MODELO DE ORDENANZA QUE REGULA LA INSTALACIÓN Y EL CONTROL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN……..

EL CONCEJO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTON.....

(EXPOSICIÓN DE MOTIVOS PARTICULARIZADA POR CADA MUNICIPIO)

CONSIDERANDO:

Que, la Constitución de la República del Ecuador vigente, establece una nueva organización territorial del Estado, incorpora nuevas competencias a cargo de los gobiernos autónomos descentralizados y dispone que por ley se establezca el sistema nacional de competencias, los mecanismos de financiamiento y la institucionalidad responsable de administrar estos procesos a nivel nacional.

Que, la Constitución de la República del Ecuador, publicada en el Registro Oficial Nº 449, del 20 de octubre del año 2008, establece principios en materia tributaria.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, publicado en el Suplemento - Registro Oficial Nº 303, del 19 de octubre del 2010, determina claramente las fuentes de obligación tributaria.

Que, la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 264, numeral 5, faculta a los gobiernos municipales, a crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) en sus artículos 5 y 6 consagran la autonomía de las municipalidades.

Que, los artículos 57 literal b) y 58 literal b) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), otorga la facultad a los municipios de aplicar mediante ordenanza, los tributos municipales, creados expresamente por la ley.

Que, de conformidad a lo determinado en el artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador, es obligación del Municipio velar por conservar y mantener un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, para lo cual se

establecerán las restricciones al ejercicio de determinados derechos y libertades.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 55, literal 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, literal 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, literal m), Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, regular y controlar la colocación de publicidad en el espacio público cantonal.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 186, faculta a los gobiernos autónomos municipales para crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones de mejoras, y de ordenamiento.

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 cantón ....., 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, de conformidad con lo contemplado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 417 “Bienes de uso público. Son bienes de uso público aquellos cuyo uso por los particulares es directo y general, en forma gratuita. Sin embargo, podrán también ser materia de utilización exclusiva y temporal, mediante el pago de una regalía”.

Que, es necesario insertar dicha regulación dentro de los esquemas de racionalización de licenciamientos en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ....., 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; y,

En ejercicio de la facultad que le confiere el Art. 57 literal b) y 58 literal b) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

Expide:

LA ORDENANZA QUE REGULA LA INSTALACIÓN Y CONTROL DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN .....

TÍTULO I
DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

CAPÍTULO I

Art. 1.- Objeto.- La presente ordenanza 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 del cantón .....

Art. 2.- Ámbitos territoriales de actuación:

1.- La publicidad exterior puede ser instalada en el espacio público de dominio público o privado, de acuerdo al Reglamento de Publicidad Exterior que el Municipio ha elaborado, el que podrá ser modificado a través de resolución del Concejo Municipal, atendiendo las circunstancias y necesidades de la gestión.

Se entiende por espacio público, al 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.

2.- Publicidad Exterior.- Para los fines del presente capítulo, se entenderá por publicidad exterior a la actividad de divulgar, difundir y/o promocionar: marcas, productos, bienes, y/o servicios: comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos; obligaciones; expresiones religiosas; denominaciones de organizaciones sociales y culturales, instituciones públicas, privadas, gubernamentales nacionales e internacionales, instalados en espacios privado, público y/o de servicio general, así como en los medios de transporte que circulan en la jurisdicción del Cantón ....., cuando se colocan en cualquier cuerpo externo o en las edificaciones para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde el espacio público, a través de los distintos medios definidos en el glosario.

Se incluyen en esta definición, la publicidad de marcas que auspicien la instalación de medios, que anuncien denominaciones de equipamientos educativos, deportivos, culturales y de salud de carácter público y/o privado, organizaciones gremiales de obreros, empleados, artesanos, profesionales, y aquellos que promocionan eventos culturales del gobierno de la ciudad, provincial o nacional, de mobiliario urbano, señalización de tránsito, información turística e información ciudadana en general.

Art. 3.- Medios de publicidad exterior.- Para efectos de la presente ordenanza, se entenderá por publicidad exterior la que es visible desde el espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común, la publicidad exterior puede realizarse a través de los siguientes medios:

Publicidad exterior fija: La que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en el espacio públicos, con sujeción al reglamento técnico.

