



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

Vistos el IC-2010-284, de 7 de junio de 2010 e IC-2010-O-579 de 8 de noviembre de 2010, expedidos por la Comisión de Eje Territorial;

CONSIDERANDO:

- Que,** de conformidad a lo determinado en el artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador, 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,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo"*;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de *"Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental"*;
- Que,** es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que,** la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, en el numeral 1 del artículo 2, establece que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito cumplirá, entre otras, con las finalidades de regular el uso y la adecuada ocupación del suelo;
- Que,** en materia de propaganda y publicidad exterior, el Concejo Metropolitano expidió la Ordenanza Metropolitana No. 0186 que reforma el Capítulo I de la Publicidad Exterior, del Título III del Libro Segundo del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, sancionada el 7 de julio de 2006;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 57 literal c), faculta a los gobiernos autónomos

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

descentralizados municipales para crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones de mejoras, y de ordenamiento;

- Que,** corresponde al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, contar con una administración pública que constituya un servicio a la colectividad regido por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, desconcentración, coordinación, planificación, transparencia y evaluación;
- Que,** es indispensable modernizar, automatizar y simplificar los trámites relativos a varios de los servicios que presta a los ciudadanos la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito;
- Que,** el otorgamiento de la autorización de publicidad exterior debe estar guiado por principios de simplicidad, agilidad y modernidad, a fin de cumplir con los objetivos de racionalización y eficiencia administrativa, así como la desconcentración y la simplificación previstos en la Ley de Modernización del Estado;
- Que,** es indispensable regular la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, con el fin primordial de compatibilizar esta actuación con la protección de la seguridad ciudadana, la prevención de la contaminación ambiental, la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano, y el buen uso del espacio público; y,
- Que,** es necesario insertar dicha regulación dentro de los esquemas de racionalización de licenciamientos en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, como herramientas de gestión administrativa, por las que el Municipio, en tutela de los bienes jurídicos respecto de los que ejerce competencia, autoriza actuaciones a los administrados.

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

EXPIDE:



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

LA ORDENANZA METROPOLITANA QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU - (41) -

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

TÍTULO...

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

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

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

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

Artículo... (3).- **Espacio Público.-** Para los efectos del presente Título se entenderá por espacio público, el espacio de dominio público o privado en el que la publicidad

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

exterior colocada es visible; incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general, en los que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.

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

Artículo... (5).- **Actividad Publicitaria Exterior.**- Para efectos de este Título, se entenderá por Actividad Publicitaria Exterior toda acción encaminada a difundir, por cualquier medio idóneo el conocimiento de la existencia de una actividad y/o mensaje de toda índole, dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

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

1. La Publicidad Exterior Fija es la que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en el Espacio Público, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único de la presente Ordenanza Metropolitana.

2. La Publicidad Exterior puede ser colocada en el espacio público, de dominio público o privado (incluyendo espacio de servicio general), de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:

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

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

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

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

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

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

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

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

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

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- a) La colocación de publicidad exterior en las edificaciones galardonadas con el "Premio al Ornato", a excepción de los rótulos que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- b) La publicidad exterior en zonas declaradas de interés histórico y/o artístico, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con excepción de los rótulos a los que se refiere el literal a) precedente, así como los equipamientos o servicios asentados en dichas áreas y permitidos por el ordenamiento jurídico metropolitano;
- c) Vallas publicitarias y tótems publicitarios en áreas históricas y bienes inventariados;
- d) La publicidad exterior en espacios naturales protegidos, salvo en aquellas zonas en donde se hayan desarrollado urbanizaciones e intervenciones constructivas de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- e) La publicidad exterior en árboles, márgenes de ríos y quebradas y toda aquella que pretenda ser instalada en un radio de doscientos metros de miradores y observatorios de la ciudad, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- f) La publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua potable, energía eléctrica, telefónicos, postes de semáforos y similares;
- g) La publicidad exterior que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización urbana, vial y semaforización de tránsito, de cualquier naturaleza, o la nomenclatura urbana;
- h) La publicidad exterior implantada en predios con uso de suelo residencial R1;
- i) La publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas, salvo el caso de las Actuaciones Publicitarias Experimentales según lo previsto en este Título;

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- j) El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- k) Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano;
- l) La publicidad exterior realizada mediante carteles y pancartas atravesados en cualquier tipo de vía;
- m) La publicidad exterior en espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel, vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico, túneles, salvo el caso de las Actuaciones Publicitarias Experimentales según lo previsto en este Título;
- n) Cualquier elemento componente de un medio de publicidad exterior en y/o sobre terrazas, techos o cubiertas de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificaciones que no posean cubierta, salvo los catalogados como espacios de servicio general o proyecto especial;
- o) Los mensajes publicitarios o de razón social "en bandera" que sobresalgan de la línea de fábrica y aquellos que sobresalgan de las fachadas de los edificios;
- p) La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;
- q) Vallas y tótems publicitarios, en escalinatas y parterres de todo tipo, en los términos previstos en este título;
- r) Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa; y,
- s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio.

