

REGISTRO OFICIAL[®]

ÓRGANO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

SUMARIO:

Págs.

GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS

ORDENANZA MUNICIPAL:

- Cantón Guayaquil: Que regula la publicidad exterior	2
---	---

RESOLUCIÓN:

013-CGREG-08-06-2022 Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la Provincia de Galápagos: Que aprueba la Matriz de Alineación del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional de Desarrollo denominado "Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025"	97
---	----

EL M.I. CONCEJO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL

CONSIDERANDO:

- QUE**, el artículo 227 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación;
- QUE**, el artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador establece que los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera; y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana;
- QUE**, el artículo 240 de la Constitución de la República del Ecuador, señala que los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, distritos metropolitanos, provincias y cantones tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales;
- QUE**, la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 264 numeral 5 establece dentro de las competencias exclusivas de los Gobiernos Municipales expedir, crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras, a fin de Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural y a fin de ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- QUE**, el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD, en el artículo 54 establece como funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, las de promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales; (letra a), Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales; (letra k), y regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización (letra m);
- QUE**, el artículo 55 letra e) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD, disponen que, entre las competencias exclusivas de los gobiernos municipales se encuentran las de creación, modificación o supresión, mediante ordenanzas, de tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- QUE**, el artículo 57 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD, establece que entre las atribuciones del Concejo Municipal le corresponde: b) Regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor; y d) Expedir acuerdos o resoluciones, en el ámbito de la competencia del gobierno autónomo descentralizado municipal, para regular temas institucionales específicos o reconocer derechos particulares;

- QUE,** el artículo 225 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, señala que los ingresos tributarios comprenden los impuestos, las tasas, las contribuciones especiales de mejoras y de ordenamiento;
- QUE,** el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización - COOTAD, en el artículo 416 establece que los bienes de dominio público son inalienables, inembargables e imprescriptibles; en consecuencia, no tendrán valor alguno los actos, pactos o sentencias, hechos concertados o dictados en contravención a esa disposición, concordante con el artículo 417, letras a y c donde se definen que calles, avenidas, puentes y demás vías de comunicación y sus superficies accesorias son bienes públicos de uso público;
- QUE,** el artículo 3 de la LEY ORGÁNICA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, USO Y GESTIÓN DE SUELO determina los fines de esta ley, entre los cuales constan el orientar las políticas públicas relativas al ordenamiento territorial, desarrollo urbano, a la vivienda adecuada y digna; promover un uso eficiente, equitativo, racional y equilibrado del suelo urbano y rural a través de la definición de principios, directrices y lineamientos, y generar un hábitat seguro y saludable en todo el territorio; (numeral 1) definir mecanismos y herramientas para la gestión de la competencia de ordenamiento territorial de los diferentes niveles de gobierno, generar articulación entre los instrumentos de planificación y propiciar la correspondencia con los objetivos de desarrollo; define parámetros de calidad urbana en relación con el espacio público, las infraestructuras y la prestación de servicios básicos de las ciudades, en función de la densidad edificatoria y las particularidades geográficas y culturales existentes. Las competencias y facultades públicas a las que se refiere esta Ley estarán orientadas a procurar la efectividad de los derechos constitucionales de la ciudadanía en el ejercicio de los derechos de las personas sobre el suelo al precautelar el derecho a un hábitat seguro y saludable (numeral 2);
- QUE,** el CÓDIGO ORGÁNICO ADMINISTRATIVO (COA) establece los principios bajo los cuales se rige el ejercicio de la administración pública, tales como principio de interdicción de la arbitrariedad establecido en el artículo 18; imparcialidad e independencia establecido en el artículo 19; principio de control establecido en el artículo 20; principios de seguridad jurídica y confianza legítima establecido en el artículo 22; principio de racionalidad establecido en el artículo 23; principio de protección de la intimidad establecido en el artículo 24; principio de tipicidad establecido en el artículo 29; principio de irretroactividad establecido en el artículo 30;
- QUE,** los artículos 214 y 329 de la Ley y el REGLAMENTO A LA LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, prevé la CONTAMINACIÓN VISUAL, mismas que prohíben la instalación de rótulos tanto internos como externos que afecte la visibilidad del conductor y de los usuarios y la seguridad vial.
- QUE,** el artículo 8 de la ordenanza que contiene LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2019-2023; Y, DEL PLAN DE USO DE GESTIÓN DEL SUELO DEL CANTÓN GUAYAQUIL dispone a) contribuir a la protección de los espacios y recursos naturales de relevancia ecológica, sean estos públicos o privados. E) Contribuir a la preservación del patrimonio natural, paisajístico, cultural, urbanístico y arquitectónico. La actividad urbanística atenderá a los siguientes

