

Quito, 28 de febrero de 2019

Handwritten signature and date: 28/02/2019

Abogado
Sergio Garnica Ortiz
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DEL SUELO
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente. -

De mi consideración:

Mediante oficio s/n, entregado en su despacho el día 13 d febrero de 2019, el Gremio de Valleros de Pichincha presentó la propuesta a la reforma de la Ordenanza Municipal No. 119, sin embargo, hemos vuelto a analizar la misma y existen omisiones que no se pueden dejar pasar, por lo tanto, adjuntamos la última reforma planteada por los miembros del Gremio, para su análisis y aprobación.

Notificaciones que nos correspondan, las recibiremos en el correo electrónico deamoreano@yahoo.com.

Debidamente autorizado, firmo en calidad de abogado patrocinador.

Handwritten signature of Dr. David Moreano Andrade

Dr. David Moreano Andrade
Mat. Foro 17-2005-431

Dirección: Juan González N35-26 y Juan Pablo Sanz
Teléfono: 2251 121
Mail: deamoreano@yahoo.com

QUITO SECRETARÍA GENERAL DEL CONCEJO
ALCALDÍA **RECEPCIÓN**

Fecha: **28 FEB 2019** Hora **9:13**

Nº. HOJAS **12**
Recibido por: **-a.g.h.c.**

Quito, 12 de febrero de 2019

Estimado

Sergio Garnica

Presidente de la Comisión de Uso de Suelo

Distrito Metropolitano de Quito

Presente.-

Comisión de
Uso de Suelo

13/02/2019

f.

De nuestras consideraciones:

Conforme a nuestra solicitud ingresada a su despacho el día 01 de febrero de 2019, a las 16h18, por medio del presente nos permitimos hacer llegar a usted el formato de reforma a la Ordenanza No. 119 que se ha socializado con la Secretaria de Territorio, Hábitat y Vivienda, para su análisis y aprobación. En esta Ordenanza hemos adaptado los cambios que fueron realizados de conformidad con la sentencia de la Corte Constitucional No. 0036-2007-TC, que declaró la inconstitucionalidad de ciertos artículos de Ordenanzas anteriores que regulaban la publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, mismos que volvieron a constar en la Ordenanza Metropolitana No. 119, por lo que no podríamos aceptar cambios en el fondo y los principios de este texto para evitar nuevamente una contraposición constitucional.

Notificaciones que nos correspondan, las recibiremos en el correo electrónico deamoreano@yahoo.com, de nuestro abogado patrocinador, Dr. David Moreano Andrade, a quien autorizamos suscriba cuantos escritos sean pertinentes en beneficio de nuestros derechos.

Firmamos en conjunto con nuestro Abogado.

AKTIVARMED MEDIOS PUBLICITARIOS S.A.

Luis Ricardo Viteri Cevallos
GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL

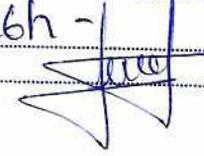
GRANCOMERCIO CIA. LTDA.

Sergio Alfredo Pérez Salazar
GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL

QUITO SECRETARÍA GENERAL DEL CONCEJO
ALCALDÍA **RECEPCIÓN**

Fecha: **13 FEB 2019** Hora **8:50**

Nº. HOJAS **46h-1**

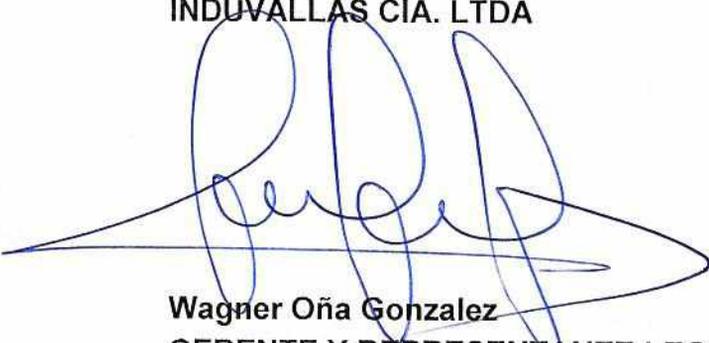
Recibido por: 

SERVICIOS PUBLICITARIOS CREAMEDIOS S.A.



Juan Carlos Palacios Andrade
GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL

INDUVALLAS CÍA. LTDA



Wagner Oña Gonzalez
GERENTE Y REPRESENTANTE LEGAL

Dr. David Moreano Andrade

Mat. Foro 17-2005-431

0989363382.

C.C.

Arq. Jacobo Herdoiza

Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda



ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Hoy en día, la publicidad es un recurso imprescindible que permite la difusión de información y contenidos referidos a los bienes y servicios que produce la sociedad contemporánea. Dada su amplia presencia en la vida cotidiana y en el paisaje edificado de la ciudad, la regulación y control de la publicidad instalada en el espacio público es de particular interés para la Administración Municipal, tanto por sus impactos en la imagen urbana como por los potenciales beneficios que su gestión puede otorgar a favor de la ciudad.

Conforme lo señalan los artículos 54 y 84, literal m), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos "(...) m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal (o metropolitano) y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización, (o metropolitano) añadido (...)".

Esta atribución, de esencial importancia para regular y controlar las actuaciones publicitarias exteriores en un entorno paisajístico tan complejo y privilegiado como el de Quito, con el objeto de precautelar la calidad de vida de sus ciudadanos, conlleva el perfeccionamiento de herramientas normativas que permitan llevar a término los objetivos del ordenamiento visual de la ciudad, incorporando la participación de los actores públicos y privados que intervienen en la producción publicitaria.

Consecuentemente, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito ha venido ejerciendo dicha función en virtud de lo dispuesto en la Ordenanza Metropolitana No. 0330, de 23 de noviembre de 2010, reformada mediante Ordenanza Metropolitana No. 0310, de 30 de octubre de 2012, la cual estableció el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior - LMU (41) -, así como las condiciones a las cuales se sujeta la instalación y ejercicio de la actividad publicitaria en el Distrito, tanto para la publicidad exterior fija, como para la publicidad exterior móvil, incluyendo la publicidad exterior de terceros en espacio público.

El cuerpo normativo en referencia regula la publicidad exterior colocada en espacio público de dominio privado y de dominio público, mediante el establecimiento de condiciones, reglas técnicas y procedimientos de licenciamiento que han permitido el ejercicio de la actividad publicitaria exterior.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

Sin embargo, es importante destacar que la Ordenanza Metropolitana No. 0330 y su reforma (O.M. 310) no han generado un mecanismo idóneo para habilitar la participación de la iniciativa privada en actividades publicitarias en espacio público de dominio público, en vista de que el régimen jurídico establecido en el Capítulo IX de la precitada ordenanza establece que la publicidad exterior de terceros, identificada territorialmente bajo el concepto de "Puntos de Publicidad Exterior", será objeto de concesión aun estando ubicada en espacio público de dominio privado, lo cual resulta improcedente por la naturaleza jurídica del dominio privado, ya que no puede ser objeto de una concesión pública.

Por otro lado, dicha normativa municipal se focaliza únicamente en la modalidad de concesión - basada en los resultados de la Subasta al Alza de los "Puntos de Publicidad Exterior"- como el mecanismo de competencia del sector privado (es decir de empresas publicitarias) para el desarrollo de planes de intervención trianual, sin considerar las demás modalidades de delegación a la iniciativa privada previstas en la Ley de Modernización del Estado.

Es por tanto necesario establecer un régimen jurídico claro, amplio y suficiente que permita incentivar la participación del sector privado en un ámbito de la gestión pública que, como ya se ha dicho, redunde en los beneficios de una ciudad con mayor calidad ambiental, imagen urbana ordenada y espacios públicos de calidad.

Existen modelos de buenas prácticas de otras ciudades de la región y del mundo como Barcelona, Sao Paulo, Buenos Aires, Montevideo, Vancouver o Madrid, que han visto mejoras sustanciales en la dotación y mantenimiento del mobiliario urbano, producto de contraprestaciones por la explotación del espacio público con dichos fines. Este nuevo marco normativo posibilitará llevar a cabo procesos competitivos que, basados en un adecuado aprovechamiento del espacio público con fines publicitarios, permitirá al municipio obtener contraprestaciones (dinerarias o en especie) a cambio de la explotación comercial de los Puntos de Publicidad Exterior situados en espacio público de dominio público.

Expresado de otra manera, al ser el espacio público de dominio público un bien escaso y por tanto cotizado por el mercado de la publicidad, esta reforma busca afinar el marco normativo de Quito con la finalidad de obtener, a favor de la ciudad, el mejor beneficio de la participación pública y privada en materia de explotación publicitaria. Al tiempo, el modelo normativo propuesto posibilitará un despliegue territorial planificado y

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

organizado de la publicidad, entendiéndose que este importante vector de la economía capitalina debe contribuir en mejores prestaciones del espacio público.

Por otra parte, y con relación a la publicidad exterior fija que está sujeta a licenciamiento, el censo 2016 levantado por la administración municipal evidencia que, en el Distrito Metropolitano de Quito, el 89% de elementos publicitarios que han sido instalados no cuentan con la licencia metropolitana urbanística de publicidad exterior - LMU (41), prevista en la Ordenanza Metropolitana No. 0330. Por tanto, y con la finalidad de regularizar esta proliferación de actividad publicitaria no licenciada, la presente Ordenanza Sustitutiva propone un régimen transitorio de regularización previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en este cuerpo normativo.

Por los motivos expuestos, se justifica y hace necesaria la presente propuesta de sustitución de la Ordenanza Metropolitana No. 0330, de 23 de noviembre de 2010, reformada mediante Ordenanza Metropolitana No. 0310, de 30 de octubre de 2012, con la finalidad de contar en un solo texto con la normativa que permita una adecuada gestión de la competencia municipal antes señalada, bajo un claro y aplicable régimen jurídico de publicidad exterior.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

EL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

Vistos los informes Nos. IC-O-2016-037 e IC-O-2016-085, de 30 de marzo y 9 y 10 de mayo de 2016, respectivamente, emitidos por la Comisión de Uso Suelo.

CONSIDERANDO:

- Que,** de conformidad a lo determinado en el artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador, en adelante "Constitución", es derecho de toda la población vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado;
- Que,** el artículo 76 de la Constitución de la República señala como garantía básica del debido proceso la siguiente: *"En caso de conflicto entre dos leyes de la misma materia que contemplen sanciones diferentes para un mismo hecho, se aplicará la menos rigurosa, aun cuando su promulgación sea posterior a la infracción. En caso de duda sobre una norma que contenga sanciones, se la aplicará en el sentido más favorable a la persona infractora"*;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en su artículo 55, letra b), al tratar de las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de: *"Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo"*;
- Que,** el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 54, letra k), al tratar de las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal, enumera entre ellas las de *"Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental"*;
- Que,** es obligación del gobierno autónomo descentralizado municipal, al amparo de lo prescrito en el numeral 54, letra m) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal;
- Que,** el literal a) del artículo 87 del COOTAD, establece como una atribución del Concejo Metropolitano la de ejercer la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado metropolitano, mediante la expedición de ordenanzas metropolitanas, acuerdos y resoluciones;

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

- Que, el inciso segundo del artículo 567 del COOTAD señala: *“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 tendidos de redes, pagarán al gobierno autónomo descentralizado respectivo la tasa o contraprestación por dicho uso u ocupación”.*
- Que, el artículo 568 ibidem, determina que las tasas serán reguladas mediante ordenanza, cuya iniciativa es privativa del alcalde municipal o metropolitano, tramitada y aprobada por el respectivo concejo, para la prestación de los siguientes servicios: *“g) Servicios administrativos; e i) Otros servicios de cualquier naturaleza”;*
- Que, la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, en el numeral 1 del artículo 2, establece que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito cumplirá, entre otras, con las finalidades de regular el uso y la adecuada ocupación del suelo;
- Que, el numeral 1 del artículo 8 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito señala que le corresponde al Concejo Metropolitano *“decidir, mediante ordenanza, sobre los asuntos de interés general, relativos al desarrollo integral y a la ordenación urbanística del Distrito, a la prestación de servicios públicos, y a la promoción cultural de la comunidad, así como las cuestiones referentes a otras materias que según la Ley sean de competencia municipal”;*
- Que, el Concejo Metropolitano de Quito expidió la Ordenanza Metropolitana No. 330, sancionada el 23 de noviembre de 2010, que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU – (41);
- Que, el Concejo Metropolitano de Quito expidió la Ordenanza Metropolitana No. 310, sancionada el 29 de octubre de 2012, reformativa de la Ordenanza Metropolitana 330 que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU – (41);
- Que, corresponde al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, contar con una administración pública que constituya un servicio a la colectividad regido por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, desconcentración, coordinación, planificación, transparencia y evaluación;

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

- Que,** es indispensable modernizar, automatizar y simplificar los trámites relativos a varios de los servicios que presta a los ciudadanos la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito;
- Que,** el otorgamiento de la autorización de publicidad exterior debe estar guiado por principios de simplicidad, agilidad y modernidad, a fin de cumplir con los objetivos de racionalización y eficiencia administrativa, así como la desconcentración y la simplificación previstos en la Ley de Modernización del Estado;
- Que,** es indispensable regular la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, con el fin primordial de compatibilizar esta actuación con la protección de la seguridad ciudadana, la prevención de la contaminación ambiental, la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano, y el buen uso del espacio público;
- Que,** la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior es una fuente potencial de recursos que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe administrar bajo un régimen jurídico que posibilite la incorporación del sector privado en la explotación comercial de la publicidad, en contraprestación de beneficios dinerarios o en especie que permitan a la municipalidad garantizar espacios públicos de calidad en concordancia con lo establecido en el marco normativo vigente; y,
- Que,** es necesario insertar dicha regulación dentro de los esquemas de racionalización de licenciamientos en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, como herramientas de gestión administrativa, por las que el Municipio, en tutela de los bienes jurídicos respecto de los que ejerce competencia, autoriza actuaciones a los administrados.

En ejercicio de la atribución que le confiere el artículo 87, literal a), del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización,

EXPIDE LA SIGUIENTE:

**ORDENANZA METROPOLITANA SUSTITUTIVA DEL TÍTULO TERCERO DE LA
ORDENANZA METROPOLITANA No. 308, QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN**

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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

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

"TÍTULO...

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

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

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

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

Artículo... (3).- Espacio público.- Para los efectos del presente Título se entenderá por espacio público, el espacio de dominio público o privado en el que la publicidad exterior colocada es visible; incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general, en los que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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

Artículo... (5).- Actividad publicitaria exterior.- Para efectos de este Título, se entenderá por actividad publicitaria exterior a toda acción comunicacional encaminada a difundir, mediante los medios previstos en esta ordenanza, la existencia de un bien o servicio, de una actividad y/o mensaje de toda índole, dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

Artículo... (6).- Publicidad exterior fija.-

1. La publicidad exterior fija es aquella que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en el espacio público, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana No. 308.

2. La publicidad exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos, con sujeción a lo establecido en el anexo precitado.

Artículo... (7).- Publicidad exterior móvil.-

1. La publicidad exterior móvil es aquella que tiene como finalidad la transmisión de mensajes publicitarios, a través de la utilización de medios de transporte como soportes publicitarios de carácter móvil, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana No. 308.

