publicidad.

E.- CARGA (servicio público y/ o privado)

La publicidad se ubicará de acuerdo con las dimensiones y la ubicación establecidas en el Manual de Publicidad.

La colocación y mantenimiento de la publicidad no podrá interferir con los índices operativos del vehículo establecidos por la EMSAT en los Permisos de Operación otorgados a las diferentes operadoras de transporte público.

La publicidad debe permanecer en perfectas condiciones a fin de conservar la buena imagen, ornato, seguridad y estética general de los vehículos. La falta de cumplimiento de esta norma será motivo para ordenar el retiro de la publicidad en deficiente condición de mantenimiento.

2.2.2.- La publicidad en medios de transporte aéreo

La publicidad que se realice en medios tales como aviones, globos aerostáticos o similares deberán contar previamente con la autorización de la Dirección de Aviación Civil.

Art. II.248.- COMPETENCIA PARA AUTORIZAR LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y LA SEÑALIZACIÓN VÍAL.

La autorización para publicidad exterior fija en espacios públicos, será otorgada por el Comité Metropolitano de Publicidad, con fines exclusivos de procurar la dotación y/o rehabilitación de espacio público y, especialmente, la dotación y/o rehabilitación de mobiliario urbano de beneficio para la comunidad.

La autorización para publicidad exterior fija en espacios privados, y/o de servicio general circunscritos en una jurisdicción zonal, será otorgada por el Comité de Publicidad de la Administración Zonal respectiva, en que se vaya a instalar el elemento publicitario.

8
7



Art. II 249.- COMPETENCIA PARA EMITIR LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

La licencia para la instalación de publicidad exterior fija será emitida por la Administración Zonal de la respectiva jurisdicción.

La licencia para publicidad exterior móvil será emitida por la EMSAT. En la licencia deberá constar el Registro Municipal del vehículo, la operadora de transporte público y el nombre de la empresa de publicidad.

Art. II.249.1.- CONFORMACIÓN DEL COMITÉ METROPOLITANO DE PUBLICIDAD

El Comité Metropolitano de Publicidad estará conformado por el Alcalde Metropolitano, o el Concejal Metropolitano delegado, el Secretario Metropolitano de Planificación Territorial o su delegado, el Procurador Metropolitano o su delegado, el Coordinador Territorial Metropolitano o su delegado, el Gerente de Espacio Público de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano o su delegado, quienes tienen voz y voto; y, cuando el caso amerite, Directores Metropolitanos, Gerentes de Empresas Metropolitanas y Administradores Zonales relacionados o sus delegados, quienes actuarán solo con voz.

Art. II.250.- REQUISITOS PARA LA AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.-

1. REQUISITOS PARA AUTORIZACIONES CONCEDIDAS POR EL COMITÉ METROPOLITANO DE PUBLICIDAD.

1.1.- PARA LA AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA, CON FINES DE DOTACIÓN DE MOBILIARIO URBANO, A INSTALARSE EN EL ESPACIO PÚBLICO DEL DISTRITO METROPOLITANO, SE REQUERIRÁ:

- a) Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b) Resumen ejecutivo, texto y gráfico que explique el mobiliario urbano y los medios de publicidad exterior propuestos, la ubicación exacta de su instalación, el diseño de la estructura, materiales y especificaciones técnicas para su construcción, dimensiones, número, formas de pago o compensación de las regalías por el uso del espacio público, plazos y dirección para notificaciones al intensado; y,
- c) El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito se reserva el derecho, por los mecanismos que estime pertinente, de obtener otras ofertas tendientes al



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

mejoramiento de las condiciones propuestas por el primer interesado, en un plazo máximo de sesenta días calendario. Luego de terminado el plazo indicado, el Municipio notificará al interesado su aceptación o no.

Una vez acordados los términos, el beneficiario procederá a obtener la licencia para la instalación de todos y cada uno de los medios de publicidad exterior que forman parte de la propuesta.

1.2.- PARA LA INSTALACIÓN DE SEÑALIZACIÓN INFORMATIVA TURÍSTICA, INFORMACIÓN CIUDADANA EN GENERAL Y MOBILIARIO URBANO TURISTICO.-

Para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y mobiliario urbano, el interesado presentará:

- a) Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b) Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c) Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño del elemento cumple con la normativa;
- d) Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano respecto de que la publicidad a ser instalada no afecta proyecto municipal alguno;
- e) Informe técnico favorable de la Administración Zonal respectiva de que la publicidad a instalarse se ajusta al máximo de dimensiones permitidas por la ordenanza y cumple con la distancia mínima entre vallas, entre carteleras o entre vallas y carteleras publicitarias,
- f) Informe de la Administración Zonal, de las garantías que debe rendir el administrado por el cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, fenecido el término de la licencia o por haberse dispuesto su revocatoria;
- g) Forma de pago o compensación de la regalía por el uso del espacio público, garantía por cumplimiento de las obligaciones adquiridas y seguro por daños a terceros;
- h) El compromiso de mantenimiento del área de implantación y el área circundante en el radio de seis metros y el desmontaje de la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario al vencimiento del plazo del permiso o de su revocatoria;
- i) La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

1.3.- INSTALACIÓN DE SEÑALIZACIÓN INFORMATIVA DE TRÁNSITO O TURÍSTICA

Para la obtención de la licencia de señalización informativa de tránsito o turística el interesado presentará:

8
7



- a) Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b) Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c) Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño de la publicidad cumple con la normativa;
- d) Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano, que la información a ser instalada no afecta ningún proyecto municipal;
- e) La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

2.- REQUISITOS PARA AUTORIZACIONES CONCEDIDAS POR LAS ADMINISTRACIONES ZONALES.- Para obtener la autorización para la publicidad exterior fija en espacios privados y/o de servicio general se requerirá:

2.1 REQUISITOS GENERALES:

- a) Solicitud dirigida al Administrador Zonal respectivo, señalando que la publicidad cumple con la normativa;
- b) Croquis del predio en el que se instalará el medio publicitario y fotografía actual del lugar;
- c) Autorización escrita del propietario del inmueble, con reconocimiento de firmas efectuado por autoridad competente, en el que se vaya a realizar la instalación; en caso de propiedad horizontal, la autorización notariada de todos los copropietarios del inmueble (100% de las alícuotas);
- d) Copia de la carta de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud del inmueble en el cual se va a instalar el medio publicitario;
- e) Patente actualizada del solicitante;
- f) En el caso de vallas, o tótems con altura igual o superior a 6m. , informe técnico suscrito por un ingeniero que garantice la estabilidad de la estructura de sustentación;
- g) Pago de la regalía por instalación de la publicidad exterior fija, compromiso y garantía por cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, una vez fenecido el término de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma, así como el seguro por daños a terceros;
- h) El compromiso de desmontar la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario, al vencimiento del plazo de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma y la restitución completa de la acera o parterre, respectivo. No podrá dejarse elemento de naturaleza alguna sobre el piso en el que estuvo instalado el medio.



2.2 REQUISITOS ESPECÍFICOS:

1.2.1. MEDIOS QUE OCUPEN ESPACIOS DE SERVICIO GENERAL: Para obtener la autorización de publicidad fija exterior en medios que ocupen espacios de servicio general, además de los requisitos generales ya indicados, el interesado presentará:

- a) La propuesta gráfica de diseño integral o de conjunto del o los medios publicitarios que se instalarán en estos espacios;
- b) Plano de instalación del medio o medios publicitarios, en el que indicará su ubicación exacta con relación al predio o edificios y sus respectivas dimensiones (ancho total y altura del medio publicitario de conformidad a las normas establecidas en el presente Capítulo en el Manual de Publicidad).

3.- REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LICENCIA DE PUBLICIDAD OTORGADA POR LA EMSAT:

3.1.- PUBLICIDAD MÓVIL EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO

En caso de publicidad en medios de transporte público, el interesado deberá presentar:

- a) Solicitud dirigida a la EMSAT en la cual se especificarán las unidades que requieran la autorización de publicidad con la placa y el número de chasis;
- b) Copia simple de la Habilitación Operacional de las unidades que consten en la solicitud;
- c) Copia certificada de la propuesta de la empresa de publicidad o contrato;
- d) Informe favorable de la EMSAT sobre el cumplimiento de los requerimientos establecidos por esta Ordenanza y el Manual de Publicidad;
- e) Compromiso de retirar o desmontar la publicidad, fenecida la licencia y la garantía por el compromiso de desmontaje, de acuerdo al informe que para tal efecto emitirá el departamento competente de la EMSAT;
- f) La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

3.2.- PUBLICIDAD MÓVIL EN MEDIOS DE TRANSPORTE PRIVADO:

En caso de publicidad en medios de transporte privado, el interesado deberá presentar:

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

- a) Solicitud dirigida a la EMSAT, en la cual se especificarán las unidades que requieran la autorización de publicidad con la placa, matrícula, certificado de revisión vehicular y el número de chasis;
- b) En caso de que el vehículo no pertenezca a alguna empresa de distribución, se debe presentar el contrato de prestación de servicios como vehículo de distribución;
- c) Copia certificada de la propuesta o contrato de la empresa de publicidad.

Art. II.250.1.- VIGENCIA DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD.-

Toda Licencia de Instalación de Publicidad Fija autoriza la implantación de la misma y tiene vigencia de hasta un año contado a partir de su concesión

Art. II.250.2.- EXHIBICIÓN DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN.- El titular de la Licencia de Instalación hará constar en la parte inferior izquierda del medio publicitario, el número del permiso y su fecha de vencimiento.

En el caso de vehículos de transporte, el dueño o conductor del automotor deberá llevar consigo la Autorización de Publicidad otorgada por la EMSAT.

Art. II.250.3.- EFECTOS DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA O MÓVIL.- La licencia de instalación de publicidad exterior fija o móvil genera derechos y obligaciones solidarias entre los propietarios de los inmuebles o vehículos en donde se instala el medio publicitario, la compañía publicitaria propietaria del medio, y la empresa que contrata a la compañía publicitaria, los mismos que se detallan a continuación:

1) DERECHOS DE LOS ADMINISTRADOS QUE HAN OBTENIDO LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA O MÓVIL:

Quien ha obtenido Licencia de Instalación de Publicidad Exterior Fija o Móvil tiene derecho a lo siguiente:

- a) Instalar la publicidad y explotarla en los términos en que la normativa vigente le permite; la Municipalidad deberá adoptar las medidas legales a su alcance, para que no se instale en sus alrededores, publicidad ilegal que contravenga las normas técnicas establecidas;
- b) Renovar la licencia de instalación de publicidad en los términos que determina la Ordenanza;
- c) Modificar el mensaje contenido en el elemento publicitario sin cambiar las condiciones de dimensiones y otras características determinadas por la normativa;

8
7



d) Denunciar la publicidad instalada ilegalmente.