Publicidad exterior móvil: Es 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.

No se autoriza la utilización de vehículos, remolques en circulación o estacionados con fines publicitarios.

Art. 4.- Prohibiciones generales.- Se prohíbe con carácter general:

- La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público.

- La publicidad exterior que utilice al ser humano de manera que degrade su dignidad o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución de la República del Ecuador, especialmente en lo que se refiere a los niños, niñas, adolescentes, jóvenes, mujeres y grupos étnicos, culturales o sociales.

- La publicidad exterior engañosa, es decir aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a error a sus destinatarios.

- 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.

- 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.

- La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campañas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares.

- 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.

Art. 5.- Prohibiciones particulares para la publicidad fija.-

Se prohíbe con carácter particular:

- La colocación de publicidad exterior en y sobre los edificios declarados monumentos históricos y/o artísticos de carácter nacional o local, según el inventario realizado por la Dirección de Planificación, salvo si estos anunciaren su carácter arquitectónico o las razones sociales de las actividades que se desarrollan en su interior.

- La publicidad exterior que por su emplazamiento oculte o impida, total o parcialmente, la contemplación de los edificios descritos en el numeral 1 de este artículo.

- La publicidad exterior en áreas declaradas de interés histórico y/o artístico, según el inventario selectivo realizado por la Dirección de Planificación, con excepción de aquella que corresponde a la razón social o nombre comercial de los locales comerciales, equipamientos o servicios asentados en dichas áreas permitidos por esta ordenanza.

- Vallas y tótems en predios con uso de suelo Residencial, así como en predios con uso de suelo múltiple en los que el retiro frontal haya sido tratado como prolongación de la acera.

- Vallas y tótems publicitarios en predios ubicados en áreas históricas.

- La publicidad exterior en espacios naturales protegidos.

- La publicidad exterior en árboles, márgenes de ríos y quebradas y toda aquella que pretenda ser instalada en un radio de doscientos metros (200 mts) de miradores y observatorios de la ciudad, definidos por las

administraciones municipales en el catastro que para tal efecto levantarán.

- La publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua, luz, teléfonos, postes de semáforos, entre otros.

- La publicidad que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización y semaforización de tránsito de cualquier naturaleza o la nomenclatura urbana.

- La publicidad exterior pintada, dibujada, escrita o adherida directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas.

- El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones.

- La publicidad realizada mediante carteles y pancartas atravesados en cualquier tipo de vía.

- La publicidad exterior en espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel, vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico.

- 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.

- Los mensajes publicitarios o de razón social en banderas que sobresalgan de la línea de fábrica.

- Los mensajes publicitarios o de razón social en banderas que sobresalgan de las fachadas de los edificios.

- La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios.

- Vallas y tótems publicitarios en escalinatas y parterres de todo tipo.

- La publicidad exterior en aceras y/o parterres que tengan menos de dos metros cincuenta centímetros de ancho y la que obstruya el tránsito de peatones en los parterres, aceras y otros espacios especialmente diseñados para tránsito, exponiendo la vida del peatón.

- 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.

- La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio.

Art. 6.- Prohibiciones para la publicidad móvil.-

Se prohíbe:

- La publicidad colocada en medios móviles, que sobresalga lateralmente más de 10 cm. o que se ubique en la parte frontal.

- La utilización de sustancias reflectantes 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.

- La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo.

- La publicidad instalada en los parabrisas o vidrios de las ventanas de las cabinas de todo tipo de vehículos.

- 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.

Art. 7.- Condiciones Generales de los Soportes Publicitarios:

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

En cada soporte publicitario deberá constar, en un lugar visible, una placa de identificación con el número que se le asigne en la licencia municipal, la fecha de otorgamiento, vigencia de la licencia y el nombre del su titular.

Art. 8.- Condiciones generales de la publicidad exterior:

La publicidad exterior deberá cumplir con las normas administrativas previstas.

En toda publicidad exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado, se hará constar, en lugar visible, una placa de identificación con el número que se le asigne en la licencia municipal, la fecha de otorgamiento, vigencia de la licencia y el nombre de su titular.