fines y funciones d) facilitar la movilidad multimodal de la población y el acceso a los usos previstos en el ordenamiento territorial, y g) Establecer indicadores de calidad urbana respecto a la infraestructura, el espacio público y la prestación de servicios básicos y tomando en cuenta la densidad edificatoria y demás consideraciones propias geográficas y culturales;

QUE, la Ordenanza Sustitutiva de La Codificación Y Reforma de La Ordenanza Para La Instalación De Rótulos Publicitarios En El Cantón Guayaquil, publicada en la Edición Especial No. 1567 del Registro Oficial del 16 de abril de 2021 y en la Gaceta Oficial No. 34 del miércoles 16 de junio de 2021, tiene como objetivo regular las condiciones técnicas y jurídicas para la instalación de rótulos publicitarios en el cantón Guayaquil, entendiéndose por éstos, a toda estructura que contenga una determinada área de exposición de carácter comercial, institucional, informativo o técnico, definiendo sus características técnicas y usos;

QUE, la “PRIMERA REFORMA A LA ORDENANZA SUSTITUTIVA DE LA CODIFICACIÓN Y REFORMA DE LA ORDENANZA PARA LA INSTALACIÓN DE RÓTULOS PUBLICITARIOS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”, publicada en la Gaceta Oficial No. 42, del 14 de enero del 2022 y en la Edición Especial No. 1893 del Registro Oficial del 20 de enero de 2022, entre otras cosas define en su Artículo Primero que reforma el Art. 4 que le corresponde a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, emitir previo cumplimiento de requisitos, los permisos de ocupación para la instalación de rótulos publicitarios en los espacios públicos y privados en el cantón; y,

QUE, la “SEGUNDA REFORMA A LA ORDENANZA SUSTITUTIVA DE LA CODIFICACIÓN Y REFORMA DE LA ORDENANZA PARA LA INSTALACIÓN DE RÓTULOS PUBLICITARIOS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”, publicada en la Edición Especial No. 1044 del Registro Oficial del 22 de septiembre de 2023, que se agrega dentro del texto de la ORDENANZA SUSTITUTIVA DE LA CODIFICACIÓN Y REFORMA DE LA ORDENANZA PARA LA INSTALACIÓN DE RÓTULOS PUBLICITARIOS EN EL CANTÓN GUAYAQUIL las disposiciones transitorias con respecto al procedimiento de Regularización Provisional ejercicio 2023.

En ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 240 de la Constitución de la República, en concordancia con lo establecido en los artículos 7, 57 y 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, resuelve:

EXPEDIR:

LA ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN GUAYAQUIL

CAPÍTULO I GENERALIDADES

Artículo 1.- OBJETO.- La presente Ordenanza tiene como objeto regular, regularizar, autorizar, controlar y sancionar de ser el caso, las instalaciones y exposición de la publicidad exterior en el cantón Guayaquil, cualquiera que sea el sistema para la transmisión del mensaje, de tal forma que se integre al paisaje urbanístico mejorando la imagen del área de intervención.

Artículo 2.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.- La presente Ordenanza rige para las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que proyecten instalar o que tengan instalada publicidad en los espacios públicos o privados expuestos a visualización pública, en el cantón Guayaquil

Artículo 3.- DEFINICIONES.-

Acera: Sección de la Vía pública diseñada y designada para la circulación peatonal.

Área de exposición publicitaria: Espacio único destinado para exhibir y/o proyectar un mensaje publicitario, directo o inducido.

Áreas históricas y/o Patrimoniales: Son aquellos sectores de la ciudad que tienen una estructuración definida mediante procesos de conformación físico-social con significado histórico y cultural.

Área verde: Todo lugar acondicionado con vegetación baja, media y alta y otros elementos decorativos o de mobiliario urbano, destinado al adorno o al esparcimiento y uso por parte de las personas.

