



Quito, 30 de noviembre de 2021

Doctora
MÓNICA SANDOVAL
CONCEJALA METROPOLITANA
PRESIDENTA COMISION DE USO DEL SUELO
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente. -

Quito Digno SECRETARÍA GENERAL DEL CONCEJO
GADDMQ-SGCM-20
RECEPCIÓN
Fecha: **07 DIC 2021** Hora: **9:07**
Nº Hojas: **- 8 Hojas -**
Recibido por: *[Firma]*

Como es de su conocimiento Mediante Ordenanza Metropolitana 001, sancionada el 29 de marzo de 2019, se aprobó el Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, cuerpo normativo que tiene por objeto recopilar en un solo cuerpo la normativa Metropolitana, recopilación donde costa publicada la ordenanza de publicidad antes conocida como ordenanza 119.

Con Fecha 19 de mayo de 2016, se aprobó en segundo y definitivo debate La Ordenanza Metropolitana número 119 que establece el reglamento administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior.

La disposición transitoria primera, establece que todos los elementos publicitarios instalados en el Distrito Metropolitano de Quito antes de la sanción de la presente ordenanza, que no cuenten con la respectiva licencia Metropolitanas, podrán obtener la licencia metropolitana siempre y cuando cumplan la norma técnica.

El numeral sexto de la transitoria primera establece que el período de regularización será de 90 días contados a partir de la expedición del procedimiento que regule el proceso de regularización emitido por la secretaria de Territorio y Vivienda.

Han transcurrido más de cuatro años desde el vencimiento del plazo de regulación, constante en el párrafo precedente, debiendo el Municipio Metropolitano de Quito, haber aplicado lo establecido en las transitorias mencionadas, es decir **“El retiro de toda la infraestructura publicitaria sin autorización a costa del administrado, sin que esto genere**



responsabilidad alguna de la Municipalidad en caso de producirse daños a la infraestructura.”.

El objeto de la creación de la ordenanza mencionada, fue la de regularizar por SEGUNDA ocasión a las vallas publicitarias instaladas en la jurisdicción del Municipio Metropolitano de Quito, y es segunda ocasión por que la ordenanza de publicidad 310 reformativa de la ordenanza 330, también tuvo el mismo espíritu, sin obtener los resultados esperados ya que los Administrados jamás regularizaron sus vallas publicitarias, y siguieron abusando y contaminado el espacio público, con una instalación indiscriminada de vallas publicitarias a vista y paciencia de la autoridad Municipal.

En franca contradicción a las disposiciones estipuladas en la ordenanza de actual vigencia, y con mayor énfasis en el inicio de la nefasta anterior administración municipal, hemos visto una proliferación desmedida de vallas publicitarias ilegales, específicamente en la ruta hacia Cumbayá desde el túnel Guayasamín, donde según la ordenanza de actual vigencia, se prohíbe de manera expresa la instalación de vallas publicitarias, por existir incompatibilidad con el uso del suelo.

Como consta del informe de levantamiento de Información de elementos publicitarios en el Distrito Metropolitano de Quito, suscrito por la Directora Metropolitana de desarrollo urbanístico y el jefe de Urbanismo y estándares de la Secretaria de Territorio, adjunto al presente documento vendrá a su conocimiento señora Concejala que con fecha 3 de enero de 2020, la secretaria de Territorio, hábitat y Vivienda, a través de la Dirección Metropolitana de Coordinación Territorial convocó a las Administraciones Zonales, para socializar la plataforma digital para el levantamiento de información de elementos de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, obteniendo como resultado del levantamiento efectuado la vergonzosa cifra de 949 vallas publicitarias ilegales, resultado de la nula gestión de control Municipal, cifra que compromete seriamente a las autoridades de turno de la Agencia de Control, cifra que en la actualidad fácilmente debe haber superado la cantidad de mil vallas ilegales.

