



Oficio Nro. GADDMQ-SGCM-2020-0316-O

Quito, D.M., 21 de enero de 2020

Señor Doctor
Jorge Homero Yunda Machado
Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito
GAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
En su Despacho

De mi consideración:

Por medio del presente, informo que mediante oficio Nro. STHV-2020-0051-O de 17 de enero de 2020, suscrito por el Arq. Rafael Antonio Carrasco Quintero, Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda, se remitió el proyecto de **“Ordenanza Metropolitana Reformatoria del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, publicado en el Registro Oficial Suplemento 902 de 7 de mayo de 2019”**, relativo a las reformas al Capítulo IV de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU-41 del Código Municipal.

En ese sentido y conforme a lo previsto en el artículo 12 de la Resolución No. C074 del Concejo Metropolitano de Quito, previo a remitir el expediente a la comisión correspondiente, solicito de la manera más cordial, se sirva indicar si asume la iniciativa del proyecto normativo mencionado.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Abg. Damaris Priscila Ortiz Pasuy
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO (E)

Referencias:

- STHV-2020-0051-O

Anexos:

- Anteproyecto ORD REFORMATORIA CAPITULO IV 17012020 final SDPC.docx



Oficio Nro. GADDMQ-SGCM-2020-0316-O

Quito, D.M., 21 de enero de 2020

Copia:

Pubenza María Fuentes Flores
Jefa de Despacho

Señorita Abogada
Myriam Gabriela Enriquez Ulloa
Asesora de Gestión de Concejo

Andrea Concepcion Medina Guano
Analista de Documentación de la Secretaría General del Concejo

Señora Licenciada
Fanny Elizabeth Rodriguez Jaramillo
Servidora Municipal

Acción	Siglas Responsable	Siglas Unidad	Fecha	Sumilla
Elaborado por: Myriam Gabriela Enriquez Ulloa	mgeu	SGCM	2020-01-20	
Revisado por: Damaris Priscila Ortiz Pasuy	DO	SGCM	2020-01-21	
Aprobado por: Damaris Priscila Ortiz Pasuy	DO	SGCM	2020-01-21	

EXPOSICION DE MOTIVOS.

Actualmente se encuentra vigente el Capítulo IV “De la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior” dentro del Código Municipal en el Libro III, sublibro III.6, del Título VI sobre Licencias Metropolitanas Urbanísticas como LMU (41)”. Sin embargo, el mencionado Capítulo no ha permitido una ágil y adecuada regulación y emisión de Licencias Metropolitanas Urbanísticas relacionadas a la instalación de elementos publicitarios y, a su vez, ha dificultado los procedimientos de control y cobro de los valores aplicables a los elementos de publicidad exterior.

El Capítulo IV de Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior en el Art.III.177, establece que la publicidad exterior fija instalada en bienes de uso público puede ser explotada comercialmente mediante el establecimiento de puntos de Publicidad.

El COOTAD en el Art. 84, literal m) detalla que es función del Gobierno del Distrito Metropolitano, “regular y controlar el uso del espacio público metropolitano, y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización”, conforme lo previsto en el Art. 84, literal m) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.

Por lo expuesto, se ha identificado que la explotación comercial de publicidad exterior no es una competencia del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y únicamente tiene como función la regulación y el control de la actividad publicitaria.

La cuantía de la tasa expuesta en el Art.III.5.288 del Capítulo XV del Libro III, sublibro III.5 del Código Municipal no toma en cuenta la regalía aplicable por uso exclusivo y temporal del espacio público detallado en la Resolución 022 para elementos publicitarios en espacio público.

Adicionalmente la Sección V del mencionado Capítulo detalla un procedimiento para la obtención del licenciamiento para publicidad exterior, el cual, es muy básico en sus validaciones y ha generado inconvenientes en el proceso de registro y regularización de la publicidad de la ciudad, provocando la proliferación de elementos publicitarios sin control que ha disminuido el potencial publicitario y ha aumentado la contaminación visual.

Por las razones mencionadas y por la necesidad de una mejor y más amplia regulación, control y cobro de los valores de pago de los elementos publicitarios que utilizan el espacio público y bienes de propiedad privada, es imperante la formulación de un nuevo procedimiento que permita regularizar la publicidad exterior existente y proyectada en la ciudad.

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CONSIDERANDO

- Que,** es derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*, conforme lo dispuesto en los Arts. 14 y 66 numeral 17 de la Constitución de la República;
- Que,** es competencia exclusiva de los gobiernos de los distritos metropolitanos autónomos, planificar el uso y gestión del suelo y ejercer su control, de acuerdo con lo prescrito en los Arts. 264 numerales 1 y 2 y 266 de la Constitución de la República, y los Arts. 55 literales a) y b) y 85 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización;
- Que,** para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a *“establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales”*, según lo previsto en el Art. 397 numeral 2 de la constitución de la República;
- Que,** es función del gobierno del distrito metropolitano, *“regular y controlar el uso del espacio público metropolitano, y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización”*, conforme lo previsto en el Art. 84, literal m) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización;
- Que,** *“las empresas privadas que utilicen u ocupen el espacio público o la vía pública y el espacio aéreo estatal, regional, provincial o municipal, para colocación de estructuras, postes y tendido de redes, pagarán al gobierno autónomo descentralizado respectivo la tasa o contraprestación por dicho uso u ocupación”*, de acuerdo con lo dispuesto en el inciso segundo del Art. 567 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización;
- Que,** mediante Ordenanza Metropolitana No. 119 de 26 de mayo de 2016, se regula la *“Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU 41”*, la misma que es incorporada en el Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, emitido con Ordenanza 001, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 902 de 7 de mayo de 2019;
- Que,** la *“Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior –LMU 41”*, referida precedentemente debe ser revisada en virtud de que no se ha cumplido con el propósito de regularización de la publicidad informal y cobro de la respectiva tasa, de acuerdo con la realidad del ordenamiento jurídico y la actividad publicitaria; y,

En ejercicio de sus atribuciones que le confiere el Art. 266 inciso segundo de la Constitución de la República y Art. 7 del Código Orgánico de Organización Territorial, autonomía y Descentralización, expide la siguiente:

ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATORIA DEL CÓDIGO MUNICIPAL PARA EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PUBLICADO EN EL REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 902 DE 7 DE MAYO DE 2019.

Art. 1.- Sustituyase el capítulo IV, del Título VI, sublibro III.6, del Libro III, del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, por el siguiente:

**“CAPÍTULO IV
DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD
EXTERIOR - LMU (41)”**

**SECCION I
DISPOSICIONES GENERALES.**

Art III.6.163 Objeto.- El presente Capítulo tiene por objeto regular y controlar el uso del espacio público metropolitano, la colocación o instalación de publicidad.

Art III.6.164 Espacio público.- El espacio público, constituye el espacio físico aéreo, en superficie o subsuelo que constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad; y, está integrado por los bienes de uso público de propiedad del distrito metropolitano de Quito, y los bienes de propiedad privada destinados al uso público o que se vinculan al mismo por generar impacto visual, de acuerdo con lo previsto en los Arts. IV.6.95 e IV.6.96 del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito.

Art III.6.165 Publicidad.- Toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, sus derechos y obligaciones, de acuerdo con el Art. 91.6. de la Ley Orgánica de Cultura. El fin de la publicidad se dividirá en:

- a. Publicidad propia:** destinada a transmitir mensajes comerciales de la actividad económica que realiza el administrado.
- b. Publicidad de terceros:** destinada a transmitir mensajes comerciales a través de la infraestructura del administrado.

Para efectos de aplicación de este Capítulo, se entenderá por publicidad exterior aquella que es visible desde el espacio público sea su instalación en bien de uso público o bien de propiedad privada, 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.

La publicidad debe cumplir lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación, Ley Orgánica de Defensa al Consumidor, Ley Orgánica de Regulación de Control del Poder de Mercado y la Ley Orgánica de Salud.