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

1



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- a) La publicidad exterior colocada en medios móviles, que sobresalga lateralmente más de 10 cm. o que se ubique en la parte frontal;
- b) La utilización de sustancias reflectantes, TV, pantallas leds o procedimientos internos o externos de iluminación con colores o composiciones que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales, o confusión con señales de tránsito o de seguridad luminosa;
- c) La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;
- d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales de vehículos particulares; y,
- e) La publicidad exterior en vehículos exclusivamente destinados a la explotación de publicidad o en los cuales se instalen paneles en la plataforma de carga de camionetas o camiones con tal fin.

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

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

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

1. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad para el desarrollo de su función, además de contribuir al ornato público. Las



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

empresas publicitarias deberán mantener una póliza de seguros vigente de responsabilidad civil y daños a terceros, sobre las estructuras publicitarias existentes.

2. Los soportes publicitarios deberán sujetarse a las Reglas Técnicas previstas en el Anexo Único de esta Ordenanza Metropolitana bajo la denominación de *“Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”*.
3. En cada soporte publicitario deberá constar, en lugar visible, una placa identificativa con el número que se le asigne en la LMU (41), la fecha de otorgamiento, vigencia de la licencia y el nombre de su titular.

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

1. La publicidad exterior deberá cumplir con las normas administrativas previstas en este título y se sujetarán además a lo dispuesto en las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta Ordenanza Metropolitana bajo la denominación de *“Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”*.
2. En toda publicidad exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado, se hará constar, en lugar visible, una placa identificativa con el número que se le asigne en la LMU (41), la fecha de otorgamiento, vigencia de la licencia y el nombre de su titular.

Artículo... (14).- **Rehabilitación del Mobiliario Urbano:**

1. Con el fin de regular la rehabilitación del espacio público y, especialmente, del mobiliario urbano de beneficio para los administrados, podrán acordarse con particulares planes de intervención a iniciativa de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. Los planes de intervención deberán incluir las siguientes consideraciones:
 - a) Mejora o rehabilitación de mobiliario municipal;
 - b) Métodos de estimación de valores de la intervención;



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- c) Porcentaje y plazo de imputación de dichos valores a la tasa;
 - d) Licencias o autorizaciones vinculadas con la intervención; y,
 - e) Otras que se determinen por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.
2. Para efectos de la ejecución de los planes de intervención precitados, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda podrá contratar con los administrados dicha rehabilitación vía concesión y según el procedimiento determinado dentro del Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título, en lo que le fuere aplicable.

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

Artículo... (15).- **Acto administrativo de autorización.-**

1. La Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior es el acto administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular la utilización o aprovechamiento del espacio público para colocar publicidad exterior propia dentro de la circunscripción territorial del Distrito.
2. Se exceptúa la colocación de Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público de dominio público, que se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título "*Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria*".

Artículo... (16).- **Título jurídico.-** El título jurídico que contiene el acto administrativo de autorización al que se refiere este título se documentará bajo la denominación de "Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior", o por sus siglas LMU (41).

Artículo... (17).- **Alcance de la LMU (41).-**

1. El otorgamiento y obtención de la LMU (41) supone únicamente:



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

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

CAPÍTULO III

**SUPUESTOS DE SUJECIÓN Y DE EXENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA
URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

Artículo... (18).- **Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones:**

1. Están obligadas a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público de dominio privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, para colocar Publicidad Exterior propia dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de los organismos y órganos del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y Reglas Técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana.
2. Tampoco requerirá de la LMU (41):

f



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- a) La Publicidad realizada al interior de espacios privados siempre que no sea visible desde el espacio público;
- b) La Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público de dominio público, que se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título;
- c) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;
- d) Los rótulos y carteles instalados en el espacio público de dominio privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, 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 cumplan con las reglas técnicas previstas en este título;
- e) La publicidad exterior fija ubicada en el espacio público de dominio privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento, que se encuentra regulada específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas ("LUAE");
- f) La publicidad electoral para promoción de candidaturas o sus propagandas, en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley de Elecciones, reglamentos o normas respectivas, en concordancia con el ordenamiento jurídico metropolitano específico; y;
- g) La publicidad exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

CAPÍTULO IV
COMPETENCIA EN MATERIA DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE
PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (19).- **Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41).**- Son órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, para el otorgamiento de la LMU (41):



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- a) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda es competente para otorgar la LMU (41) dentro de los procedimientos especiales; y,
- b) La administración zonal municipal, en su respectiva circunscripción territorial, es competente para otorgar la LMU (PE), cuando se trate del procedimiento simplificado.