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

3. No se autorizará, sin embargo, la publicidad exterior en vehículos, camiones, camionetas, remolques o cualquier vehículo de similares características, en circulación o estacionados, en los cuales se instalen paneles en su plataforma de carga y cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario o la explotación de publicidad.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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

- a) La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público;
- b) La publicidad exterior que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos constitucionales;
- c) La publicidad exterior engañosa, es decir aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error a sus destinatarios;
- d) La publicidad exterior subliminal, es decir, la que mediante técnicas de producción de estímulos o de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida;
- e) La publicidad exterior de bebidas alcohólicas, de tabaco y toda aquella que contravenga lo dispuesto en el Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, se exceptúa de esta prohibición a la publicidad o propaganda de bebidas de moderación, es decir, aquellas que de acuerdo a la normativa técnica pertinente contienen un porcentaje inferior al 5% de alcohol etílico por volumen;
- f) La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares; y,
- g) La publicidad con hojas volantes en el espacio público.

Quién se sienta afectado por la colocación de elementos publicitarios que contravengan la presente disposición, podrá recurrir a los órganos competentes siguiendo los procedimientos establecidos en la normativa vigente.

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

- a) La colocación de publicidad exterior en las edificaciones galardonadas con el "Premio al Ornato", a excepción de los rótulos que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

- b) La publicidad exterior en zonas declaradas de interés histórico y/o artístico, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con excepción de los rótulos a los que se refiere el literal a) precedente, así como los equipamientos o servicios asentados en dichas áreas y permitidos por el ordenamiento jurídico metropolitano;
- c) Vallas publicitarias y tótems publicitarios en áreas históricas y bienes inventariados;
- d) La publicidad exterior en espacios naturales protegidos, salvo en aquellas zonas en donde se hayan desarrollado urbanizaciones e intervenciones constructivas de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- e) La publicidad exterior en árboles, márgenes de ríos y quebradas y toda aquella que pretenda ser instalada en un radio de doscientos metros de miradores y observatorios de la ciudad, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- f) La publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua potable, energía eléctrica, telefónicos, postes de semáforos y similares;
- g) La publicidad exterior que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización urbana, vial y semaforización de tránsito, de cualquier naturaleza, o la nomenclatura urbana;
- h) Se prohíbe instalar elementos publicitarios en predios donde superen la altura de edificación en caso de que existiera;
- i) La publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas, salvo el caso de las actuaciones publicitarias no convencionales según lo previsto en este Título y en edificaciones en construcción y mantenimiento según lo previsto en el Anexo Único de esta ordenanza;
- j) El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- k) Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano, así como en redondeles o rotondas;
- l) La publicidad exterior realizada mediante carteles;

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

- m) La publicidad exterior en espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico, túneles, salvo el caso de las actuaciones publicitarias no convencionales según lo previsto en este Título;
- n) Cualquier elemento componente de un medio de publicidad exterior en y/o sobre terrazas, techos o cubiertas de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificaciones que no posean cubierta, salvo los catalogados como espacios de servicio general o proyecto especial;
- o) Los mensajes publicitarios o de razón social "en bandera" que sobresalgan de la línea de fábrica y aquellos que sobresalgan de las fachadas de los edificios, exceptuando los casos previstos en el Anexo Único del Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana No. 308;
- p) La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;
- q) Cualquier tipo de publicidad con un formato mayor a 2 m² por cara, excepto en los casos previstos en la Regla Técnica, 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, en los términos previstos en este Título;
- r) Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa;
- s) La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de rótulos que están autorizados y normados por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE); y,
- t) La colocación de publicidad exterior en retiros y fachadas de en predios privados o públicos de dominio público situados a lo largo de los 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 o con inversión pública o privada a excepción de los elementos publicitarios (~~rótulos~~) que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

jurídico; o, de proyectos especiales autorizados por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, con sujeción a la norma técnica.

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

- a) La publicidad exterior colocada 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, conforme a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del presente Título;
- b) La utilización de sustancias y/o elementos reflectantes, ~~TV, pantallas LED~~, 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 o de seguridad luminosa;
- c) La colocación de publicidad exterior 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) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales delanteras de los vehículos;
- e) La publicidad exterior en vehículos exclusivamente destinados a la explotación de publicidad o en los cuales se instalen paneles en la plataforma de carga de camionetas o camiones con tal fin;
- f) La publicidad exterior en remolques, plataformas o vehículos de similares características, en circulación o estacionados, cuya única y exclusiva finalidad sea la transmisión del mensaje publicitario o la explotación de publicidad; y,
- g) La publicidad exterior que ocupe la totalidad de la carrocería vehicular o similar, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

Artículo... (11).- Actuaciones publicitarias no convencionales.-

1. Para toda publicidad de carácter no convencional se podrán autorizar actuaciones no contempladas en este Título para su realización de forma temporal, incluso en espacios públicos, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.
2. En todas las actuaciones publicitarias no convencionales deberán reservarse espacios para la promoción del Distrito Metropolitano de Quito o de acontecimientos en los que participe

Comentado [Office1]: En la norma técnica se estableciera el valor a gregado a la fachada con elementos en distancia de mas de 300 metros

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

directamente. La determinación de los espacios, contenidos y formatos promocionales se coordinará por la autoridad administrativa otorgante y requerirá su conformidad.

Artículo...(12).- Actuaciones Publicitarias En Zonas Regeneradas.- El Municipio de Quito a través de sus administraciones zonales, podrá autorizar la colocación de publicidad exterior fija de terceros en zonas regeneradas o intervenidas; siempre y cuando constituyan una propuesta innovadora de acuerdo a la evolución de la ciudad, este tipo de publicidad diferente tendrá un agregado de valor tecnológico, y cumplirá con la normativa técnica.

Comentado [Office2]: Origen de los Urban Bilbord

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

1. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad para el desarrollo de su función, además de contribuir al ornato público. Las empresas licenciadas y/o habilitadas para ejercer publicidad bajo las modalidades previstas en la Ley y en esta ordenanza, deberán mantener una póliza de seguros vigente de responsabilidad civil y daños a terceros, sobre las estructuras publicitarias existentes, misma que será fijada en función del número y tipo de elementos publicitarios a ser instalados.

2. Los soportes publicitarios deberán sujetarse a las Reglas Técnicas previstas en el Anexo Único del Título innumerado... (III) de la Ordenanza Metropolitana No. 308 bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito".

3. En cada soporte publicitario deberá constar, en lugar visible y de acuerdo a las especificaciones establecidas en las "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito", una placa identificativa con al menos la siguiente información:

- i) Para LMU (41): El número de la LMU (41), la fecha de otorgamiento, la vigencia de la licencia y el nombre de su titular.
- ii) Para concesiones y otras modalidades de delegación: nombre y contactos de la entidad responsable del soporte publicitario; número o identificación del contrato, fecha de vencimiento, código de identificación del elemento publicitario.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

Artículo... (13).- Condiciones generales de la publicidad exterior.- La publicidad exterior deberá cumplir con las normas administrativas previstas en este título y se sujetarán además a lo dispuesto en las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta Ordenanza Metropolitana bajo la denominación de *"Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito"*.

Artículo... (14).- Planes de intervención en el espacio público.-

1. Con el fin de regular la intervención en el espacio público de dominio público con publicidad de formato menor a 10 m², podrán acordarse con particulares planes de intervención a iniciativa de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. Los planes de intervención deberán incluir las siguientes consideraciones:

- a) Especificaciones y tipo de soporte publicitario;
- b) Localización y ubicación de soportes dentro de la ciudad;
- c) Licencias o autorizaciones vinculadas con la intervención; y,
- d) Otras que se determinen por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.

2. 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, ~~se deberá dar un derecho preponderante a las empresas nacionales considerando los márgenes de preferencia de producción nacional establecidos en el Servicio Nacional de Contratación Pública con por lo menos 10 años de experiencia en el Ecuador.~~

Comentado [Office3]: Se elimina propuesta

Artículo... (15).- Formas de explotación comercial de la publicidad.- La Publicidad Exterior Fija instalada en el espacio público de dominio público o la publicidad móvil y/o fija instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas, a la que se refiere la presente Ordenanza, podrá ser sujeto de explotación comercial y, como tal, responderá según el objeto del contrato del que se trate, a una doble cualidad: i) de forma de recaudo o; ii) de forma de pago.

- i) Como forma de recaudo, los puntos de publicidad exterior serán susceptibles de ser subastados o su explotación comercial delegada a personas naturales o jurídicas; públicas, privadas o mixtas; nacionales o extranjeras, en cualquiera de

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

las formas previstas en la legislación vigente. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y/o sus empresas públicas, bajo esta modalidad, podrán determinar que el pago de la contraprestación se realice en numerario o en especie.

- ii) Como forma de pago por el servicio, obra o uso público, que el Municipio no sea capaz de asumir por sí mismo y, por tanto, sea delegado a la iniciativa de personas naturales o jurídicas; públicas, privadas o mixtas; nacionales o extranjeras, se autorizará la explotación comercial de puntos de publicidad a favor de las empresas delegatarias.

La delegación del servicio, obra o uso público descrito en el inciso anterior, se sujetará al régimen descrito en los pliegos de condiciones del contrato de delegación, según la normativa nacional vigente.

La publicidad cuya explotación sea considerada forma de pago, estará sujeta a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único del Título III de la Ordenanza Metropolitana No. 308, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito".

CAPÍTULO II

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

Artículo... (16).- Acto administrativo de autorización.-

1. La Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior es el acto administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular la utilización o aprovechamiento del espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros o publicidad exterior móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito.

2. En los casos previstos en el Capítulo IX de este Título "Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público de dominio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria", el licenciamiento se entenderá otorgado de manera tácita al momento de la firma del contrato.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

Artículo... (17).- Título jurídico.- El título jurídico que contiene el acto administrativo de autorización al que se refiere este Título se documentará bajo la denominación de "Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior", o por sus siglas LMU (41).

Artículo... (18).- Alcance de la LMU (41).-

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

a) Que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en este Título; y,
b) Según corresponda a los procedimientos simplificado o especial, la declaración del administrado sobre el cumplimiento de los requisitos administrativos y Reglas Técnicas que le son aplicables; o, la verificación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito del cumplimiento de aquellos, a la fecha de la referida verificación.

2. La LMU (41) se entenderá otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad administrativa, civil o penal en que hubieran incurrido los titulares de la LMU (41) en el ejercicio de las actuaciones autorizadas.

3. El hecho de que un administrado realice la actuación licenciada con la LMU (41) no convalida el incumplimiento de otras obligaciones contenidas en el ordenamiento jurídico nacional o metropolitano, o su deber general de garantizar la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente en la colocación de publicidad exterior.

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

CAPÍTULO III

SUPUESTOS DE SUJECCIÓN Y DE EXENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (19).- Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones.- 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 para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros y publicidad

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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

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 adecuarán sus actuaciones respetando las prohibiciones expresas que constan en la presente 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, coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana

No requerirá de la LMU (41):

- a) La publicidad realizada al interior de espacios privados siempre que no sea visible desde el espacio público;
- b) La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;
- c) La publicidad exterior fija, referida exclusivamente a la ubicación de un rótulo, colocada en el espacio público de dominio privado que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento sea este fijo o móvil, 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 que ocupen espacio público de dominio público se sujetarán a las normas que regulan la materia;
- d) 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;
- d) La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 30 m2, que no supere el 40% de la fachada del proyecto a edificarse, con los cerramientos temporales del mismos; siempre y cuando la publicidad únicamente identifique el proyecto arquitectónico y que contendrá 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, se podrá utilizar medios digitales;

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

- e) 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;
- f) La publicidad exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular; y,
- g) Las actuaciones publicitarias no convencionales autorizadas por el órgano competente.

CAPÍTULO IV

COMPETENCIA EN MATERIA DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo... (20).- Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41).- Son órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, para el otorgamiento de la LMU (41):

- a) El órgano rector del Territorio, Hábitat y Vivienda del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito será competente para otorgar la autorización correspondiente a las actuaciones publicitarias no convencionales, dentro del procedimiento especial;
- b) Las Administraciones Zonales, en su respectiva circunscripción territorial, serán competentes para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,
- c) La autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito será competente para otorgar autorizaciones relativas 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 Único del presente título.

Artículo... (21).- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.-

1. Una vez que la LMU (41) haya sido emitida por la autoridad administrativa otorgante, le corresponde a la Agencia Metropolitana de Control ejercer las potestades de inspección general, de instrucción y de juzgamiento administrativo, de conformidad con la Ordenanza Metropolitana que norma el régimen jurídico de control administrativo en el Distrito Metropolitano de Quito.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

2. Las tareas de inspección, después del otorgamiento de la autorización de publicidad no convencional en el procedimiento especial, estarán a cargo de la Agencia Metropolitana de Control.

3. La Autoridad Administrativa Otorgante y la Agencia Metropolitana de Control, deberán coordinar el ejercicio de la potestad inspectora que tienen atribuida, cada una en la etapa del procedimiento administrativo que les corresponde.

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

CAPÍTULO V

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

Artículo... (22).- Categorización de las actuaciones de Publicidad Exterior para determinar el procedimiento administrativo de licenciamiento.-

1. Con el fin de determinar las actuaciones de publicidad exterior cuyo licenciamiento se sujeta a los procedimientos simplificado y especial, se diferencian dos categorías, en razón de la compatibilización de esta actividad con el fin previsto por las normas contenidas en este Título.

a) La categoría I, sujeta al procedimiento especial, corresponde a las Actuaciones Publicitarias no convencionales.

b) El resto de actuaciones corresponde a la categoría II, sujeta al procedimiento simplificado, incluyendo la publicidad exterior móvil.

Cualquier otra actuación de publicidad exterior no prevista en este Título y que no implique afectación a la salud de las personas, bienes o ambiente, tales como la contenida en globos aerostáticos o similares, la que porten bicicletas o sillas de ruedas no motorizadas, la de

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

difusión de actividades o eventos, o similares se sujetarán al procedimiento administrativo simplificado.

2. La publicidad exterior fija de terceros colocada en el espacio público de dominio público, en el ejercicio de la actividad económica publicitaria, se sujetará al régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de este Título.

SECCIÓN I

LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SIMPLIFICADO

Artículo... (23).- Trámite.- El procedimiento administrativo simplificado estará sujeto al régimen general de licenciamiento, únicamente con las variaciones previstas en esta Sección. En cualquier caso, de ser necesario, el flujo de los procedimientos se organizará mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa.

Artículo... (24).- Otorgamiento automático de la LMU (41).-

1. En el procedimiento administrativo simplificado, la mera presentación del formulario de solicitud de la LMU (41) conllevará automáticamente su otorgamiento cuando se cumplan simultáneamente las siguientes condiciones:

- a) Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la Autoridad Administrativa Otorgante y en el lugar que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito hubiere habilitado para el efecto;
- b) Que la actuación materia del licenciamiento esté reglado por este procedimiento;
- c) Que el formulario de solicitud cumpla con los requisitos establecidos y conste la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y de Reglas Técnicas vigentes;
- d) Que se hubieren acompañado todos los requisitos documentales exigidos dentro del procedimiento; y,
- e) Aquellas condiciones que vía Resolución Administrativa se determinen atendiendo a las necesidades de la gestión.

2. Se informará al administrado en el acto de entrega del formulario de solicitud de la LMU (41), el cumplimiento de las condiciones establecidas en el numeral precedente y continuará con el procedimiento de emisión de la LMU (41).