Art III.6.166 Elemento publicitario.- Para la aplicación del presente Capítulo se entenderá como elemento publicitario a toda superficie, forma o medio audiovisual, para difundir un mensaje relacionado a productos, servicios y eventos en general como medio comercial de obtener clientes.

Los elementos que en conjunto permitan la difusión del mensaje en la actividad publicitaria son:

1. **Estructura de soporte:** son todas las piezas y componentes estructurales que garanticen la estabilidad del elemento publicitario
2. **Estructura de anclaje:** son todas las piezas y componentes estructurales que permiten la sujeción de la estructura soporte al piso, fachada, vehículo móvil u otros.
3. **Superficie de exposición publicitaria:** es la superficie sobre la cual se muestra el mensaje.

Art III.6.167 Condiciones generales de publicidad exterior.- Cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la transmisión del mensaje, debe garantizar fundamentalmente los derechos y seguridad ciudadana, la protección del medio ambiente, y la imagen urbana del Distrito Metropolitano de Quito, para el efecto:

1. Los diseños y construcciones de los elementos publicitarios deberán cumplir las condiciones de instalación, previstas en las Reglas Técnicas para el desarrollo de su función, y no afectar a la imagen urbana.
2. Las empresas licenciadas y/o habilitadas para ejercer publicidad bajo las modalidades previstas en la Ley y en esta normativa, deberán mantener una póliza de seguros vigente de responsabilidad civil y daños a terceros, sobre los elementos publicitarios existentes, misma que será fijada en función del número, escala y tipo de elementos publicitarios a ser colocados, desde su instalación, durante el tiempo de funcionamiento y hasta su desmontaje.
3. Los soportes publicitarios deberán sujetarse a las Reglas Técnicas previstas en el Anexo a este Capítulo, así como a la normativa técnica nacional e internacional vigente.
4. En un lugar visible de cada elemento publicitario, deberá constar una placa identificativa que contenga el número de la LMU (41), la fecha de otorgamiento, la vigencia de la licencia y el nombre de su titular según el Anexo de Reglas Técnicas del presente capítulo.
5. Para convenios: nombre y contactos de la entidad responsable del soporte publicitario; número o identificación del convenio, fecha de vencimiento, código de identificación del elemento publicitario

6. El quince por ciento (15%) de cada superficie publicitaria en bienes de uso público será destinado para uso del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

La publicidad exterior fija y móvil, 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 normativa metropolitana bajo la denominación de “Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”.

SECCION II DE LOS TIPOS, MODALIDADES Y ESCALAS.

Art III.6.168 Tipos de publicidad exterior.- La publicidad exterior puede ser de dos tipos: fija y móvil.

1. **Publicidad exterior fija.-** Es la que realiza en una ubicación fija y puede incorporar soportes y anclajes temporales. Toda publicidad fija se colocará de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos, previstos en el Plan de Uso y Gestión del suelo (PUGS).
2. **Publicidad exterior móvil.-** Es la que se realiza en movimiento y se desplaza a través de vehículos motorizados, micromovilidad, movilidad reducida o de manera peatonal utilizando las vías o áreas de uso público, así como espacio público aéreo.

La publicidad fija y móvil se sujetará a las “Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”, que se agrega como Anexo del presente Capítulo, que podrá ser modificado a través de Resolución de Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.

Art III.6.169 Modalidad de publicidad exterior.- Para el cumplimiento del presente Capítulo se desprende las siguientes subcategorías de publicidad exterior:

- a. **Publicidad convencional:** Es todo elemento publicitario que se encuentre regulado en el Anexo de las “Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”.
- b. **Publicidad no convencional:** Es todo elemento publicitario que no se encuentre regulado en el Anexo de las “Reglas Técnicas

Art III.6.170 Escalas de publicidad.- Las escalas para de la publicidad se clasificarán de acuerdo a la superficie de exposición publicitaria dentro de las siguientes categorías:

- a. **Escala pequeña.-** constituye la publicidad exterior con una superficie de publicidad declarada de máximo un (1) m². Se considerarán para escala pequeña, las superficies publicitarias de rótulos, letreros y otros especificados para esta escala en el Anexo de Reglas Técnicas del presente Capítulo.
- b. **Escala mediana.-** constituye la publicidad exterior con una superficie de publicidad declarada mayor a un (1) m² y menor o igual a cuatro (4) m². Se considerarán para escala mediana a las superficies publicitarias de paletas, relojes públicos, MUPI, paneles de información ciudadana y otros especificados para esta escala en el Anexo de Reglas Técnicas del presente Capítulo.
- c. **Escala grande.-** constituye la publicidad exterior con una superficie de publicidad declarada mayor a cuatro (4) m² y menor o igual a 35 m². Se considerarán para escala grande a las superficies publicitarias de vallas de una o dos caras, rótulos ajenos a lo permitido por la LUAE, pantallas LED, murales y otros especificados para esta escala en el Anexo de Reglas Técnicas del presente Capítulo
- d. **Escala extra grande.-** constituye la publicidad exterior con una superficie de publicidad declarada mayor a 35 m². Se considerará la escala extra grande como un caso excepcional, a la agrupación de superficies publicitarias con más de un (1) elemento de escala grande.

La altura, proporciones, ubicación, materialidad, radio de ubicación y medidas de seguridad de los elementos publicitarios estarán establecidos en el Anexo agregado de Reglas Técnicas emitido en el procedimiento del presente Capítulo.

SECCION III

GENERALIDADES SOBRE EL PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR LMU (41)

Art III.6.171 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).

Art III.6.172 Acto administrativo de autorización.- La Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), es el acto administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza colocar publicidad exterior fija o móvil, en los bienes de uso público de propiedad del Municipio Metropolitano de Quito o el espacio privado visible del espacio público, dentro de su jurisdicción territorial.

Art III.6.173 Administrado obligado a obtener la LMU (41).-

- a) Están obligados a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, y las comunidades que utilicen o aprovechen el espacio público o privado para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros y publicidad exterior

móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito.

- b) Se exceptúan las dependencias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Estado, cuyo objeto sea la divulgación de mensajes institucionales con fines informativos, los cuales adecuaran sus actuaciones respetando las prohibiciones expresas que constan en esta Ordenanza y a las normas administrativas y Reglas Técnicas previstas en el Anexo Único, con el objetivo de garantizar la seguridad de las personas, bienes y ambiente; y, de coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana.

No requerirá la Licencia Urbanística Metropolitana de Publicidad Exterior LMU (41):

1. La publicidad realizada al interior de espacios privados siempre que no sea visible desde el espacio público.
2. La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores.
3. La publicidad exterior, referida exclusivamente a la instalación de un (1) rotulo, que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación del establecimiento, que se encuentra regulada específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE). Otros elementos de divulgación, difusión y/o promoción de la actividad económica vinculada al establecimiento, se sujetaran a las normas que regulan la materia.
4. La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m², que identifique el proyecto arquitectónico y que contenga información respecto al número de registro de aprobación de planos y de la Licencia Metropolitana Urbanística, así como el nombre del profesional responsable de la obra.
5. La publicidad electoral en procesos electorales de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que cuente con autorización del propietario del bien inmueble en el que se va a instalar, y que se encuentra regulada por la normativa nacional en materia electoral y conforme el ordenamiento jurídico metropolitano. En el caso de ocupación del espacio público autorizado deberá pagar la respectiva regalía estipulada en el presente Capitulo.
6. La publicidad exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular.

Art III.6.174 Vigencia de la LMU (41).- La LMU (41) tiene una vigencia máxima de un año, con renovaciones hasta por cuatro (4) años adicionales, sin perjuicio de las potestades de control, y se deberá cancelar previamente a su renovación las respectivas tasas y/o regalías a través de ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la autoridad administrativa otorgante. Al concluir el cuarto año, caducara automáticamente debiendo el administrado, de ser su interés, reiniciar el proceso de licenciamiento a través de la plataforma digital.