Art. 9.- Rehabilitación del mobiliario urbano:

Con el fin de regular la rehabilitación de espacio público y, especialmente, del mobiliario urbano de beneficio para los administrados, podrán acordarse con particulares planes de intervención a iniciativa de la Dirección de Planificación. Los planes de intervención deberán incluir las siguientes consideraciones:

- Mejora o rehabilitación de mobiliario municipal;
- Métodos de estimación de valores de la intervención;
- Porcentaje y plazo de imputación de dichos valores a la tasa; y,
- Otras que se determinen por la Dirección de Planificación.

Para efectos de la ejecución de los planes de intervención precitados, la Municipalidad podrá contratar la rehabilitación vía concesión y según el procedimiento determinado dentro del régimen jurídico previsto en el Capítulo IX de esta ordenanza, en lo que le fuere aplicable.

CAPÍTULO II
NATURALEZA, ALCANCE Y DEFINICIONES DE LA LICENCIA MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR (LMPE).

Art. 10.- Acto administrativo de autorización:

La Licencia Municipal de Publicidad Exterior es el acto administrativo con el que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de ..... autoriza a su titular la utilización o aprovechamiento del espacio público para colocar publicidad exterior dentro de la circunscripción territorial del cantón .....

Se exceptúa la colocación de, publicidad exterior de terceros, en el espacio público de dominio público que sé, encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX.

Art. 11.- Título jurídico.- El título jurídico que contiene el acto administrativo de autorización al que se refiere la presente ordenanza se documentará “Licencia Municipal de Publicidad Exterior”.

Art. 12.- Alcance de la Licencia Municipal de Publicidad Exterior:

1. El otorgamiento y obtención de la licencia supone únicamente:

a) Que el administrado ha cumplido con los procedimientos establecidos en la presente ordenanza.

2. La licencia 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 licencia en el ejercicio de las actuaciones autorizadas.

3. El hecho de que un administrado realice la actuación y ejecución de la licencia no convalida el incumplimiento de otras obligaciones contenidas en el ordenamiento jurídico nacional o local, o su deber general de garantizar la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente en la colocación de publicidad exterior.

CAPÍTULO III
SUPUESTOS DE SUJECIÓN Y DE EXENCIÓN DE LA LICENCIA MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Art. 13.- Administrados obligados a obtener la LMPE y exenciones:

Están obligadas a obtener la LMPE todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades, que utilicen o aprovechen el espacio público, para colocar publicidad exterior dentro de la circunscripción territorial del cantón ....., a excepción de los organismos y órganos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ....., que adecuarán sus actuaciones a las normas administrativas y reglas técnicas que garanticen la seguridad de las personas, bienes y el ambiente, y a coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana.

No requerirá de la LMPE:

La publicidad realizada al interior de espacios privados siempre que no sea visible desde el espacio público;

La publicidad exterior de terceros, en el espacio público de dominio público, que se encuentra sujeta al Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de esta ordenanza;

La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;

Los rótulos instalados en el espacio público de dominio privado, incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior, destinados a ofertar

servicios artesanales, haciendo conocer el nombre o la razón social de la persona o empresa que las lleva a cabo, siempre que cumplan con las reglas técnicas previstas en este título; y,

La publicidad electoral para promoción de candidaturas o sus propagandas, en procesos electorales, de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que se encuentra regulada por la Ley de Elecciones, reglamentos o normas respectivas, en concordancia con el ordenamiento jurídico.

CAPÍTULO IV
COMPETENCIA EN MATERIA DE LA LICENCIA MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Art. 14.- Autoridad administrativa otorgante de la LMPE.- Son órganos competentes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ....., para el otorgamiento de la LMPE:

La Unidad de Gestión Ambiental es competente para otorgar la LMPE en lo concerniente a publicidad fija; y,

La Dirección de Planificación, es competente para otorgar la LMPE, cuando se trate de publicidad móvil.

Art. 15.- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.

Una vez que la LMPE hubiere sido emitida por la autoridad administrativa otorgante, le corresponde a la Unidad de Gestión Ambiental ejercer las facultades de inspección general, de instrucción y de juzgamiento administrativo, de conformidad con la ordenanza municipal que regula el régimen jurídico de control administrativo en el cantón .....