2) OBLIGACIONES DE LOS ADMINISTRADOS QUE HAN OBTENIDO LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA O MÓVIL:

Quien ha obtenido la Licencia de Instalación de Publicidad Exterior Fija o Móvil, está obligado a lo siguiente:

- a) Exhibir permanentemente en la parte inferior izquierda del medio publicitario, el número y fecha de vencimiento de la licencia correspondiente a la publicidad que se instala en el caso de publicidad fija;
Para la publicidad exterior móvil en medios de transporte, el dueño o conductor del automotor deberá llevar consigo la Autorización de Publicidad otorgada por la EMSAT;
- b) Renovar la licencia, garantías y seguro respectivos, para lo cual presentarán la solicitud al menos quince días anteriores a la fecha de vencimiento de la licencia de instalación;
- c) Retirar la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario voluntaria y espontáneamente cuando se venza el tiempo autorizado en la licencia de publicidad o en caso de que se haya revocado la misma;
- d) Dar mantenimiento, en caso de la publicidad exterior fija autorizada en espacios públicos, al área de implantación y circundante en un radio de seis metros (6m);
- e) Asumir la responsabilidad que se derive de la instalación de la publicidad exterior;
- f) Pagar al Municipio del Distrito Metropolitano la regalía correspondiente establecida en la presente Ordenanza;
- g) Destinar para fines de divulgación de temas a favor de la comunidad, el cinco por ciento del área de publicidad fija autorizada dentro de todo el territorio del Distrito. El número de vallas será en aplicación a ese porcentaje, desde un valor equivalente a uno o más y un número adicional por cada fracción mayor a 0.5,
- h) Entregar a favor de la Municipalidad el 5% del área de publicidad autorizada, que será destinada a portar anuncios del Distrito Metropolitano de Quito;
- i) Mantener la publicidad y los elementos publicitarios en buen estado, rigiéndose estrictamente a las normas de esta Ordenanza y del permiso obtenido en sujeción a la misma.

Art. II.250.4.- PREVALENCIA DE SOLICITUDES DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD.-

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA. N°

Cuando existan dos solicitudes en trámite para la instalación de publicidad exterior fija, con idéntica ubicación o que no cumpla la distancia mínima entre ellas establecida en la presente ordenanza, las autoridades competentes otorgarán el permiso a la primera solicitud presentada, considerando la fecha de ingreso de las mismas en la Administración Municipal.

Art. II.250.5.- CONVENIOS DE COOPERACIÓN.-

Las Administraciones Zonales están facultadas a suscribir convenios de cooperación por sí mismas con personas naturales o jurídicas, orientados a la dotación, rehabilitación y mantenimiento sostenible de áreas verdes y recreativas, mobiliario urbano y señalización interna que estuviere a su cargo, observando la normativa vigente y considerando que no se contrapongan entre si y con los autorizados por el Comité Metropolitano de Publicidad.

Las Administraciones Zonales, en el ámbito de su competencia, designarán un fiscalizador para el control del cumplimiento del contrato de concesión de publicidad autorizados en el mobiliario urbano que tenga a su cargo.

Art. II.250.6.- RENOVACIÓN DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN.-

1.- RENOVACIÓN DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD FIJA.- Para obtener la renovación de la licencia de publicidad fija, el interesado deberá presentar:

- a) Solicitud dirigida al Administrador Zonal,
- b) Licencia anterior a renovarse.

La solicitud de renovación de la licencia de instalación de publicidad deberá ser presentada al menos con 30 días de anticipación a la fecha de su vencimiento.

2.- RENOVACIÓN DE LA LICENCIA EN ELEMENTOS DE PUBLICIDAD MÓVIL.- Para la obtención de la renovación de la licencia de publicidad móvil, el interesado presentará:

- a) Solicitud dirigida al Gerente de la EMSAT;
- b) Habilitación Operacional vigente y pago del Permiso Operacional del año en curso;
- c) Licencia anterior a renovarse.

Para la renovación de la licencia de publicidad en transporte privado se deberán presentar los requisitos detallados en los literales a) y c) de esta misma norma.



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

3.- RENOVACIÓN DE LA LICENCIA DE INSTALACIÓN DE SEÑALIZACIÓN VIAL .- Para la obtención de la renovación de la licencia de instalación de señalización vial, el interesado presentará:

- a) Solicitud dirigida al Comité Metropolitano de Publicidad;
- b) Licencia anterior a renovarse.

II.251.- REGISTRO Y CONTROL DEL MUNICIPIO.- El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, por intermedio de sus Administraciones Zonales, ejercerá el control sobre la publicidad exterior, de conformidad a la normativa establecida en esta Ordenanza.

Las Administraciones Zonales llevarán una base de datos en la que, entre otra información necesaria, conste el registro numerado y cronológico, tanto de las solicitudes para la instalación de la publicidad exterior, como de los permisos concedidos, con la fecha de su vencimiento.

Cada sesenta días, las Administraciones Zonales remitirán al Comité Metropolitano de Publicidad el registro actualizado de los permisos concedidos vigentes y aquellos que están por fenecer, así como de los convenios de cooperación que hayan firmado.

La EMSAT mantendrá una base de datos que entre otras informaciones contendrá el registro de las Autorizaciones de Publicidad otorgadas a los medios de transporte, con detalle de: número de registro municipal en caso del transporte público, número del chasis, número de la placa, el área ocupada con la publicidad y el nombre de la empresa publicitaria.

La EMSAT realizará un control en vía pública de los vehículos que porten publicidad, a los cuales se les pedirá el permiso correspondiente, así como también se verificarán las dimensiones de los espacios ocupados con publicidad, con la asistencia de la Policía Civil Nacional en caso necesario.

Art. II. 252.- REGALÍAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.- El aprovechamiento y/o explotación de la visibilidad, apreciación o lectura de los medios de publicidad exterior desde el espacio público, será objeto del pago de una regalía de conformidad con lo determinado en la Ley Orgánica de Régimen Municipal, previo a la obtención de la Licencia de Instalación.