Podrá otorgarse una LMU (41) de vigencia temporal menor a un año cuando así sea requerido expresamente por el administrado. Una vez concluido el

tiempo autorizado, de requerir el administrado continuar con la actividad publicitaria, deberá realizar el proceso de solicitud desde el inicio.

Para la LMU (41) simplificada realizada para el convenio de uso exclusivo y temporal del espacio público, la vigencia será la detallada en el tiempo de duración de dicho convenio.

Para la LMU (41) obtenida mediante el procedimiento administrativo especial, la Secretaria encargada del informe preceptivo establecerá la vigencia de acuerdo a los parámetros técnicos evaluados en las mesas técnicas realizadas.

Art III.6.175 Alcance de la LMU (41).-)- El otorgamiento y obtención de la LMU (41) supone únicamente:

1. Que el administrado ha cumplido con los procedimientos y validaciones establecidos en este Título.
2. La utilización durante el tiempo establecido de la explotación comercial por publicidad en la ubicación destinada.
3. El pago de la tasa por superficie publicitaria correspondiente.
4. El pago de regalía por uso exclusivo y temporal del espacio público de ser el caso.
5. La instalación de los elementos descritos y permitidos en la LMU (41).
6. Convenio suscrito de uso exclusivo y ocupación temporal del espacio público, de ser el caso.

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 hubiera incurrido los titulares de la LMU (41) en el ejercicio de las actualizaciones autorizadas.

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, su deber general de garantizar la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente en la colocación de publicidad exterior.

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

Art III.6.176 Autoridad administrativa otorgante de la LMU (41).- La Administración Zonal será la encargada de otorgar la LMU (41) para publicidad exterior fija convencional, una vez que todos los procedimientos y validaciones hayan sido cumplidos por el administrado en la plataforma digital del Distrito Metropolitano de Quito.

La Agencia Metropolitana de Tránsito y Seguridad Vial será la encargada de otorgar la LMU (41) para publicidad exterior móvil convencional y servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito, a la publicidad exterior móvil y la publicidad exterior fija en parqueaderos, estaciones y terminales del sistema de transporte público, en sujeción a lo establecido en el Anexo del presente Capítulo.

Art III.6.177 Potestad de control.- Emitida la LMU (41) por la autoridad administrativa otorgante, le corresponde a la Agencia Metropolitana de Control ejercer las potestades de inspección general, de instrucción y juzgamiento administrativo, de conformidad con la Ordenanza Metropolitana que norma el régimen jurídico de control administrativo en el Distrito Metropolitano de Quito.

Para el ejercicio de la potestad de inspección, la Autoridad Administrativa Otorgante y la Agencia Metropolitana de Control podrán contar con el auxilio de las entidades colaboradoras, bajo la modalidad de contrato administrativo o por el sistema de libre concurrencia. Las entidades colaboradoras únicamente ejercerán funciones auxiliares de comprobación del cumplimiento de normas administrativas y de las Reglas Técnicas, a través de emisión de informes y certificados de conformidad, producto de inspecciones y verificaciones.

Art III.6.178 Renovación de la LMU (41).-

1. Anualmente, el administrado deberá realizar el pago de la tasa y/o regalía vinculada con el ejercicio de las actuaciones de publicidad exterior materia de la LMU (41), a través de cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. Con este propósito, el administrado deberá presentar el formulario normalizado, determinado mediante Resolución Administrativa, debidamente cumplimentado. En caso de que el administrado no solicite la renovación en el plazo determinado en el numeral primero del Art.III.6.182, se entenderá dicho punto de publicidad exterior como vacante.
2. En general, el trámite de renovación seguirá el mismo procedimiento para el otorgamiento de la LMU (41).
3. La autorización obtenida en el procedimiento administrativo especial, es decir en caso de publicidad exterior fija o móvil de modalidad no convencional, no podrá ser renovada como tal.

Art III.6.179 Caducidad de la LMU (41).- La LMU (41) caducará, y por tanto se extinguirá, en los siguientes supuestos:

1. Cuando haya vencido el plazo de vigencia en la LMU (41) y el administrado no haya solicitado su renovación hasta el treinta (30) de abril de cada año.
2. Cuando haya vencido el plazo de vigencia de la LMU (41) descrito en el informe preceptivo de la Secretaría competente.
3. En el término de un (1) mes de expedida, si su titular no hubiera iniciado la actuación licenciada.
4. Por el vencimiento de cualquier otro plazo otorgado al administrado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para subsanar deficiencias.
5. En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico metropolitano.

6. Para tiempos y formatos de propaganda en TV o en pantallas LED por la Secretaria de Movilidad.

Art III.6.180 Efectos de la extinción de la LMU (41).- La extinción de la LMU (41) por alguna de las causas previstas en el artículo anterior no dará derecho a indemnización alguna y conllevará a declarar el punto de publicidad exterior como vacante.

La extinción de la LMU (41) impedirá iniciar o proseguir la actuación, salvo la realización de los trabajos de desmantelamiento del soporte publicitario, seguridad, mantenimiento y protección de las personas, los bienes y el ambiente, de los cuales se dará cuenta al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para su control.

SECCION IV DEL PROCEDIMIENTO DIGITAL PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

Art III.6.181 Planes de intervención publicitaria exterior.- Con el fin de regular la publicidad exterior fija y móvil en bienes de uso público y bienes de propiedad privada en el Distrito Metropolitano de Quito, se desarrollara planes de intervención publicitaria exterior para la implementación ordenada de publicidad fija y/o móvil.

1. Reglas técnicas aplicables para cada tipo de escala.
2. Localización y ubicación de escalas dentro de la ciudad.
3. Licencias o autorizaciones vinculadas con la intervención; y,
4. Otras que se determinen por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.

Estos planes de intervención serán la información mediante la cual la plataforma digital de LMU (41) realizara las validaciones técnicas correspondientes y emitirá las condiciones de instalación respectivas para cada elemento publicitario.

Para efectos de la ejecución de los planes de intervención precitados, el Municipio de Distrito Metropolitano de Quito podrá suscribir contratos de concesión o bajo otras modalidades de delegación y participación del sector privado, conforme lo previsto en la ley, y para la explotación de publicidad exterior implantada en espacio público de dominio público y según el procedimiento previsto en la ley, y conforme lo estipulado en la SECCIÓN VII del presente Capítulo.

Art III.6.182 Procedimiento administrativo para la obtención de la LMU (41).- Todo elemento publicitario deberá seguir el procedimiento administrativo simplificado, ordinario y especial de acuerdo a su tipo y modalidad según lo descrito en el siguiente cuadro:

ESCALA								
MODALIDAD DE PUBLICIDAD	PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE		EXTRAGRANDE	
	PRIVADO	PUBLICO	PRIVADO	PUBLICO	PRIVADO	PUBLICO	PRIVADO	PUBLICO
CONVENCIONAL								
FIJA	S	O	O	O	O	O1	O	O1
MOVIL MOTORIZADA		O		O				
MICROMOVILIDAD		S		S				
MOVILIDAD REDUCIDA		S						
MOVILIDAD PEATONAL		S						
NO CONVENCIONAL								
FIJA	E	E	E	E	E	E	E	E
MOVIL MOTORIZADA								
MOVIL MICROMOVILIDAD								
MOVIL REDUCIDA		E		E		E		E
MOVIL PEATONAL								
AEREO								
PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO								
Ordinario con inspección posterior	O							
Ordinario con inspección previa posterior	O1							
Simplificado	S							
Especial	E							

- Los elementos publicitarios que deberán seguir el procedimiento simplificado para la obtención de la LMU (41) serán:
 - a) Publicidad exterior fija convencional en bienes de propiedad privada de escala pequeña.
 - b) Publicidad exterior móvil de micromovilidad convencional de escala pequeña y mediana.
 - c) Publicidad exterior móvil para movilidad reducida convencional de escala pequeña.
 - d) Publicidad exterior móvil peatonal convencional de escala pequeña.
- Los elementos publicitarios que deberán seguir el procedimiento ordinario para la obtención de la LMU (41) serán:
 - a) Publicidad exterior fija convencional en bienes de uso público de propiedad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y bienes de propiedad privada a excepción de escalas pequeñas en bienes privados.
 - b) Publicidad exterior móvil motorizada convencional en bienes de uso público del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Toda publicidad exterior fija en bienes de uso público de propiedad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, deberán contar con un informe de inspección técnica previo a su instalación.