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

3. Si el administrado no hubiese cumplido las condiciones previstas en el numeral 1 de este artículo, es responsabilidad del funcionario asignado al trámite explicar las razones e informar al administrado las acciones que deba tomar para obtener la LMU (41).

4. Se podrá solicitar en cualquier momento la LMU (41), incluso dentro de la etapa de transición, por lo que previo a resolver un conflicto de ubicación en la etapa de transición, se deberá despachar todas las solicitudes que se encuentren requeridas; y, conforme lo determina la ley se dispondrá un término de 30 días para despachar dichas solicitudes favorable o negativamente según sea el caso.

Si el elemento publicitario del cual se requiere la LMU (41), cumpliera con la norma técnica prevista en el anexo técnico que es parte integrante de la ordenanza dicha solicitud será favorable; de no cumplirse con la norma técnica se entenderá que la solicitud para la obtención de la LMU (41) es negativa.

Sin embargo si dentro un término de 30 días conforme lo establece la ley, la Autoridad Competente no da contestación a la solicitud de la LMU (41), aceptándola ni negándola; la solicitud se entenderá como silencio administrativo positivo a favor del administrado; y, se entregará sin análisis ninguno la LMU (41); cabe mencionarse que si la respuesta fuese negativa, ya que existen otros elementos publicitarios instalados en la misma zona de influencia, por lo que no se cumpliría con la norma técnica de distancia mínima entre medios esta solicitud será reportada inmediatamente para el sorteo que contempla la etapa de transición con los elementos que se van a regularizar.

Artículo... (25).- Responsabilidad y alcance específico de la LMU (41) en el procedimiento simplificado.-

1. La Autoridad Administrativa Otorgante emitirá la LMU (41) con la constatación del cumplimiento de los requisitos formales para su otorgamiento.

2. La emisión de la LMU (41) en el procedimiento administrativo simplificado no supone opinión alguna del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito sobre el cumplimiento de los requisitos materiales, sean éstos normas administrativas o Reglas Técnicas, para el ejercicio de la actuación de publicidad exterior de la que se trate.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

3. La verificación de los requisitos materiales para el ejercicio de la actividad, acción o actuación de publicidad exterior se efectuará con posterioridad al otorgamiento de la LMU (41).
4. El titular de la LMU (41) es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud. La información sobre cuya base se emite la autorización administrativa se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones.
5. Las LMU (41) emitidas deberán ser inscritas en el Registro General de Licencias Metropolitanas.

SECCIÓN II

LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ESPECIAL

Artículo... (26).- Trámite.- El procedimiento administrativo especial estará sujeto a la presentación de un estudio de la propuesta de la actuación publicitaria no convencional. La autorización otorgada por el órgano competente, en base a la información proporcionada, que deberá indicar de manera clara su ubicación y ocupación del espacio público, si existe dinamismo en sus mecanismos de visualización, estructuras de soporte y otros, y se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones por parte del órgano de Control del Distrito Metropolitano de Quito.

Artículo... (27).- Prohibición general.- El administrado cuya actuación se encuentre sujeta a este procedimiento no podrá iniciarla ni continuarla si es que no cuenta con la autorización correspondiente por parte del órgano competente.

CAPÍTULO VI

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

Artículo... (28).- Vigencia de la LMU (41).-

~~1.- La LMU (41) tiene una vigencia anual, con renovaciones automáticas hasta por cuatro años, sin perjuicio de las potestades de control y siempre que en cada año, hasta el 30 de abril, se cancelen las tasas a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. Al concluir el cuarto año,~~

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

~~caducará automáticamente debiendo el administrado, de ser su interés, reiniciar el proceso de licenciamiento.~~

1. La LMU (41) tiene una vigencia anual, es decir desde la fecha de obtención de la licencia, hasta que se cumpla 1 año calendario, con renovaciones automáticas, sin perjuicio de las potestades de control y siempre que en cada año, hasta un mes antes de la caducidad de la licencia se cancelen las tasas a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante. ~~Al concluir el cuarto año, caducará automáticamente debiendo el administrado, de ser su interés, reiniciar el proceso de licenciamiento.~~

Comentado [Office4]: Conforme mesas de trabajo STHV solicita se deje los 4 años

2. Atendiendo al dígito final de la LMU (41) la Autoridad Administrativa Otorgante podrá organizar, mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa, los periodos de obtención o renovación de que trata el numeral precedente.

~~3. Podrá otorgarse una LMU (41) de vigencia temporal menor, cuando así sea requerido expresamente por el administrado o cuando el inicio de la actuación de publicidad exterior se produzca en el transcurso del año calendario. En este caso, transcurrido el término de vigencia, no será necesario presentar la comunicación de cese de actividades a que se refiere este título.~~

3. Podrá otorgarse una LMU (41) de vigencia temporal menor, cuando así sea requerido expresamente por el administrado o cuando el inicio de la actuación de publicidad exterior se produzca en el transcurso del año calendario. En este caso, el pago de la tasa será proporcional al tiempo de colocación de la publicidad.

Artículo... (29).- De la renovación de la LMU (41).-

1. Anualmente, el administrado deberá solicitar la renovación mediante oficio y realizar el pago de la tasa 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 artículo que antecede al presente, se entenderá dicho punto de publicidad exterior como vacante.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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 experimental, no podrá ser renovada como tal.

Artículo... (30).- De la modificación de la LMU (41) solicitada por el administrado.-

1. Durante la vigencia de la LMU (41) se precisará solicitar modificación cuando existan variaciones en la información provista para su otorgamiento.

2. La modificación puede ser requerida al administrado y aplicada de oficio por la Autoridad Administrativa Otorgante. El requerimiento indicará las alteraciones existentes, motivando la necesidad de la modificación de la LMU (41).

3. El título de la LMU (41) que se conceda en sustitución, se limitará a recoger el contenido de la modificación, haciendo referencia al título de la LMU (41) que se modifica. La LMU (41) original caducará a partir de la fecha del otorgamiento de la LMU (41) que incluya las modificaciones.

4. Será necesario solicitar una nueva LMU (41), cumpliendo el procedimiento y requisitos que le corresponden, en todos los casos en que las modificaciones que se introducen supongan una variación en las condiciones establecidas para su otorgamiento.

5. Las modificaciones en la LMU (41) deberán ser inscritas en el Registro General de Licencias Metropolitanas.

Artículo... (31).- Caducidad de la LMU (41).- La LMU (41) caducará, y por tanto se extinguirá, en los siguientes supuestos:

a) Cuando haya vencido el plazo de vigencia de la LMU (41) y el administrado no haya solicitado su renovación ~~hasta 90 días después del vencimiento de la LMU (41); el 30 de abril de cada año, según lo previsto en el numeral primero del artículo 26 de la presente ordenanza;~~

b) En el plazo de tres meses de expedida, si su titular no hubiere iniciado la actuación licenciada;

c) Por el vencimiento de cualquier otro plazo otorgado al administrado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para subsanar deficiencias; y,

Comentado [Office5]: Se elimina los 90 días a solicitud de la STHV

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

d) En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico metropolitano.

Artículo... (32).- Efectos de la extinción de la LMU (41).-

1. La extinción de la LMU (41) impedirá iniciar o proseguir la actuación, salvo la realización de los trabajos de 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.

2. 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.

Artículo... (33).- Extinción por razones de legitimidad.-

1. La LMU (41) podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables. Tal vicio se considera a todos los efectos como invalorable.

2. La misma competencia está asignada a la Agencia Metropolitana de Control en los procedimientos que tiene a cargo.

Artículo... (34).- Cese de actividades.-

1. Cuando el titular de la LMU (41) desee retirar la publicidad exterior colocada, deberá informar a la Autoridad Administrativa Otorgante, mediante el formulario normalizado correspondiente, el cese de la actuación y ésta efectuará el asiento correspondiente en el Registro General de Licencias Metropolitanas y dejará sin efecto la licencia otorgada, desde la fecha de dicha notificación.

2. Este procedimiento es de aprobación automática, sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones económicas que estuvieren pendientes de solución.

3. El administrado estará obligado, cuando se produzca la notificación de que trata el numeral 1 de este artículo, a retirar a su costa la publicidad exterior colocada, sin lo cual dicha notificación no surtirá los efectos previstos en el mismo.

CAPÍTULO VII

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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

Artículo... (35).- Naturaleza.-

1. En el Registro General de Licencias Metropolitanas se mantendrá el módulo denominado "Registro de Publicidad Exterior", administrado por los órganos dependientes de la Administración General del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito; y, para uso general.
2. El Registro es la herramienta de gestión administrativa en el que se encuentran inscritos los titulares de la LMU (41) y la publicidad exterior de las que son titulares.
3. 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, subastados, etc, como una herramienta de gestión territorial.

Artículo... (36).- Datos.-

1. El Registro contendrá los siguientes datos:
 - a) Los contenidos en el Registro General de Licencias Metropolitanas; y,
 - b) Aquellos contenidos que se determinaren, vía Resolución Administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.
2. Respecto de las Empresas Publicitarias, el Registro contendrá la siguiente información:
 - a) Razón social, acreditado mediante escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil;
 - b) Nombre del representante legal o apoderado y cédula de ciudadanía de éste, acreditado mediante nombramiento o poder;
 - c) Domicilio de la empresa publicitaria, su dirección y teléfono;
 - d) Número de Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de actividades económicas;
 - e) Beneficiario o beneficiarios de la publicidad exterior: nombre y apellidos o razón social y su domicilio;

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

- 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.

CAPÍTULO VIII

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

Artículo... (37).- Hecho generador.- El hecho generador de la tasa constituye la utilización o el aprovechamiento del espacio público para la difusión de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, que es materia de la LMU (41).

Artículo... (38).- Sujeto pasivo.-

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

Artículo... (39).- Exenciones.-

- 1. Estarán exentos del pago de la tasa:
 - a) Los organismos u órganos públicos que instalen o coloquen, específicamente, señalización de tránsito e información turística;
 - b) Las entidades competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
 - c) Quienes coloquen publicidad temporal, que se realiza sobre carteles, banderines y lonas, para anunciar eventos populares, cuya exposición no supere los treinta días; y,
 - d) Las empresas que hubieren suscrito con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito contratos de delegación, conforme lo previsto en la legislación vigente para la explotación

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

de publicidad exterior implantada en espacio público de dominio público y de publicidad exterior instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas.

2. En el caso del literal a) del numeral precedente, estará exenta del pago de la tasa de la señalización de tránsito e información turística exclusivamente; toda publicidad exterior incluida en dichas señalizaciones pagará la tasa establecida en este Título.

Artículo... (40).- Devengo.- La tasa se hace exigible al momento del otorgamiento de la LMU (41); sin embargo, si la utilización o aprovechamiento del espacio público se hubiere efectuado en contra del ordenamiento jurídico metropolitano, sin contar con la LMU (41), el tributo será exigible desde la fecha en la que se inició con dicha utilización o aprovechamiento y que se determinará, presuntivamente, en el procedimiento de control y juzgamiento administrativo correspondiente.

Artículo... (41).- Cuantía de la tasa.- La tasa se determinará con arreglo a las cuantías fijadas en forma anual de acuerdo al siguiente cuadro:

De 1 a 8 metros cuadrados de superficie	Cinco por ciento (5%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie. Los elementos innovadores ubicados en zonas regeneradas, contemplaran un cuantian en funcion al valor del suelo
De 9 metros cuadrados de superficie en adelante	Quince por ciento (15%) del salario básico unificado por metro cuadrado de superficie. Los elementos innovadores ubicados en zonas regeneradas, contemplaran un cuantian en funcion al valor del suelo
Publicidad móvil	a) El cinco por ciento (5%), del salario básico unificado para el caso de vehículos no motorizados; y para los motorizados de un cilindraje menor a 500 c.c. b) Un salario básico unificado para todo vehículo que preste servicio de transporte comercial (taxis).

Comentado [Office6]: En mesa de trabajo La STHV manifestó que en zonas regeneradas se debe cancelar mas, la fórmula de calculo lo debe realizar en función al valor del suelo

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

	<p>c) Veinte y cinco por ciento (25%) del salario básico unificado por unidad por cada mes de campaña para vehículos destinados al transporte público (furgonetas, buses, busetas, etc.)</p> <p>d) Para el caso de transporte comercial, de carga o similares, que publiciten o presten servicios de publicidad de terceros, pagarán la misma tarifa contemplada en el literal c). Se exceptúan aquellos vehículos de propiedad de empresas y particulares que publiciten sus propios productos o servicios.</p>
Pantallas LED, proyectores electrónicos y/o similares.	El 50% de un salario básico unificado por cada metro cuadrado de superficie

Artículo... (42).- **Recaudación de la tasa.**- El pago de la tasa correspondiente se efectuará a través de cualquier medio disponible habilitado por la Autoridad Administrativa Otorgante, y será pagadero en forma anual, salvo el caso del literal c) de publicidad móvil previsto en el artículo precedente.

Artículo... (43).- **Potestad coactiva.**- Los valores adeudados por concepto de la tasa establecida en el presente Título, las respectivas multas y los gastos administrativos y judiciales, serán cobrados coactivamente una vez que se hayan vuelto exigibles, con independencia del otorgamiento de la LMU (41) y de las infracciones y sanciones a que hubiere lugar, siguiendo el procedimiento general que corresponde a la naturaleza de cada tipo de obligación, de conformidad con el ordenamiento jurídico nacional y metropolitano.

CAPÍTULO IX

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

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

Artículo... (44).- Objeto.- Se establece el régimen de "Puntos de Publicidad Exterior" para regular la colocación de Publicidad Exterior de terceros, en el espacio público de dominio público, en el ejercicio de la actividad económica publicitaria; y, que se sujetará a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo Único del Título III de la Ordenanza Metropolitana 308, bajo la denominación de "Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito". La explotación de esta Publicidad Exterior podrá efectuarse mediante delegación a personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras, de acuerdo a las modalidades previstas en la legislación vigente y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este Capítulo.

Artículo... (45).- Participación del sector privado.- La Publicidad Exterior de terceros en el espacio público de dominio público, en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", podrá ser explotada previo un concurso público, bajo las modalidades de delegación y participación previstas en la legislación vigente, ~~se deberá dar un derecho preponderante a las empresas nacionales considerando los márgenes de preferencia de producción nacional establecidos en el Servicio Nacional de Contratación Pública con por lo menos 10 años de experiencia en el Ecuador.~~

Artículo... (46).- Puntos de publicidad exterior en espacio público de dominio público.-

1. Para el caso de la explotación de Publicidad Exterior de terceros ubicada en espacio público de dominio público, ésta se realizará de manera obligatoria en los sitios denominados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público" por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, vía Resolución del Concejo Metropolitano y previo informe de la Comisión de Uso de Suelo.

2. Para los efectos previstos en el numeral anterior, la Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda expedirá cada tres 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.

3. La colocación de la Publicidad Exterior regulada en este Capítulo, contará con una póliza de seguros contra todo tipo de riesgo, a favor de terceros, cuya vigencia será permanente e incluirá el periodo de instalación, permanencia y retiro de aquellas y sus soportes publicitarios. El monto de dicha póliza será fijado en los Pliegos de Condiciones.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

Artículo... (47).- 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 los planes de intervención prescritos en este Capítulo, 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 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.