Las tareas de inspección, previo al otorgamiento de la LMPE, son atribución de la autoridad administrativa otorgante.

CAPÍTULO V
DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA EL OTORGAMIENTO DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Art. 16.- Categorización de las actuaciones de publicidad exterior para determinar el procedimiento administrativo de licenciamiento:

La publicidad exterior de terceros colocada en espacio público y/o privado estará sujeta al licenciamiento mediante un único procedimiento, el cual estará normado por el proceso administrativo contenido en la presente ordenanza.

La publicidad exterior 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 esta ordenanza.

SECCIÓN I
LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

Art. 17.- Otorgamiento automático de la LMPE:

En el procedimiento administrativo iniciará con la presentación del formulario de solicitud de la LMPE y esto conllevará automáticamente a su otorgamiento cuando se cumplan simultáneamente las siguientes condiciones:

Que el formulario de solicitud haya sido presentado a la autoridad administrativa otorgante;

Que la actuación materia del licenciamiento esté reglada por este procedimiento;

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;

Que se hubieren acompañado todos los requisitos documentales exigidos dentro del procedimiento; y,

Aquellas condiciones que vía resolución administrativa se determinen atendiendo a las necesidades de la gestión.

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

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 LMPE.

Art. 18.- Responsabilidad y alcance específico de la LMPE:

La Autoridad Administrativa emitirá la LMPE con la constatación del cumplimiento de los requisitos formales para su otorgamiento.

La emisión de la LMPE en el procedimiento administrativo no supone opinión alguna del Municipio de Ibarra 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.

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 LMPE.

El titular de la LMPE 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 verídico hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones.

Art. 19.- Prohibición general.- El administrado cuya actuación se encuentre sujeta a este procedimiento no podrá iniciada ni continuada si es que no cuenta con la LMPE vigente.

CAPÍTULO VI
DE LA VIGENCIA, MODIFICACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA LICENCIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Art. 20.- Vigencia de la LMPE:

La LMPE tiene una vigencia anual, con renovaciones automáticas hasta por **TRES años**, sin perjuicio de las potestades de control y siempre que en cada año, hasta el **……..**, se cancelen las tasas a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la autoridad administrativa otorgante. Al concluir el TERCER año, caduca automáticamente.

Podrá otorgarse una LMPE 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.

Art. 21- De la renovación de la LMPE:

Anualmente, el administrado deberá realizar el pago de la tasa vinculada con el ejercicio de las actuaciones de publicidad exterior materia de la LMPE, a través de la ventanilla de licenciamiento o cualquier medio disponible habilitado por la autoridad administrativa otorgante. Con este propósito, el administrado deberá presentar el formulario normalizado, determinado mediante resolución administrativa, debidamente cumplimentado.

En general, el trámite de renovación seguirá el mismo procedimiento para el otorgamiento de la LMPE.

Art. 22.- De la modificación de la LMPE.-

Durante la vigencia de la LMPE se precisará solicitar modificación cuando existan variaciones en la información provista para su otorgamiento.

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 LMPE.

El título de la LMPE que se conceda en sustitución, se limitará a recoger el contenido de la modificación, haciendo referencia al título de la LMPE que se modifica. Desde la fecha del otorgamiento de la LMPE que incluya las modificaciones, la LMPE original caduca.

Será necesario solicitar una nueva LMPE, 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.

Art. 23.- Caducidad de la LMPE.- La LMPE caducará, y por tanto se extinguirá, en los siguientes supuestos:

Cuando ha vencido el plazo de vigencia de la LMPE;

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

Por el vencimiento de cualquier otro plazo otorgado al administrado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ..... para subsanar deficiencias; y,

En los demás casos previstos en el ordenamiento jurídico municipal.

Art. 24.- Efectos de la extinción de la LMPE:

La extinción de la LMPE impedirá iniciar o proseguir la actuación, salvo la realización de los trabajos de seguridad, mantenimiento y protección de las personas, los bienes y el ambiente, de los cuales se dará cuenta al Municipio de Ibarra para su control.

La extinción de la LMPE por alguna de las causas previstas en el artículo anterior no dará derecho a indemnización alguna.

