

Secretaría de
Hábitat y
Ordenamiento
Territorial



Quito
Alcaldía Metropolitana

Secretaría de
Hábitat y
Ordenamiento
Territorial



Quito
Alcaldía Metropolitana

Ordenanza de publicidad exterior

Regla técnica y condiciones
territoriales
05.09.2024

La **regla técnica establece los estándares y condiciones** que deben cumplir para la instalación de soportes y elementos publicitarios, incluyendo aspectos como **ubicación, tamaño y tipología**.

CONCEPTOS GENERALES

Soporte publicitario exterior fijo

Estructura sobre la cual se puede colocar una superficie publicitaria de una o más caras.

Elemento publicitario

Elemento que de forma autónoma e independiente transmite un mensaje publicitario.

Podrá ser autoportante o depender de un soporte para su instalación.

Superficie de exposición publicitaria efectiva

Superficie colocada sobre el soporte o elemento publicitario, que realmente contiene el mensaje publicitario, que se transmite y es visible desde el espacio público.

Escala elemento o soporte publicitario

Determinan los rangos de superficie de exposición (tamaño) permitidos.

Pequeña: hasta 4m²

Mediana: >4m² hasta 10m²

Grande: >10m² hasta 32m²

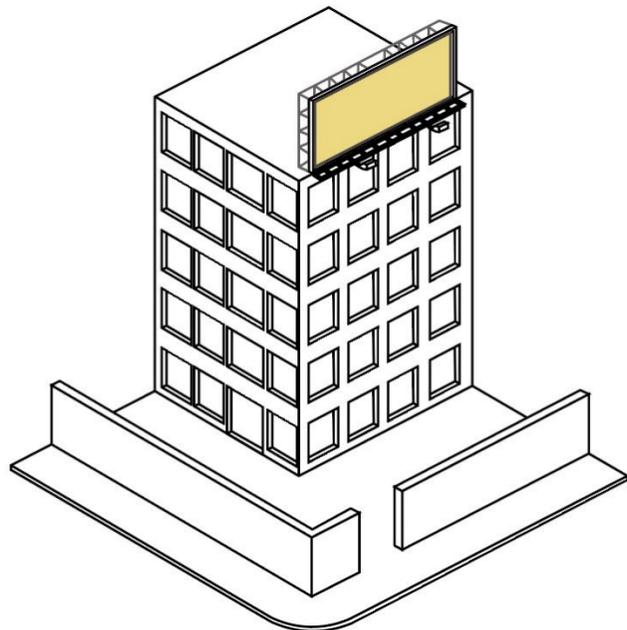
Extra grande: >32m² hasta 75m²

Especial: mayor a 75m²

TIPOS DE SOPORTES PUBLICITARIOS

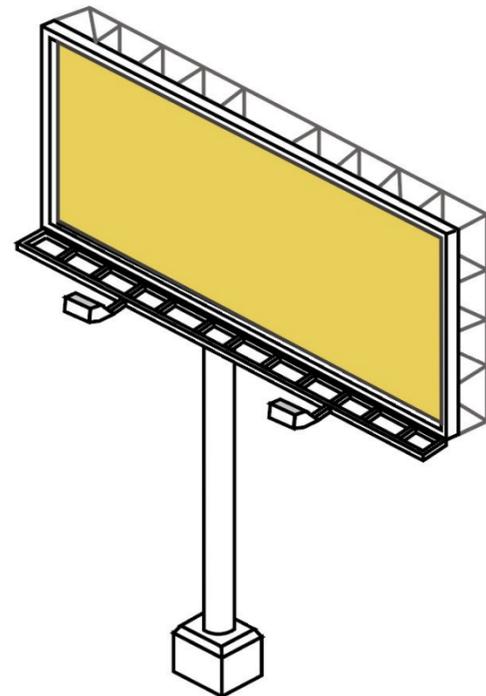
Valla publicitaria

Soporte con una o más superficies de exposición, para transmitir mensajes publicitarios impresos.