Artículo... (48).- Del concurso público para la explotación de publicidad exterior.- Según lo dispuesto en el numeral 1 del artículo 46 del presente Capítulo, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de la Secretaria encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda o las empresas públicas metropolitanas podrá convocar a personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras a participar en concursos públicos orientados a la ejecución de los Planes de Intervención previstos en el artículo 46 numeral 2 de la presente ordenanza. Para tales efectos, los pliegos del concurso deberán contener al menos:

- a) Delimitación territorial del Plan de Intervención y/o de los Puntos de Publicidad Exterior a ser explotados mediante esta modalidad.
- b) Justificación y establecimiento del equilibrio económico-financiero del contrato de explotación que sustente el plazo, la inversión, el costo y la rentabilidad proyectada.
- c) Régimen de contraprestaciones 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, se deberá dar un derecho preponderante a las empresas nacionales considerando los márgenes de preferencia de producción nacional

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

establecidos en el Servicio Nacional de Contratación Pública con por lo menos 10 años de experiencia en el Ecuador.

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.

Artículo... (49).- Subasta al alza.-

1. Para la colocación de Publicidad Exterior de terceros en espacio público de dominio público en los sitios determinados como "Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público", el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, como una modalidad más de participación, podrá convocar a personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, 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.

2. El procedimiento, duración de la puja y más condiciones de la Subasta al Alza constarán en los pliegos que elaborará y aprobará la Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda 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.

3. Los Pliegos, que no podrán afectar el trato igualitario que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito debe dar a todos los oferentes ni podrán establecer diferencias arbitrarias entre éstas, establecerán las condiciones que permitan alcanzar las condiciones más ventajosas para la municipalidad.

4. La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda o las Empresas Públicas Metropolitanas, según el caso, tendrá a su cargo y responsabilidad el llevar adelante los procesos previstos para cada concurso, y actuará de conformidad con los pliegos aprobados para el efecto. De ser necesario se podrá conformar una o más subcomisiones de apoyo.

5. 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.

Artículo... (50).- Explotación de publicidad 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

-18-

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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.

Artículo... (51).- Delegación de los puntos de publicidad.- La autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio del transporte en el Distrito Metropolitano de Quito, así como, las empresas públicas metropolitanas habilitadas para el efecto, tendrán competencia exclusiva para llevar acabo procesos de concesión, asociación público privada, alianzas estratégicas o cualquier otro tipo de delegación contempladas en la legislación vigente en los terminales de transferencia y paradas del Metro y Quito Cables, así como sobre los corredores exclusivos del transporte público municipal, a lo largo y ancho en su totalidad, se deberá dar un derecho preponderante a las empresas nacionales considerando los márgenes de preferencia de producción nacional establecidos en el Servicio Nacional de Contratación Pública con por lo menos 10 años de experiencia en el Ecuador.

~~Por norma general, no se podrán instalar dos puntos de publicidad dentro del radio de distancia de 200 m salvo casos excepcionales debidamente justificados por la autoridad competente.~~

Artículo... (52).- Del régimen legal 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.

Artículo... (53).- Del concurso público.- El proceso de delegación se realizará a través de un concurso público competitivo de ofertas.

Artículo... (54).- 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.

CAPÍTULO X DEL RÉGIMEN SANCIONATORIO

A

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

~~Artículo... (55).- Los administrados que hayan colocado publicidad exterior sin la autorización del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, o sin ajustarse a las normas administrativas y reglas técnicas previstas en esta ordenanza metropolitana y su Anexo Único, serán sancionados con una multa equivalente al sesenta por ciento (60%) del salario básico unificado por metro cuadrado o fracción, así como el desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción. No obstante, para el caso de la publicidad fija de uno a ocho metros cuadrados y 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.~~

Los administrados que hayan colocado publicidad exterior sin la autorización del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, o sin ajustarse a las normas administrativas y reglas técnicas previstas en esta ordenanza metropolitana y su Anexo Único, serán sancionados con una multa equivalente al 100% del valor del permiso de publicidad así como el desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción. No obstante, para el caso de la publicidad fija de uno a ocho metros cuadrados y la publicidad móvil de sillas de ruedas, bicicletas y vehículos de hasta 500 c.c., se aplicará una multa de dos salarios básicos unificados, sin perjuicio del desmontaje o retiro de la publicidad exterior, con reposición de las cosas al estado anterior del cometimiento de la infracción.

La sanción general prevista en esta disposición será aplicable igualmente cuando el contenido de la publicidad contravenga lo establecido en el artículo innumerado ... (8) de la presente ordenanza.

Artículo... (56).- El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previéndole de retirar la Publicidad Exterior en el plazo de cinco días, contados desde la fecha de la notificación. En caso de incumplimiento, los órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito procederán a la ejecución sustitutoria a costa del administrado que deberá abonar los gastos de desmontaje, transporte, almacenamiento y bodegaje, independientemente de las sanciones que hubieran lugar. Los costos a los que hace referencia este numeral serán determinados por la Empresa

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

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 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.

Artículo... (57).- Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en esta Ordenanza Metropolitana, se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico metropolitano.

Artículo... (58).- ~~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.~~

Con el fin de establecer una correcta administración de justicia bajo ningún concepto se podrá adoptar la medida cautelar de imposición de sellos en la publicidad, por cuanto lo que se sanciona y de conformidad con el artículo 1 de esta Ordenanza es al medio de comunicación, por ende, la imposición de los sellos en la publicidad deberá ser exclusivamente en el soporte de cada elemento publicitario.

Comentado [Office7]: Medida cautelar con rglamento en la que deben participar los involucrados

Para el efecto la Agencia Metropolitana de Control en el lapso de 60 dias deberá elaborar el reglamento para la aplicación de medida cautelar en casos de publicidad exterior.

~~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.~~

~~Artículo... (59).- Cuando hubieren sido violentados los sellos colocados por orden de autoridad competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o en general se hubiese desacatado 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.~~

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

~~Artículo... (60). En los casos en que el infractor no sea propietario del predio o inmueble en donde se encuentra colocada la Publicidad Exterior y/o los soportes publicitarios, el órgano decisor competente notificará al propietario con la primera multa compulsiva ordenada dentro del procedimiento administrativo sancionatorio principal, con la prevención de que en caso de que en su predio o inmueble se continúe la actuación en desacato de la resolución del órgano decisor competente, se constituirá en deudor solidario de las subsiguientes multas compulsivas que disponga el comisario metropolitano. Igual solidaridad y en las mismas condiciones alcanzará al representante legal y accionistas o socios de la persona jurídica, en caso de que ésta sea la infractora.~~

Disposiciones Generales:

~~Primera.- 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 ordenanza, 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.

~~Segunda.- Con las excepciones contempladas en el artículo 51 de la presente Ordenanza Metropolitana, el órgano administrativo competente, encargado del espacio público, será la autoridad encargada de la administración de los parterres, parques, plazas y piletas, teniendo competencia exclusiva para la suscripción de convenios con particulares para el mantenimiento de dichos espacios públicos, autorizando la colocación de las menciones publicitarias de auspicio compartido de conformidad a las reglas técnicas contempladas en el Anexo Único de la presente ordenanza.~~

~~Tercera.- En los predios cuyo uso principal sea múltiple (M), en los que el retiro frontal aún no haya sido tratado como prolongación de la acera, a pedido del administrado y cumpliendo los demás requisitos normativos y reglas técnicas, la Administración Zonal competente, podrá otorgar una LMU (41-C) "Condicionada", a la Publicidad Exterior fija de terceros.~~

La LMU (41-C) tendrá la vigencia y características especificadas en el artículo innumerado... (27) de la presente ordenanza, con la salvedad de que en el caso de que, efectivamente, el retiro frontal se incorpore al espacio público, sin que se pueda alegar derecho adquirido por

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

parte del administrado, la LMU (41-C) caducará de manera inmediata, y el elemento publicitario deberá ser retirado del espacio público.

Cuarta.- La Administración General proveerá los recursos necesarios para la implementación de lo establecido en la presente ordenanza.

Disposiciones Transitorias:

Primera.-

1. Los elementos publicitarios que contengan publicidad exterior fija de terceros (PEFT), instalados en el Distrito Metropolitano de Quito antes de la sanción de la presente Ordenanza reformativa, que no cuenten con la respectiva Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41), colocada en el espacio público de dominio privado, podrán obtener la autorización por parte de la Autoridad Administrativa Otorgante, para lo cual deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Que el formulario de solicitud haya sido presentado ante la Administración Zonal dependiendo de la circunscripción territorial en la que se encuentre el elemento publicitario;
- b) Que el elemento publicitario cumpla las reglas técnicas respecto a la publicidad exterior sujeta a este proceso;
- c) Que el elemento publicitario se ubique en lugares cuyo uso del suelo lo permita.
- d) Que adjunto al formulario de solicitud se presente la ubicación del elemento publicitario en formato digital, georeferenciado.
- e) Que el peticionario no mantenga obligaciones tributarias o no tributarias pendientes con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. De existir estas obligaciones, deberá previamente cancelarlas o adjuntar copia del convenio de pago suscrito entre el deudor y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- ~~f) Que el peticionario presente la declaración jurada de cumplimiento y observancia de normas administrativas y reglas técnicas vigentes respecto de los elementos publicitarios para los que solicita la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – LMU (41);~~
- ~~g) Si el peticionario mantiene juicios en relación con el elemento publicitario que pretende regularizar y que se versen exclusivamente a la falta de LMU (41), en contra del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o sus empresas públicas, previamente desistirá del mismo y adjuntará la resolución del juez competente.~~

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

2. La Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41) será la Administración Zonal correspondiente, a través del procedimiento simplificado determinado en el artículo 20 de la presente ordenanza.
3. Se podrá otorgar la LMU (41) a las PEFT que hayan sido objeto de resolución sancionatoria ejecutoriada dentro de un procedimiento administrativo sancionador, siempre y cuando cumplan con las normas técnicas, se haya pagado la multa y los demás requisitos contemplados en el presente régimen y demás reglas técnicas de la presente ordenanza.
4. Los administrados que requieran licenciamiento de la PEFT, se sujetarán al régimen de transición, además del pago de la tasa correspondiente a la LMU (41) para el año solicitado, deberán pagar un recargo del 100% del valor de la tasa de la LMU (41) y ~~cancelarán la tasa correspondiente por los años anteriores contados a partir de la fecha en que el Municipio hizo el registro de implantación de los elementos publicitarios,~~ sin perjuicio de los procesos administrativos sancionatorios iniciados con anterioridad a la expedición de la presente ordenanza, que deberán ser resueltos de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.
5. En caso de que los elementos publicitarios instalados **no cumplan con la distancia entre medios** determinada en el Anexo Único, se tomará en cuenta el derecho de prelación a los elementos publicitarios que se acogieron a los procesos de regularización de los años 2013 y 2016.
- 6.- En caso de que exista un punto de publicidad en conflicto por distancia entre medios, previo al sorteo, las empresas en el término de 8 días, tendrán la opción de ponerse de acuerdo para ver quién se queda con ese punto, acuerdo que deberá ser presentado ante Notario Público y entregado al Municipio de Quito.
- 7.- En caso de que ninguna empresa pueda justificar la prelación, estas se sujetarán a un proceso de SORTEO. En cuanto al sorteo y con el fin de evitar la monopolización del espacio público de dominio privado se establece como regla única la posibilidad de que una vez ganado el punto de publicidad exterior producto del sorteo podrá participar alternadamente; es decir, si la empresa A gana el primer sorteo, no podrá participar en el segundo sorteo, sin embargo, podrá participar en los subsiguientes de esta misma manera.
- 8.- Previo al sorteo deberán resolverse todas las solicitudes pendientes de trámite, ingresadas a las Administraciones Zonales en tiempo anterior.
9. El período de regularización dentro del cual se podrán presentar las solicitudes correspondientes, será de 90 días contados a partir de la expedición del procedimiento que regule el proceso de regularización emitido por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.

-12-

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

Una vez fenecido el plazo referido, la PEFT que no cuente con la LMU (41) o no se encuentre en proceso de regularización, o no haya sido desinstalada, será sancionada conforme al ordenamiento municipal y nacional vigente.

10. La autorización metropolitana a la que se refiere el numeral 1 de esta disposición transitoria, tendrá una vigencia máxima de un año calendario a partir de la emisión de la LMU (41). ~~ejercicio fiscal (del 1 de enero al 31 de diciembre), o el restante para que éste período culmine.~~

11. La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda en el plazo máximo de 90 días, elaborará el procedimiento que regule el proceso de regularización.

Segunda.-

1. Una vez concluido el plazo para la presentación de las solicitudes de regularización, los administrados que no hubieren iniciado un trámite de regularización o que no cuenten con la correspondiente LMU (41) tendrán un plazo de 60 días calendario, para retirar la publicidad exterior y los soportes publicitarios que no hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

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

3. En caso de incumplimiento de lo prescrito en el numeral 2 de esta disposición, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través del órgano competente procederá al retiro de la infraestructura publicitaria a costa del administrado, sin que esto genere responsabilidad alguna de la Municipalidad en caso de producirse daños a dicha infraestructura.

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

Tercera.-

1. Los administrados que hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para colocar publicidad exterior en el espacio público, a través de

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

permisos actualmente caducados, tendrán un plazo de 60 días para retirar el elemento publicitario a partir de la publicación de la presente ordenanza.

2. Vencido el plazo previsto en el numeral anterior, los administrados que mantengan Publicidad Exterior sin la debida autorización municipal, serán multados de conformidad con lo previsto en esta Ordenanza Metropolitana. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, concederá el plazo de 15 días para el retiro de la misma.

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

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

Cuarta.- Los administrados que hayan sido autorizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para colocar publicidad exterior en el espacio público de dominio público, a través de permisos actualmente vigentes, podrán continuar ejerciendo la actividad autorizada hasta la caducidad de dichos permisos.

Quinta.- Los procedimientos administrativos sancionadores iniciados por incumplimientos de la Ordenanza Metropolitana No. 330 reformada por la Ordenanza Metropolitana No. 310, pendientes de Resolución, se resolverán observando lo previsto en el artículo 76 de la Constitución de la República del Ecuador.

Sexta.- En el plazo de cuarenta y cinco días contados a partir de la sanción de la presente ordenanza, la autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito elaborará el anexo de requisitos, procedimientos y reglas técnicas que regirán para la colocación de la publicidad exterior móvil y publicidad fija en parqueaderos, paradas, estaciones y terminales del sistema de transporte público municipal.

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

~~Séptima.~~ La Secretaría encargada del Territorio, Hábitat y Vivienda, en el plazo de 90 días contados a partir de la sanción de la presente ordenanza, instrumentalizará el Registro General de Publicidad Exterior Fija de Terceros, en el cual se incorporarán espacialmente los elementos publicitarios licenciados, concesionados, subastados, etc, como una herramienta de gestión territorial.

Disposición Derogatoria.- Deróguese la Ordenanza Metropolitana No. 119 sancionada el 23 de noviembre de 2016; la Ordenanza Metropolitana No. 310, sancionada el 30 de octubre de 2012; y, todas las disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan a la presente ordenanza.

Disposición Final.- Esta ordenanza entrará en vigencia a partir de la fecha de su sanción sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial y en la página web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Dada, en la Sala de Sesiones del Concejo Metropolitano de Quito, el 19 de mayo de 2016.