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

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

CAPÍTULO V

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

Artículo... (21).- **Categorización de las actuaciones de Publicidad Exterior para determinar el procedimiento administrativo de licenciamiento.-**

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

1. Con el fin de determinar las actuaciones de Publicidad Exterior cuyo licenciamiento se sujeta a los procedimientos simplificado y especial, se diferencian dos categorías, en razón de la compatibilización de esta actividad con el fin previsto por las normas contenidas en este título.
 - a) La categoría I, sujeta al procedimiento especial, corresponde a las Actuaciones Publicitarias Experimentales.
 - b) El resto de actuaciones corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado.
2. La Publicidad Exterior de terceros colocada en el espacio público de dominio público o privado en el ejercicio de la actividad económica publicitaria se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este título.

SECCIÓN I

LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SIMPLIFICADO

Artículo... (22).- **Trámite.**- El procedimiento administrativo simplificado estará sujeto al régimen general de licenciamiento, únicamente con las variaciones previstas en esta Sección. En cualquier caso, de ser necesario, el flujo de los procedimientos se organizará mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa.

Artículo... (23).- **Otorgamiento automático de la LMU (41).**-

1. En el procedimiento administrativo simplificado, la mera presentación del formulario de solicitud de la LMU (41) conllevará automáticamente su otorgamiento cuando se cumplan simultáneamente las siguientes condiciones:
 - a) Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la Autoridad Administrativa Otorgante y en el lugar que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito hubiere habilitado para el efecto;
 - b) Que la actuación materia del licenciamiento esté reglado por este procedimiento;



0330

ORDENANZA METROPOLITANA No.

- c) Que el formulario de solicitud cumpla con los requisitos establecidos y conste la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y de Reglas Técnicas vigentes;
 - d) Que se hubieren acompañado todos los requisitos documentales exigidos dentro del procedimiento; y,
 - e) Aquellas condiciones que vía Resolución Administrativa se determinen atendiendo a las necesidades de la gestión.
2. Se informará al administrado en el acto de entrega del formulario de solicitud de la LMU (41), el cumplimiento de las condiciones establecidas en el numeral precedente y continuará con el procedimiento de emisión de la LMU (41).
 3. Si el administrado no hubiese cumplido las condiciones previstas en el numeral 1 de este artículo, es responsabilidad del funcionario asignado al trámite explicar las razones e informar al administrado las acciones que deba tomar para obtener la LMU (41).

Artículo... (24).- Responsabilidad y alcance específico de la LMU (41) en el procedimiento simplificado.-

1. La Autoridad Administrativa Otorgante emitirá la LMU (41) con la constatación del cumplimiento de los requisitos formales para su otorgamiento.
2. La emisión de la LMU (41) en el procedimiento administrativo simplificado no supone opinión alguna del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito sobre el cumplimiento de los requisitos materiales, sean éstos normas administrativas o Reglas Técnicas, para el ejercicio de la actuación de publicidad exterior de la que se trate.
3. La verificación de los requisitos materiales para el ejercicio de la actividad, acción o actuación de publicidad exterior se efectuará con posterioridad al otorgamiento de la LMU (41).
4. El titular de la LMU (41) es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud. La información



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

sobre cuya base se emite la autorización administrativa se presume verídico hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones.

SECCIÓN II

LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ESPECIAL

Artículo... (25).- **Trámite.**- El procedimiento administrativo especial estará sujeto al régimen general de licenciamiento, únicamente con las variaciones previstas en esta sección. En cualquier caso, de ser necesario, el flujo de los procedimientos se organizará mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa.

Artículo... (26).- **Prohibición general.**- El administrado cuya actuación se encuentre sujeta a este procedimiento no podrá iniciarla ni continuarla si es que no cuenta con la LMU (41) vigente.

CAPÍTULO VI

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

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

1. La LMU (41) tiene una vigencia anual, con renovaciones automáticas hasta por cuatro años, sin perjuicio de las potestades de control y siempre que en cada año, hasta el 30 de abril, se cancelen las tasas a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. Al concluir el cuarto año, caduca automáticamente.
2. Atendiendo al dígito final de la LMU (41) la Autoridad Administrativa Otorgante podrá organizar, mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa, los períodos de obtención o renovación de que trata el numeral precedente.
3. Podrá otorgarse una LMU (41) de vigencia temporal menor, cuando así sea requerido expresamente por el administrado o cuando el inicio de la actuación de publicidad exterior se produzca en el transcurso del año calendario. En este caso, transcurrido el término de vigencia, no será necesario presentar la comunicación de cese de actividades a que se refiere este título.



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

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

1. Anualmente, el administrado deberá realizar el pago de la tasa vinculada con el ejercicio de las actuaciones de publicidad exterior materia de la LMU (41), a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. Con este propósito, el administrado deberá presentar el formulario normalizado, determinado mediante Resolución Administrativa, debidamente cumplimentado.
2. En general, el trámite de renovación seguirá el mismo procedimiento para el otorgamiento de la LMU (41).
3. El trámite de renovación de la LMU (41) obtenida en el procedimiento administrativo especial deberá iniciar con, al menos, tres meses de anticipación a la fecha de caducidad de la LMU (41).