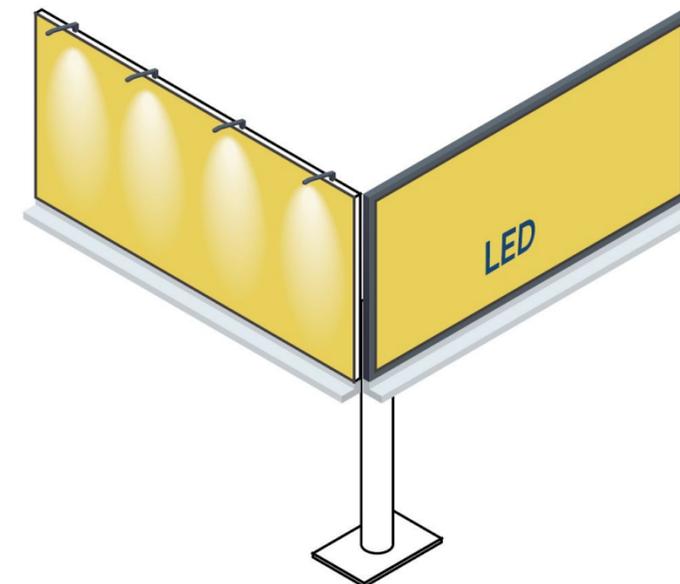
Pantalla o panel dinámico LED

Soporte con una o más superficies de exposición para transmitir mensajes publicitarios dinámicos.



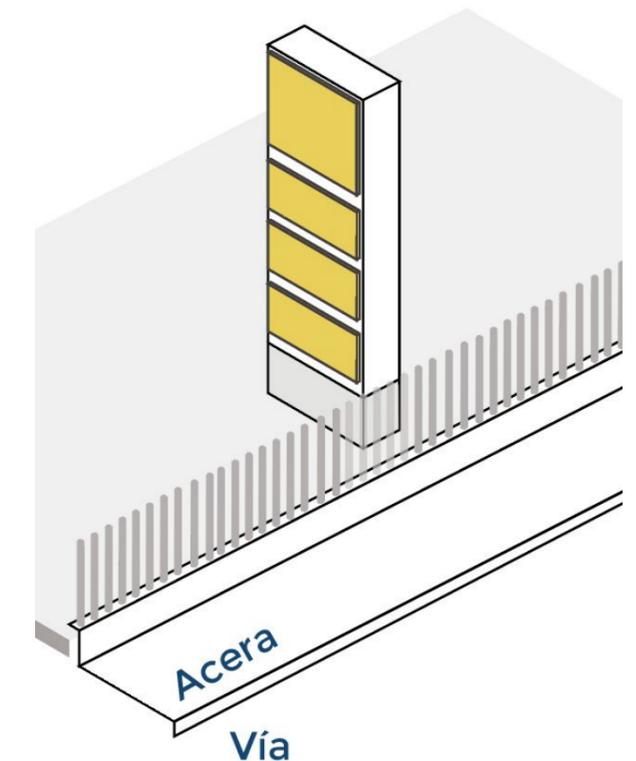
Valla mixta

Soporte con una o más superficies de exposición, para transmitir mensajes publicitarios impresos o digitales.



Tótem

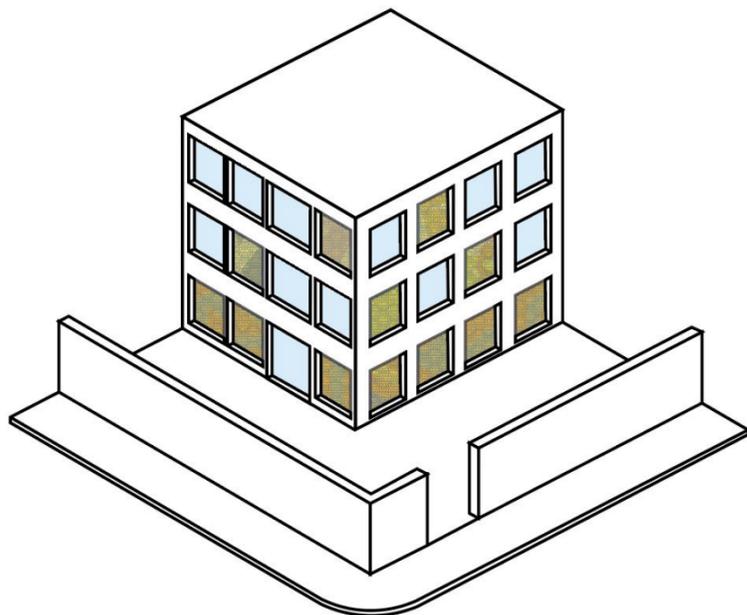
Soporte con una o más superficies de exposición, para transmitir mensajes publicitarios impresos o digitales.