Banderolas y pancartas: Elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles.

Base de soporte: Parte de la estructura donde descansa el área destinada a la publicidad exterior.

Berma: Parte exterior de la vía, destinada al soporte lateral de la calzada para el tránsito de peatones, semovientes y ocasionalmente al estacionamiento de vehículos de emergencia.

Bien cultural histórico / patrimonial: Son aquellos bienes que expresamente han sido reconocidos como tales por su valor ya sea por su naturaleza antropológica, paleontológica, arqueológica, prehistórica, histórica, religiosa, artística, técnica, científica, filosófica, bibliográfica y documental.

Bordillo: Son piezas de piedra o elementos prefabricados que forma un borde que delimita la superficie de la calzada, acera o la de un andén.

Carteles: Son los anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre cualquier materia de escasa consistencia y corta duración.

Calzada: Parte de la carretera destinada a la circulación de vehículos.

Calles prohibitivas de Publicidad Exterior: Son aquellas vías donde no se podrán instalar ni exponer publicidades exteriores en paletas, vallas y pantallas electrónicas y/o digitales, o cualquiera que se le parezca.

Contaminación visual: Alteración que impide la contemplación y disfrute armónico de los paisajes naturales, rurales y urbanos, ocasionando distorsión, transformación y/o impactos negativos en la calidad de vida y la percepción visual del transeúnte.

Corredores Comerciales: Espacio urbano, cuya actividad económica predominante es el comercio, desarrollado predio a predio en grandes zonas de la ciudad o sectores.

Ciclovia: Vía o sección de la calzada reservada para el tránsito de vehículos no automotores, principalmente para las bicicletas, exceptuando los de tracción animal.

Coordenadas georreferenciales UTM.- El sistema de coordenadas geográficas UTM (Universal Transverse Mercator) se utiliza para referenciar cualquier punto de la superficie terrestre, utilizando para ello un tipo particular de proyección cilíndrica para representar la Tierra sobre el plano.

Cuneta: Zanja que se crea a los costados de una carretera o de un camino para recibir el agua de la lluvia.

Derecho de vía: Área destinada para la proyección del crecimiento de la vía según las necesidades.

Dintel: Elemento superior de puertas, ventanas, vanos o pórticos.

DECAM: Dirección de Control de Edificaciones, Catastro, Avalúo y Control Minero.

DF: Dirección Financiera.

DJV: Dirección de Justicia y Vigilancia.

DUEVP: Dirección del Uso del Espacio y Vía Pública.

DUPOT: Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial.

ELEMENTOS ADICIONALES Y/O ACCESORIOS: se considera como elementos adicionales y/o accesorios todos aquellos que sean instalados de manera complementaria en las estructuras de publicidad exterior, tales como: cámaras, antenas, radio bases y otros elementos que no estén considerados en la presente ordenanza.

Espacio Público: Red conformada por el conjunto de espacios abiertos de dominio público y uso social, destinados por su naturaleza y por su uso a la satisfacción de necesidades colectivas de la población.

Propiedad Privada: La propiedad privada son los bienes de cualquier tipo viviendas, capitales, vehículos, objetos, herramientas, incluso fábricas, edificios enteros, terrenos o corporaciones. Inmueble de propiedad de particulares que se delimita con la línea de fábrica.

Empresa o Compañía Publicitaria: Persona natural o jurídica dedicada a la creación artística de mensajes publicitarios, producción de anuncios, elaboración de campañas y/o selección y contratación de medios.

Frontón: Es el remate de una fachada, un pórtico.

Infraestructura para la movilidad: Infraestructura esencial que permite el desplazamiento de personas y bienes, así como el funcionamiento de los sistemas de transporte público.

Información Cívica, Cultural o Municipal: Aquellos que se difunde a través de medios publicitarios con o sin patrocinio y que alude a la responsabilidad social, derechos humanos, equidad, diversidad cultural, ciencia, turismo, salud, respeto al medio ambiente, entre otros, que se consideren necesarios para fomentar la sana convivencia.

Isleta urbana: Área de la calzada, pavimentada y ligeramente elevada, que sirve para áreas verdes, para refugio de peatones o como medio de canalización del tráfico.

Línea de Fábrica: Lindero que limita el derecho de propiedad sobre un terreno.