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

A) PUBLICIDAD FIJA: Toda persona natural o jurídica que requiera permiso o licencia municipal para la instalación de publicidad exterior que ocupe espacios privados, espacios de servicio general o espacios públicos, deberá cancelar al Municipio del Distrito Metropolitano, en la respectiva Administración Zonal, la regalía por el aprovechamiento de la Publicidad Exterior.

El costo de esta regalía, que deberán pagar los beneficiarios de los permisos de publicidad exterior, se determinará en función de: la ubicación de los medios en diferentes sectores del Distrito, la superficie de los medios de publicidad exterior, y el tiempo de aprovechamiento del espacio público, expresados en los siguientes factores:

1) Factor F2: Costo de aprovechamiento diario del espacio público: Equivalente al diez por ciento del costo diferenciado del metro cuadrado del suelo establecido en las Areas de Intervención Valorativa vigente, elaborada y actualizada por la Dirección de Avalúos y Catastros, dividido para trescientos sesenta y cinco días.

2). Factor F3: Superficie del medio de publicidad exterior: Medida en metros cuadrados y calculada de acuerdo a la siguiente condición:
La Superficie Total será igual al área o superficie neta del medio publicitario.

3). Factor F4: Tiempo de aprovechamiento del espacio público propuesto por el beneficiario medido en días.

Así, el costo de la regalía por el aprovechamiento de la publicidad exterior en espacio público será el resultante de la aplicación de la siguiente fórmula: $R = F2.F3.F4$

Donde:

R = Regalía por Aprovechamiento del Espacio Público;
F2 = Costo de aprovechamiento diario del espacio público;
F3 = Superficie del medio de publicidad exterior;
F4 = Tiempo de aprovechamiento del espacio público.

En el caso de publicidad exterior por medio de vallas, la regalía por el aprovechamiento de la publicidad exterior en el espacio publico será el veinte y cinco por ciento del valor calculado mediante la formula $R = F2.F3.F4$, donde F2 será calculada en base al costo más alto del metro cuadrado del suelo en el Distrito Metropolitano, establecido por la Dirección de Avalúos y Catastros en las áreas de intervención valorativa vigente.

Los valores indicados serán los mínimos referenciales en el caso de concurso de ofertas.

8
7

**B) PUBLICIDAD MÓVIL**

B.1.- TRANSPORTE PRIVADO: Para el caso de la publicidad móvil en medios de transporte privado, la regalía por el aprovechamiento de la publicidad exterior, será calculada mediante la fórmula $R = F2.F3.F4$ donde F2 será calculada en base al costo más alto del metro cuadrado del suelo en el Distrito Metropolitano establecido por la Dirección de Avalúos y Catastros, de acuerdo a las áreas de intervención valorativa vigente.

En el caso de publicidad en transporte de carga privada, previa la emisión de la Licencia de Publicidad, el interesado o el beneficiario, pagará CINCO DOLARES (USD \$ 5,00) más IVA por cada metro cuadrado de publicidad con lámina de vinilo autoadhesivo, pintura o del medio publicitario desmontable, valor que deberá cancelarse de acuerdo al tiempo y fecha de emisión del permiso.

B.2.- Transporte Público

El costo de la publicidad exterior en transporte público será de acuerdo a lo determinado en la tabla que se indica a continuación:

CATEGORÍA DEL VEHÍCULO	ÁREA MÁXIMA DE PUBLICIDAD (M2)	COSTO DOLARES X M2 SIN IVA
Bus tipo	10,57	5,00
Articulados y Troles	7,22	5,00
Taxi	1,15	15,00 (tarifa única)
Furgoneta Escolar	0,75	15,00 (tarifa única)
Microbús escolar	4,25	5,00
Bus Escolar	4,25	5,00
Camiones de carga liviana	18,00	5,00

En el caso de que se suspenda o revoque la habilitación operacional a uno de los vehículos que consten en la Licencia de Publicidad, la operadora podrá señalar otra unidad, previo el pago de CINCUENTA DOLARES (USD. \$ 50,00) más IVA.

B.3.- Otros Medios de Transporte

Para la publicidad aérea, previamente autorizada por la Dirección de Aviación Civil, la regalía por el aprovechamiento de la publicidad exterior será calculada mediante la fórmula $R = F2.F3.F4$, donde F2 será calculada en base a dos veces el costo más alto del metro cuadrado del suelo en el Distrito Metropolitano, establecido por la Dirección de Avalúos y Catastros en las Áreas de Intervención Valorativa vigente.



Art. II. 253.- TRÁMITE PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA O MÓVIL Y OBLIGACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD.- El interesado en obtener la licencia de publicidad exterior fija o móvil, presentará los requisitos señalados, en cualquier tiempo, para las instalaciones nuevas, y treinta días antes del vencimiento de las licencias otorgadas en el caso de renovaciones.

Por su parte, la Municipalidad, en cada una de las zonas o administraciones, dentro del término de quince días, contestará al interesado haciéndole conocer si se autoriza o no la instalación o la renovación, según el caso y dispondrá el pago de la regalía.

SECCIÓN II SEÑALIZACIÓN VIAL DE TRÁNSITO

Art. II. 253.1.- OBJETIVO Y ALCANCE: Las normas y regulaciones que a continuación se indican, tienen la finalidad de **regular la señalización vial** en toda la circunscripción territorial que conforma el Distrito Metropolitano de Quito.

Art. II. 253.2.- APLICACIÓN: La Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito adopta como suyo el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 4:2003, "**REGLAMENTO TÉCNICO DE SEÑALIZACION VIAL**", y sus componentes.