Artículo... (29).- **De la modificación de la LMU (41).**-

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

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

Artículo... (30).- **Caducidad de la LMU (41).**- La LMU (41) caducará, y por tanto se extinguirá, en los siguientes supuestos:

- a) Cuando ha vencido el plazo de vigencia de la LMU (41);
- b) En el plazo de tres meses de expedida, si su titular no ha iniciado la actuación licenciada;
- c) Por el vencimiento de cualquier otro plazo otorgado al administrado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para subsanar deficiencias; y,
- d) En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico metropolitano.

Artículo... (31).- **Efectos de la extinción de la LMU (41).**-

1. La extinción de la LMU (41) impedirá iniciar o proseguir la actuación, salvo la realización de los trabajos de seguridad, mantenimiento y protección de las personas, los bienes y el ambiente, de los cuales se dará cuenta al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para su control.
2. La extinción de la LMU (41) por alguna de las causas previstas en el artículo anterior no dará derecho a indemnización alguna.

Artículo... (32).- **Extinción por razones de legitimidad.**-

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

Artículo... (33).- **Cese de actividades.**-



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

1. Cuando el titular de la LMU (41), desee retirar la publicidad exterior colocada, deberá informar a la Autoridad Administrativa Otorgante, mediante el formulario normalizado correspondiente, el cese de la actuación y ésta efectuará el asiento correspondiente en el Registro General de Licencias Metropolitanas y dejará sin efecto la licencia otorgada, desde la fecha de dicha notificación.
2. Este procedimiento es de aprobación automática, sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones económicas que estuvieren pendientes de solución.
3. El administrado estará obligado, cuando se produzca la notificación de que trata el numeral 1 de este artículo, a retirar a su costa la Publicidad Exterior colocada, sin lo cual dicha notificación no surtirá los efectos previstos en el mismo.

CAPÍTULO VII

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

Artículo... (34).- Naturaleza.-

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

Artículo... (35).- Datos.-

1. El Registro contendrá los siguientes datos:
 - a) Los contenidos en el Registro General de Licencias Metropolitanas; y,
 - b) Aquellos contenidos que se determinaren, vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

2. Respecto de las Empresas Publicitarias, el Registro contendrá la siguiente información:
- a) Razón social, acreditado mediante escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil;
 - b) Nombre del representante legal o apoderado y cédula de ciudadanía de éste, acreditado mediante nombramiento o poder;
 - c) Domicilio de la empresa publicitaria, su dirección y teléfono;
 - d) Número de Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de actividades económicas;
 - e) Fecha de la suscripción del contrato de concesión y plazo de vigencia;
 - f) Puntos de Publicidad Exterior concesionados;
 - g) Beneficiario o beneficiarios de la publicidad exterior: nombre y apellidos o razón social y su domicilio;
 - h) Contrato o autorización del propietario del inmueble en el que se ha colocado la Publicidad Exterior, en caso de Publicidad Exterior colocada en espacio público de dominio privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior;
 - i) Emplazamiento, dirección y coordenadas de la publicidad exterior; y,
 - j) Un apartado de observaciones, en el que se consignarán las incidencias e infracciones contra el ordenamiento jurídico metropolitano en materia de Publicidad Exterior, si se produjeran.

CAPÍTULO VIII

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

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

Artículo... (36).- **Hecho generador.**- El hecho generador de la tasa constituye la utilización o el aprovechamiento del espacio público para la difusión de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, que es materia de la LMU (41).

Artículo... (37).- **Sujeto pasivo.**-

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

Artículo... (38).- **Exenciones.**-

1. Estarán exentos del pago de la tasa:
 - a) Los organismos u órganos públicos que instalen o coloquen, específicamente, señalización de tránsito e información turística;
 - b) Las entidades competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; y,
 - c) Quienes coloquen publicidad temporal, que se realiza sobre carteles, banderines y lonas, para anunciar eventos populares, cuya exposición no supere los treinta días.
2. En el caso del literal a) del numeral precedente, estará exenta del pago de la tasa la señalización de tránsito e información turística exclusivamente; toda Publicidad Exterior incluida en dichas señalizaciones pagará la tasa establecida en este título.

Artículo... (39).- **Devengo.**- La tasa se hace exigible al momento del otorgamiento de la LMU (41); sin embargo, si la utilización o aprovechamiento del espacio público se hubiere efectuado en contra del ordenamiento jurídico metropolitano, sin contar con la LMU (41), el tributo será exigible desde la fecha en la que se inició con dicha utilización o aprovechamiento y que se determinará, presuntivamente, en el procedimiento de control y juzgamiento administrativo correspondiente.

Artículo... (40).- **Cuantía de la tasa:** La tasa se determinará con arreglo a las cuantías fijadas en forma anual de acuerdo al siguiente cuadro:



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

De 1 a 8 metros cuadrados de superficie	Cinco por ciento de la remuneración básica unificada, (5% RBU) por metro cuadrado de superficie
De 8 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento de la remuneración básica unificada (15% RBU) por metro cuadrado de superficie
Publicidad móvil	Cinco por ciento de la remuneración básica unificada, (5% RBU) por metro cuadrado de superficie
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares.	El cien por ciento de una remuneración básica unificada (100% RBU) por metro cuadrado de superficie

Nota: En caso de vallas móviles, éstas pagarán el valor correspondiente por cada lámina publicitaria.