Permiso: Permiso oficial otorgado por el Gad Municipal de Guayaquil (Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil) a fin de realizar actividades publicitarias en un área específica, este permiso es necesario para garantizar que la publicidad cumpla con las regulaciones y restricciones establecidas con la autoridad y para proteger el ámbito de aplicación de la presente ordenanza y la seguridad pública.

Medidas cautelares y de seguridad: Disposiciones que dicte la autoridad competente para proteger la salud, seguridad pública y evitar el incumplimiento de la normativa referente a las actividades reguladas que requieran de licencia, permiso o autorización.

Paisaje urbano: Contexto que conforman las edificaciones y demás elementos culturales y naturales que hacen posible la vida en común de la ciudadanía, así como el entorno ambiental en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos de la Ciudad y crean un sentido de identidad colectiva.

Pancarta o Banner: Cartel sin marco de gran longitud, impreso en material flexible y duradero.

Parterre: Área del derecho de la vía designada a la separación del tránsito vehicular, que se utiliza para fines ornamentales y de arborización.

Paso peatonal a desnivel: Puente o túnel destinado especialmente para que los peatones atraviesen una vía.

Pasos vehiculares: Son parte de las obras de infraestructuras, que mejoran la movilidad, facilitan la circulación vehicular y conectan el territorio nacional.

Publicidad: Cualquier elemento material con o sin estructura de soporte instalado en el espacio público o visto desde la vía pública, por el cual se difunde física, electrónica o digitalmente, encaminado a llamar la atención del público para difundir mensajes o promover bienes, marcas, productos, servicios, promociones, etc. Su forma puede ser plana, volumétrica o combinada, con o sin iluminación.

Publicidad exterior abandonada: Lonas, estructuras, soportes, pantallas, equipos de proyección y materiales similares adosados a los inmuebles, así como los objetos publicitarios colocados en la vía pública o cualquier vialidad, que no hayan tenido el mantenimiento que determine la autoridad competente, que no cuenten con un Permiso o Autorización Municipal vigente y cuyo dueño no los haya reclamado o retirado.

Publicidad exterior anclada: Aquel que se encuentra adosada o adherido a una superficie rígida, que por sus condiciones necesita la colocación de una estructura que la soporte, las

condiciones de seguridad y la responsabilidad civil pertinente. Pueden ser de forma plana, volumétrica o combinada.

Publicidad exterior convencional: Cualquier forma de publicidad tradicional o comúnmente implementada en la ciudad.

Publicidad exterior comercial: Publicidad cuya forma de comunicación es promover la contratación sobre bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado.

Publicidad exterior de beneficio social: Es aquel que anuncia un evento socio cultural o religioso, festividad de una fecha específica y/o actividad en beneficio comunitario, carente de publicidad comercial, bienes y/o servicios.

Publicidad exterior pantalla electrónica y/o digital a nivel del piso: Son aquellos que cuentan con una pantalla policromática de alta definición, que puede proyectar más de un anuncio, imagen o animación, instaladas desde el nivel del piso.

Publicidad exterior pantalla electrónica y/o digital elevada del piso: Son aquellos que cuentan con una pantalla policromática de alta definición, con una base de soporte hincada al piso o instalada anclada a una superficie rígida, que puede proyectar más de un anuncio, imagen o animación.

Publicidad exterior en mobiliario urbano: Aquel instalado en un bien mueble de carácter público o privado que ocupado un espacio público.

Publicidad exterior indicativa o identificativa: Aquel que sirve únicamente de guía para la identificación de un establecimiento comercial, industrial, residencial, urbanización, condominio o servicio. Este tipo de publicidad se encuentra ubicado exclusivamente dentro de los límites del predio que lo expone.

Publicidad exterior informativa: Aquellos que no tengan un fin comercial y no anuncien ningún producto, bien y/o servicio.

Publicidad exterior institucional: Son aquellos mensajes relativos a las acciones que realizan las distintas autoridades del Gobierno, tanto local, con fines de comunicación con la población en general.

Publicidad exterior no convencional: Cualquier forma de publicidad que busca captar la atención del público de manera creativa e innovadora por los canales de nuevos materiales y tecnologías, utilizando soportes o formas no tradicionales o lugares no convencionales.

Publicidad exterior pintada: Aquel que se encuentra pintada directamente sobre cualquier superficie de un mueble o inmueble.