Art. II. 253.3.- RESPONSABLE: La Empresa Metropolitana de Servicio y Administración del Transporte "EMSAT", será la responsable de aplicar la normativa contenida en el Reglamento señalado en el artículo anterior, en todo el Distrito Metropolitano de Quito, así como emitir los informes y las licencias de instalación de señalización vial.

Art. II. 253.4.- OBLIGACIÓN: Toda persona natural o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera que requiera instalar alguna señalización vial, previamente deberá obtener la licencia de instalación que será conferida por la EMSAT.

Art. II. 253.5.- TRÁMITE: Los requisitos y el trámite para la obtención de la autorización y la licencia de instalación de señalización vial, son los establecidos en la Sección I, de Publicidad Exterior, de esta misma Ordenanza.

8
7



**SECCIÓN III
INFRACCIONES Y SANCIONES**

Art. II. 254.- INFRACCIONES: Son infracciones los actos imputables sancionados por este Capítulo, que son:

- a) Instalación de publicidad exterior sin licencia;
- b) Utilización indebida de la licencia de publicidad exterior;
- c) Incumplimiento de la obligación de desmantelar el medio y sus elementos;
- d) Incumplimiento de mantenimiento de los medios y sus elementos;
- e) Obstaculización del retiro del medio publicitario,
- f) Utilización de medios publicitarios en transporte prohibido de realizar publicidad;
- g) Implementar señalización de tránsito vial que no observa lo establecido en el Reglamento INEN y esta Ordenanza;
- h) Afectar total o parcialmente la señal de tránsito con elementos o información ajena a la misma;
- i) Retirar o reubicar la señalización de tránsito vial sin autorización escrita de la EMSAT;
- j) Distribuir panfletos, volantes y o impresos de cualquier índole, en espacio público.

Art. II. 255.- INFRACTORES.- Para los efectos de aplicación de la presente Ordenanza, son infractores quienes sin la debida autorización municipal han instalado publicidad exterior, en cualquiera de sus formas, es decir el propietario del medio publicitario, el propietario del inmueble o automotor en el que se instala el medio, el anunciante y los que hayan perpetrado directamente o a través de otras personas, los que han coadyuvado a su ejecución de un modo principal, y los que indirectamente cooperen a la ejecución de la infracción, quienes responderán solidariamente.

Si la responsabilidad recayere en una persona jurídica, habrá solidaridad entre ésta y las personas naturales que actuaron a su nombre o por ella.

Art. II. 256.- SANCIONES.- La sanción por inobservancia de las normas contenidas en la presente Ordenanza, será impuesta por el Comisario Metropolitano, de publicidad exterior, siguiendo el trámite establecido en el Art. II. 257 que señala el procedimiento.

Las sanciones son las que se describen a continuación:

8
7

**a) INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR SIN LICENCIA.**

Quien instale publicidad exterior, inclusive estructuras de sustentación de publicidad exterior, sin contar con la respectiva licencia, será sancionado con la multa del 50% de la Remuneración Básica Unificada Mínima (RBUM) por la instalación arbitraria, y el pago de la regalía que debió pagar el infractor por el tiempo de un año. En la providencia en la que avoca conocimiento, y en este solo caso particular, el Comisario Metropolitano de Publicidad Exterior impondrá la sanción pecuniaria y dispondrá el plazo de treinta días para la obtención y presentación de la licencia o el retiro del medio publicitario y/o la estructura; transcurrido dicho plazo, en caso de incumplimiento de lo dispuesto, el Comisario dispondrá el desmantelamiento del medio publicitario, a costa del infractor, con los recargos correspondientes, en contra de quien se iniciará el respectivo juicio coactivo.

b) UTILIZACIÓN INDEBIDA DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

El administrado titular de la licencia de instalación de publicidad exterior fija o móvil será sancionado con multa de 125% de la Remuneración Básica Unificada Mínima, el costo de la regalía que debió pagar el infractor por el tiempo de un año, la revocatoria de la licencia de publicidad y el retiro del medio publicitario a costa del infractor, cuando el Comisario Metropolitano determine que la publicidad exterior instalada afecta la legalidad de la licencia concedida, en los siguientes casos:

- 1) Cuando el titular de la licencia ceda a otra persona natural o jurídica el espacio autorizado para instalación de su publicidad exterior, ya que la licencia de publicidad es intransferible;
- 2) En caso de que el medio de publicidad sea modificado, de manera que incumpla con las condiciones técnicas constantes en la licencia;
- 3) En caso de que la licencia sea utilizada indebidamente para justificar la instalación de otro u otros medios diferentes al autorizado;
- 4) En caso de que el propietario o propietarios del inmueble en donde se ha instalado el medio publicitario, denuncien haber revocado la autorización conferida a la empresa anunciante;
- 5) En caso de que el interesado entregue información falsa para la obtención de la licencia;
- 6) Cuando afecte total o parcialmente la señalización de tránsito;
- 7) Retirar o reubicar indebidamente la señalización de tránsito.

Para la rehabilitación de los permisos se efectuará el mismo trámite establecido para su obtención original.