Artículo... (41).- **Recaudación de la tasa.**- El pago de la tasa correspondiente se efectuará a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante, y será pagadero en forma anual.

Artículo... (42).- **Potestad coactiva.**- Los valores adeudados por concepto de la tasa establecida en el presente Título, las respectivas multas y los gastos administrativos y judiciales, serán cobradas coactivamente una vez que se hayan vuelto exigibles, con independencia del otorgamiento de la LMU (41) y de las infracciones y sanciones a que hubiere lugar, siguiendo el procedimiento general que corresponde a la naturaleza de cada tipo de obligación, de conformidad con el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

Artículo... (43).- **Fondo de Recuperación del Espacio Público.**- Los recursos provenientes por concepto de las tasas previstas en este Capítulo, serán manejados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y serán destinados a:

- a) Fortalecimiento del sistema de control de la Publicidad Exterior por parte del órgano competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

- b) Adquisición del equipo necesario para el monitoreo de la Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito;
- c) Actualización de censos de la Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito; y,
- d) Proyectos de mantenimiento y rehabilitación de los espacios públicos como parterres, parques, plazas, y otros.

CAPÍTULO IX

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

Artículo... (44).- **Objeto.**- Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público de dominio público o privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, en el ejercicio de la actividad económica publicitaria; y, que se sujetara a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la presente Ordenanza Metropolitana, bajo la denominación de "*Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito*". Esta Publicidad Exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

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

1. La Publicidad Exterior de terceros en espacio público de dominio público o privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", sólo podrá ser concesionada por Empresas Publicitarias, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

2. Para los efectos del presente Capítulo, se entenderá por Empresas Publicitarias, a las personas jurídicas legalmente constituidas, sujetas al control de la Superintendencia de Compañías y a la Ley de Compañías, y registradas en los términos establecidos en este Título, que se dediquen, con exclusividad, al ejercicio de la actividad publicitaria, a través de la colocación de publicidad exterior de terceros en el Distrito.

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

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

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

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

1. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, suscribirá con las Empresas Publicitarias, los contratos de concesión como instrumentos para la ejecución de los planes de intervención prescritos en este Capítulo, utilizando el procedimiento previsto en los artículos siguientes y bajo ningún concepto en calidad de exclusividad.
2. Los plazos de concesión por la explotación del espacio público, sea de dominio público municipal o privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, para la colocación de Publicidad Exterior de terceros, por parte de las Empresas Publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios.
3. Los contratos de concesión que se suscriban con los administrados, estipularán y regularán: (i) Que el 5% de los Puntos de Publicidad Exterior concesionados

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

deberán ser destinados a la educación ciudadana a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; y, (ii) Que los soportes publicitarios instalados para la colocación de publicidad exterior de terceros en los Puntos de Publicidad Exterior concesionados, que no fueren utilizados por los concesionarios, lo podrán ser por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo... (48).- **Subasta al Alza.**-

1. Para la colocación de Publicidad Exterior de terceros en espacio público, de dominio público o privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", las Empresas Publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.
2. En el caso de que la puja se realice por medios electrónicos, la Autoridad Administrativa Otorgante podrá coordinar con el Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) la utilización del Portal www.compraspublicas.gov.ec; caso en el cual, las Empresas Publicitarias deberán estar registradas en el Registro Único de Proveedores del INCOP.
3. El procedimiento, duración de la puja y más condiciones de la Subasta al Alza constarán en los pliegos que aprobará la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda para cada concurso, aplicando los principios de calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia y publicidad.
4. Los Pliegos, que no podrán afectar el trato igualitario que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe dar a todas las Empresas Publicitarias oferentes ni establecer diferencias arbitrarias entre éstas, establecerán las condiciones que permitan alcanzar la combinación más ventajosa de la concesión.
5. La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda tomará a su cargo y responsabilidad el llevar adelante los procesos previstos para cada concurso, la que deberá actuar de conformidad con los pliegos aprobados para el efecto. De ser necesario se podrá conformar una o más subcomisiones de apoyo a la Secretaría.

F



ORDENANZA METROPOLITANA No.