Art. 25.- Extinción por razones de legitimidad:

La LMPE 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 no susceptible de convalidación.

Art. 26.- Cese de actividades:

Cuando el titular de la LMPE, desee retirar la publicidad exterior colocada, deberá informar a la autoridad administrativa otorgante, mediante el formulario normalizado correspondiente, el cese de la actuación y esta efectuará el asiento correspondiente y dejará sin efecto la licencia otorgada, desde la fecha de dicha notificación.

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

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

CAPÍTULO VII
DEL REGISTRO GENERAL DE LA LMPE

Art. 27.- Naturaleza:

Con la finalidad de mantener una base de datos actualizada la Jefatura de Avalúos y Catastros creará el Registro General de Licencias Municipales de Publicidad Exterior.

Registro es la herramienta de gestión administrativa en el que se encuentran inscritos los titulares de la LMPE, así como las empresas publicitarias concesionarias de las que trata el Capítulo IX de esta ordenanza.

Art. 28.- De los datos que contra el registro:

El Registro contendrá los siguientes datos:

Los contenidos en el Registro General de Licencias Municipales; y,

Aquellos contenidos que se determinaren, vía resolución administrativa, atendiendo las circunstancias de la gestión.

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

Razón social acreditado mediante escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil;

Nombre del representante legal o apoderado y cédula de ciudadanía de este, acreditado mediante nombramiento o poder;

Domicilio de la empresa publicitaria, su dirección y teléfono;

Número de licencia municipal para el ejercicio de actividades económicas;

Fecha de la suscripción del contrato de concesión y plazo de vigencia;

Puntos de publicidad exterior concesionados;

Beneficiario o beneficiarios de la publicidad exterior: nombre y apellidos o razón social y su domicilio;

Emplazamiento, dirección y coordenadas de la publicidad exterior; e,

Un apartado de observaciones, en el que se consignarán las incidencias e infracciones contra el ordenamiento jurídico municipal 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 MUNICIPIO DE IBARRA

Art. 29.- 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 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ....., que es materia de la LMPE.

Art. 30.- Sujeto pasivo:

1. Son sujetos pasivos, a título de contribuyentes, los sujetos obligados a licenciarse en los términos de esta ordenanza. 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.

Art. 31.- Exenciones:

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 de .....; y, c)

Quienes coloquen publicidad temporal, que se realiza sobre carteles, banderines y lonas, para anunciar eventos populares, cuya exposición no supere los **treinta días.**

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

Art. 32.- Exigibilidad.- La tasa se hace exigible al momento del otorgamiento de la LMPE; sin embargo, si la utilización o aprovechamiento del espacio público se hubiere efectuado en contra del ordenamiento jurídico municipal, sin contar con la LMPE, 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.

Art. 33.- Cuantía de la tasa.- La tasa se determinará con arreglo a las cuantías fijadas en forma anual de acuerdo al siguiente cuadro:

De 3 a 6 metros cuadrados de superficie	Cinco por ciento de la remuneración básica unificada, (5% RBU) por metro cuadrado de superficie.
De 6 metros cuadrados en adelante	Quince por ciento de la remuneración básica unificada, (15% RBU) por metro cuadrado de superficie.
Publicidad móvil	Cinco por ciento de la remuneración básica unificada, (5% RBU) por metro cuadrado de superficie.
Pantallas leds, proyectores electrónicos y/o similares	El cien por cien de la remuneración básica unificada, (100% RBU) por metro cuadrado de superficie.

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

Art. 34.- Recaudación de la tasa.- El pago de la tasa correspondiente se efectuará a través de las ventanillas municipales o cualquier medio disponible

habilitado por la autoridad administrativa otorgante, y será pagadero en forma anual.

Art. 35.- Potestad coactiva.- Los valores adeudados por concepto de la tasa establecida en la presente ordenanza, las respectivas multas y los gastos administrativos y judiciales, serán cobradas coactivamente una vez que se han vuelto exigibles, con independencia del otorgamiento de la LMPE 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.