Hasta que se retire el medio publicitario sancionado, el Comisario Metropolitano dispondrá la imposición del sello "PUBLICIDAD SIN PERMISO" o "PUBLICIDAD ILEGAL"

La revocatoria de publicidad móvil será ejecutada por la EMSAT.

c) INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN DE DESMANTELAR EL MEDIO Y SUS ELEMENTOS A LA TERMINACIÓN DEL PLAZO ESTABLECIDO EN LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR:

Cumplido el plazo otorgado en la licencia de publicidad exterior, sin que el interesado hubiere obtenido la renovación, y que no cumpliera con la obligación de desmantelar y retirar la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario, será sancionado con el 50% de la regalía que pagó el infractor por el tiempo de un año. En la providencia en la que avoca conocimiento, el Comisario Metropolitano impondrá la sanción pecuniaria y concederá el plazo de treinta días para el retiro del medio publicitario y/o la estructura. Transcurrido dicho plazo, en caso de incumplimiento, la autoridad le impondrá la multa del 100% de la regalía que debe pagar por el tiempo de un año, sin necesidad de requerimiento previo, y el retiro inmediato del medio publicitario a costa del infractor, con los recargos correspondientes, en contra de quien se iniciará el respectivo juicio coactivo

d) INCUMPLIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE LOS MEDIOS Y SUS ELEMENTOS:

El titular de la licencia de publicidad exterior que no cumpliera con la obligación de mantener en buen estado los medios publicitarios, será notificado por el Comisario Metropolitano, quien le concederá el plazo de quince días para que el medio sea sustituido por otro o se realicen los trabajos que correspondan. El incumplimiento será sancionado con el retiro inmediato del medio, a costa del infractor. Estos medios serán enviados a las bodegas municipales y podrán permanecer en ellas hasta por el tiempo máximo de treinta días, transcurrido los cuales, serán dados de baja y dispuestos libremente.

Hasta que se retire el medio publicitario sancionado, el Comisario Metropolitano dispondrá la colocación del sello "PUBLICIDAD SIN PERMISO" o "PUBLICIDAD ILEGAL"

En el caso de los medios publicitarios de publicidad móvil, el retiro serán ejecutado por la EMSAT.

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

e) OBSTACULIZACIÓN DEL RETIRO DEL MEDIO PUBLICITARIO

Los que impidan u obstaculicen el retiro de las estructuras de sustentación de los medios de publicidad exterior fija o de publicidad exterior móvil, serán sancionados con una multa equivalente al 200% de la Remuneración Básica Unificada, sin perjuicio de la acción penal que pueda derivarse del desacato a la disposición de autoridad competente.

f) UTILIZACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS EN TRANSPORTE PROHIBIDO DE REALIZAR PUBLICIDAD:

Los que utilicen medios de transporte que se encuentran prohibidos de realizar actividades publicitarias, serán sancionados con la multa de 125% de la Remuneración Básica Unificada, y el retiro inmediato del medio publicitario, a costo y riesgo del infractor, por parte de la EMSAT.

Hasta que se retire el medio publicitario sancionado, el Comisario Metropolitano dispondrá la imposición del sello "PUBLICIDAD SIN PERMISO" o "PUBLICIDAD ILEGAL"

El Comisario Metropolitano oficiará a la Policía Nacional a fin de que el vehículo sea detenido y no pueda circular en el Distrito Metropolitano hasta que se retire la publicidad instalada en el mismo, así como el interesado presente los comprobantes de pago de las multas impuestas.

g) INSTALACIÓN DE SEÑALIZACIÓN DE TRÁNSITO VIAL QUE NO ESTÉ DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL REGLAMENTO INEN Y ESTA ORDENANZA:

El que instale o implemente señalización de tránsito vial sin observar lo dispuesto en esta Ordenanza o en el Reglamento INEN existente para este efecto, será sancionado con el decomiso inmediato de la señal y el pago de la multa equivalente al 125% de la Remuneración Básica Unificada, a la que se agregarán los gastos en los que incurra la municipalidad para el retiro de la misma. El Comisario concederá el plazo de tres días para el pago de tales valores, y de no hacerlo, serán cobrados por la vía coactiva, con los recargos de ley.

h) DISTRIBUIR PANFLETOS, VOLANTES y/o IMPRESOS DE CUALQUIER ÍNDOLE EN ESPACIO PÚBLICO: Quien distribuye panfletos, volantes y/o impresos de cualquier índole, en espacio público, será sancionado con una multa equivalente al 200% de la Remuneración Básica Unificada y el decomiso de dichos elementos. La sanción será impuesta por el Comisario Metropolitano de Publicidad Exterior al dueño

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°
del local comercial, al representante legal de la marca, servicio o
producto promocionado y/o auspiciante de manera solidaria.

- i) **REINCIDENCIA:** Quien reincida en la instalación de publicidad exterior o señalización vial sin haber obtenido previamente la licencia de implantación, manteniendo su vigencia, además de las sanciones previstas en los literales anteriores, será sancionado con la inadmisión de peticiones de nuevas autorizaciones por el lapso de un año.

Art. 257.- PROCEDIMIENTO EN CASO DE INFRACCIONES.- Cuando el Comisario Metropolitano de Publicidad Exterior tenga conocimiento de que se ha cometido alguna infracción relativa a las normas de la presente Ordenanza, procederá de conformidad con lo previsto por el Art. 154 literal g) de la Ley Orgánica de Régimen Municipal y contemplando las normas del debido proceso establecidas en el Art. 24 de la Constitución Política.

Cuando la EMSAT verifique incumplimientos a la presente Ordenanza, inmediatamente de conocido el hecho elaborará un informe, que lo pondrá en conocimiento del Comisario Metropolitano, el mismo que servirá de base para el inicio del proceso en contra del infractor.

Cuando la infracción ocurra en los límites de dos secciones territoriales, será competente el Comisario que hubiere precedido en el conocimiento del hecho.

En consecuencia, el Comisario Metropolitano de Publicidad Exterior citará a todos los involucrados explicando el motivo del inicio del expediente administrativo.

En la boleta constará el motivo de la citación y se anexarán los informes emitidos por la autoridad municipal.

Determinada por el Comisario Metropolitano de Publicidad Exterior la existencia de la infracción, sustanciará el proceso de acuerdo con lo establecido en el Código de Procedimiento Penal para el juzgamiento de las contravenciones, esto es, que en la misma audiencia de juzgamiento puede dictar la Resolución que corresponde.