0330

Artículo... (49).- **Adjudicación.**- La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, una vez concluido el período de puja o de la negociación realizada, de ser el caso, adjudicará o declarará desierto el procedimiento, mediante resolución debidamente motivada.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.-

1. Los administrados tienen un plazo de 90 días calendario, para retirar la Publicidad Exterior y los soportes publicitarios que no hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de sus órganos competentes.
2. Vencido el plazo previsto en el numeral anterior, los administrados que mantengan Publicidad Exterior sin la debida autorización municipal, serán multados de conformidad con lo previsto en esta Ordenanza Metropolitana. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, concederá el plazo de 5 días para el retiro de la misma.
3. En caso de incumplimiento de lo prescrito en el numeral 2, el Municipio a través del órgano competente procederá al retiro de la infraestructura publicitaria a costa del administrado, sin que esto genere responsabilidad alguna del Municipio en caso de daño de dicha infraestructura. Los administrados inmersos en lo previsto en este numeral estarán inhabilitados por un plazo de cuatro años contados a partir de la imposición de la sanción ejecutoriada, para la colocación de Publicidad Exterior en el Distrito y no serán sujetos calificables para obtener la LMU (41), ni para participar en los procesos de concesión para la colocación de Publicidad Exterior de terceros.

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

Segunda.-

1. Los administrados que hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para colocar Publicidad Exterior en el espacio público, a través de permisos actualmente caducados, tienen un plazo de 90 días para obtener la LMU (41).

F



0330

ORDENANZA METROPOLITANA No.

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

3. En caso de incumplimiento de lo prescrito en el numeral 2, el Municipio a través del órgano competente procederá al retiro de la infraestructura publicitaria a costa del administrado, sin que esto genere responsabilidad alguna del Municipio en caso de daño de dicha infraestructura. Los administrados inmersos en lo previsto en este numeral estarán inhabilitados por un plazo de cuatro años contados a partir de la imposición de la sanción ejecutoriada, para la colocación de Publicidad Exterior en el Distrito y no serán sujetos calificables para obtener la LMU (41), ni para participar en los procesos de concesión para la colocación de Publicidad Exterior de terceros.

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

Tercera.- Encárguese a la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda la implementación técnica del proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX de la presente Ordenanza Metropolitana, *"Del Régimen jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público en el ejercicio de la Actividad Económica Publicitaria"*; así como, la elaboración de las instrucciones administrativas y flujos de procedimientos necesarios para la aplicación del precitado régimen jurídico, para su correspondiente aprobación vía Resolución Administrativa.

Cuarta.- Mientras se aplica el Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de la presente Ordenanza Metropolitana, y para efectos del cumplimiento de las Reglas Técnicas referidas a las distancias mínimas entre medios de Publicidad Exterior Fija, se establece el siguiente orden de prelación:

Para la concesión de la LMU (41), prevalecerán aquellos elementos publicitarios que contaban con las respectivas autorizaciones o permisos otorgados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, sobre aquellos elementos no autorizados o permitidos, cuando las distancias de estos últimos con respecto de los primeros, sean menores que las contenidas en la presente Ordenanza Metropolitana.

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

Quinta.- Mientras se expida la Ordenanza Metropolitana que norma el régimen administrativo del ejercicio de potestades sancionadoras en el Distrito Metropolitano de Quito, y entre en vigencia el título de "Infracciones y sanciones", la presente Ordenanza Metropolitana se sujetará al siguiente régimen jurídico:

1. En general los administrados que hayan colocado Publicidad Exterior sin la autorización del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, o sin ajustarse a las normas administrativas y Reglas Técnicas previstas en esta Ordenanza Metropolitana y su Anexo, serán sancionados con una multa de veinte remuneraciones unificadas, así como el desmontaje o retiro de la Publicidad Exterior con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción.
2. El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previniéndole de retirar la Publicidad Exterior en el plazo de cinco días, contados desde la fecha de la notificación. En caso de incumplimiento, los órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito procederán a la ejecución sustitutoria a costa del administrado que deberá abonar los gastos de desmontaje, transporte, almacenamiento y bodegaje, independientemente de las sanciones que hubieran lugar. Los costos a los que hace referencia este numeral serán determinados por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, de acuerdo al análisis de precios unitarios.
3. En caso de que los propietarios no hayan procedido al retiro de dichas estructuras embodegadas en el lapso de treinta días, los mismos serán declarados en abandono procediendo el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a dar de baja de conformidad con los procedimientos establecidos en el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.
4. Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en esta Ordenanza Metropolitana, se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico metropolitano.
5. Iniciado el procedimiento sancionador, podrán adoptarse, de forma motivada, las medidas de carácter provisional que resulten necesarias para evitar que se produzcan o mantengan en el tiempo los perjuicios derivados de la presunta infracción.

F



0330

ORDENANZA METROPOLITANA No.

6. Cuando hubieren sido violentados los sellos colocados por orden de autoridad competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o en general se hubiese descatado la resolución del órgano decisor competente, éste estará habilitado para imponer multas compulsivas o coercitivas para efectos de exigir el cumplimiento del acto administrativo. Las multas coercitivas, dentro del procedimiento administrativo sancionatorio principal, se aplicarán mediante resolución de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano.
7. En los casos en que el infractor no sea propietario del predio o inmueble en donde se encuentra colocada la Publicidad Exterior y/o los soportes publicitarios, el órgano decisor competente notificará al propietario con la primera multa compulsiva ordenada dentro del procedimiento administrativo sancionatorio principal, con la prevención de que en caso de que en su predio o inmueble se continúe la actuación en desacato de la resolución del órgano decisor competente, se constituirá en deudor solidario de las subsiguientes multas compulsivas que disponga el comisario metropolitano. Igual solidaridad y en las mismas condiciones alcanzará al representante legal y accionistas o socios de la persona jurídica, en caso de que ésta sea la infractora.