Art. 36.- Fondo de recuperación del espacio público.- Los recursos provenientes por concepto de las tasas previstas en este capítulo, serán manejados por el Municipio y serán destinados a:

Fortalecimiento del sistema de control de la publicidad exterior por parte del órgano competente del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal .....;

Instalación y mejoramiento del mobiliario urbano en zonas en las cuales no exista interés publicitario compensatorio del mismo;

Instalación y mantenimiento de la señalización vial horizontal, vertical en el cantón .....; y,

Proyectos de mantenimiento y rehabilitación de los espacios públicos como parterres, parques, plazas, y otros.

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

Art. 37.- 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. Esta publicidad exterior será objeto de concesión y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación, de conformidad con lo dispuesto en este capítulo.

Art. 38.- Empresas publicitarias:

La publicidad exterior de terceros en espacio público de dominio público, en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público”,

solo podrá ser concesionada por empresas publicitarias o artesanos calificados con este fin, como requisito esencial de los procesos para cada concurso.

Para los efectos del presente capítulo, se entenderá por empresas publicitarias, a las personas jurídicas legalmente constituidas, sujetas al control de la Superintendencia de Compañías y a la Ley de Compañías, así como los registrados en la Junta Nacional del Artesano y registrados en los términos establecidos en este título, que se dediquen, con exclusividad, al ejercicio de la actividad publicitaria, a través de la colocación de publicidad exterior de terceros en el cantón .....

Art. 39.- Puntos de publicidad exterior en espacio público:

Para el caso de la publicidad exterior de terceros, colocada por las empresas publicitarias en el ejercicio de su actividad económica publicitaria, esta se realizará de manera obligatoria exclusivamente en los sitios determinados como “Puntos de Publicidad Exterior en el espacio público” por parte del Municipio, vía resolución del Concejo Municipal y previo informe de la UMTT.

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.

Art. 40.- Concesión de espacios públicos:

La Municipalidad, suscribirá con las empresas publicitarias, los contratos de concesión como instrumentos para la ejecución de los planes de intervención prescritos en este capítulo, utilizando el procedimiento previsto en los artículos siguientes y bajo ningún concepto en calidad de exclusividad.

Los plazos de concesión por la explotación del espacio público de dominio público, para la colocación de publicidad exterior de terceros, por parte de las empresas publicitarias, serán determinados dentro del propio procedimiento y permitirán la recuperación del monto de la inversión de los adjudicatarios, evitando los monopolios.

Art. 41.- Subasta al alza:

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”, las empresas publicitarias deberán realizar subastas al alza en las cuales aquellas pujarán hacia el alza el precio ofertado, en acto público o por medios electrónicos.

En el caso de que la puja se realice por medios electrónicos, la autoridad administrativa otorgante podrá coordinar con el Instituto Nacional de

Contratación Pública (INCOP) la utilización del Portal **www.compraspublicas.gov.ec**; caso en el cual, las empresas publicitarias deberán estar registradas en el Registro Único de Proveedores del INCOP.

El procedimiento, duración de la puja y más condiciones de la subasta al alza constarán en los pliegos que aprobará la Dirección Administrativa para cada concurso, aplicando los principios de calidad, vigencia tecnológica, oportunidad, concurrencia, transparencia y publicidad.

Los pliegos, que no podrán afectar el trato igualitario que el Municipio debe dar a todas las empresas publicitarias oferentes ni establecer diferencias arbitrarias entre estas, establecerán las condiciones que permitan alcanzar la combinación más ventajosa de la concesión.

La Dirección Administrativa tomará a su cargo y responsabilidad el llevar adelante los procesos previstos para cada concurso, la que deberá actuar de conformidad con los pliegos aprobados para el efecto. De ser necesario se podrá conformar una o más subcomisiones de apoyo conformadas por la UMTT y la Dirección de Planificación.

Art. 42.- Adjudicación.- La Dirección Administrativa, una vez concluido el período de puja o de la negociación realizada, de ser el caso, adjudicará o declarará desierto el procedimiento, mediante resolución debidamente motivada.