Abg. María Elisa Holmes Roldós
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

CERTIFICADO DE DISCUSIÓN

La infrascrita Secretaria General del Concejo Metropolitano de Quito, certifica que la presente ordenanza fue discutida y aprobada en dos debates, en sesiones de 31 de marzo y 19 de mayo de 2016.- Quito,

Abg. María Elisa Holmes Roldós
SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

ORDENANZA METROPOLITANA No. 119

ALCALDÍA DEL DISTRITO METROPOLITANO.- Distrito Metropolitano de Quito,

EJECÚTESE:

Dr. Mauricio Rodas Espinel

ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CERTIFICO, que la presente ordenanza fue sancionada por el Dr. Mauricio Rodas Espinel,
Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el

.- Distrito Metropolitano de Quito,

Abg. María Elisa Holmes Roldós

SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO DE QUITO

DSCS

ORDENANZA METROPOLITANA No

ANEXO ÚNICO



I. ASPECTOS GENERALES

DE LAS CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA EXTERIOR

- Mediante Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), se incorpora esta Licencia como herramienta de gestión administrativa, por la que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, regula las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, con el fin primordial de compatibilizar la colocación de la Publicidad Exterior con la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente, y mantenimiento y mejora del ornato y paisaje en el Distrito Metropolitano de Quito.
- La LMU (41) prevé, dentro del régimen administrativo, que la Publicidad Exterior puede ser instalada en el espacio público, de acuerdo a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el presente instrumento, el cual podrá ser modificado a través de Resolución del Concejo Metropolitano, atendiendo las circunstancias de la gestión.
- El otorgamiento y obtención de la LMU (41) comporta únicamente: (a) que el administrado haya cumplido con los procedimientos establecidos en este título; (b) según corresponda a los procedimientos simplificado o especial, la declaración del administrado sobre el cumplimiento de los requisitos administrativos y reglas técnicas que le son aplicables; o, la verificación del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito del cumplimiento de aquellos, a la fecha de la referida verificación.
- Cuando la publicidad se encuentre ubicada en predios de propiedad horizontal se tomara en cuenta únicamente lo establecido en la Ley de Propiedad Horizontal y el Reglamento General de la Ley de Propiedad Horizontal.
- La Publicidad Exterior Fija instalada en el espacio público de dominio público o la publicidad móvil y/o fija instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas, a la que se refiere la presente Ordenanza, podrá ser sujeto de explotación comercial y, como tal, responderá según el objeto del contrato del que se trate, a una doble cualidad: como forma de recaudo, ya sea mediante subasta o explotación comercial delegada o, como forma de pago, mediante delegación del servicio, obra o uso público, según sea el caso.

8. OBJETIVOS DE ESTE INSTRUMENTO

El presente instrumento tiene el siguiente objetivo:

- Determinar las Reglas Técnicas para la instalación de soportes publicitarios y la colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito, sean estos licenciados u objeto de delegación mediante las modalidades previstas en la Ley.

Este Instrumento es aplicable exclusivamente a los órganos y destinatarios involucrados en estos procesos.

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

II.1. DISPOSICIONES GENERALES

- Se entiende por publicidad exterior, para efectos de esta Ordenanza Metropolitana, a las diferentes formas de medios en donde se exhiben mensajes publicitarios colocados en espacio público de dominio público o privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general en el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.
- La publicidad exterior licenciada u objeto de delegación, de acuerdo con lo permitido por la legislación vigente, podrá ser instalada en el espacio público de dominio público o privado según corresponda, de acuerdo a lo dispuesto en la ordenanza metropolitana que enmarca al presente anexo técnico.

II.2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Para efectos de aplicación de la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41) y de las Reglas Técnicas constantes en el siguiente acápite, se definen los siguientes términos:

- **Delegación:** Referida a participación de empresas públicas o privadas en la gestión pública, bajo formas contractuales como concesión, asociación, alianzas público privadas o cualquier otra permitida por la Ley.
- **Espacio público:** Para los efectos del presente título se entenderá por espacio público, el espacio de dominio público o privado en el que la publicidad exterior colocada es visible (espectro visual del sujeto que observa el elemento de publicidad), incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general en el que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.
- **Espacio público de dominio privado:** Es el espacio susceptible de publicidad exterior, ubicado en predio edificado o sin edificar de propiedad privada, incluso cuando se trate de edificaciones en proceso de construcción u obras de mantenimiento, que no constituye espacio de servicio general o espacio público de dominio público, y que son regulados por la presente ordenanza.
- **Espacio público de dominio público:** Es el espacio susceptible de publicidad exterior, ubicado en bienes del GAD municipal, sean de dominio y uso público o de dominio privado, establecidos en el COOTAD.
- **Espacio de servicio general:** Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general.
- **Eje visual:** Es la línea imaginaria que debe unir el objeto o punto de fijación visual con la zona central de la vista o del ojo.
- **Eje vial:** Es un sistema de vialidades utilizadas para agilizar el tránsito de vehículos motorizados de todo tipo y tamaño y están optimizados para una circulación más fluida, abarca la zona urbana de la metrópoli en los sentidos norte sur y oriente occidente.
- **Interposición visual:** Es cuando dos elementos publicitarios se encuentran colocados de tal forma que visualmente se los puede identificar bajo el mismo eje visual.
- **Letrero Electrónico:** Es una superficie de dimensiones variables no mayores a quince metros cuadrados (15 m²), operado bajo un sistema eléctrico, en el cual aparece en forma visual la información publicitaria o aquella requerida que podrá ser instalada en los espacios públicos de dominio privado o público.

- **Pantallas o Paneles dinámicos LED.**- Son superficies que sirven para proyectar sobre ellas imágenes de video, generadas por diodos emisores de luz (LED) u otras tecnologías similares.
- **Medio de transporte.**- Es todo vehículo destinado a la transportación de personas, bienes y/o productos.
- **Menciones publicitarias de auspicio compartido.**- Son aquellos elementos destinados a dar un reconocimiento a las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que, en virtud a un convenio de cooperación suscrito con la autoridad competente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, rehabilitan, mantienen y/o mejoran los espacios públicos en el Distrito Metropolitano.
- **Mini Vallas:** Letreros que se podrán colocar solamente en los cerramientos o fachadas de las edificaciones existentes o en construcción, deterioradas o alambradas y que mejoren la estética del sector, las mismas que no podrán sobrepasar del 1.5 m. de altura del nivel de la acera y 3.00 m. de largo y podrán estar en un máximo de tres por predio.
- **Mobiliario urbano:** Son los elementos necesarios para el ordenamiento y el confort de la vida de la ciudad, que pueden ser soportes de publicidad, tales como: bancas, recolectores de basura, relojes públicos, paradas de buses, kioscos o puestos de venta de comida rápida, periódicos, revistas, paletas, puestos de limpieza de calzado, pasos o puentes peatonales, señalización interna de parques, plazas y áreas verdes, paneles de información ciudadana o cualquier elemento que preste un servicio a la colectividad y contribuya al ornato de la ciudad.
- **Mural:** Es un medio instalado en las fachadas o culatas de los edificios, sobre soportes estructurales estáticos que contiene y transmite mensajes.
- **PCC:** Punto de comienzo de la curva: es el origen o inicio de una curva en cualquier vía.
- **Paletas:** Elemento que contiene publicidad y se ubica en las aceras y/o parterres. El poste sobre el que se sostiene el medio publicitario debe tener una altura mínima de dos metros veinte centímetros, medidos desde el piso y la altura máxima no puede sobrepasar los cuatro punto cinco metros ~~cinco metros~~. Su área no será superior a los dos metros cuadrados veinticinco decímetros cuadrados (2,25 m²), su ancho no superará un metro veinticinco centímetros (1,25 m) y su espesor será máximo de treinta ~~cuarenta~~ centímetros (0,30 ~~0,40~~ m).

- **Pantalla:** Superficie que sirve para proyectar sobre ella imágenes con publicidad u otras actividades, no podrá tener dimensiones mayores a treinta y dos veinte-metros cuadrados incluido el marco estructural.
- **Pantalla Led:** Es un elemento montado sobre cualquier superficie que sirve para proyectar en ella imágenes con publicidad, generadas por emisores de luz u otras tecnologías similares que no sobrepase los 55 m2.
- **Paneles de Información Ciudadana o MUPI:** Son los que conllevan dos caras, con una superficie publicitaria visible por cara de hasta dos metros cuadrados veinticinco decímetros cuadrados (2,25 m²), de las cuales una estará exclusivamente reservada al Municipio para la exhibición de informaciones socioculturales, deportivas, administrativas, planos de ciudad, etc., quedando la segunda cara exclusivamente reservada para la explotación de publicidad comercial. Las dimensiones máximas de los Paneles de Información Ciudadana serán de 3 metros de altura y 1,40 metros de ancho.
- **Urban Billboard.-** Es un elemento publicitario vanguardista, tipo back light o electrónico led que exhibe publicidad comercial, cuya estructura puede ser en acero inoxidable o alucubond, con soporte de implantación estática integrada al piso, de máximo 12 metros cuadrados, y una altura total de 6 metros cuadrados. La distancia entre este tipo de medios es de 300 metros cuadrados, instalada en zonas regeneradas o intervenidas.
- **PTC:** Punto de término de la curva.
- **Publicidad exterior fija:** La que se realiza mediante carteles o pancartas, letreros electrónicos, lonas, murales, paletas, pantallas, rótulos, traslúcidos, tótems, vallas, LED y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios públicos, de dominio público municipal o privado (incluyendo espacio de servicio general). También se considera publicidad exterior fija a aquella instalada en las paradas del sistema integrado de transporte público de acceso universal.
- **Publicidad exterior móvil:** La que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente.
- **Publicidad Propia.-** Es aquella destinada a transmitir mensajes comerciales de la actividad económica en los bienes en donde y mediante los cuales se la ejercite.

Comentado [Office8]: Urban billboard

- **Publicidad de Terceros.-** Es aquella mediante la cual se transmiten indistintamente mensajes comerciales ajenos a la actividad económica realizada en los bienes en los cuales es instalada.
- **Publicidad no convencional.-** Es aquella publicidad que se realiza a través de elementos publicitarios innovadores, no contemplados en esta normativa.
- **Relojes Públicos:** Los Relojes Públicos son los que exhiben información de interés público a los ciudadanos y turistas, indicando la hora precisa, la temperatura local y otra información de interés público, a través de sus dos caras destinadas para el efecto.
- **Rótulos:** Anuncios fijos de una permanencia mayor a treinta días, que se destinan a publicitar marcas, razones sociales o actividades que se desarrollan en el predio en el cual son instalados.
- **Subasta al Alza:** Es una modalidad de participación mediante la cual personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o mixtas, nacionales o extranjeras pujarán hacia el alza del precio ofertado por cada punto de publicidad exterior en espacio público, en acto público o por medios electrónicos.
- **Translúcido:** Cuerpo a través del cual pasa la luz y que permite ver a través de él la publicidad.
- **Tótem:** Emblema tallado, pintado y/o construido sobre una estructura auto portante, referido a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en dicho predio, de publicidad exterior propia e información general de dicha actividad económica.
- **Valla publicitaria:** Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, auto portante, susceptible de albergar y transmitir mensajes, pudiendo estar compuesta de 1 o 2 caras como máximo. Instalada en retiros frontales y/o laterales de espacio privado y/o público, a excepción de parterres centrales de servicio general, la altura mínima será de 8 metros cuadrados
- Las vallas podrán tener dos paneles con publicidad rotativa, entendiéndose como tal el sistema de publicidad con movimiento que permite tener más de una publicidad en el mismo, con un máximo de tres anuncios publicitarios por elemento. No se consideran como vallas con paneles rotativos a las pantallas LED.
- **Vías expresas.-** Son Vías de circulación sin interferencias laterales y accesos controlados.

Sus características son: soporte del tráfico de paso de larga y mediana distancia, separan el tráfico de paso del tráfico local, permiten una velocidad de operación hasta 90 km/h, no admiten accesos directos a lotes frentistas, los accesos y salidas se realizan mediante carriles de aceleración y deceleración respectivamente, no admiten el estacionamiento lateral, las intersecciones con otras vías se realizan solo a desnivel y admiten la circulación de líneas de transporte interurbanas o interprovinciales.

- **Vías arteriales.**- Son aquellas que se enlazan a las vías expresas y las vías colectoras. Estas vías deben observar las siguientes características: articulan las grandes áreas urbanas entre sí, conectan las vías de acceso a las áreas urbanas, permiten una velocidad de operación de hasta 50 km/h, permiten la circulación de transporte colectivo, permiten el tráfico pesado mediante regulaciones, permiten el acceso a predios frentistas, los cruces en intersecciones se realizan mayoritariamente a nivel e incluyen señalización y semaforización adecuadas y no admiten el estacionamiento de vehículos.
- **Vías colectoras.**- Son aquellas que enlazan las vías arteriales y las vías locales. Estas vías deben observar las siguientes características: articulan sectores urbanos, permiten una velocidad de operación de hasta 50 km/h, permiten la circulación de transporte colectivo, permiten el tráfico pesado con regulaciones, permiten el acceso a los predios frentistas, pueden permitir el estacionamiento lateral y admiten intersecciones a nivel con dispositivos de control.
- **Vías locales.**- Son aquellas que se constituyen en el sistema vial urbano menor y se conectan con las vías colectoras. Estas vías deben observar las siguientes características: permiten la movilidad al interior de sectores urbanos, tiene prioridad la circulación peatonal, permiten una velocidad de operación de hasta 30 km/h, admiten medidas de moderación de tráfico, excepcionalmente permiten tráfico pesado de media y baja capacidad, excepcionalmente permiten la circulación de transporte colectivo, dan acceso a los predios frentistas, todas las intersecciones son a nivel y permiten el estacionamiento lateral.

IL3. REGLAS TÉCNICAS

- La publicidad exterior puede ser instalada en el espacio público, de dominio público municipal o privado, de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos agrupados de la siguiente forma:
- En predios con usos de suelo R1, R2 y agrícola residencial AR;

- En predios con usos residenciales R3, múltiple e industrial I2, I3, I4;
- En predios que se encuentren ubicados en vías expresas, colectoras y arteriales.
- En predios con uso de equipamientos; y,
- En general, en espacio público;

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

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

Condiciones Técnicas de los medios de Publicidad Exterior:

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

- En espacio público de dominio público municipal o privado (incluyendo servicio general) la instalación de vallas y murales privadas serán ubicados a una distancia no menor entre ellos de un radio de doscientos metros (200 m) en zonas urbanas y rurales, a excepción de aquellas que se encuentren en diferentes ejes viales y que no se interpongan visualmente (eje visual); ~~y 500 metros en zonas rurales,~~ con un porcentaje de tolerancia de hasta el 15%, distancias que regirán única y exclusivamente entre elementos de características idénticas, ~~y solo podrá existir un elemento publicitario por predio.~~

Para la colocación de tótems colocados en gasolineras no se considerará ninguna distancia con relación a otro elemento publicitario, y viceversa, de conformidad a lo establecido en el ordenamiento jurídico nacional.

Las pantallas LED para su instalación mantendrán una altura no menor a 12 metros a partir del nivel de la acera, para no interferir con las visuales de semaforización, y se ubicarán a una distancia mínima de mil metros (1.000 m.) de radio entre pantallas, y de 200 metros con respecto a vallas y murales, con una tolerancia del 15%, su intensidad deberá ser graduada automáticamente en función de la luz solar sin resultar un elemento de distracción visual.