- Los elementos publicitarios que deberán seguir el procedimiento administrativo especial para la obtención de la LMU (41) serán:
 - a) Publicidad exterior fija no convencional para todas las escalas.
 - b) Publicidad móvil no convencional: motorizada, micromovilidad, movilidad reducida y peatonal, en bienes de uso público de propiedad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
 - c) Publicidad exterior aérea sobre bienes de uso público de propiedad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y bienes de propiedad privada.

Art III.6.183 Formulario normalizado para el procedimiento digital de obtención de la LMU (41).- El formulario normalizado deberá ser completado para todo procedimiento de obtención de la LMU (41) y constará de la siguiente información:

1. Nombres completos del administrado o nombre de la entidad jurídica.
2. Número de cedula o RUC.
3. Correo electrónico.
4. Número telefónico de contacto.

Los siguientes documentos serán escaneados y anexados al formulario inicial:

1. Papeleta de votación vigente (para persona natural)
2. Certificado de no adeudar al Municipio.
3. Nombramiento del representante legal (para persona jurídica)
4. Autorización expresa del propietario o representante legal del predio para publicidad exterior (en caso de que el predio no sea propio)
5. Autorización expresa de la Asamblea de Copropietarios o el Administrador General (en el caso de propiedad horizontal)

Toda la información ingresada por parte del administrado se considerará oficial por lo cual deberá ser fidedigna.

La nomenclatura del formulario será la siguiente:

AZXX-PE(X)-año-000 LMU (41)

Ej. AZEE - PE (F) - 2020 001 LMU 41

- a. AZ: Administración zonal.
- b. XX: Código de la administración zonal correspondiente.
- c. PE: Publicidad exterior (X)= (F) fija o (M) móvil.
- d. 000: Numeración del trámite en curso.
- e. LMU (41): Tipo de licencia urbanística.

Al completar la información del formulario AZXX-PE-000 LMU (41) el administrado acepta de forma explícita, que el envío de información relacionada a la obtención de la LMU (41) correspondiente sea mediante medios electrónicos.

Art III.6.184 Procedimiento simplificado para la validación de publicidad exterior de modalidad convencional.- Para el procedimiento simplificado de obtención de la LMU (41) se seguirá los siguientes pasos:

1. Completar el formulario normalizado detallado en el **Art.III.6.183** para la obtención de usuario y contraseña.
2. Ingreso a la plataforma digital de LMU (41) para selección de tipo de publicidad según lo descrito en el **Art.III.6.168**.

3. Para publicidad exterior fija y móvil, en el mapa de la plataforma digital, se ubicará el punto o polígono donde se prevé la instalación o tránsito del elemento publicitario.
4. Carga de la propuesta publicitaria.

La plataforma validará la información cargada al sistema, comprobará la susceptibilidad de instalación o tránsito y posteriormente emitirá la orden de pago correspondiente. En caso de una validación negativa, se emitirá la notificación correspondiente al correo electrónico y se archivará el trámite.

Una vez realizado el pago correspondiente, la plataforma registrará los valores cancelados y procederá a la emisión de la LMU (41) la misma que será enviada al correo electrónico registrado.

Únicamente para eventos, ferias, conciertos y otros espectáculos en bienes de uso público que cuenten con el correspondiente convenio de uso exclusivo y temporal del espacio público, se realizará el procedimiento administrativo simplificado para la instalación de publicidad exterior.

Art III.6.185 Procedimiento ordinario para la validación de publicidad exterior de modalidad convencional.- Para el procedimiento ordinario de obtención de la LMU (41) se seguirá los siguientes pasos:

1. Completar el formulario normalizado detallado en al Art.III.6.183 para la obtención de usuario y contraseña.
2. Ingreso a la plataforma digital de LMU (41) para selección de tipo de publicidad según lo descrito en el **Art.III.6.168.**
3. Para publicidad exterior fija, en el mapa de la plataforma digital, se ubicará el punto en donde se prevé la instalación del elemento publicitario.
4. Para publicidad exterior móvil en vehículos motorizados se deberá registrar el número de placa del vehículo.

La plataforma validará la información cargada mencionada anteriormente y procederá a mostrar la escala y las reglas técnicas aplicables de los elementos publicitarios que pueden ser instalados en cada zona o polígono. Una vez cumplidas las validaciones se procederá a los siguientes pasos adicionales:

5. Carga de la propuesta del elemento publicitario a la plataforma digital.
6. En bienes de uso público, la plataforma emitirá una orden de inspección técnica a la entidad municipal responsable de la administración del espacio público según lo descrito en el **Art.III.6.XX**, para verificar la factibilidad de instalación de la propuesta del elemento publicitario. Si el informe técnico emitido por la entidad competente es favorable, se podrá continuar con el procedimiento; en el caso de un informe técnico desfavorable, no se podrá continuar con el procedimiento y la plataforma enviará la notificación al correo electrónico registrado.
7. Para bienes de propiedad privada, la plataforma comparará la información cargada con las reglas técnicas vigentes para el elemento publicitario. Si la comparación es favorable, se podrá continuar con el

procedimiento; en el caso de una comparación desfavorable, no se podrá continuar con el procedimiento y la plataforma enviará la notificación al correo electrónico registrado.

8. Una vez cumplidas todas las validaciones, la plataforma digital emitirá la orden de pago.
9. Una vez realizado el pago correspondiente, la plataforma registrará los valores cancelados y procederá a la emisión de la LMU (41) la misma que será enviada al correo electrónico registrado.

Art III.6.186 Procedimiento especial para la validación de publicidad exterior de modalidad no convencional.-

1. Completar el formulario normalizado detallado en el **Art.III.6.185** para la obtención de usuario y contraseña.
2. Ingreso a la plataforma digital de LMU (41) para selección de tipo de publicidad según lo descrito en el **Art.III.6.168.**
3. Para publicidad exterior fija, en el mapa de la plataforma digital, se ubicará el punto en donde se prevé la instalación del elemento publicitario.
4. Para publicidad exterior móvil en vehículos motorizados se deberá registrar el número de placa del vehículo.
5. Posteriormente se seleccionará el procedimiento definido para la validación de publicidad exterior fija o móvil de modalidad no convencional
6. Carga de la propuesta publicitaria a la plataforma digital.

Una vez cumplidas las validaciones se procederá a los siguientes pasos adicionales:

7. La plataforma digital notificará al correo electrónico registrado sobre el inicio del proceso técnico para la validación de la propuesta.
8. La plataforma digital emitirá una solicitud para la emisión de un informe preceptivo por parte de la o las Secretaria(s) competente(s) de acuerdo al tipo y espacio seleccionado. La Secretaria competente desarrollará un proceso técnico con actores clave (instituciones públicas, sector privado, academia, entre otros afines a la temática), para definir la factibilidad de la propuesta.
9. La Secretaria competente, de considerar necesario, solicitará la emisión de un informe facultativo a las entidades que considere pertinentes.
10. Una vez finalizado el proceso técnico, la Secretaria competente a través de la plataforma digital registrará su pronunciamiento favorable o desfavorable.
11. Si el pronunciamiento emitido por la Secretaria competente es favorable, se emitirá la orden de pago; en el caso de un pronunciamiento desfavorable, no se podrá continuar con el procedimiento y la plataforma enviará la notificación al correo electrónico registrado.
12. Una vez realizado el pago correspondiente, la plataforma registrará los valores cancelados y procederá a la emisión de la LMU (41) la misma que será enviada al correo electrónico registrado.