De la simple lectura del párrafo precedente se evidencian severas omisiones en desmedro de las arcas del Municipio Metropolitano de Quito, ya que no ha ejercido sus funciones de control y recaudo, dejando de percibir



aproximadamente los valores que constan en el ejercicio simple constante en los siguientes cuadros:

VALORES QUE DEJO DE PERCIBIR EL MUNICIPIO DE QUITO POR CONCEPTO DE TASA Y MULTAS POR VALLAS PUBLICITARIAS 100% ILEGALES

MULTAS

VALLAS ILEGALES A ENERO 2020	SBU \$	METROS VALLAS (Metros cuadrados por una unidad)	MULTAS 60% del SBU	TOTAL MULTAS UNA VALLA DOBLE CARA	TOTAL GENERAL 949 VALLAS ILEGALES
949	400	64	\$ 240,00	\$ 15.360,00	\$ 14.576.640,00
				TOTAL GENERAL	\$ 14.576.640,00

TASAS

VALLAS ILEGALES A ENERO 2020	SBU \$	METROS VALLAS (Metros cuadrados por una unidad)	VALOR TASA 15% del SBU	TOTAL TASA UNA VALLA	TOTAL GENERAL 949 VALLAS ILEGALES
949	400	64	\$ 60,00	\$ 3.840,00	\$ 3.644.160,00
				TOTAL GENERAL	\$ 3.644.160,00

TOTAL GENERAL

VALLAS ILEGALES A ENERO 2020	TOTAL MULTAS	TOTAL TASAS	TOTAL GENERAL 949 VALLAS ILEGALES
949	\$ 14.576.640,00		\$ 14.576.640,00
949		\$ 3.644.160,00	\$ 3.644.160,00
		TOTAL GENERAL	\$ 18.220.800,00

Como podemos evidenciar señora Concejala, es claro y evidente la desidia de las Autoridades de Control del Municipio de Quito, cayendo delicadamente en una suerte de omisión, ya que han transcurrido más de 4 años de la publicación de la ordenanza vigente, sin que el Municipio haya controlado y retirado la publicidad ilegal, pese a contar con las herramientas que tiene en la normativa vigente, y lo peor radica en no haber podido recaudar los valores por concepto de multas y sanciones, en franco desmedro de las arcas municipales, muy venidas a menos en estos tiempos de pandemia.



PETICION:

Con los antecedentes expuestos y en su calidad de presidenta de la Comisión de uso del Suelo, solicito comedidamente su intervención directa en esta delicada situación, solicitando que por su intermedio estas severas anomalías se pongan en conocimiento de la Contraloría General del Estado, con el objeto de que se sancione las responsabilidades, civiles, administrativas y penales de ser el caso, de los funcionarios involucrados, en el caos publicitario que en la actualidad vive la Ciudad.

Adicionalmente también solicito comedidamente que, en ejercicio de su potestad y atribución de fiscalización, constante en el artículo 88) literal d) del Código Orgánico Organización Territorial Autonomía, se comine a la autoridad responsable al cumplimiento irrestricto de la ordenanza de actual vigencia.

En la espera de que la presente sea atendida favorablemente, me suscribo con un cordial saludo.

P/ GRANCOMERCIO CIA. LTDA.


Dr. Jorge Córdova Canelos
GERENTE LEGAL

Jorge.cordova@grancomercio.com.ec
1708055858.

Copia:

- *Sr. Concejal Fernando Morales*
- *Sr. Concejal René Bedón*
- *Sr. Concejal Juan Carlos Fiallos*
- *Sr. Concejal Eduardo del Pozo*
- *Sra. Concejala Luz Elena Coloma*

INFORME:

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

1. ANTECEDENTES

- La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, a través de la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico, se encuentra preparando un proyecto de reforma al Capítulo IV, sub-libro III.6 del Título VI del Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, que trata sobre la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41), que abarque las múltiples expresiones de publicidad exterior, tomando en cuenta los elementos publicitarios existentes, para cuyo efecto, con el apoyo de personal de Alcaldía se desarrolló una plataforma digital para el levantamiento de información y registro de elementos publicitarios georreferenciados, ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Para tal propósito, se mantuvieron reuniones de coordinación con la Secretaría General de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana y las Administraciones Zonales, estas últimas como responsables del levantamiento de información in situ de los elementos publicitarios en el área de su jurisdicción correspondiente.
- Con fecha 03 de enero de 2020, la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda a través de la Dirección Metropolitana de Coordinación Territorial de la Secretaría General de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, convocó a las Administraciones Zonales, a una reunión para la socialización de la plataforma digital para el levantamiento de información de elementos de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito.
- La reunión de socialización se llevó a cabo el 07 de enero de 2020 en las dependencias de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, en la cual se trató la problemática actual de la publicidad exterior, se informó sobre el procedimiento que se prevé desarrollar para el levantamiento de elementos publicitarios y se presentó la plataforma digital de levantamiento de datos que fue desarrollada en forma conjunta con el apoyo de personal de la Alcaldía. Se requirió además a las Administraciones Zonales la delegación de técnicos de

cada dependencia para su participación en el levantamiento de información a través de la plataforma digital.

Durante la reunión por parte de los asistentes se manifestó que la clasificación de los soportes de publicidad está determinado por la norma vigente, sin embargo los conceptos de algunos de estos elementos no permite tener una clara diferenciación de los mismos para poder identificarlos en campo. Adicionalmente, varios elementos publicitarios no cuentan con una identificación del tipo y propietario.

Una vez analizados los inconvenientes expuestos y considerando que el plazo que se ha establecido para el levantamiento es de dos semanas, se acordó que para este ejercicio se realizará el levantamiento de los elementos publicitarios más representativos y que por normativa están sujetos a restricciones de distancias mínimas entre sí, debido a su alto impacto a la imagen urbana.

Finalmente se estableció que los elementos publicitarios a levantarse son los siguientes: valla, valla mixta, tótem y pantalla LED, y para facilitar el trabajo se desarrolló un anexo técnico con las definiciones de elementos publicitarios y espacios públicos y privados en los cuales se ubican estos elementos.

- Las Administraciones Zonales delegaron a un total de 26 técnicos distribuidos de la siguiente manera:

ADMINISTRACIÓN ZONAL	NÚMERO DE TÉCNICOS DESIGNADOS
La Mariscal	1
Eugenio Espejo	6
Tumbaco	3
Los Chillos	2
Quitumbe	2
Eloy Alfaro	5
Manuela Sáenz	2
Calderón	2
La Delicia	3
TOTAL	26

- El 15 de enero de 2020, se desarrolló un ejercicio práctico de uso de la plataforma digital con los técnicos delegados de cada Administración Zonal, el cual se desarrolló en el redondel de la Plaza Artigas, en la intersección de la Avenida 12 de Octubre y la Avenida Colón.

- Entre los días 20 y 31 de enero de 2020, los técnicos delegados de cada Administración Zonal, realizaron el levantamiento de elementos publicitarios en campo en sus respectivos territorios.

2. ELEMENTOS DE LA PLATAFORMA DIGITAL

La plataforma digital es un instrumento que se compone de tres elementos fundamentales: un formulario digital para el registro de información, una base de datos virtual y un visualizador de información.

El formulario digital permite realizar un registro individual georeferenciado de cada elemento publicitario y cuenta con los siguientes campos de información:

- **Identificación del técnico responsable.**- Este campo registra el nombre del técnico y la Administración Zonal a la que pertenece;
- **Tipo de soporte de publicidad.**- Este campo permite seleccionar e identificar el tipo de soporte publicitario que se encuentra instalado.
- **Tipo de ubicación.**- Este campo permite identificar la ubicación espacial del elemento publicitario tanto en bienes de propiedad pública como privada, de acuerdo al siguiente detalle:
 - Propiedad privada: lote, cerramiento, fachada, cubierta, otro.
 - Propiedad pública: acera, parterre, parque, plaza, redondel, quebrada, puente, mural, talud.
- **Características.**- Estos campos recopilan información adicional de cada elemento publicitario, en las que se incluyen:
 - Nombre del propietario del elemento publicitario.
 - Fotografía del elemento publicitario (el formulario digital permite tomar una fotografía o cargar un archivo de imagen).
 - Nombre de la calle principal en la que se encuentra instalado.
 - Punto georeferenciado: Este campo permite acceder a un mapa virtual e identificar la ubicación en donde se encuentra instalado el elemento publicitario.