TIPOS DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

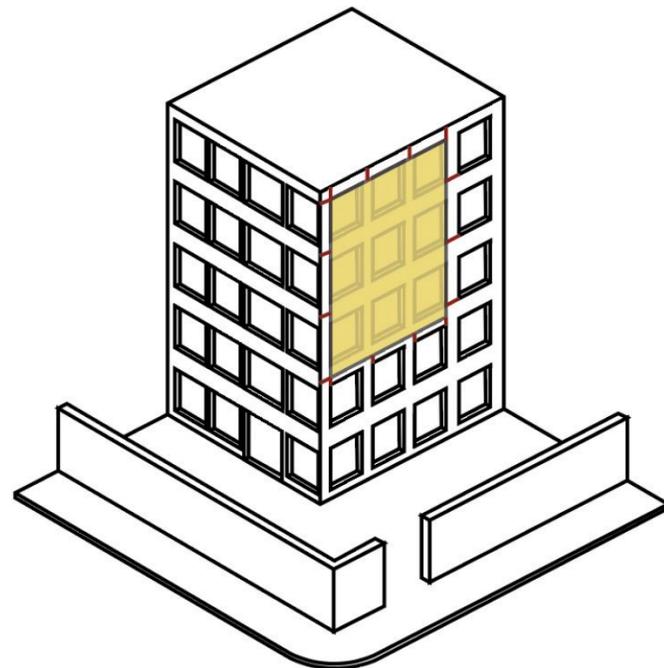
Adhesivo

Material autoadhesivo para aplicar mensajes con fines promocionales o publicitarios.



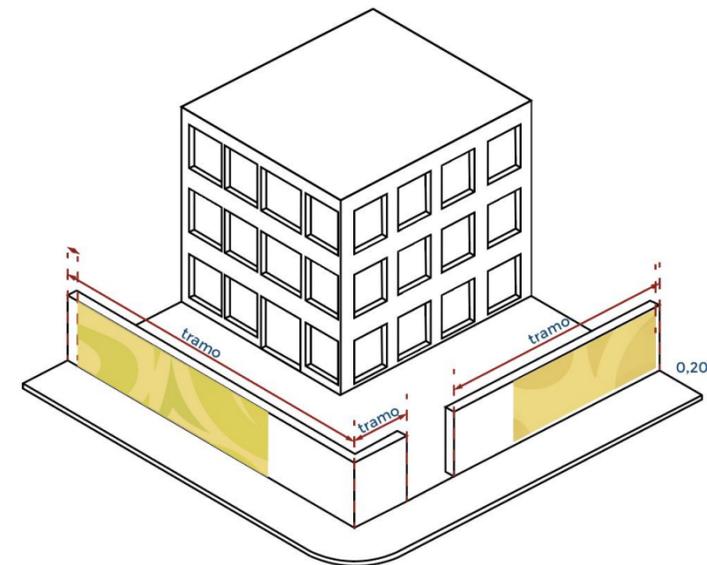
Lona

Material gráfico fabricado de vinilo o tela resistente, que se utiliza para mostrar mensajes publicitarios.