Disposición derogatoria.-

El día de la entrada en vigor de la presente Ordenanza Metropolitana, quedará automáticamente derogada la Ordenanza Metropolitana No. 0186, que reforma el Capítulo I de la Publicidad Exterior, del Título III del Libro Segundo del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, sancionada el 7 de julio de 2006.

Igualmente, quedarán automáticamente derogadas todas las ordenanzas metropolitanas, y cualesquiera otras normas de igual o inferior rango, en lo que resulten contradictorias o se opongan a la misma.

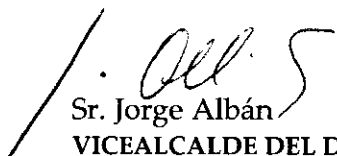
Disposición final.- Esta Ordenanza Metropolitana entrará en vigencia a partir de su sanción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.



0330

ORDENANZA METROPOLITANA No.

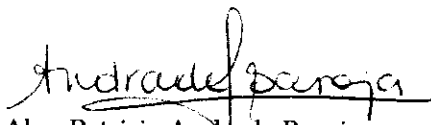
Dada en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano, el 11 de noviembre de 2010.


Sr. Jorge Albán
VICEALCALDE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO


Abg. Patricia Andrade Baroja
SECRETARIA GENERAL DEL
CONCEJO METROPOLITANO

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 22 de julio y 11 de noviembre de 2010.- Lo certifico.- Distrito Metropolitano de Quito, 15 de noviembre de 2010.-


Abg. Patricia Andrade Baroja
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

ALCALDÍA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.- Quito, **23 NOV 2010**

EJECÚTESE


Dr. Augusto Barrera Guarderas
ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

CERTIFICO, que la presente Ordenanza fue sancionada por el Dr. Augusto Barrera Guarderas, Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el 23 NOV 2010
.- Distrito Metropolitano de Quito, 23 NOV 2010


Abg. Patricia Andrade Baroja

SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

ANEXO ÚNICO

I. ASPECTOS GENERALES

I.1. LA LMU (41)

- Mediante Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), se incorpora esta Licencia como herramienta de gestión administrativa, por la que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, regula las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, con el fin primordial de compatibilizar la colocación de la Publicidad Exterior con la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente, y mantenimiento y mejora del ornato y paisaje en el Distrito Metropolitano de Quito.
- La LMU (41) prevé, dentro del régimen administrativo, que la Publicidad Exterior puede ser instalada en espacios públicos de dominio público o privado, de acuerdo a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único de la precitada Ordenanza Metropolitana, bajo la denominación de *"Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito"*, instrumento que podrá ser modificado a través de Resolución del Concejo Metropolitano, atendiendo las circunstancias de la gestión.
- El otorgamiento y obtención de la LMU (41) comporta únicamente: (a) que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en este título; (b) según corresponda a los procedimientos simplificado o especial, la declaración del administrado sobre el cumplimiento de los requisitos administrativos y reglas técnicas que le son aplicables; o, la verificación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito del cumplimiento de aquellos, a la fecha de la referida verificación.

I.2. OBJETIVOS DE ESTE INSTRUMENTO

El presente instrumento tiene el siguiente objetivo:

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

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

ANEXO ÚNICO

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

II.1. DISPOSICIONES GENERALES

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

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

II.2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- Para efectos de aplicación de la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) y de las Reglas Técnicas constantes en el siguiente acápite, se definen los siguientes términos:
 - **Espacio Público de dominio privado:** Es el espacio susceptible de publicidad exterior, ubicado en predio edificado o sin edificar de propiedad privada, incluso cuando se trate de edificaciones en proceso de construcción u obras de mantenimiento, que no constituye espacio de servicio general o espacio público de dominio público, que son reguladas por la presente ordenanza.
 - **Espacio público:** Para los efectos del presente título se entenderá por espacio

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

ANEXO ÚNICO

público, el espacio de dominio público o privado en el que la publicidad exterior colocada es visible, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general en el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público. Además, espacio público es toda área susceptible de publicidad exterior, ubicada en cada uno de los bienes de uso público establecidos en la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

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

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 6330

ANEXO ÚNICO

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



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

ANEXO ÚNICO

ofertados o actividades desarrolladas en dicho predio y que podría difundir publicidad e información general.