Imagen No. 1. Aplicativo digital: Formulario para levantamiento de la información

PUBLICIDAD EXTERIOR

Todas las respuestas deberán ser llenadas en letra MAYÚSCULA.

— Identificación —

Tipo de soporte de Publicidad

Elija una opción*

Valla

Valla mixta

Totem

Pantalla Led

— Tipo de Ubicación —

— Escala —

Características del elemento

Indique el nombre del propietario del elemento si es visible (empresa)*

Ingrese la fotografía del elemento publicitario*

Publicar para seleccionar un archivo image (4096)

Calle principal

Ingrese el punto Geo referenciado*

3. VISUALIZADOR DE INFORMACIÓN

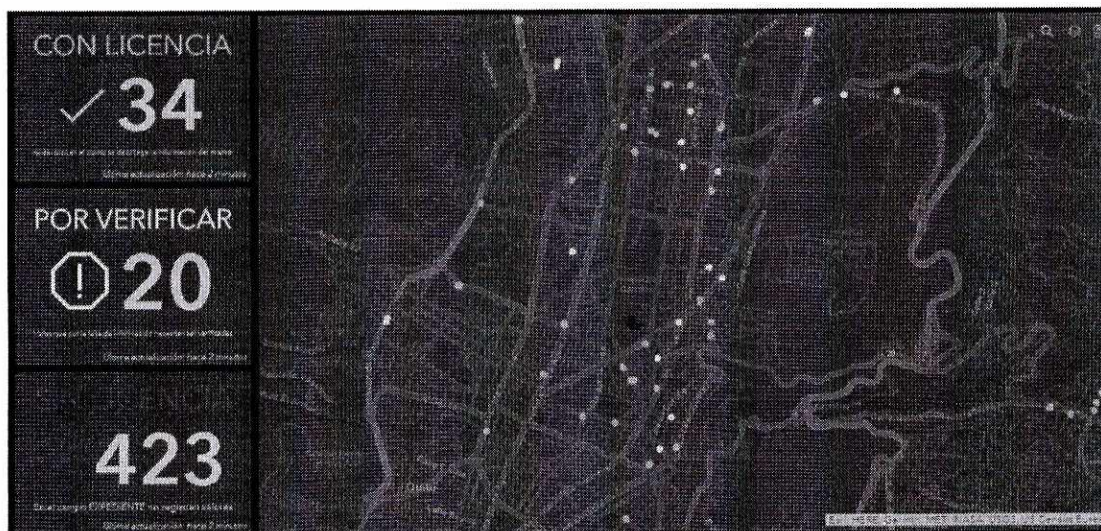
La plataforma digital permite el registro de todos los datos levantados y mostrarlos en un visualizador en tiempo real, al cual se puede acceder mediante el siguiente link:

<http://arcg.is/1muTKa>

El visualizador permite observar la siguiente información:

- El mapa del Distrito Metropolitano de Quito con la ubicación de cada elemento publicitario que ha sido levantado.
- Información del número de elementos que cuentan con la licencia LMU (41) otorgados en el año 2019, los que no cuentan con LMU (41), y los que requieren de una verificación en el territorio por parte de las Administraciones Zonales.

Imagen No. 2. Visualizador de la Plataforma de Reporte



4. SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS DEL LEVANTAMIENTO

A continuación se presenta la síntesis de los resultados del levantamiento de información de elementos publicitarios realizado por las respectivas administraciones zonales dentro de su jurisdicción territorial. El anexo donde se detalla el levantamiento de información en mención, se encuentra adjunto al presente informe.