CAPÍTULO X
DEL RÉGIMEN DE APLICACIÓN DE LAS INFRACCIONES Y LAS SANCIONES APLICABLE A LA PUBLICIDAD EXTERIOR DE TERCEROS COLOCADA EN ESPACIO PÚBLICO EN EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA PUBLICITARIA

Art. 43.- La presente ordenanza se sujetará al siguiente régimen jurídico:

En general los administrados que hayan colocado publicidad exterior sin la autorización del Municipio, o sin ajustarse a las normas administrativas y reglas técnicas previstas en esta ordenanza y su reglamento, serán sancionados con una multa de diez remuneraciones unificadas, así como el desmontaje o retiro de la publicidad exterior con reposición de las cosas al estado anterior previo a la infracción.

El acto administrativo de disposición de desmontaje se notificará al administrado, previniéndole de retirar la publicidad exterior en el plazo de cinco días, contados desde la fecha de la notificación. En caso de incumplimiento, los órganos competentes del Municipio procederán a la ejecución sustitutiva 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 UMTT, 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 a dar de baja de conformidad con los procedimientos establecidos en el ordenamiento jurídico nacional y municipal.

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en esta ordenanza, se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el ordenamiento jurídico municipal.

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.

Cuando hubieren sido violentados los sellos colocados por orden de autoridad competente del Municipio o en general se hubiese desacatado la resolución del órgano de decisión competente, este estará habilitado para imponer multas compulsivas o coercitivas para efectos de exigir el cumplimiento del acto administrativo. Las multas coercitivas, dentro del procedimiento administrativo principal de carácter sancionatorio, se aplicarán mediante resolución de conformidad con el ordenamiento jurídico.

En los casos en que el infractor no sea propietario del predio o inmueble en donde se encuentra colocada la publicitad exterior y/o los soportes publicitarios, el órgano de decisión competente notificará al propietario con la primera multa compulsiva ordenada dentro del procedimiento administrativo principal de carácter sancionatorio, 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 de decisión competente, se constituirá en deudor solidario de las subsiguientes multas compulsivas que disponga el Comisario Municipal. Igual solidaridad y en las mismas condiciones alcanzará al representante legal y accionistas o socios de la persona jurídica, en caso de que esta sea la infractora.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Normas Supletorias.- En todo cuanto no se encuentre contemplado en esta ordenanza se estará a lo dispuesto en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, Código Orgánico Tributario; y demás leyes conexas que sean aplicables y no se contrapongan.

SEGUNDA.- Los administrados tienen un plazo de 90 días calendario, para retirar la publicidad exterior y los soportes publicitarios que no hayan sido autorizados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ....., a través de sus órganos competentes.

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. El Municipio, concederá el plazo de 5 días para el retiro de la misma.

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

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

TERCERO.- Los administrados que hayan sido autorizados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ..... para colocar publicidad exterior en el espacio público, a través de permisos actualmente caducados, tienen un plazo de 90 días para obtener la LMPE.

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. El Municipio, concederá el plazo de 5 días para el retiro de la misma.

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

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

CUARTA.- Encárguese a la UMTT la implementación técnica del proceso de subasta al alza previsto en el Capítulo IX de la presente ordenanza, así como, la elaboración de las instrucciones administrativas y flujos de procedimientos

necesarios para la aplicación del precitado régimen jurídico, para su correspondiente aprobación vía resolución administrativa.

QUINTA.- Mientras se aplica el Régimen Jurídico previsto en el Capítulo IX de la presente ordenanza, y para efectos del cumplimiento del reglamento general referidas a las distancias mínimas entre medios de publicidad exterior fija, se establece el siguiente orden de prelación:

Para la concesión de la LMPE, prevalecerán aquellos elementos publicitarios que contaban con las respectivas autorizaciones o permisos otorgados por el Municipio, sobre aquellos elementos no autorizados o permitidos, cuando las distancias de estos últimos con respecto de los primeros, sean menores que las contenidas en la presente ordenanza.

DEROGATORIA

PRIMERA.- Derogatoria.- Deróguese todas las disposiciones que se opongan a esta Ordenanza y que le sean contrarias; y, todas las resoluciones y disposiciones que sobre esta materia se hubieren aprobado anteriormente.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial. Sin perjuicio de su publicación en la Gaceta Oficial y dominio Web de la institución.

Dada y suscrita en la sala de sesiones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ..... a los…días del mes de….de 2011

(Firmas……)

(Certificados de Discusión)……..