Art III.6.187 Informes preceptivos.- Son informes realizados por parte de las Secretarías competentes para la emisión de pronunciamientos relacionados a la instalación de publicidad fija y/o móvil.

Las Secretarías encargadas de informe preceptivo en el ámbito de sus competencias son:

- a) La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda para publicidad fija.
- b) La Secretaría de Movilidad para publicidad móvil.
- c) La Secretaría de Seguridad para publicidad fija y/o móvil en eventos masivos.

Art III.6.188 Informes facultativos.- Son informes que serán solicitados por parte de las Secretarías competentes a las instituciones u organismos que consideren necesarios, para que sirvan de soporte en el proceso técnico para la emisión del pronunciamiento favorable o desfavorable.

Art III.6.189 Informes técnicos y entidades responsables.- Son informes mediante los cuales la entidad responsable del espacio previsto para la instalación del elemento publicitario, dentro del ámbito de sus competencias, motiva técnicamente las razones por las que se podrá autorizar o no la instalación del elemento.

Los informes serán realizados por:

1. Para parques metropolitanos urbanos por la entidad administradora del parque (Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras públicas, Instituto Metropolitano de Patrimonio)
2. Para parques metropolitanos ecológicos por la Secretaría de Ambiente y la entidad administradora del parque
3. Para calzada en vías públicas por la Agencia Metropolitana de Transito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial.
4. Para sistemas de estacionamientos de Quito no tarifado en bienes de uso público por el órgano administrativo competente del Sistema de Estacionamientos Quito y la Agencia Metropolitana de Transito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial.
5. Para sistemas de estacionamientos rotativos tarifados por el órgano administrativo competente del Sistema de Estacionamientos Quito.
6. Para aceras, parterres y escalinatas en vías públicas, plazoletas, plazas y parques en general a excepción de parques metropolitanos por la Administración Zonal correspondiente.
7. Para el sistema metropolitano de Áreas Protegidas, Áreas de Intervención Especial y Recuperación y corredores ecológicos por la Secretaría de Ambiente.
8. Para paradas y estaciones parte de las troncales de los subsistemas MetrobusQ: Metro de Quito, Quito Cables por la Empresa Metropolitana de Transporte de Pasajeros, Empresa Metropolitana Metro de Quito y la Empresa Publica Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas.

Art III.6.190 Orden de pago.- Las órdenes de pago serán calculadas en la plataforma digital para todo elemento publicitario y se aplicarán las siguientes tasas y/o regalías aplicables:

1. En elementos de publicidad exterior **fija o móvil** en bienes de uso público que son propiedad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, se aplicarán tasas por superficie publicitaria y regalías por el uso exclusivo y temporal del espacio público.
2. En elementos de publicidad exterior fija en bienes de propiedad privada, se aplicarán tasas por superficie publicitaria.
3. Los elementos publicitarios no convencionales utilizarán las tasas detalladas en el **Art.III.6.188** de la superficie publicitaria.

Art III.6.191 Tiempo para procedimiento.- Para el cumplimiento de los procedimientos administrativos digitales, se considerarán los siguientes plazos por cada etapa dependiendo del procedimiento administrativo y sus componentes:

▪ **Simplificado:**

COMPONENTE	PLAZO
Ingreso del formulario normalizado	Inmediato
Identificación del tipo y registro de ubicación/vehículo	Inmediato
Emisión de reglas técnicas y escala permitida.	Inmediato
Carga de propuesta publicitaria	24 horas.
Validación de la propuesta	24 horas
Generación de la orden de pago.	Inmediato.
Cancelación de valores.	5 días.
Emisión de LMU (41)	24 horas.
Instalación y operación del elemento publicitario.	máx. 30 días
Inspección de cumplimiento	10 días

▪ **Ordinario:**

COMPONENTE	PLAZO
Ingreso del formulario normalizado	Inmediato
Identificación del tipo y registro de ubicación/vehículo	Inmediato
Emisión de reglas técnicas y escala permitida.	Inmediato
Carga de propuesta publicitaria	24 horas.
Inspección previa en espacio público y registro de informe.	7 días.
Validación de la propuesta	24 horas
Generación de la orden de pago.	Inmediato.
Cancelación de valores.	5 días.

Emisión de LMU (41)	24 horas.
Instalación y operación del elemento publicitario.	máx. 30 días
Inspección de cumplimiento	10 días

▪ **Especial:**

COMPONENTE	PLAZO
Ingreso del formulario normalizado	Inmediato
Identificación del tipo y registro de ubicación/vehículo	Inmediato
Carga de propuesta publicitaria	24 horas.
Notificación de inicio de proceso técnico.	Inmediato
Proceso técnico.	60 días.
Generación de la orden de pago	Inmediato.
Cancelación de valores	5 días.
Emisión de LMU (41)	24 horas.
Instalación y operación del elemento publicitario.	máx. 30 días
Inspección de cumplimiento	10 días

Art III.6.192 Rótulos permitidos por la Licencia Única de Actividades Especiales (LUAE).- Los rótulos que se encuentran regulados específicamente por la Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas (LUAE) y las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta normativa, se podrán ubicar en los usos de suelo autorizados por dicho licenciamiento.

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

Art III.6.193 Registro General de Licencias.- 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.

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.

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

El registro contendrá los siguientes datos:

1. Los contenidos en el Registro General de Licencias Metropolitanas; y,
2. Aquellos contenidos que se determinaren, vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

Respecto de las empresas publicitarias, el registro contendrá la siguiente información:

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

Art III.6.194 Inspección posterior de cumplimiento.- Para los procedimientos administrativos ordinario y especial, se realizará una inspección posterior para la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas emitidas para la instalación del elemento publicitario correspondiente.

SECCION V DE LOS CONVENIOS DE EXPLOTACIÓN DE ESPACIO PÚBLICO PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

Art III.6.195 Objeto.- Establecer y regular las condiciones, proceso, contraprestación y mecanismos válidos a través del cual un actor privado puede participar en el uso y explotación del espacio público para publicidad exterior.

Art III.6.196 Participación de actores privados.- Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras podrán solicitar, al ente competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el uso y explotación del espacio público para publicidad exterior en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público" y que estarán establecidos en el Plan de Intervención de Publicidad Exterior, a través de la suscripción del

correspondiente convenio de explotación de espacio público para publicidad exterior.

Art III.6.197 Del convenio de explotación de espacio público para publicidad exterior.- El convenio de explotación de espacio público para publicidad exterior es el contrato a través del cual se regula las condiciones, temporalidad y contraprestación que un actor privado se compromete con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a cumplir, por el uso y explotación del espacio público aplicable únicamente a los “Puntos de Publicidad Exterior en el Espacio Público”.

Previo a la suscripción de los convenios de explotación de espacio público para publicidad exterior, la propuesta de intervención deberá cumplir con las condiciones y proceso establecidos en el Anexo Único de Reglas Técnicas, así como con el proceso de concurso público o subasta al alza de conformidad con lo dispuesto en este capítulo.

Art III.6.198 De la contraprestación.- es la regalía económica que el actor privado se compromete, a través del convenio de explotación de espacio público para publicidad exterior, a pagar al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito por el uso y explotación del espacio público o bienes de uso público conforme la definición establecida en el Código Orgánico de Organización Territorial. La fórmula económica de cálculo y la periodicidad de pago de esta regalía serán definidas técnicamente por resolución emitida por la Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda considerando para el efecto, entre otros factores, el índice de visibilidad que tendrá la publicidad por su ubicación.

(Art.417 COOTAD) se podría reemplazar en todos los textos contraprestación y dejar solo el termino regalía.