Publicidad exterior saliente: Aquel que se encuentra instalado perpendicularmente a una superficie.

Publicidad exterior sobrepuesta: Aquel que se encuentra instalado o sujeto sobre la pared, que por sus condiciones no necesita la colocación de una estructura de soporte.

Publicidad exterior temporal: Aquel que su contenido solo servirá para la difusión de actividades, eventos ocasionales y como promoción de productos o servicios, mismo que no requerirá de una exhibición prolongada y por lo tanto conforme al caso su permiso tendrá una vigencia de hasta 60 días.

Publicidad exterior tradicional a nivel del piso: Son aquellas que cuentan con una publicidad fija, instaladas desde el nivel del piso.

Publicidad exterior tradicional elevada del piso: Son aquellas que cuentan con una publicidad fija, con una base de soporte hincada al piso o instalada anclada a una superficie rígida.

Radio de giro: Línea curva generada por la intersección de dos vías de circulación.

Responsable de un inmueble: Persona física o moral que tenga la propiedad, posesión o administración de un bien inmueble y permita la instalación de un medio publicitario en el mismo.

Riesgo inminente: Riesgo que, de acuerdo con la opinión técnica emitida por la Dirección de Riesgos o quien haga a su vez, considera la realización de acciones inmediatas en virtud de existir altas probabilidades de que se produzcan daños o pérdidas.

Saturación Publicitaria: Exceso de anuncios y comunicaciones publicitarias colocadas en un mismo sector urbano, los cuales producen un efecto visual negativo.

Señalización Vial: Conjunto de elementos y objetos visuales de contenido informativo, indicativo, restrictivo, preventivo, prohibitivo o de cualquier otro carácter, que se colocan en la infraestructura urbana con el fin de procurar un adecuado funcionamiento vial.

Solicitante: Persona natural y /o jurídica que solicite un Informe Técnico y/o permiso en los términos de esta Ordenanza.

Troquel publicitario: Es aquella publicidad que por su diseño sobresale los límites de la superficie del área determinada.

Vanos: Puertas, ventanas e intercolumnios de una edificación, así como los elementos arquitectónicos de las edificaciones. Están destinados a permitir el paso de las personas, iluminación y ventilación natural al interior.

Ventanal o vitrina: Ventana grande, generalmente cerrada por dos o más hojas acristaladas.

Vía Pública: Espacio colectivo destinado para el uso de la circulación peatonal y vehicular.

Vías Restringidas: Zonas definidas como corredores viales significativos, que por su ubicación son fundamentales para el desarrollo urbano en la ciudad, por lo que se plantea su enfoque hacia la conservación, preservación y/o aplicación de parámetros urbanos sostenibles.

Zonas de Protección: Zonas reconocidas para su protección, conservación y subsistencia por sus recursos ecosistémicos, ambientales, naturales y biodiversidad.

Zona Rural: Área geográfica fuera de las zonas urbanas.

Zona Urbana: Área geográfica poblada cuyos límites para los efectos de este Manual, deben estar determinados y señalizados por la autoridad competente.

Artículo. 4.- PRINCIPIOS.- Se aplicarán los principios previstos en la Constitución de la República del Ecuador, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD); Código Orgánico Administrativo (COA); Código Tributario; así como los principios urbanísticos previstos en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo; en la Ordenanza que contiene la Actualización Del Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial (PDOT) 2019-2023; y, del Plan De Uso De Gestión Del Suelo Del Cantón Guayaquil (PUGS); la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y su reglamento.

CAPÍTULO II PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 5.- CONCEPTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Llámese publicidad exterior a toda forma de exposición publicitaria de carácter visual, perceptible desde el espacio público, captando la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, que transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurren por lugares o ámbitos de utilización común, promocionando productos o servicios que devenga de una actividad comercial, institucional, informativa o técnica, en el cantón Guayaquil.

La publicidad exterior debe estar integrada física y visualmente al entorno, deberá poseer proporción, composición arquitectónica y urbana, además debe ser integrada al paisaje respetando la arborización y vegetación existente sin deteriorar la imagen urbana y rural, así como tampoco podrá obstruir la visibilidad, ni interferir con la infraestructura o causar problemas de seguridad a fin de que los anuncios se integren adecuadamente al entorno.