En caso de ser instaladas en fachada, la superficie máxima de las pantallas LED podrá ser: De hasta el 30% de la superficie de la fachada hasta un máximo de 55 m² incluida la estructura.

- En espacio público de dominio público municipal, la instalación de medios publicitarios exteriores, se someterá a diseños especiales, integrales o de conjunto, de tal manera que no atenten contra el disfrute ciudadano del espacio público, el libre tránsito peatonal, la imagen urbana de la ciudad y el paisaje natural.

Los paneles, paletas, MUPI, relojes electrónicos, con iluminación o sin ella, interna o externa, instalados en parterres guardarán una distancia mínima de cincuenta centímetros (50 cm.) desde el bordillo externo, con una distancia mínima entre ellos de 100 metros. En aceras se ubicarán a veinte metros (20 m.) desde el PCC o PTC, guardando una distancia mínima de cien (100 m.) metros entre ellos. Esta distancia mínima entre elementos publicitarios podrá ser menor cuando el soporte publicitario sea una parada de transporte público.

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

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

2. DIMENSIONES MÁXIMAS DE LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Las dimensiones de los medios de Publicidad Exterior deberán garantizar la calidad visual del espacio público, de la arquitectura de las edificaciones en las que se proponga su instalación y del paisaje urbano y natural del entorno.

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

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

2.1.1. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA DE TERCEROS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R1, R2 Y AGRÍCOLA RESIDENCIAL.-

Sobre las fachadas y cerramientos frontales: La publicidad exterior fija de terceros en predios con uso de suelo R1 y AR tendrá una superficie de hasta tres metros cuadrados. En predios con uso de suelo R2 tendrá una superficie de hasta seis metros cuadrados en ningún caso podrá sobrepasar el 30% de la fachada; En ningún caso podrá sobresalir más de veinte centímetros (20 cm.) de la superficie vertical de la fachada.

2.1.2. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA DE TERCEROS EN PREDIOS CON USO RESIDENCIAL R3, MÚLTIPLE, EQUIPAMIENTO E INDUSTRIAL I2, I3, I4.-

- En las fachadas y cerramientos frontales: La publicidad exterior fija de terceros tendrá una superficie de hasta el 30% de la fachada frontal, siempre que no supere un máximo de cincuenta y cinco metros cuadrados (55 m2.). No podrán sobresalir más de cuarenta centímetros (40 cm.) del plano vertical del cerramiento o la fachada, con excepción de los medios instalados sobre marquesinas y/o cobertizos ligeros, debidamente autorizados en planos, como parte del diseño arquitectónico de una edificación, pero que en ningún caso puede sobresalir más de ochenta centímetros (80 cm.).
- En los retiros frontales: Las vallas tendrán una superficie máxima de treinta y dos metros cuadrados (32 m²) y podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4, manteniendo tres metros de retiro con respecto a las medianeras, medidos desde el punto más saliente del panel, su altura máxima será de doce metros (12 m) y no podrá sobresalir de la línea de fábrica.
- En los retiros frontales: Las vallas tendrán una superficie máxima de treinta y dos metros cuadrados (32 m²) y podrán instalarse en el retiro frontal de prolongación de acera por ser un espacio público de dominio privado y por tratarse de un elemento desmontable, a excepción de zonas regeneradas o intervenidas de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4, manteniendo tres metros de retiro con respecto a las medianeras, medidos desde el punto más saliente del panel, su altura máxima será de doce metros (12 m) y no podrá sobresalir de la línea de fábrica.

Comentado [Office9]: Acuerdo que llego en las mesas de trabajo

En predios con uso de suelo múltiple (M) en los que aún el retiro no haya sido tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente. Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, la valla será desinstalada.

Los tótems podrán instalarse en el retiro frontal de los predios con uso de suelo R2, R3, industrial I2, I3, I4 y tendrán una base con un radio máximo de dos metros (2 m.) y una altura máxima de seis metros (6 m.). En predios con uso de suelo Múltiple en los que el retiro frontal no haya sido aún tratado como prolongación de la acera, la instalación se hará guardando las mismas especificaciones señaladas anteriormente. Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, los tótems serán desinstalados.

- **Fachadas laterales o posteriores de los edificios:** Los murales ocuparán un área máxima de 75% de la superficie, siempre que no superen un máximo de 55 metros cuadrados. No podrá sobresalir más de 40 (cm.) sobre el plano vertical de la fachada.
- **En predios con uso residencial R2, R3, Múltiple (M) y Equipamiento** se permitirá la instalación de pantallas LED con soporte bajo los siguientes parámetros:

Podrán instalarse en predios con uso de suelo Múltiple (M) en los que aún el retiro frontal no haya sido tratado como prolongación de la acera. Una vez que el retiro frontal se haya integrado al espacio público, las pantallas LED serán desinstaladas.

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

2.1.3. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A CENTROS COMERCIALES

Para el caso de centros comerciales (CZ5 Y CM4), la ubicación de publicidad exterior deberá cumplir con lo siguiente:

- Utilizar máximo el 30% de la fachada frontal del edificio del centro comercial, entendiéndose como fachada frontal, la que tiene el acceso principal.
- Utilizar máximo el 25% resultante del área total de las fachadas laterales o posteriores del edificio del centro comercial..
- Cada medio publicitario debe cumplir los tamaños máximos establecidos en el anexo único de la Ordenanza y no atentar contra la arquitectura de la edificación, ni interferir con el paisaje urbano o natural y formar parte del diseño de conjunto requerido en el plan masa presentado por el administrador del centro comercial a la autoridad municipal otorgante.
- Toda clase de inflables con o sin mensajes promocionales, podrán ser colocados de forma temporal, hasta 90 días, y requerirán LMU (41). La tasa corresponde a la establecida para publicidad móvil, literal c). Sin embargo el trámite se lo realizará en la Administración Zonal correspondiente.

2.1.4. REGLAS TÉCNICAS REFERENTES A GASOLINERAS Y ESTACIONES DE SERVICIO

En gasolineras y estaciones de servicio para la instalación de un tótem se deberá obtener la LMU (41), no se considerará la distancia con otros elementos publicitarios, pero deberá cumplir con las demás normas técnicas constantes en este Anexo.

Todo elemento publicitario al exterior de la gasolinera que sea visible desde el espacio público se considerará publicidad exterior, esto incluye: parte superior de los surtidores y de la marquesina o la cubierta de las islas de los surtidores, vallas publicitarias, carteles, banderas, etc.

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

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

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

competentes de la Administración Municipal.

- Los rótulos estarán conformados por letras independientes que formen el nombre del comercio; las letras en tipografía "Swiss 721 Condensed" de 600 puntos (aproximadamente dieciséis centímetros de alto), construidas en tol galvanizado de dos milímetros de espesor y pintadas en color grafito oscuro, que se remachan a dos varillas paralelas de un metro veinte centímetros por dos metros cincuenta centímetros, pintadas del mismo color que la pared de fondo y separadas entre sí por ocho centímetros.
- Este tipo de Publicidad Exterior no pagará tasa o regalía por su colocación.
- Sin que constituya ataque o desconocimiento al derecho de propiedad intelectual, con la finalidad de mantener la uniformidad en el Centro Histórico y en las Áreas Históricas, no se permite la colocación de Publicidad Exterior de la razón social, nombre comercial, marca, signo distintivo y/o lema comercial, a colores, o en materiales o medios distintos a los señalados en los literales a) y b) anteriores, aun cuando éstos hayan sido debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

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

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

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

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

- **En parques y áreas verdes en general:** Con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que establece el Régimen Administrativo de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior LMU (41), la Publicidad Exterior será con fines netamente informativos y relacionados con la promoción de actividades desarrolladas en estas áreas o en el Distrito Metropolitan de Quito en general. El Órgano Administrativo competente, encargado del espacio público, y de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano, podrá gestionar mobiliario urbano de señalización interna del parque o área verde (no incluye colocación de señalización y/o publicidad en las aceras y vías perimetrales al parque o área verde) en base de Publicidad Exterior. En estos casos, los anuncios de marcas, productos o servicios utilizarán máximo un tercio de la superficie total del medio y su diseño requerirá de aprobación previa de la Autoridad Administrativa Otorgante y responderá a criterios ecológicos.
- **En calles y avenidas en general:** Con sujeción a las normas establecidas en la Ordenanza Metropolitana que enmarca al presente anexo técnico, y con fines informativos y relacionados con la promoción de actividades culturales, deportivas, educativas y de información ciudadana en general en el Distrito, el Municipio del Distrito Metropolitan de Quito, a través de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, y la Secretaría de Comunicación podrá gestionar la instalación o el uso de elementos existentes, para paneles de información ciudadana en base de Publicidad Exterior, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano.
- La autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio del transporte en el Distrito Metropolitan de Quito, así como, las empresas públicas metropolitanas habilitadas para el efecto, tendrán competencia exclusiva para llevar acabo procesos de delegación en los terminales de transferencia del Metro y Quito Cables, así como sobre el corredor exclusivo del transporte público municipal, a lo largo y ancho en su totalidad.

Por norma general, no se podrán instalar dos puntos de publicidad concesionados dentro del radio de distancia de 200 m. Sin embargo, este radio de distancia no será aplicable en el caso de que entren en conflicto dos puntos de publicidad cuya explotación haya sido delegada por diferentes entidades delegatarias.

- En zona rural, autopistas y vías de primero y segundo orden deben de estar fuera de la zona de seguridad o de derecho de vía, incluyendo el emblema de ente realizador del señalamiento, excepto la señalética preventiva de trabajos en ella. Para todos los demás tipos de vías, los avisos deberían estar por lo menos a 5 metros de distancia perpendicular al borde del camino;
- En zona urbana, pueden estar sobre la acera y calzada. En este último caso, sólo por arriba o al

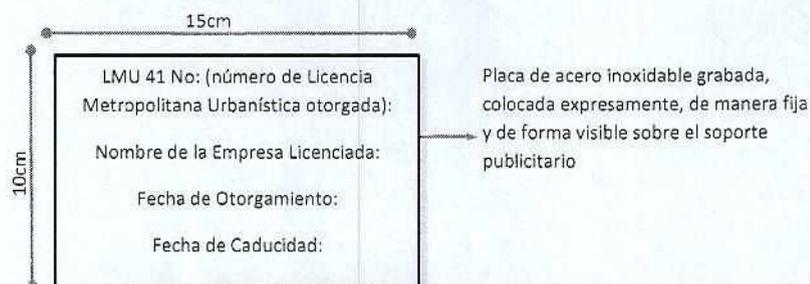
nivel de las señales de tránsito, obras civiles y de iluminación, siempre y cuando no obstruyan la visibilidad de la señal de tránsito.

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

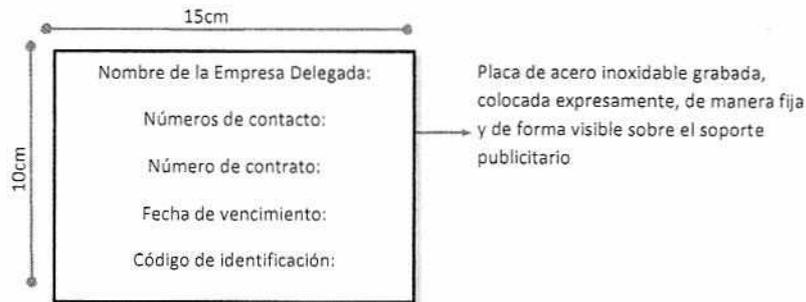
2.1.8. MEDIOS EN EDIFICACIONES EN CONSTRUCCIÓN Y MANTENIMIENTO.- Se podrá instalar publicidad ocupando hasta el (100%) de la superficie de los cerramientos temporales o edificaciones en proceso de intervención, con excepción de las áreas históricas. En estos casos la publicidad puede ser pintada directamente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

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

2.1.10. PLACAS IDENTIFICATIVAS DE LA PUBLICIDAD FIJA.- La identificación del licenciamiento de los soportes necesarios para exhibir publicidad se realiza exclusivamente mediante la indicación del número de la Licencia Metropolitana Urbanística LMU (41) correspondiente, seguido del nombre de la empresa licenciada, la fecha de otorgamiento y la fecha de caducidad, colocados expresamente y de forma visible sobre ésta.



En caso de que la publicidad sea objeto de delegación, la placa identificativa debe indicar: nombre y contactos de la entidad responsable del soporte publicitario; número o identificación del contrato, fecha de vencimiento, código de identificación del elemento publicitario.



o PUBLICIDAD MÓVIL.-

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

2.2.1. ESPACIOS DE INSTALACIÓN.

La Publicidad Exterior Móvil puede ser instalada en medios de transporte público, comercial o privado, de acuerdo a las categorías de servicio que consta a continuación:

- Buses de Transporte público (Tipo I y II);
- Buses articulados y Trolebuses;
- Furgonetas, minibuses, y buses escolares;
- Taxis y vehículos particulares;
- Vehículos de Carga ;
- Vehículos de transporte turístico; y,
- Sillas de ruedas para personas con discapacidad.

2.2.2. DIMENSIONES Y UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD MÓVIL.

La referencia gráfica de los sitios y dimensiones en los que es permitida la instalación de los elementos publicitarios en las diferentes modalidades de transporte tanto público como privado se detalla en el anexo gráfico adjunto.

La memoria gráfica especificará las características formales de cada vehículo, el tipo de categoría del servicio que prestan, tanto del sector público como privado, el dimensionamiento de los espacios ubicados en la carrocería susceptible de receptor la publicidad exterior móvil.

La definición del volumen total de publicidad que se instale en una unidad, será definida por el interesado y previo a la emisión de la LMU (41), deberá ser verificada por la instancia de control.

En todo vehículo se deberá colocar un adhesivo de 30 cm. x 15 cm. ubicado en el sitio definido en los gráficos adjuntos, en el que deberá constar el número de las LMU (41).

Los medios no convencionales con movimiento por acción mecánica, eléctrica u otra fuente, deberán someterse a estudios específicos y cumplirán con los procedimientos establecidos.

En caso de contratos para la delegación a la iniciativa pública o privada de espacios públicos con fines publicitarios, por parte de las empresas públicas metropolitanas encargadas del transporte y/o la movilidad, las dimensiones, ubicación y características de la publicidad móvil a ser dispuesta en los activos de dichas empresas serán determinadas en los pliegos del concurso y en los respectivos contratos que permitan la delegación en concordancia con el anexo gráfico adjunto al presente instrumento.

2.2.3. DATOS MÍNIMOS QUE DEBE CONTENER LA LMU (41) PARA PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL.

En la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior – (41), para el servicio de transporte público y comercial deberá constar el número del Registro Municipal del vehículo, la operadora de transporte público, el nombre de la empresa de publicidad, el número del chasis y

de la placa de identificación del vehículo, el área de la publicidad y el texto del mensaje publicitario.

En los vehículos de servicio privado, constarán los mismos datos a excepción del Registro Municipal y el nombre de la operadora.

2.2.4. REQUISITOS MÍNIMOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL - LMU (41).

Para publicidad a ser instalada en medios de transporte público y comercial, el interesado deberá presentar:

- Solicitud para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil - LMU (41), en la que se especificará el número de unidades que requieren la licencia, el número de placa y del chasis.
- Copia de la Habilitación Operacional de las unidades que consten en la solicitud.
- Copia del Contrato de arrendamiento del elemento publicitario en el que deberá constar las ubicaciones y dimensiones de los elementos publicitarios.
- Copia del RUC de la empresa publicitaria.
- Copia de la Licencia Única de las Actividades Económicas (LUAE).
- Dimensiones y ubicación de la publicidad exterior móvil.
- Matrícula.
- Certificado de aprobación de la revisión vehicular.