Art III.6.199 De los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público.- La Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda como parte del “Plan de Intervención de Publicidad Exterior” establecerá los Puntos y Polígonos de Publicidad Exterior en el Espacio Público susceptibles de explotación por actores privados, conforme las condiciones establecidos en esta sección.

Para la explotación de bienes públicos determinados en los puntos y polígonos de Publicidad Exterior en el espacio público, mediará previamente el respectivo concurso público de selección.

Art III.6.200 Concurso público para la explotación de los Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”.- La empresa pública metropolitana delegada para la explotación del espacio público podrá, en representación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, convocar a actores privados nacionales o extranjeras a participar en concursos públicos orientados a la ejecución de puntos o polígonos del Plan de Intervención de Publicidad Exterior. Para tales efectos, los pliegos del concurso deberán contener al menos:

- a) Delimitación territorial del Plan de Intervención y/o ubicación georeferenciada de los polígonos y/o puntos de Publicidad Exterior a ser explotados mediante esta modalidad.
- b) Justificación y establecimiento del equilibrio económico-financiero que sustente el plazo, la inversión, el costo y la rentabilidad proyectada.
- c) Contraprestación mínima esperada, a favor del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- d) El destino final de los activos de la publicidad;
- e) Los principios y criterios para la evaluación y ponderación de las ofertas;
- f) El modelo del contrato; y,
- g) Régimen legal aplicable.

Art III.6.201 Garantía de rentabilidad.- Por ningún motivo el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito garantizará la rentabilidad a favor de la adjudicataria, sin perjuicio de que el contrato contemple los mecanismos legales más adecuados para mantener el equilibrio económico del contrato, en ningún caso el monto por el cual responderá el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito será superior al valor de la infraestructura o publicidad ubicada en el espacio público, considerando la respectiva depreciación.

Art III.6.202 Subasta al Alza.- La empresa pública metropolitana delegada para la explotación del espacio público podrá convocar, en representación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a actores privados nacionales o extranjeras a participar en subastas al alza en las cuales éstas pujarán hacia el alza del precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

El procedimiento, duración de la puja y más condiciones de la Subasta al Alza constarán en los pliegos que elaborará y aprobará la Secretaría competente o los Directorios de la Empresas Públicas Metropolitanas, según el caso, para cada concurso, aplicando los principios de calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia y publicidad.

Los Pliegos, no podrán afectar el trato igualitario que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe dar a todos los oferentes ni podrá establecer diferencias o requisitos que límite o dirija la participación de actores privados en este tipo de procesos, permitiendo en todo caso alcanzar las condiciones más ventajosas para la municipalidad.

La Secretaría competente y la Empresa Pública Metropolitana delegada para la explotación del espacio público, podrán conformar una o más subcomisiones de apoyo con el fin de llevar adelante los procesos previstos para cada concurso, y actuará de conformidad con los pliegos aprobados para el efecto.

La contraprestación prevista para el proceso de subasta al alza podrá ser pactada en numerario o en especie, debiendo dicha condición constar expresamente en los pliegos que se desarrollen para el concurso.

Art III.6.203 Explotación de espacios públicos de dominio público.-

- 1) Una vez concluido el concurso público, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, suscribirá con los adjudicados, los contratos bajo las modalidades previstas en la legislación vigente, como instrumentos para la ejecución de puntos y/o polígonos del Plan de Intervención prescritos, utilizando el procedimiento previsto en los artículos siguientes.
- 2) Los plazos de la explotación del espacio público de dominio público, para la colocación de Publicidad Exterior de terceros, por parte de los adjudicados, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios.
- 3) Los contratos a suscribirse estipularán y regularán que el 5% de los puntos y polígonos de Publicidad Exterior sujetos a explotación deberán ser destinados, sin costo alguno, a la difusión de actividades turísticas, culturales, sociales, de emergencia o educativos a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Art III.6.204 Explotación de publicidad exterior por parte de las empresas municipales.- Los procedimientos previstos en el presente Capítulo serán aplicados por las empresas públicas municipales, competentes para regular, autorizar y explotar cualquier proyecto de publicidad exterior móvil exhibida sobre vehículos de transporte público municipal y/o publicidad exterior fija colocada en los activos (inmuebles) pertenecientes a dichas empresas, previa aprobación del Directorio con el voto favorable de cuatro de sus integrantes.

Art III.6.205 Del régimen aplicable a la delegación.- El procedimiento de delegación se regulará por lo dispuesto en el ordenamiento jurídico vigente al momento de la convocatoria del concurso público.

Art III.6.206 Del concurso público.- El proceso de delegación se realizará a través de un concurso público competitivo de ofertas.

Art III.6.207 Adjudicación.- Para todas las modalidades de delegación previstas en este Capítulo, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o las Empresas Públicas, una vez concluido el proceso de los respectivos concursos, de ser el caso, adjudicará o declarará desierto el procedimiento, mediante resolución debidamente motivada

Art III.6.208 Excepcionalidad.- De manera excepcional el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de su entidad competente, podrá autorizar publicidad exterior bienes de uso público en otras zonas o ubicaciones diferentes a aquellas que forman parte de los puntos y/o polígonos de publicidad exterior en bienes de uso público establecidos en el Plan de Intervención. Para el efecto este tipo de convenios se denominarán Convenio de Apadrinamiento de Espacio Público para publicidad exterior, pudiendo convenir las partes en entregar y recibir una contraprestación en especie, bienes o servicios necesarios o de interés general para la ciudadanía.

La contraprestación en especie, bien o servicio que reciba el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para beneficio o uso de la ciudadanía, por la suscripción de convenios de apadrinamiento de espacio público para publicidad exterior; deberá ser conservada, mantenida o de ser necesario reubicada por el actor privado durante toda la vigencia del contrato.

Para el caso de servicios se deberá establecer en el respectivo contrato la calidad del servicio esperado. En ningún caso la temporalidad del servicio será inferior a la temporalidad del convenio.

Los Convenios de apadrinamiento/adopción de Bienes de Uso Público para publicidad exterior aplicarán únicamente para aquellos bienes de uso público que no formen parte de los puntos de publicidad exterior en el espacio público y que fuesen solicitados por actores privados interesados.

SECCION VI DE LAS PROHIBICIONES, INFRACCIONES Y SANCIONES DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

Art III.6.209 Publicidad permitida.- Se autorizará únicamente la publicidad que no contravengan los Derechos Humanos, los Derechos de la Naturaleza y el Derecho a la Ciudad, así como las permitidas en el ordenamiento jurídico.

Art III.6.210 Publicidad no permitida.- Se prohíbe con carácter general la siguiente publicidad exterior:

- a. Que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público;
- b. 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. Engañosa, es decir aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error a sus destinatarios;
- d. 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. De bebidas alcohólicas, de tabaco y toda aquella que contravenga lo dispuesto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Ley Orgánica de Salud y sus reglamentos;
- f. Fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares;
- g. Con hojas, carteles y objetos volantes en el espacio público; y,
- h. Toda aquella que atente a lo previsto en el artículo precedente.