De la resolución del Comisario Metropolitano se podrá presentar recurso administrativo jerárquico para ante el Alcalde Metropolitano, recurso que deberá interponerse dentro del término de tres días, contados desde la fecha de la respectiva notificación.

La resolución del Alcalde causará estado y solamente podrá ser impugnada por la vía judicial, de conformidad con el Art. 21 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito.

8
7



Art. II. 257.1.- COMISARÍA METROPOLITANA DE PUBLICIDAD: Para la aplicación de lo establecido en la presente Ordenanza, el juzgamiento y sanción correspondientes, creanse las Comisarías Metropolitanas de Publicidad Exterior, con jurisdicción en cada una de las zonas administrativas existentes y las que en el futuro se crearen.

Art. II. 258.- FONDO PARA LA REHABILITACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL DMQ.- El Fondo para la Rehabilitación del Espacio Público en el DMQ estará constituido por los valores correspondientes a las recaudaciones por concepto de las regalías por permisos de publicidad exterior, las multas por incumplimientos a las regulaciones de este capítulo, y otros recursos que para el efecto y en lo posterior destine el Concejo Metropolitano.

Art. II.258.1.- FINALIDAD DE LOS FONDOS.- Los valores recaudados por concepto de fondos para la rehabilitación del espacio público se destinarán de manera exclusiva para:

- a) Fortalecimiento del sistema desconcentrado de administración, provisión y control del espacio público;
- b) Instalación de señalización vial horizontal y vertical en el DMQ, en consenso con los organismos pertinentes;
- c) Fortalecimiento del sistema de control de la publicidad por parte de las Administraciones Zonales;
- d) Difusión de la presente ordenanza para concienciar a la comunidad.

Art. II. 258.2.- ADMINISTRACIÓN DESCONCENTRADA DEL FONDO.- Los recursos recaudados por concepto de pago de regalías, sanciones por incumplimiento de los deberes por parte de los administrados, los que el Concejo Metropolitano destine para la rehabilitación del espacio público en el Distrito Metropolitano de Quito, así como otras asignaciones que para tal efecto se consigan, serán administrados de manera desconcentrada e independiente por parte de las administraciones.

Art. II. 258.3.- ADMINISTRACIÓN DE LOS INGRESOS RESULTANTES DE LAS REGALÍAS.- Los regalías que se recauden por concepto de publicidad fija serán administrados por la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano a través de un FIDEICOMISO. El 100% de lo que se recaude por este concepto ingresará a la cuenta única del FIDEICOMISO.

El 60% de estos ingresos, la Empresa de Desarrollo Urbano de Quito, EMDUQ destinará para los fines señalados en el Art. II. 258. 1 de esta Ordenanza y el 40% será distribuido a las Administraciones Zonales, según su participación en la generación de los mismos.



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

Los valores que ingresen a la UOST por concepto de alquiler del espacio por explotación de las áreas de publicidad interior y exterior en trolebuses, paradas, terminales y andenes, serán administrados en su totalidad por la misma, e invertidos en la operación y mantenimiento del sistema integrado de transporte.

Los valores recaudados por concepto de regalía por publicidad exterior móvil serán administrados por la EMSAT; mientras que los resultantes de la explotación de las áreas de publicidad exterior en trolebuses, paradas, terminales y andenes, serán administrados en su totalidad por la UOST e invertidos en la operación y mantenimiento del sistema integrado de transporte.

Art. II. 258.4.- ADMINISTRACIÓN DE LOS INGRESOS DE LAS SANCIONES:

Los ingresos resultantes de las sanciones por incumplimiento por parte de los infractores, serán administrado por la respectiva Administración Zonal y serán destinados para los fines señalados en el Art. II. 258. 1 de esta Ordenanza.

Art. II.258.5.- ACCIÓN POPULAR PARA DENUNCIAR PUBLICIDAD

EXTERIOR: Se concede acción popular para denunciar ante la Comisaría Metropolitana, toda publicidad fija o móvil que pese a haber obtenido el permiso de instalación de publicidad incurra en las prohibiciones establecidas en esta ordenanza.

Conocido por cualquier medio la existencia de publicidad exterior prohibida o no autorizada, el Comisario Metropolitano de Publicidad la Zona avocará conocimiento de la misma y la tramitará de conformidad a lo establecido en el Art. II. 257 de esta ordenanza.

Art. II. 258.6.- OBLIGACIÓN DE LA EMDU-Q.- La Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano, a través de la Gerencia de Estudio Público, será la responsable del dimensionamiento de las necesidades de publicidad en el Distrito Metropolitano de Quito.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA: RESPONSABILIDADES.- La Empresa Metropolitana de Servicios Administrativos y Transporte (EMSAT), se constituye en el soporte técnico para ejercer facultades de prevención y ejecución de la presente Ordenanza; las Comisarías Metropolitanas de Publicidad Exterior constituyen el soporte legal de la Municipalidad en la imposición de las sanciones por incumplimiento de las normas y preceptos establecidos en esta Ordenanza.

SEGUNDA: COMISIÓN INTERINSTITUCIONAL.- Para la instrumentación del control y aplicación de las disposiciones de este cuerpo legal, la Municipalidad suscribirá un convenio con la Policía Nacional. Para el control de las sanciones se remitirá mensualmente a esta Comisión Interinstitucional Municipio – Policía

8
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

Nacional, el listado de infractores, a efecto de que ésta no autorice la renovación de licencia del conductor ni la matriculación del vehículo.