- **Valla publicitaria:** Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, auto portante, susceptible de albergar y transmitir mensajes, pudiendo estar compuesta de 1 o 2 caras como máximo. Instalada en retiros frontales y/o laterales de espacio privado y/o público, a excepción de parterres centrales de servicio general con una altura no menor a 14 m.
- **Vallas Móviles:** Sistema de publicidad con movimiento que permite tener más de una publicidad en el mismo sitio, siendo un método alternativo para disminuir la implementación de estructuras en la ciudad, podrán ser rotativas, giratorias y fijas. No se considera como vallas móviles a publicidad con pantallas leds.

II.3. REGLAS TÉCNICAS

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

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

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

Condiciones Técnicas de los medios de Publicidad Exterior:

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

- a) En espacio público de dominio público municipal o privado (incluyendo servicio

F



ORDENANZA METROPOLITANA No.

0330

ANEXO ÚNICO

general) la instalación de vallas, murales y/o tótems con superficies máxima de 32 m²., serán ubicados en el área urbana, a una distancia no menor de un radio de doscientos metros (200 m.) entre ellas, con un porcentaje de hasta el 15% de tolerancia. En las áreas urbanizables y no urbanizables a 500 m. entre ellas.

Para la instalación de pantallas led's se debe considerar una altura no menor a 12 metros a partir del nivel de la acera, para que no se interponga con la semaforización. Y a una distancia mínima de mil metros (1.000 m.) de radio entre pantallas, su intensidad deberá ser graduada automáticamente en función de la luz solar sin resultar un elemento de distracción visual.

b) En espacio público de dominio público municipal, la instalación de medios publicitarios exteriores, se someterá a diseños especiales, integrales o de conjunto, de tal manera que no atenten contra el disfrute ciudadano del espacio público, el libre tránsito peatonal, la imagen urbana de la ciudad y el paisaje natural, teniendo preferencia en relación a las distancias antes mencionadas.

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

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

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

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

f



ORDENANZA METROPOLITANA No.

0330

ANEXO ÚNICO

del entorno.

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

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

2.1.1. 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 en ningún caso podrá sobrepasar el 30% de la fachada; En ningún caso podrán sobresalir más de veinte centímetros (20 cm.) de la superficie vertical de la fachada y serán referidos exclusivamente a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en el predio.

2.1.2. MEDIOS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R3 MÚLTIPLE E INDUSTRIAL I2, I3, I4.-

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 (40 cm.) del plano vertical del cerramiento o la fachada, con excepción de los medios instalados sobre marquesinas y/o cobertizos ligeros, debidamente autorizados en planos, como parte del diseño arquitectónico de una edificación, pero que en ningún caso puede sobresalir más de ochenta centímetros (80 cm.).

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

En predios con uso de suelo múltiple (M) en los que aún el retiro frontal haya sido

F



ORDENANZA METROPOLITANA No.

0330

ANEXO ÚNICO

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

Los tótems tendrán una base con un radio máximo de dos metros (2 m.) y una altura máxima de seis metros (6 m.). En predios con uso de suelo Múltiple en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente.

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

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

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

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

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

a) Un área máxima de un metro cuadrado (1 m².) cuyo lado mayor no superará un metro con ochenta centímetros de ancho (1.80 m².), según el diseño tipo establecido por los órganos competentes de la Administración Municipal.

b) Los rótulos estarán conformados por letras independientes que formen el nombre del comercio; las letras en tipografía "Swiss 721 Condensed" de 600 puntos (aproximadamente dieciséis centímetros de alto), construidas en tol galvanizado de dos milímetros de espesor y pintadas en color grafito oscuro, que se remachan a dos

f



ORDENANZA METROPOLITANA No.

0330

ANEXO ÚNICO

varillas paralelas de un metro veinte centímetros por dos metros cincuenta centímetros, pintadas del mismo color que la pared de fondo y separadas entre sí por ocho centímetros.

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

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

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

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

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

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

b) **En parques y áreas verdes en general:** Con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), la Publicidad Exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades desarrolladas en estas áreas o en el Distrito Metropolitano de Quito en general. El

F



ORDENANZA METROPOLITANA No. 0330

ANEXO ÚNICO

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de sus administraciones zonales y de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano, podrá gestionar mobiliario urbano señalización interna en base de Publicidad Exterior. En estos casos, los anuncios de marcas, productos o servicios utilizarán máximo un tercio de la superficie total del medio y su diseño requiere aprobación previa de la Autoridad Administrativa Otorgante y responderá a criterios ecológicos.

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

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

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

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

f



6330

ORDENANZA METROPOLITANA No.

ANEXO ÚNICO

2.2. PUBLICIDAD MÓVIL.-

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

2.2.1. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO.-

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

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

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

b) En los buses articulados y trolebuses:

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

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

d) En taxis y vehículos particulares:

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

(ii) La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción, será de cuarenta centímetros (0,40 cm.) medidos desde la cubierta del vehículo, no mayor a cincuenta centímetros de largo (0,50 cm).

F



ORDENANZA METROPOLITANA No.

0330

ANEXO ÚNICO

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

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

(i) La colocación y mantenimiento de la publicidad no podrá interferir con los índices operativos del vehículo establecidos por el órgano competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

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

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

f