Art III.6.211 Prohibiciones particulares para publicidad exterior fija.- Se prohíbe con carácter particular la publicidad exterior en los siguientes espacios públicos y privados:

- a. 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;
- b. En áreas, conjuntos y bienes patrimoniales, y de ser el caso estará sujeta a la ordenanza que rige esta materia, con excepción de los rótulos a los que se refiere el literal a) precedente;
- c. En espacios naturales protegidos y ecosistemas sensibles identificado por la autoridad local o nacional, salvo en aquellas zonas en donde se hayan desarrollado urbanizaciones e intervenciones constructivas de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- d. 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;
- e. En los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua potable, energía eléctrica, telefónicos, postes de semáforos y similares;
- f. En lugares 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;
- g. En predios donde superen la altura de edificación establecida en el PUGS;
- h. En elementos arquitectónicos con publicidad pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas, salvo el caso de las actuaciones publicitarias no convencionales según lo previsto en este Título y en edificaciones en construcción y mantenimiento según lo previsto en el Anexo Único de esta normativa;
- i. En conjuntos y bienes patrimoniales a través de materiales disonantes tales como neón y fluorescentes en áreas que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- j. En las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano, así como en redondeles o rotondas;
- k. En espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico, túneles, salvo el caso de las actuaciones publicitarias no convencionales según lo previsto en este Título;
- l. En 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;
- m. En edificios donde la publicidad sobresalga de la línea de fábrica y de las fachadas de los edificios, con mensajes publicitarios o de razón social en bandera y los elementos móviles o fijos en planta baja, exceptuando los casos previstos en el Anexo Único del Título relacionado con las licencias metropolitanas;
- n. En los retiros frontales de los edificios;
- o. En escalinatas y parterres de todo tipo o en bulevares intervenidos, o en zonas en las que se ha ejecutado el soterramiento de cables o cualquier otra intervención de imagen urbana o mejoramiento del espacio público realizada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito todo tipo de publicidad con un formato mayor a 2,25 m² por cara, excepto en los casos previstos en la Regla Técnica,, en los términos previstos en este Título;

- p. Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que superen los rangos técnicos establecidos por la Comisión Internacional de la Iluminación (CIE) y produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa, y afecten al equilibrio de los ecosistemas sensibles identificados por la autoridad local o nacional.
- q. En un determinado predio o espacio público mediante la instalación de más de un elemento publicitario salvo el caso de rótulos que están autorizados y normados por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE);
- r. En retiros y fachadas de predios privados o públicos situados a lo largo de los bulevares, o en zonas en las que se ha ejecutado el soterramiento de cables o cualquier otra de regeneración urbana en espacio público, , a excepción de los rótulos que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento jurídico;
- s. En proyectos debidamente motivados por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, Secretaría de Cultura, Secretaría Ambiente, Secretaría de Riesgos, y/o Secretaría de Educación, con sujeción a la norma técnica y bajo informe favorable; y,
- t. En espacios públicos o privados mediante carteles;

Art III.6.212 Prohibiciones particulares para publicidad exterior móvil.- Se prohíbe con carácter particular de los siguientes elementos en la publicidad exterior:

- a. En medios móviles, que sobresalga en la parte lateral, frontal o superior del vehículo en más de 10 cm; a excepción de la modalidad de taxis y micromovilidad y movilidad reducida, conforme a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del presente Título;
- b. En medios móviles con la utilización de sustancias y/o elementos reflectantes, tubos de neón o procedimientos internos o externos de iluminación con colores o composiciones que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales, o confusión con señales de tránsito, la seguridad luminosa y atenten contra la seguridad vial; así como la proyección de videos.
- c. En el parabrisas frontal y ventanas laterales delanteras, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;
- d. En el parabrisas frontal y en las ventanas laterales delanteras de los vehículos; y en parabrisas posteriores de vehículos menores que no permita la visibilidad desde el interior.
- e. En la totalidad de la carrocería vehicular o similar, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

Art III.6.213 Prohibiciones por modalidad de publicidad.- Se prohíbe con carácter general las siguientes modalidades de publicidad exterior:

- a) No se permitirá publicidad exterior móvil motorizada, micromovilidad, movilidad reducida y movilidad peatonal de modalidad convencional en bienes de propiedad privada para todas las escalas.
- b) No se permitirá publicidad exterior de movilidad reducida y movilidad personal de modalidad convencional en bienes de uso público de escalas mediana, grande y extra grande.
- c) No se permitirá publicidad exterior móvil de modalidad no convencional en bienes de uso privado para todas las escalas.

Art III.6.214 Infracciones.- Serán consideradas para sanción las siguientes infracciones:

1. El incumplimiento de cualquiera de las reglas de instalación emitidas para la Licencia Urbanística de Publicidad Exterior. Se considerará adicionalmente la colocación de elementos ajenos a los descritos en la Licencia correspondiente.
2. La instalación de Publicidad Exterior con cualquiera de los elementos descritos en los Art.III.6.218-219-220 del presente Capítulo.
3. La falta total o parcial de subsanación de errores en cualquiera de los procesos del presente Capítulo.

Art III.6.215 Sanciones.- Los administrados que hayan colocado publicidad exterior sin la autorización de la Administración Zonal correspondiente o hayan incurrido en una de las infracciones descritas en el Art.III.6.221 serán sancionados de acuerdo a las siguientes categorías:

1. Para escalas pequeñas, serán sancionadas con una multa equivalente al veinte por ciento (20%) del Salario Básico Unificado con reposición del estado anterior al cometimiento de la infracción.
2. Para escalas medianas, serán sancionadas con una multa equivalente al cuarenta por ciento (40%) del Salario Básico Unificado con reposición del estado anterior al cometimiento de la infracción.
3. Para escalas grandes, serán sancionadas con una multa equivalente al sesenta por ciento (60%) del Salario Básico Unificado con reposición del estado anterior al cometimiento de la infracción.
4. Para publicidad móvil, serán sancionadas con una multa equivalente al veinticinco por ciento (25%) del Salario Básico Unificado con reposición del estado del automotor o vehículo de micromovilidad.

La sanción general prevista en esta disposición será aplicable igualmente cuando el contenido de la publicidad contravenga lo establecido en el artículo III.6.222, relacionado con los medios de expresión publicitaria no autorizados.

1. Para la publicidad móvil de sillas de ruedas, bicicletas y vehículos de hasta 500 c.c., se aplicará una multa del veinte por ciento (20%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, sin perjuicio del desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción.

Art III.6.216 Disposición de desmontaje.- El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previniéndole de retirar la publicidad exterior en el plazo de cinco (5) días, contados desde la fecha de la notificación. En caso de incumplimiento, los órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito procederán a la ejecución sustitutoria a costa del administrado que deberá abonar los gastos de desmontaje, transporte, almacenamiento y bodegaje, independientemente de las sanciones que hubieran lugar. Los costos a los que hace referencia este numeral serán determinados por la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas, de acuerdo al análisis de precios unitarios.

En caso de que los propietarios no hayan procedido al retiro de dichas estructuras embodegadas en el lapso de treinta (30) 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.

Art III.6.217 Tramitación de sanciones.- Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en este Capítulo, se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico metropolitano.

Art III.6.218 Perjuicios derivados.- 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.

Art III.6.219 Multas coercitivas.- 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.

Art III.6.220 Multas compulsivas.- 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 la Agencia Metropolitana de Control. 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.

Art. 2.- Sustituyase el Art.III.5.288 del Capítulo XV del Libro III, sublibro III.5 del Código Municipal, por los dos siguientes artículos:

Art III.5.288.- Calculo de tasa de superficie publicitaria.- Es el valor de cobro relacionado a la exposición del elemento publicitario hacia la ciudad.

$$\text{Tasa por superficie publicitaria} = A \times B \times C \times D$$

A = Factor de exposición: Se obtendrá en función del valor monetario que tiene la visualización por persona del metro cuadrado del elemento publicitario.

Para seleccionar el factor **A** aplicable, se identificará el valor del factor de exposición correspondiente a la ubicación del espacio solicitado. Dicho valor estará comprendido en uno de los rangos establecidos en el siguiente cuadro a partir del cual se determinará el factor **A** aplicable.

FACTOR DE EXPOSICIÓN. Flujo de personas que observan el objeto.	FACTOR A USD/visualizaciones x día.
1. Bajo	0.5
2. Mediano	0.75
3. Alto	1.25

En el caso de publicidad exterior móvil, el factor A será igual a 1.50

B = Superficie publicitaria: Este cálculo de la tasa se aplicara de la siguiente forma:

- Para elementos con superficies regulares y lisas: mediante el cálculo de la superficie publicitaria.
- Para elementos bidimensionales e irregulares: mediante el cálculo de la superficie donde el elemento publicitario está inscrito.
- Para elementos publicitarios tridimensionales e irregulares: mediante el cálculo de la sumatoria de las superficies publicitarias del elemento.