El contenido de la publicidad no podrá contravenir el ordenamiento jurídico ecuatoriano ni ser de carácter ofensivo, engañoso e ilegal.

CAPÍTULO III DE LAS COMPETENCIAS

Artículo 6.- DE LA COMPETENCIA PARA REALIZAR INFORMES TÉCNICOS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.- La Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial DUPOT, o quien cumpla sus funciones, será la competente para emitir el informe técnico correspondiente, de acuerdo con los parámetros establecidos en la presente ordenanza.

Además, dicha Dirección será la encargada de determinar los metros cuadrados de exposición publicitaria y la ubicación de la publicidad exterior ya sea en el espacio público o privado.

Artículo 7.- DE LA COMPETENCIA ADMINISTRATIVA PARA EMITIR PERMISOS DE OCUPACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública o quien cumpla sus funciones, será la competente para emitir los permisos de ocupación para publicidad exterior en el cantón Guayaquil, dicha Dirección será la encargada de registrar en su sistema informático las variables establecidas en el informe técnico emitido por la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial DUPOT, o quien haga sus funciones, las cuales permitirán generar los valores a pagar por metro cuadrado del área de exposición de cada publicidad.

Artículo 8.- DE LA COMPETENCIA PARA DETERMINAR Y COBRAR LOS VALORES POR CONCEPTOS DE TASAS PARA LA OBTENCIÓN DE LOS PERMISOS PARA LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EN ESPACIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS.- La Dirección Financiera Municipal es la competente para determinar y cobrar los valores por concepto de las tasas a la publicidad exterior en el cantón, con la información proporcionada por las áreas técnicas encargadas de la emisión de informes y permisos, de acuerdo con los parámetros establecidos en la presente ordenanza.

Artículo 9.- DE LA COMPETENCIA PARA EL CONTROL Y PROCEDIMIENTO SANCIONADOR ADMINISTRATIVO DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- La Dirección de Justicia y Vigilancia o quien cumpla sus funciones, será la competente para realizar el control correspondiente de toda la publicidad exterior en el cantón Guayaquil, sustanciar y de ser el caso sancionar en el procedimiento administrativo correspondiente.

El órgano para conocerlas, sustanciarlas y sancionarlas de ser el caso será la Dirección de Justicia y Vigilancia, a través de la Comisaría en la que radique la competencia.

Si el comisario con función instructora, luego de realizar las acciones que resulten necesarias, determina la existencia de responsabilidades susceptibles de sanción, emitirá el dictamen respectivo y remitirá el expediente al comisario con potestad resolutoria para su correspondiente resolución, siguiendo el debido proceso señalado en el Código Orgánico Administrativo.

Dentro de la fase de instrucción, la comisaría municipal que sustancia el procedimiento podrá ordenar como medida cautelar la clausura e incluso el retiro de la publicidad exterior objeto del procedimiento administrativo sancionador.

Para establecer sanciones pecuniarias el comisario con potestad resolutoria deberá observar y aplicar el principio de proporcionalidad de las sanciones, establecido en la Constitución de la República del Ecuador y el Código Orgánico Administrativo.

En el acto resolutivo se hará constar la responsabilidad del infractor por los costos de remoción, reparación del espacio o bienes públicos, traslado y bodegaje que incurra el Municipio de Guayaquil.

CAPÍTULO IV DE LA CLASIFICACIÓN

Artículo 10.- CLASIFICACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR POR SU UBICACIÓN.- Para efectos de la regulación, la publicidad exterior se clasificará de acuerdo con su ubicación en:

- a) **Publicidad exterior en espacios públicos y propiedad pública:** La misma que se refiere a la instalación y exposición de publicidad exterior en espacios públicos o bienes inmuebles que sean de uso público, estableciéndose en lugares visibles o concurridos.
- b) **Publicidad exterior en propiedad privada perceptible al público:** La misma que se refiere a la instalación y exposición de publicidad exterior en predios, solares o espacios que pertenecen a propietarios privados.