Para medios de transporte privado, el interesado deberá presentar:

- Solicitud para la obtención de la Licencia Metropolitana Urbanístico de Publicidad Exterior Móvil LMU (41), en la que se especificará el número de unidades que requieran la Licencia, número de placa y del chasis.
- Copia del Contrato con la Empresa de Publicidad, el que deberá contener la ubicación y las dimensiones de la publicidad exterior móvil.
- Matrícula
- Certificado de aprobación de la revisión vehicular.

Para Publicidad en silla de ruedas para personas con discapacidad, el interesado deberá presentar:

- Número de integrantes que conforman el grupo que se beneficiará de la LMU (41).
- Certificados del CONADIS de cada uno de los integrantes de equipo
- Contrato con la empresa que publicita el producto, el que deberá contener la forma de exposición de y las dimensiones de la publicidad.
- Propuesta de las posibles rutas de exposición de la publicidad.

2.2.5. EXHIBICIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD MÓVIL.

El conductor del vehículo que tiene publicidad exterior móvil deberá llevar consigo la LMU (41), otorgada por la Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas.

2.2.6. RENOVACIÓN DE LA LMU (41)

Para la obtención de la renovación de la Licencia Metropolitana de Publicidad Móvil en el transporte público, el interesado presentará:

- Solicitud dirigida la Gerente General de la EPMMOP;
- Habilitación Operacional Vigente;
- Licencia Metropolitana de Publicidad Móvil a renovarse.

Para la renovación de la LMU (41) para el transporte privado y para las sillas de ruedas, se deberá presentar los requisitos detallados en los numerales a) y c).

2.2.7. TRÁMITE PARA LA OBTENCIÓN DE LA LMU (41).

El interesado en obtener la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil - LMU (41), presentará la solicitud con los requisitos previstos en el punto 2.2.4. En caso de renovación, la solicitud con los requisitos, deberá presentarse treinta (30) días antes del vencimiento de la licencia.

Por su parte la EPMMOP, a través de la Gerencia de Gestión de la Movilidad, contestará al interesado haciéndole conocer si se autoriza o no la renovación, y dispondrá del pago de la tasa establecida en la Ordenanza Metropolitana de la cual este anexo único es parte.

Con el pago de la tasa se procederá a la emisión de la LMU (41).

2.2.8. REGISTRO Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD MÓVIL.

La Empresa Pública de Movilidad y Obras Públicas EPMMOP, a través de su Gerencia de Gestión de la Movilidad, mantendrá una base de datos que contendrá el registro de las Licencias Metropolitanas Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil - LMU (41), otorgadas a los medios de transporte, con detalle de:

- Número de registro municipal;
- Nombre de la operadora de transporte en el caso del transporte público y comercial;
- Número de chasis;
- Número de placa;
- Área ocupada con la publicidad;
- Nombre de la empresa publicitaria en el caso del transporte privado;
- El registro del CONADIS (para el caso de sillas de ruedas); y,
- Nombres de los integrantes de cada equipo beneficiario de la licencia.

2.2.9. PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE DE SERVICIO PÚBLICO Y PRIVADO.-

La publicidad exterior móvil podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinilo autoadhesivas y que irán ubicadas:

- **La Publicidad Exterior Móvil en los buses de transporte público se ubicarán:**

(i) En los buses tipo I, II y III, de dos y tres puertas, en el lado izquierdo, derecho y posterior. Las dimensiones de los sitios donde se colocará la publicidad constan en la memoria gráfica adjunta.

(ii) En la parte posterior solo se la colocará la publicidad exterior en el parabrisas, mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior, variando sus dimensiones de acuerdo al vehículo.

- **En los buses articulados y trolebuses:**

- El elemento publicitario se colocará solo en el lado izquierdo y posterior. Las dimensiones de los sitios donde se colocará la publicidad constan en la memoria gráfica adjunta.

(ii) En la parte posterior solo se la colocará la publicidad exterior en el parabrisas, mediante láminas de vinilo autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior, variando sus dimensiones de acuerdo al vehículo.

- **En furgonetas, microbuses y buses escolares:**

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

- **En taxis:**

(i) La publicidad se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo.

- El elemento publicitario será de las siguientes dimensiones: noventa centímetros (90 cm.) de largo, treinta (30 cm.) de ancho, y treinta y cinco (35 cm.) de altura, incluido el anuncio de taxi para el servicio convencional, de conformidad a las reglas técnicas; quedando este como elemento único. El servicio ejecutivo no llevará el anuncio de taxi.

- **En buses particulares**

(i) Solo se podrá colocar publicidad exterior propia, que transmita solo un mensaje publicitario, y puede ser ubicado en toda la carrocería.

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

- **En vehículos particulares**

(i) La publicidad exterior propia, que transmita solo un mensaje publicitario, podrá colocarse en toda la carrocería. No se permite el uso de publicidad en el parabrisas frontal, lateral o posterior.

- **En vehículos de carga liviana de servicio público y/o privado:**

(i) En las camionetas, la publicidad exterior se colocará única y exclusivamente en la cara exterior de la puerta posterior del cajón del vehículo.

No se ubicará publicidad en los parabrisas frontales, laterales y posteriores.

(ii) En el caso de camiones de 3.5 T, se podrá ubicar solo publicidad exterior propia, en el cajón destinado para la carga.

No se permitirá publicidad en los parabrisas frontales, laterales y posteriores, ni en la cabina del vehículo.

(iii) En vehículos de carga mediana (camiones de 8 toneladas) de servicio público, se podrá colocar solo publicidad exterior propia, en el cajón destinado para la carga.

No se permitirá publicidad en los parabrisas frontales, laterales y posteriores, ni en la cabina del vehículo.

- **En sillas de ruedas para personas con discapacidad:**

A

Se puede incorporar un elemento de sostén para la publicidad exterior móvil, sin afectar la estabilidad y maniobrabilidad de la silla de ruedas. Las dimensiones del elemento de soporte de la publicidad constan en la memoria gráfica adjunta.

- **Publicidad en medios de transporte aéreo:**

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

2.3. MENCIONES PUBLICITARIAS DE AUSPICIO COMPARTIDO

Para la colocación de las menciones publicitarias de auspicio compartido se respetarán las siguientes condiciones técnicas:

Las menciones publicitarias de auspicio compartido instaladas en parterres guardarán una distancia mínima entre ellos de 100 metros. Pueden ser ubicadas transversal o longitudinalmente y se ubicará una mención publicitaria por cada esquina de giro o uno por cada tramo de manzana en parterres prolongados.

Las menciones publicitarias de auspicio compartido instaladas en parterres deberán tener las siguientes medidas:

a) En parterres de menos de 3.5 metros de ancho, las menciones publicitarias tendrán 60 centímetros de ancho, no podrán sobrepasar los 30 centímetros de altura y no deben estar sobre soportes de dimensiones mayores a 20 centímetros.

b) En parterres de más de 3.5 metros de ancho, las menciones publicitarias tendrán 80 centímetros de ancho, no podrán sobrepasar los 40 centímetros de altura y no deben estar sobre soportes de dimensiones mayores a 20 centímetros.

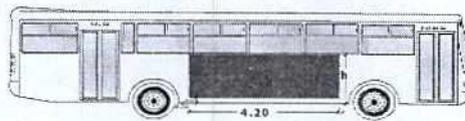
Las menciones publicitarias de auspicio compartido de 80 centímetros de ancho pueden ser ubicados en parques, plazas o piletas. En parques, la ubicación es variable así como el número de elementos a colocarse; pudiendo colocarse una mención publicitaria por parques con áreas menores a una hectárea, y, en parques de mayor área se colocarán una por cada hectárea. En plazas y piletas se ubicará un solo elemento por sitio.

Arq. Jacobo Herdoiza
Secretario de Territorio, Hábitat y Vivienda

MEMORIA GRÁFICA

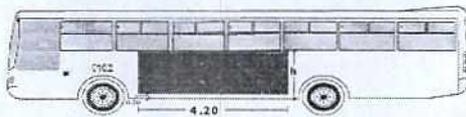
af

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO I Y II



h = altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.



Identificación LMU-PE No.

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior.

Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

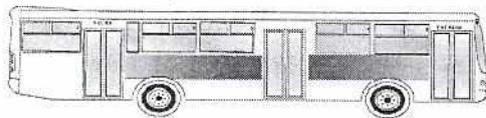
DESCRIPCIÓN -

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en una dimensión de 4.20 metros de largo por una altura variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

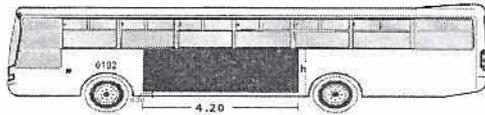
En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.10 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2017	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO III PUERTAS



Fachada lateral derecha



h= altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda



Identificación LMU-PE No.

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Ubicación del elemento publicitario.

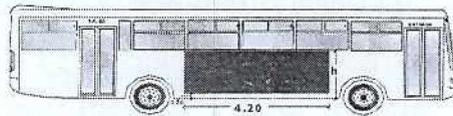
DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en las dimensiones establecidas en el gráfico, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana, en el un caso y en el otro los dos cuerpos se ubicarán a en un ancho de 0.70 cm. medidos de la borde inferior de la ventana hacia abajo.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisa, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

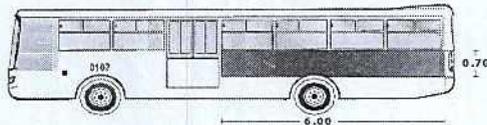
E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016	Revisión: Equipo Técnico

**PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE
PÚBLICO / BUS TIPO.
UNA PUERTA IZQUIERDA**



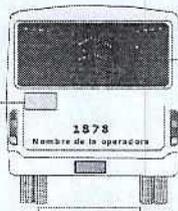
Fachada lateral derecha.

La altura variable por tipo de carrocería.



Fachada lateral izquierda.

Identificación
LMU-PE No.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Ubicación del elemento publicitario.

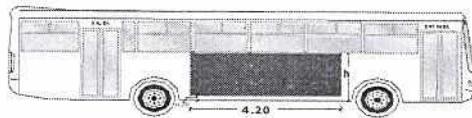
DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en las dimensiones establecidas en el gráfico, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana, en el un caso y en el otro en un ancho de 0.70 cm. medidos de la borde inferior de la ventana hacia abajo.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisa, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

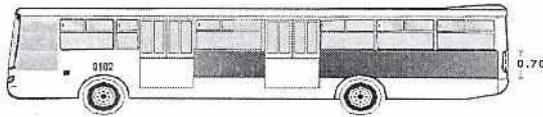
E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE PÚBLICO / BUS TIPO. DOS PUERTAS IZQUIERDAS.



h= altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral derecha.



Fachada lateral izquierda.

Identificación
LMU-PE No.



Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisa posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

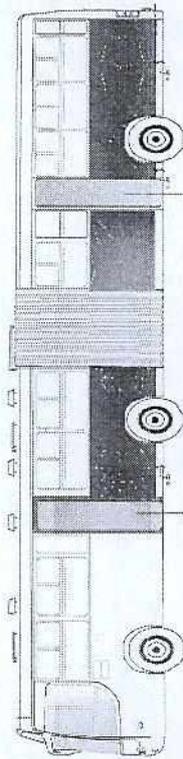
Ubicación del elemento publicitario.

Fachada Posterior.

DESCRIPCIÓN.-
El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en las dimensiones establecidas en el gráfico, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana, en el un caso y en el otro los dos cuerpos se ubicarán a un ancho de 0.70 cm. medidos de la borde inferior de la ventana hacia abajo.
En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 x 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

**PUBLICIDAD MÓVIL - ARTICULADO.
MARCA SCANIA**

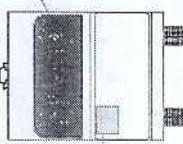


Puerta de emergencia.

Utilización del elemento publicitario.

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de parrones protector.

Identificación LMU-PE No.



Etiqueta FPMOP.

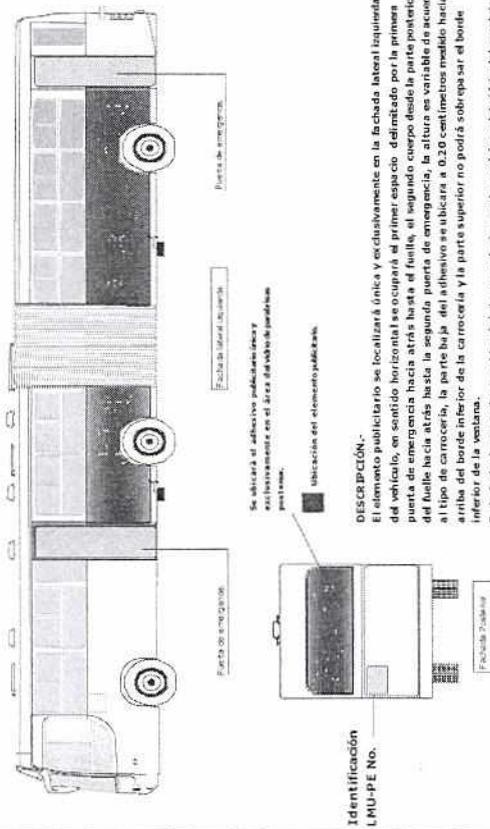
DESCRIPCIÓN:
El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, un sentido horizontal se ocupará el primer espacio delimitado por la primera puerta de emergencia hacia atrás hasta el borde, el segundo espacio desde el final hasta atrás hasta la segunda puerta de emergencia, el tercer espacio desde el borde de la segunda puerta de emergencia hasta el tipo de protección, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0,20 centímetros desde el borde superior de la emergencia y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.
En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del pasadizo, además deberá contar con un adhesivo de 0,30 * 0,15 metros, en el que deberá constar el número de la Unidad Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

E P M M O P

S T H V

Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico
----------------------	--	--	----------------------	-----------------------------

PUBLICIDAD MÓVIL .- ARTICULADO. MARCA VOLVO



DESCRIPCIÓN.-
 El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, en sentido horizontal se ocupará el primer espacio delimitado por la primera puerta de emergencia hacia atrás hasta el fuelle, el segundo cuerpo desde la parte posterior del fuelle hacia atrás hasta la segunda puerta de emergencia, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.
 En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbana de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

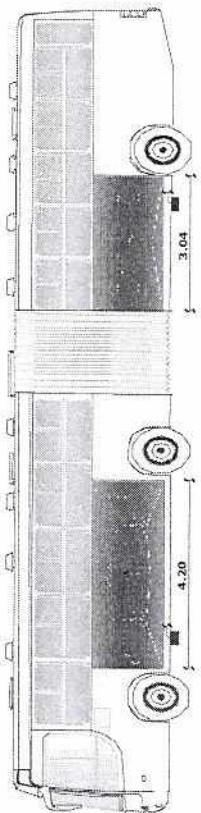
E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL .- ARTICULADO - PUERTAS IZQUIERDAS

DESCRIPCIÓN.
El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, en sentido horizontal se ocupará en dos cuerpos como se especifica en el gráfico, la altura del elemento se ubicará desde el borde inferior de la ventana 0.70 cm. hacia abajo, en la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales y puertas de acceso.