TERCERA: A partir de la publicación de la presente Ordenanza, ninguna unidad, a excepción de las Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito, podrá suscribir convenios y/o contratos de mantenimiento de espacio público en base de publicidad exterior.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Para el caso de publicidad exterior en el territorio de las Áreas Históricas del Distrito, el Concejo Metropolitano de Quito, en un plazo no mayor a noventa días, desde la publicación de la presente Ordenanza en el Registro Oficial, aprobará el diseño tipo para publicidad exterior, recomendado por el informe conjunto de las Comisiones de Planificación y Nomenclatura y de Áreas Históricas, y en base de la propuesta elaborada por la Administración Zonal Centro, en coordinación con el Fondo de Salvamento (FONSAL) y la Dirección Metropolitana de Planificación Territorial.

SEGUNDA: La Empresa de Desarrollo Urbano de Quito (EMDU-Q), a través de la Gerencia de Estudio Público, en el plazo de SEIS MESES contados a partir de la vigencia de la presente Ordenanza, presentará para conocimiento del Concejo Metropolitano y luego de su aprobación para ejecución en las Administraciones Zonales, el proyecto de dimensionamiento de las necesidades de publicidad en las Administraciones Zonales en particular y en el Distrito Metropolitano en general.

TERCERA: Con la finalidad de cumplir los objetivos señalados en los considerados de esta ordenanza, se suspende, por el tiempo de SEIS MESES contados a partir de la fecha de la vigencia de la presente Ordenanza, el otorgamiento de nuevas LICENCIAS de instalación de vallas y murales, así como carteles en fachadas laterales de edificios. Concluido el plazo indicado, y una vez que se cuente con el dimensionamiento de las necesidades de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano, se establecerá el número definitivo de vallas y murales permitidos para su instalación.

CUARTA: La Empresa de Desarrollo Urbano de Quito (EMDU Q) es la encargada de elaborar el MANUAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y SEÑALIZACIÓN VÍAL para conocimiento y aprobación del Comité Metropolitano de Publicidad, dentro de los sesenta días siguientes a la publicación de la presente Ordenanza, el mismo que será conocido y aprobado por el Concejo Metropolitano para que entre en vigencia.

QUINTA: Hasta cuando se creen las Comisarías Metropolitanas de Publicidad Exterior, se encarga del conocimiento y resolución de las infracciones a la



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°

presente Ordenanza, en primera instancia administrativa, a los Comisarías Metropolitanas de Aseo, Salud y Ambiente.

SEXTA: Toda la publicidad exterior del Distrito Metropolitano de Quito deberá someterse a las disposiciones de la presente Ordenanza, en el plazo máximo de un mes contado a partir de la publicación de ésta en el Registro Oficial. En el caso específico de vallas y murales, se establece que dichos medios deberán someterse a las disposiciones de la presente Ordenanza en el plazo máximo de seis meses, contados a partir de la publicación en el Registro Oficial.

Terminados dichos plazos, la Municipalidad, por intermedio de sus Administraciones Zonales, dará cumplimiento a lo dispuesto en el Art. II. 256, siguiendo el procedimiento señalado en el Art. II. 257 de esta Ordenanza.

SÉPTIMA: En el caso de convenios y/o contratos suscritos por las distintas Unidades del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con fines de dotación o mantenimiento de mobiliario urbano, incluyendo pasos peatonales, estos tendrán vigencia por el tiempo para el cual fueron otorgados.

OCTAVA: De conformidad a lo determinado en el numeral 8 del Artículo II. 245 de esta Ordenanza, las administraciones zonales, en el plazo de 90 días, contados a partir de la fecha de publicación en el Registro Oficial, presentarán para conocimiento y aprobación del Comité Metropolitano de Publicidad, el catastro de los miradores y observatorios de la ciudad.

NOVENA: Si se hubiesen otorgado licencias de instalación que se superpongan, se mantendrá la vigencia de las dos licencias por el tiempo autorizado en las mismas, pero la licencia de la última solicitud no podrá renovarse una vez culminado el tiempo de vigencia de la autorización concedida.

DECIMA: Los contratos de publicidad exterior suscritos legalmente con la municipalidad seguirán vigentes hasta su vencimiento, y para los nuevos o renovaciones de los anteriores, se sujetarán a esta Ordenanza.

Art. 2.- Se deroga expresamente la Ordenanza Metropolitana No. 096 y todas las normas de igual o menor jerarquía que se opongan a la presente Ordenanza Metropolitana.

Art. 3.- La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

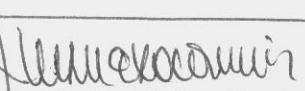
7



0186

ORDENANZA METROPOLITANA N°
Dada, en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, el 6 julio del 2006.


Andrés Vallejo Arcos
**PRIMER VICEPRESIDENTE DEL
CONCEJO METROPOLITANO
DE QUITO**



~~Dra. María Belén Rocha Díaz~~
**SECRETARIA GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO
DE QUITO**

CERTIFICADO DE DISCUSIÓN

La infrascrita Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito, certifica que la presente Ordenanza fue discutida y aprobada en dos debates en sesiones de 23 de mayo y 6 de julio del 2006.- Quito, 7 de julio del 2006.


~~Dra. María Belén Rocha Díaz~~
**SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO
METROPOLITANO DE QUITO**

ALCALDÍA DEL DISTRITO METROPOLITANO.- Quito, 7 de julio del 2006.

EJECÚTESE:

Paco Moncayo Gallegos
ALCALDE METROPOLITANO DE QUITO

CERTIFICO, que la presente Ordenanza fue sancionada por Paco Moncayo Gallegos, Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el 7 de julio del 2006.- Quito, el 7 de julio del 2006


~~Dra. María Belén Rocha Díaz~~
**SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO
METROPOLITANO DE QUITO**

R.B

8
7