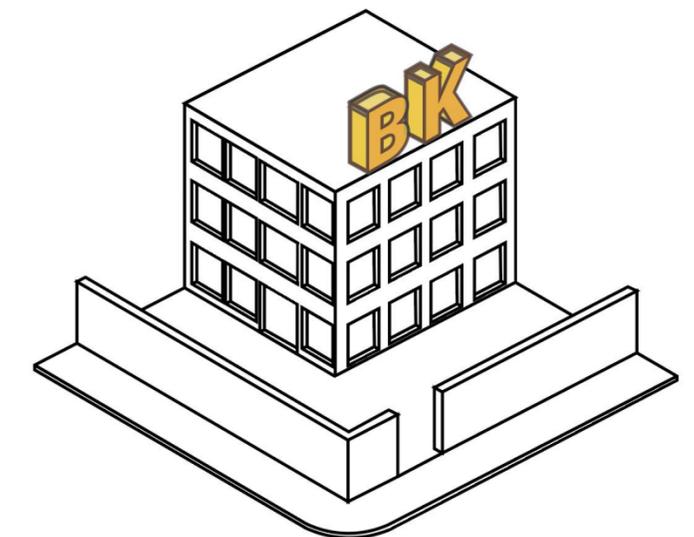
Pintura

Pigmento aplicado sobre una superficie para crear imágenes, representaciones o diseños con mensajes publicitarios.



Elemento 3D

Modelos tridimensionales diseñados para potenciar la percepción y el efecto del mensaje publicitario.



SOPORTES PUBLICITARIOS

Tipología de soporte: Descripción de la tipología de soporte publicitario.

Ámbito de aplicación: Tipo de soporte publicitario al que aplica

F3 En cerramientos Aplica para: Valla publicitaria, Pantalla o panel dinámico LED, Valla Mixta

Gráfico n°7. Soporte publicitario en cerramientos

Gráfico n°8 Soporte publicitario en cerramientos

Componente técnico	Dimensión
Máxima ocupación por tramo de cerramiento	Totalidad del cerramiento y en cumplimiento de las RTAU
Altura mínima desde el piso hasta la parte inferior del elemento publicitario	0,20m
Distancia máxima que puede sobresalir el soporte publicitario de la línea de fábrica	0,10m
Distancia mínima de separación con bordes del cerramiento	0,15m

Condiciones Generales

- a. Todos los soportes publicitarios podrán sobresalir como máximo 0,10m del cerramiento.

Gráficos referenciales: Isometría y fachada acotadas de la implantación del soporte publicitario

Condiciones generales: Describe condiciones específicas que debe cumplir el tipo de soporte publicitario

Componente técnico: Contiene dimensiones y descripción de implantación.

ELEMENTOS PUBLICITARIOS

Ubicación del elemento: Descripción de la ubicación del elemento publicitario.

Ámbito de aplicación: Tipo de elemento publicitario al que aplica

E4 En cubiertas o terrazas Aplica para: Elementos 3D

Gráfico n°18. Elementos publicitarios en cubiertas

Componente técnico	Dimensión
Aplica a edificaciones con altura mínima de:	5 pisos
Altura máxima de elementos publicitarios	3,00 m

Condiciones Generales

- a. Ningún elemento publicitario podrá sobresalir de la línea de fábrica.
- b. Todos los elementos que se coloquen sobre superficies exteriores deberán ser desmontable.

Gráficos referenciales: Isometría acotadas referencial de la implantación del elemento publicitario

Componente técnico: Contiene dimensiones y descripción de implantación.