E P M M O P		S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012
			Revisión: Equipo Técnico

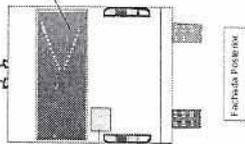
PUBLICIDAD MÓVIL.- TROLEBÚS



Fachada lateral izquierda

Se ubicará el adhesivo publicitario única y exclusivamente en el área del vidrio de pasajeros posterior.

Ubicación del elemento publicitario.



Identificación LMU-PE No.

Fachada Posterior

DESCRIPCIÓN:

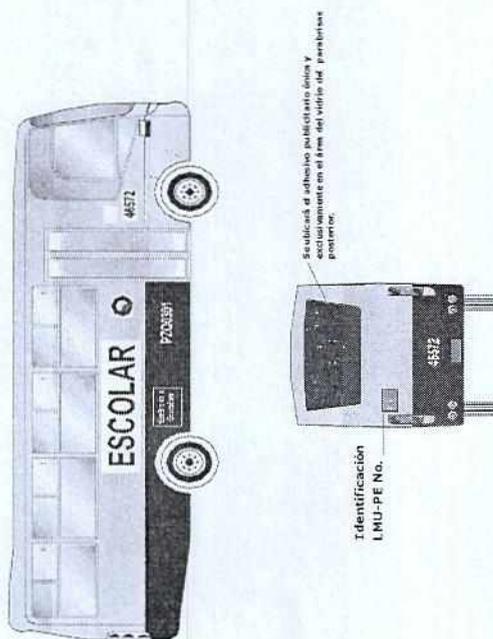
El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la fachada lateral izquierda del vehículo, el primer cuerpo se ubicará en una dimensión de 4.20 metros, omeado entre los ejes delantero y medio, el segundo cuerpo se ubicará desde el línea base del suelo hasta atrás en una dimensión de 3.04 metros, la altura es variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parafreos, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanísticas de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

E P M O P		S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016
			Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS ESCOLAR

Vigente para furgonetas, minibus y buses escolares.



Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.-

El elemento publicitario se instalará única y exclusivamente en el parabrisas ubicado en la fachada posterior del vehículo, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbánística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales.

E P M M O P			S T H V	
Fecha:	Revisión:	Aprobación:	Fecha:	Revisión:
Marzo 2012	Jefatura de la Unidad de Transporte Público Gerencia de Gestión de la Movilidad		Marzo 2012	Equipo Técnico

PUBLICIDAD MOVIL. - TAXI.

The drawing includes a top-down view of a taxi with license plate PZQ0391 and a meter number 9260. Below it are two diagrams of advertising signs: a triangle with height 0.15 and base 0.30, and a rectangle with height 0.30 and length 0.90. A side view of the taxi shows the license plate PZQ0391 on the door and a sign on the roof.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL .- BUS PARTICULAR



Identificación
LMU-PE No.

Fachada lateral derecha



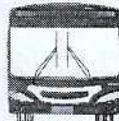
Fachada lateral izquierda



Vista aérea



Fachada posterior



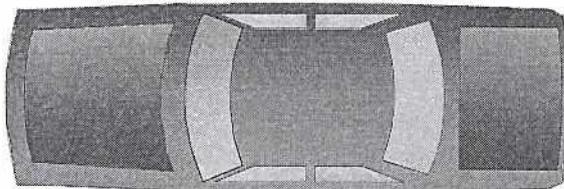
Fachada frontal

Ubicación del elemento publicitario.

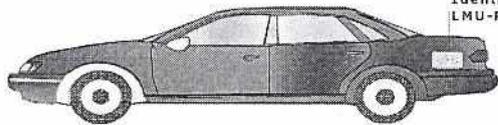
DESCRIPCIÓN.
El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores del bus (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, podrá utilizar el área del parabrisas posterior para el uso de publicidad, además deberá contar con un adhesivo de 8,20 x 0,15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales.
VIGENTE PARA BUS - MINI BUS - FURGONETAS DE USO PARTICULAR O DE CUENTA PROPIA.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL. -
VEHÍCULOS PARTICULARES



Vista en planta



Fachada lateral izquierda

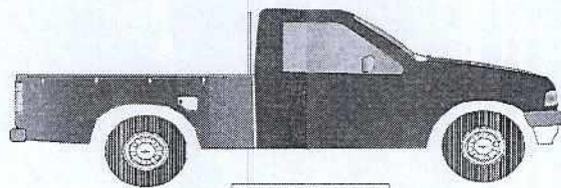
Identificación
LMU-PE No.

Ubicación del elemento publicitario.

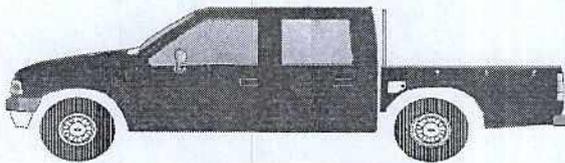
DESCRIPCIÓN.-
El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores del automóvil (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales ni posteriores.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2022	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2022	Revisión: Equipo Técnico

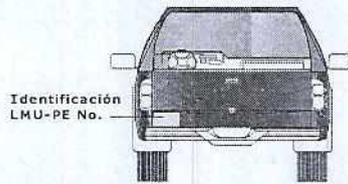
**PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA.
SERVICIO PRIVADO (CAMIONETAS).**



CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.



Identificación
LMU-PE No.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.

El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores de la camioneta (200w), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales, laterales ni posteriores.

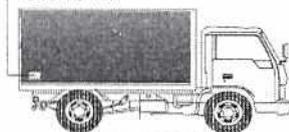
E P M O P			S T H V	
Fecha:	Revisión:	Aprobación:	Fecha:	Revisión:
Marzo 2012	Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Gerencia de Gestión de la Movilidad	Marzo 2012	Equipo Técnico

**PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA LIVIANA
PRIVADO (CAMIONES DE - 3.5 T.)**



Fachada lateral izquierda

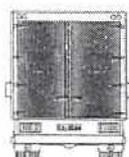
**Identificación
LMU-PE No.**



Fachada lateral derecha



Fachada frontal



Fachada posterior

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.
El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores del cajón de carga (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbánística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales y laterales.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2022	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2022	Revisión: Equipo Técnico

**PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA
PRIVADO (CAMIONES DE - 8 T.)**

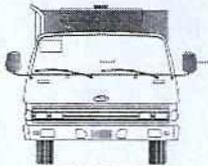
Identificación
LMU-PE No.



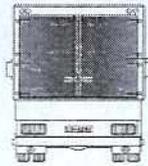
Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



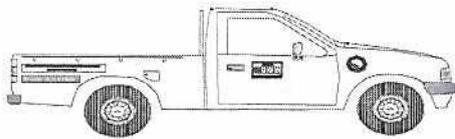
Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

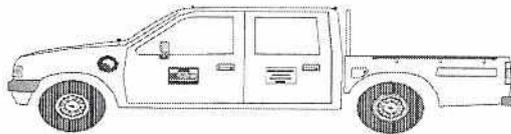
DESCRIPCIÓN.-
El elemento publicitario se localizará en las fachadas exteriores de la camión (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

E P M M O P			S T H V	
Fecha:	Revisión:	Aprobación:	Fecha:	Revisión:
Marzo 2011	Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Gerencia de Gestión de la Movilidad	Marzo 2016	Equipo T4m: ce

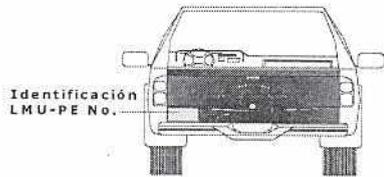
PUBLICIDAD MÓVIL CARGA LIVIANA. SERVICIO PÚBLICO. (CAMIONETAS).



CABINA SIMPLE.



DOBLE CABINA.



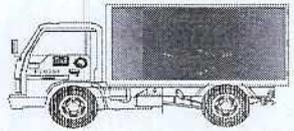
Identificación LMU-PE No.

Ubicación del elemento publicitario.

DESCRIPCIÓN.- El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en la cara exterior de la puerta posterior del cajón del vehículo, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 x 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

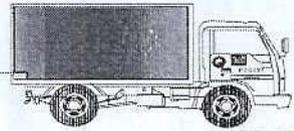
E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Pública	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA LIVIANA
SERVICIO PÚBLICO. (CAMIONES - 3.5 T.)

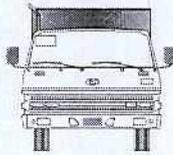


Fachada lateral izquierda.

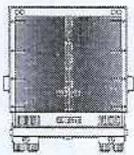
Identificación
LMU-PE No.



Fachada lateral derecha.



Fachada Frontal.



Fachada Posterior.

Ubicación del elemento publicitario.

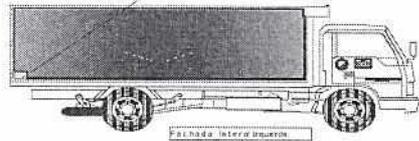
DESCRIPCIÓN.

El elemento publicitario se localizará única y exclusivamente en las fachadas exteriores del cajón destinado para la carga (100%), variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.20 x 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No se permite el uso de Publicidad en los parabrisas, frontales, laterales, ni en las fachadas que constituye la cabina del vehículo.

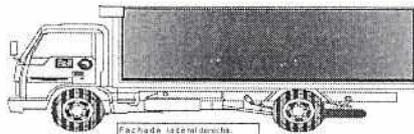
E P M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL .- CARGA MEDIANA
SERVICIO PÚBLICO. (CAMIONES DE - 8 T.)

Identificación
LMU-PENo.



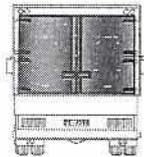
Fachada lateral trasera



Fachada lateral delantera



Fachada Frontal

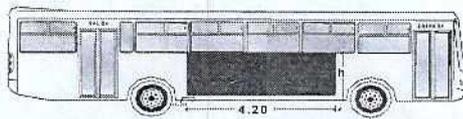


Fachada Posterior

Ubicación del elemento publicitario.

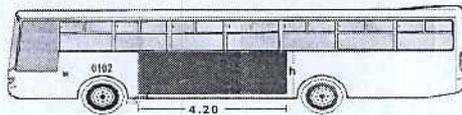
E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

PUBLICIDAD MÓVIL BUS DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.



h= altura variable por tipo de carrocería.

Fachada lateral izquierda.



Fachada lateral derecha.



Identificación
LMU-PE No.

Se ubicará el adhesivo publicitario único y exclusivamente en el área del vidrio de parabrisas posterior, que varía de acuerdo al modelo de cada unidad.

Fachada Posterior.

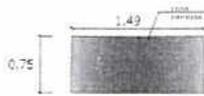
Ubicación del elemento publicitario.

Descripción.
El elemento publicitario se localizará en las fachadas lateral izquierda y derecha del vehículo, en una dimensión de 4.20 metros de largo por una altura variable de acuerdo al tipo de carrocería, la parte baja del adhesivo se ubicará a 0.20 centímetros medido hacia arriba del borde inferior de la carrocería y la parte superior no podrá sobrepasar el borde inferior de la ventana.

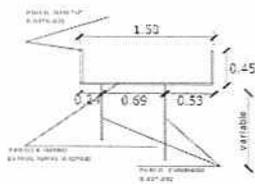
En la fachada posterior se ubicará única y exclusivamente en el área del vidrio del parabrisas, variando sus dimensiones de acuerdo al tipo de vehículo, además deberá contar con un adhesivo de 0.30 * 0.15 metros, en el que deberá constar el número de la Licencia Metropolitana Urbanística de publicidad Exterior Móvil. No permite el uso de Publicidad en los parabrisas frontales ni laterales.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2012	Revisión: Equipo Técnico

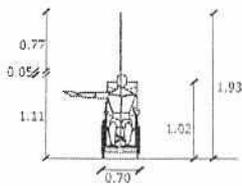
PUBLICIDAD EN SILLA DE RUEDAS.
 ΜΤΝΙΙΣΥΑΙ ΙΝΟΣ
 PERSONAS CON DISCAPACIDAD.



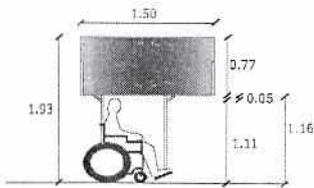
ESPACIO PUBLICITARIO
 DOS LADOS



ESTRUCTURA DE SOSTÉN
 DEL ELEMENTO PUBLICITARIO



VISTA FRONTAL.



VISTA LATERAL.

Ubicación del elemento publicitario.

ALTERNATIVA No.- 1

DESCRIPCIÓN.-

En este caso en particular, es necesario la incorporación de un elemento de sostén del elemento medio publicitario, el mismo que deberá cumplir con dos condiciones básicas que son:

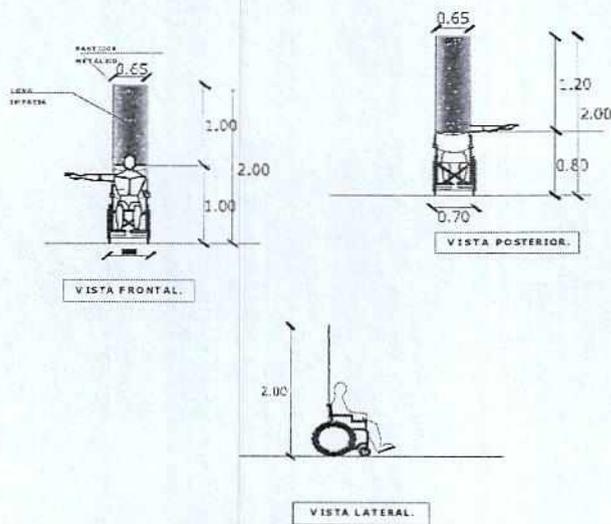
- Deberá garantizar que no se afecte la estabilidad de la silla de ruedas.
- No afectar la maniobrabilidad de la silla de ruedas, en el caso de la presente alternativa, está constituida por el elemento de sostén, que se ubicará en la parte superior del eje longitudinal de la silla, permitiendo portar un medio publicitario de las siguientes dimensiones 1.50*0.77 metros, la altura máxima del elemento será de 1.93 metros y la altura inferior de 1.16 metros.

GERENCIA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD EPMMP.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016	Revisión: Equipo Técnico

Handwritten signature or mark.

**PUBLICIDAD EN SILLA DE RUEDAS.
PERSONAS CON DISCAPACIDAD.**



Ubicación del elemento publicitario.

ALTERNATIVA No.- 2

DESCRIPCIÓN:

En este caso en particular, es necesaria la incorporación de un elemento de sustrato del elemento medio publicitario, el mismo que deberá cumplir con dos condiciones básicas que son:

- Deberá garantizar que no se afecte la estabilidad de la silla de ruedas.
- No afectar la maniobrabilidad de la silla de ruedas, en el caso de la presente alternativa, está constituida por el elemento de sustrato, que se ubicará en la parte trasera superior de la silla, permitirá portar un medio publicitario de las siguientes dimensiones: 0.65*1.00 metros, la altura máxima de sustrato será de 2.00 metros, la altura inferior será de 1.00 metros.

E P M M O P			S T H V	
Fecha: Marzo 2012	Revisión: Jefatura de la Unidad de Transporte Público	Aprobación: Gerencia de Gestión de la Movilidad	Fecha: Marzo 2016	Revisión: Equipo Técnico