C = Tiempo de aprovechamiento de la superficie publicitaria: Calculado en días.

En el caso de publicidad exterior móvil, el factor C corresponderá a la tipología del vehículo, conforme la siguiente tabla.

TIPOLOGÍA	VEHÍCULOS	FACTOR C – DE IMPACTO URBANO POR ESCALA
1	Vehículos no motorizados y vehículos motorizados de un cilindraje menor a 500 c.c.	1
2	Vehículos que presten servicio de transporte comercial (taxis).	20

3	Vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.), transporte comercial, de carga o similares, que publiciten o presten servicios de publicidad de terceros. Se exceptúan aquellos vehículos de propiedad de empresas y particulares que publiciten sus propios productos o servicios.	60
---	--	----

En el caso de publicidad exterior móvil, el factor C corresponderá a la tipología del vehículo, conforme la siguiente tabla.

D = Factor por fin de publicidad: Factor aplicado para el destino de la publicidad exterior.

FIN	FACTOR D
Propia	1
Fines de lucro	1.35

Art III.5.289.- Calculo de la regalía por uso y utilización exclusiva del espacio público.- Es el valor de cobro relacionado a la utilización del administrado del espacio público.

$$\text{Regalía por uso exclusivo y temporal del espacio público} = A \times B \times C \times D$$

A = AIVA: Se obtendrá en función de la ubicación del espacio solicitado. Dicho valor de este factor estará comprendido en uno de los rangos establecidos en el siguiente cuadro a partir del cual se determinará el factor **A** aplicable. Para seleccionar el factor **A** aplicable, se identificará el valor del AIVA correspondiente a la ubicación del espacio solicitado. Dicho valor de estará comprendido en uno de los rangos establecidos en el siguiente cuadro a partir del cual se determinará el factor **A** aplicable.

AIVA (USD/m ²) Aplicable en función de la localización del espacio solicitado	FACTOR A (USD*día/m ²)
1. De 0 a 150	0.14
2. De 151 a 350	0.32
3. De 351 a 1000	0.42
4. De 1001 en adelante	0.46

En el caso de publicidad exterior móvil, el factor A será igual a 0.05.

B = Tiempo de aprovechamiento del espacio público: Calculado en días y correspondiente a un año.

C = Factor por escala: Factor de cálculo en función del impacto que genera la superficie publicitaria por sus dimensiones, clasificada por escalas conforme al siguiente cuadro.

ESCALA	RANGO DE DIMENSIONES (m2)	FACTOR D - DE IMPACTO URBANO POR ESCALA
<i>Pequeña</i>	<i>De 0.00 a 1.00</i>	<i>0.50</i>
<i>Media</i>	<i>De 1.01 a 4.00</i>	<i>0.75</i>
<i>Grande</i>	<i>De 4.01 a 20.00</i>	<i>1.20</i>
<i>Extra grande</i>	<i>De 20.01 a 55.00</i>	<i>1.80</i>

En el caso de elementos no convencionales, el factor C corresponderá será igual a 1 en todos los casos.

En el caso de publicidad exterior móvil, el factor D corresponderá a la tipología del vehículo, conforme la siguiente tabla.

TIPOLOGÍA	VEHÍCULOS	FACTOR D – DE IMPACTO URBANO POR ESCALA
<i>1</i>	<i>Vehículos no motorizados y vehículos motorizados de un cilindraje menor a 500 c.c.</i>	<i>1</i>
<i>2</i>	<i>Vehículos que presten servicio de transporte comercial (taxis).</i>	<i>20</i>
<i>3</i>	<i>Vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.), transporte comercial, de carga o similares, que publiciten o presten servicios de publicidad de terceros. Se exceptúan aquellos vehículos de propiedad de empresas y particulares que publiciten sus propios productos o servicios.</i>	<i>60</i>

D – Factor por contaminación lumínica: Factor de cálculo determinado en función del impacto que genera el elemento publicitario en función de la emisión lumínica generada. El factor responde a la siguiente clasificación:

NIVEL DE IMPACTO	TIPO DE ELEMENTO PUBLICITARIO	FACTOR E – DE IMPACTO URBANO POR CONTAMINACIÓN LUMÍNICA
<i>Bajo</i>	<i>Elementos con imagen estática sin emisión lumínica (Rótulos, vallas, tótems)</i>	<i>0.75</i>
<i>Medio</i>	<i>Elementos incorporados con sistema eléctrico que</i>	<i>1.50</i>

	<i>proyecta luz con fines de iluminación, con contenido estático o en movimiento (rótulos, vallas, tótems, letreros eléctricos)</i>	
<i>Alto</i>	<i>Pantallas LED, proyectores electrónicos y/o similares.</i>	<i>2.00</i>

DISPOSICIÓN GENERAL

PRIMERA.- Para los efectos previstos en este capítulo, la Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda expedirá cada cuatro (4) años los planes de intervención, para conocimiento de la Comisión de Uso de Suelo y con fundamentos en los criterios de seguridad ciudadana, protección del ambiente, ornato del espacio público, iniciativa de una comunidad organizada, entre otros.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- La publicidad exterior de promoción cultural en áreas, conjuntos y bienes patrimoniales serán permitidos previo informe de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda hasta cuando se emita la Ordenanza que regule el tema patrimonial en el Distrito Metropolitano de Quito.

SEGUNDA.- La Administración General, a través de la Dirección Metropolitana de Informática, proveerá los recursos económicos necesarios para la implementación y operación de una plataforma tecnológica para la aplicación, georeferenciación, catastro y monitoreo de lo establecido en esta normativa.

TERCERA.- Para el proceso de transición y regularización, se otorgará una LMU (41) de vigencia temporal menor, la misma cuya tasa será cancelada una vez que se promulgue la presente ordenanza.

CUARTA.- En el plazo de 120 días contados a partir de la sanción de la presente ordenanza, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda actualizará el Anexo Único de las Reglas Técnicas conforme lo estipulado en la presente ordenanza.

QUINTA.- En el plazo de 120 días contados a partir de la sanción del presente Capítulo, la Secretaria de Movilidad generará el mapa de flujos destinado al cálculo del factor de exposición.

SEXTA.- La Administración General proveerá los recursos necesarios para el cumplimiento del presente Capítulo.

Oficio Nro. GADDMQ-AM-2020-0090-OF

Quito, D.M., 28 de enero de 2020

Asunto: Proyecto de Ordenanza Reformatoria del Capítulo IV del Código Municipal

Señora Abogada
Damaris Priscila Ortiz Pasuy
Secretaria General del Concejo (E)
GAD DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
En su Despacho

De mi consideración:

En relación al Oficio No. GADDMQ-SGCM-2020-0316-O de 21 de enero de 2020, suscrito por la Abg. Damaris Ortiz Pasuy, Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito (E), por el cual remite el Proyecto de “**Ordenanza Metropolitana Reformatoria del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, publicado en el Registro Oficial Suplemento 902 de 7 de mayo de 2019**”, a favor de sus copropietarios, por medio del presente, me permito informar que asumo la iniciativa del proyecto en mención, en mi calidad de máxima autoridad ejecutiva del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; en consecuencia, se servirá en verificar los requisitos de ley y remitirlo a la comisión pertinente para el trámite de ley correspondiente.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Dr. Jorge Homero Yunda Machado
ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Referencias:

- GADDMQ-SGCM-2020-0316-O

Anexos:

- Anteproyecto ORD REFORMATORIA CAPITULO IV 17012020 final SDPC.docx

Oficio Nro. GADDMQ-AM-2020-0090-OF

Quito, D.M., 28 de enero de 2020

Acción	Siglas Responsable	Siglas Unidad	Fecha	Sumilla
Elaborado por: Karina Maribel Sanchez Palma	kmsp	AM-AA	2020-01-27	
Aprobado por: Jorge Homero Yunda Machado	JY	AM	2020-01-28	