- Total de elementos publicitarios levantados en el Distrito Metropolitano de Quito: 1.092
- Total de elementos publicitarios levantados con LMU (41) obtenidos en el año 2019: 109
- Total de elementos publicitarios levantados sin licencia verificada en el Distrito Metropolitano de Quito: 949
- Elementos publicitarios pendientes de verificación por parte de las administraciones zonales debido a inconsistencia entre el registro fotográfico y la información subida: 34
- Número de elementos publicitarios correspondientes a la jurisdicción territorial de cada Administración Zonal.

ADMINISTRACIÓN ZONAL	CON LICENCIA	SIN LICENCIA	POR VERIFICAR	Total General
1. La Delicia	18	118		136
2. Calderón	2	39		41
3. Eugenio Espejo	34	433		467
4. AZET La Mariscal	4	50		54
5. Manuela Sáenz	1	25	19	45
6. Eloy Alfaro	31	61	15	107
7. Quitumbe		42		42
8. Tumbaco	19	161		180
9. Los Chillos		20		20
Total general	109	949	34	1.092

- Tipos y número de elementos publicitarios encontrados en la jurisdicción territorial de cada Administración Zonal

ADMINISTRACIÓN ZONAL	PANTALLA LED	TOTEM	VALLA	VALLA MIXTA	Total general
1. La Delicia	4	36	96		136
2. Calderón			40	1	41
3. Eugenio Espejo	18	72	376	1	467
4. AZET La Mariscal	3	3	47	1	54
5. Manuela Sáenz	1		44		45
6. Eloy Alfaro	3	5	99		107
7. Quitumbe		11	23	8	42
8. Tumbaco	2	22	155	1	180
9. Los Chillos			20		20
Total general	31	149	900	12	1092

- Número de elementos publicitarios encontrados en la jurisdicción territorial de cada Administración Zonal que cuentan con la correspondiente Licencia Metropolitana de Publicidad Exterior LMU (41) expedida el año 2019.

ADMINISTRACIÓN ZONAL	CON LICENCIA
1. La Delicia	18
2. Calderón	2
3. Eugenio Espejo	34
4. AZET La Mariscal	4
5. Manuela Sáenz	1
6. Eloy Alfaro	31
7. Quitumbe	0
8. Tumbaco	19
9. Los Chillos	0
Total general	109

- Número de elementos publicitarios encontrados en la jurisdicción territorial de cada Administración Zonal que no cuentan con la correspondiente licencia.

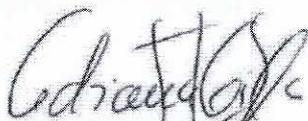
ADMINISTRACIÓN ZONAL	SIN LICENCIA	POR VERIFICAR	Total General
1. La Delicia	118	0	118
2. Calderón	39	0	39
3. Eugenio Espejo	433	0	433
4. AZET La Mariscal	50	0	50
5. Manuela Sáenz	25	19	44
6. Eloy Alfaro	61	15	76
7. Quitumbe	42	0	42
8. Tumbaco	161	0	161
9. Los Chillos	20	0	20
Total general	949	34	983

5. CONCLUSIONES


De acuerdo al levantamiento de elementos publicitarios realizado por las nueve administraciones zonales en el mes de enero de 2020 se obtienen las siguientes conclusiones, de manera general:

- La Administración Zonal Eugenio Espejo posee la mayor cantidad de elementos publicitarios dentro de su jurisdicción, representa el 42% de la totalidad registrada en el Distrito Metropolitano de Quito, seguida por la Administración Tumbaco con el 16.5% y la Administración Zonal La Delicia con el 12.5%.
- La Administración Zonal Eugenio Espejo se identifica el mayor número de elementos publicitarios sin licencia (433).
- 9.98% de los elementos publicitarios levantados en el Distrito Metropolitano de Quito cuenta con LMU (41).

Elaborado y aprobado por:



Arq. Adriana Avila S.
DIRECTORA METROPOLITANA DE
DESARROLLO URBANÍSTICO



Arq. Oscar Chigaza N.
JEFE DE URBANISMO Y ESTÁNDARES