CONDICIONES TERRITORIALES

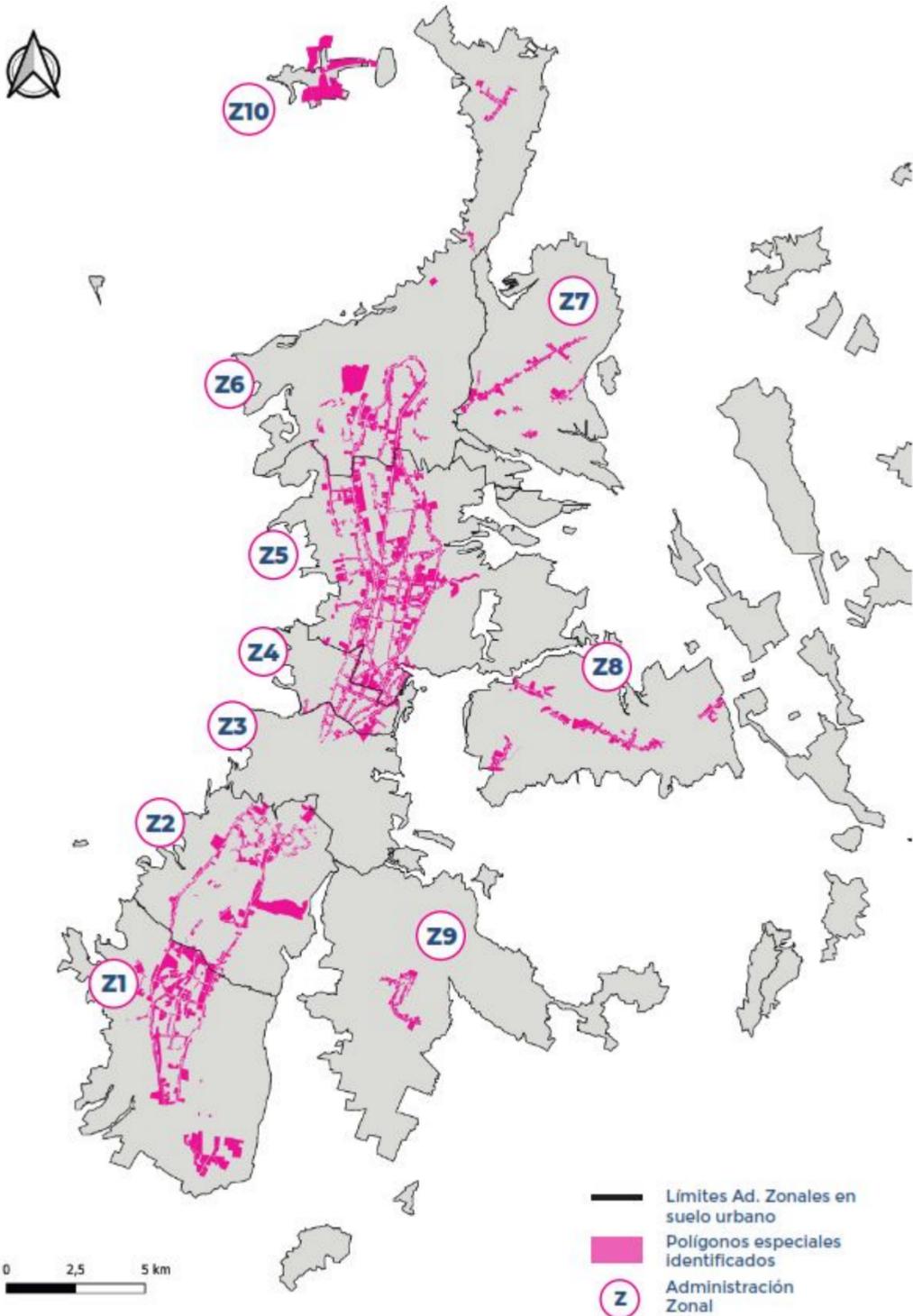
Son los **requisitos específicos** que **deben cumplir los predios** para ser aptos para la instalación de soportes o elementos publicitarios.

Estas condiciones están relacionadas con el **uso del suelo** y con los componentes de la **ocupación del suelo**.

Se establecen condiciones diferenciadas, según el tipo de soporte, la escala y la ubicación en el DMQ

Condiciones generales DMQ

Zonas especiales - Ejes publicitarios



Condiciones generales DMQ

Distancia: 200 metros lineales, con un 20 % de tolerancia para escalas grande, extra grande y especial.

Usos de suelo: Se permite en cualquier tipo de uso de suelo, a excepción de protección ecológica.

En residencial urbano de baja densidad se permite solo escalas pequeñas y medianas.

Cantidad: 1 soporte o elementos por lote, aplica a escala grande, extra grande y especial.

Zonas especiales - Ejes publicitarios

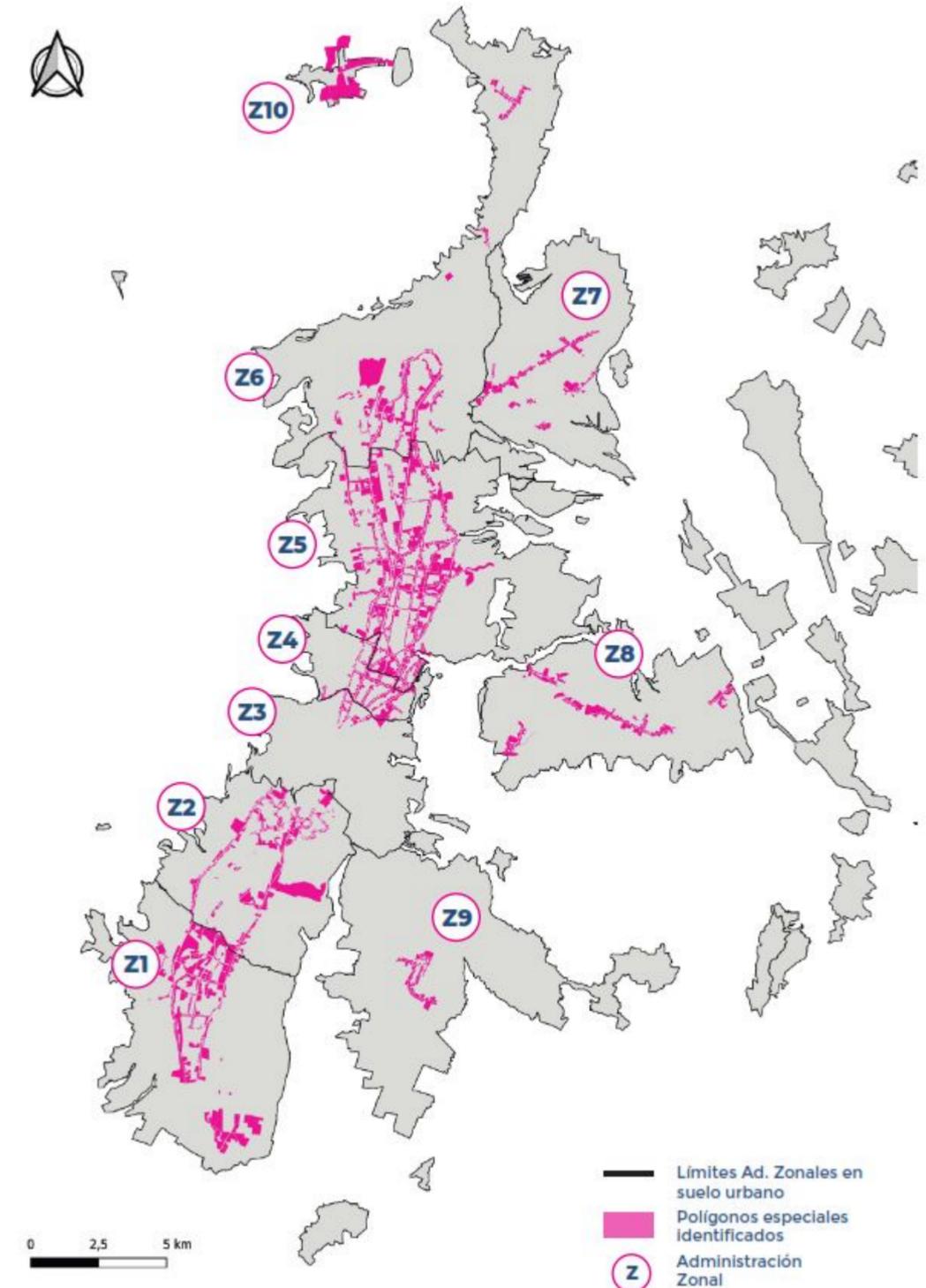
Distancia: No aplica distancias mínimas en zonas delimitadas, si el lote cumple con las siguientes condiciones:

Usos de suelo: Múltiple (M), Residencial urbano de alta densidad (RUA) e industrial de alto impacto (IAI).

-Superficie igual o superior a 300 m².

-Frentista a una vía colectora o arterial.

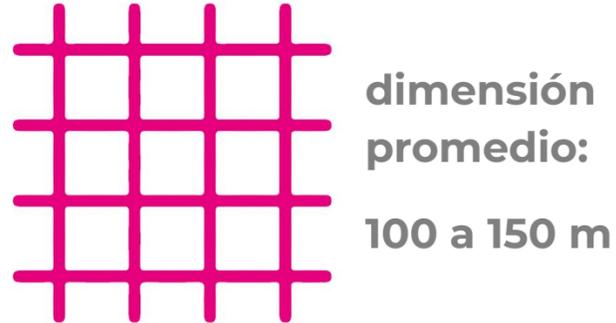
Cantidad: 1 soporte o elementos por lote, aplica a escala grande, extra grande y especial.



DISTANCIAS

CÓMO SE DEFINEN LAS DISTANCIAS

- 1** -Se considera que **una cuadra** promedio **tiene** una dimensión de **entre 100 a 150 metros**.



- 2** -Para el análisis se toma como referente la **Av. República** entre la Av. América y Av. 6 de diciembre, que tiene una longitud de 2680 m.



- 3** -En relación a las dimensión de la **Av. República** y el módulo promedio de las **cuadras**:

A: $2680 / 100 = 26$ cuadras

B: $2680 / 150 = 17$ cuadras

- 4** -Se ha planteado como **objetivo del Municipio**, que exista **solamente 1 soporte publicitario** por módulo o **cuadra**, lo que representa que:

A: $2680 / 26 = 103,08$ m

SATURADO



NO deseable

B: $2680 / 17 = 157,65$ m

ESPACIADO



≅ 200 m con 20% de tolerancia

Deseable

ZONAS ESPECIALES

Para definir **zonas especiales** de explotación publicitaria en el DMQ:

Se seleccionaron las zonas del Distrito Metropolitano de Quito donde se **promueve la concentración de actividades económicas y flujos tanto vehiculares como peatonales.**

Conforme la ordenanza Nro. PMDOT-PUGS Nro. 003-2024 de 12 de mayo de 2024:

Uso de suelo múltiple

*Diversidad de actividades económicas.
Mayor compatibilidad y flujos de personas.
Se alinean con las vías principales del DMQ.*

Uso residencial de alta densidad

*Concentra y proyecta altas densidades poblacionales.
Se localiza cerca de ejes viales principales.
Compatibiliza mayor cantidad de actividades económicas.*

Industrial de alto impacto

*Genera flujo vehicular y peatonal y movimiento de mercancías.
Contiene actividades económicas.*

Equipamiento

Son generadores de flujo vehicular y peatonal conforme su escala, predominantemente los equipamientos de escala metropolitana.

CAPACIDAD MÁXIMA POR ADMINISTRACIÓN ZONAL

Las capacidades máximas resultantes del análisis territorial realizado conforme la regla técnica y las condiciones territoriales dio como resultado:

Z1 Administración Zonal Quitumbe	135	Z6 Administración La Delicia	130
Z2 Administración Zonal Eloy Alfaro	140	Z7 Administración Calderón	70
Z3 Administración Zonal Manuela Sáenz	45	Z8 Administración Tumbaco	190
Z4 Administración Zonal La Mariscal	180	Z9 Administración Los Chillos	45
Z5 Administración Eugenio Espejo	470	Z10 Administración Chocó Andino	25
		TOTAL DMQ	1430

DISTANCIA ENTRE SOPORTES

ZONAS ESPECIALES

REGLAS TÉCNICAS DE IMPLANTACIÓN

SANTIAGO DE CHILE

Ley 21473 SOBRE PUBLICIDAD VISIBLE DESDE CAMINOS, VÍAS O ESPACIOS PÚBLICOS

GUAYAQUIL

ORDENANZA MUNICIPAL: CANTÓN GUAYAQUIL
REGULACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR

BOGOTÁ

MANUAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL PARA EL
DISTRITO CAPITAL

CIUDAD DE MÉXICO DF

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL,
2022

 300m en zonas urbana
600m en zonas rurales

 100m o 500m en zonas
urbana dependiendo de
la tipología del soporte

 160m en zonas
comerciales
320m en zonas NO
comerciales

 250m en zonas urbana

 En zonas patrimoniales o de
conservación histórica se deberá
contar con la autorización.

 Restringido en ciertas calles o
avenidas están normadas por
ordenanza.

 No se podrán instalar soportes en
zonas residenciales especiales

 Restricción en áreas de
Conservación Patrimonial, valor
ambiental, zonas naturales
y suelo de
conservación

 N/A

 Ordenanza municipal
con especificaciones
técnicas para instalación
de elementos y soportes
publicitarios.

 Manual de publicidad
exterior visual para el
distrito capital

 N/A

Secretaría de
Hábitat y
Ordenamiento
Territorial



Quito
Alcaldía Metropolitana