Artículo 11.- CLASIFICACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR POR EL TIEMPO DE INSTALACIÓN. - Para efectos de esta clasificación, la publicidad exterior se divide de acuerdo con su temporalidad en:

- a) **Anuales:** Se refiere a la publicidad exterior que se instale dentro del año calendario con vigencia por el período fiscal. La misma debe estar diseñada para formar parte integral del paisaje urbano o de un lugar específico.
- b) **Temporales:** De manera excepcional se podrá otorgar una autorización para la instalación y exposición de publicidad exterior en espacios públicos o propiedad privada perceptibles al público de manera temporal, para promocionar eventos o campañas específicas, con fecha de inicio y fin, máximo hasta 60 días.

Artículo 12.- CLASIFICACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR POR SU DISEÑO. - Para efectos de esta clasificación, la publicidad exterior se divide de acuerdo con su diseño en:

- a) **Convencional:** Es toda aquella publicidad exterior que se caracteriza por su diseño tradicional, estándar o comúnmente implementada en el cantón Guayaquil y regulada en esta ordenanza
- b) **No Convencional:** Es toda aquella forma de publicidad exterior que busca captar la atención del público de manera creativa e innovadora, utilizando medios no tradicionales o lugares no convencionales.

CAPÍTULO V

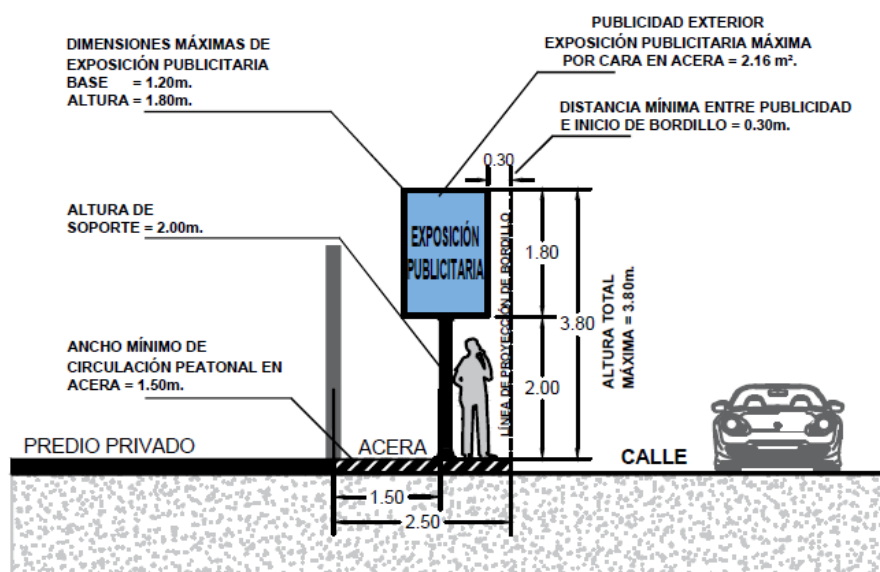
PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL DE LAS CARACTERÍSTICAS, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CONDICIONES DE INSTALACIÓN EN ESPACIOS PÚBLICOS

Artículo 13.- DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL EN ESPACIOS PÚBLICOS:

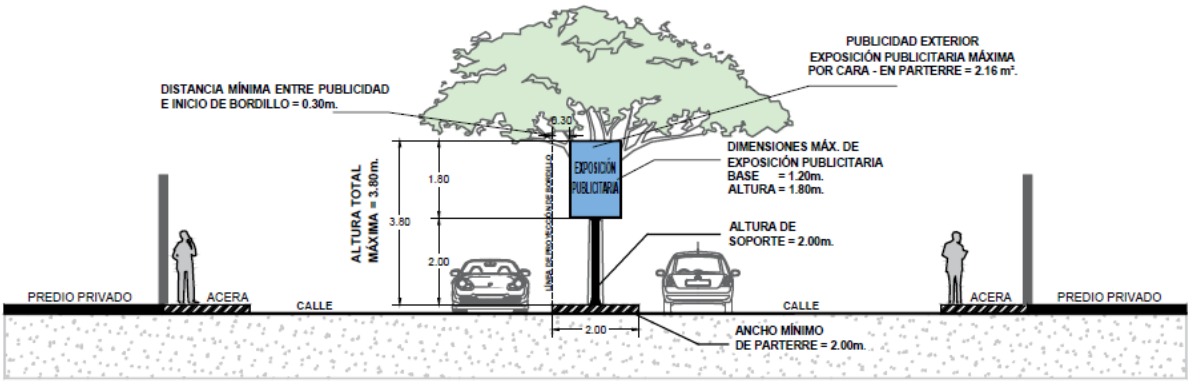
1. PALETAS EN ACERA Y/O PARTERRE

1.1 PUBLICIDAD EXTERIOR - PALETA EN ACERA

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



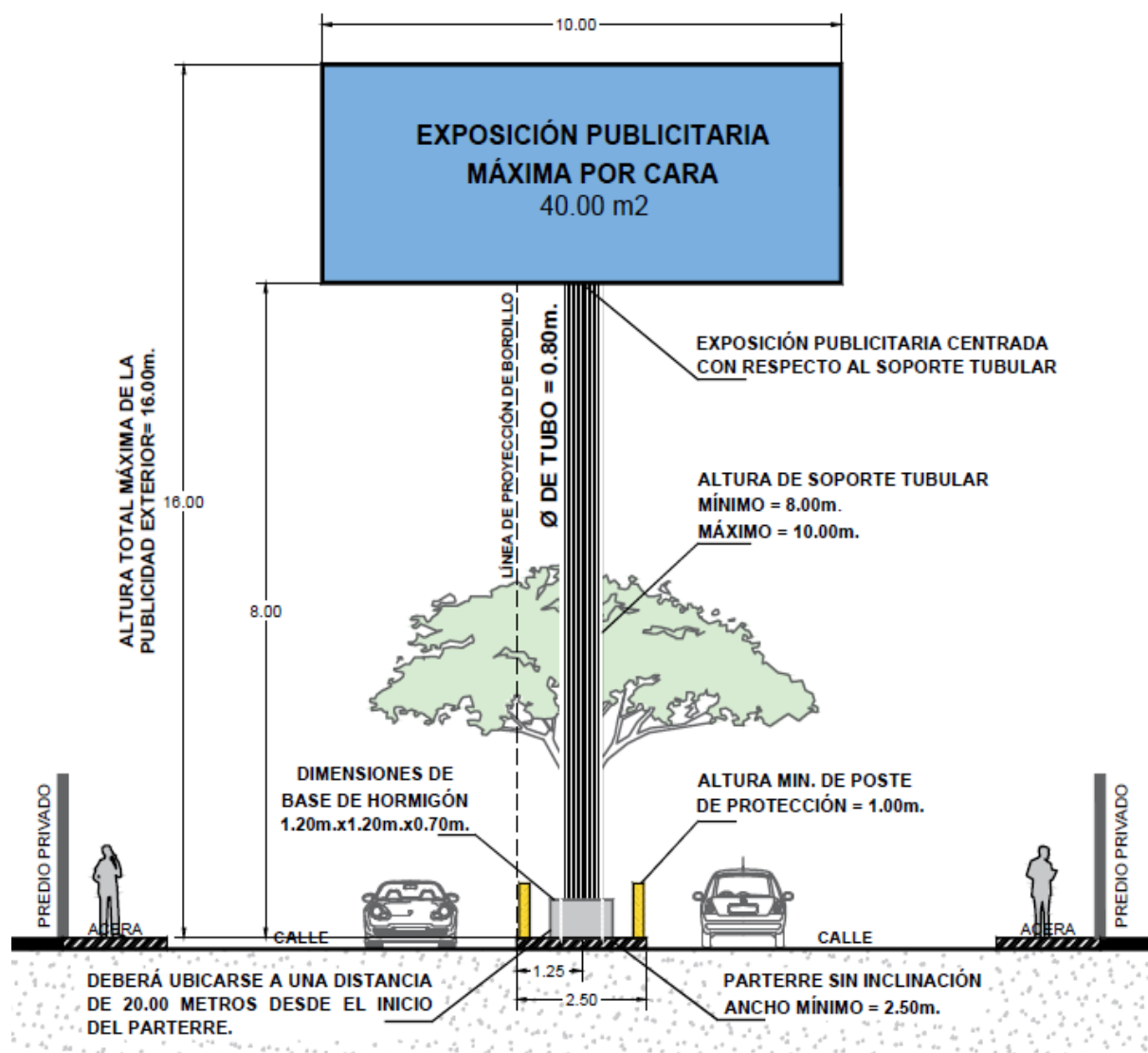
1.2 PUBLICIDAD EXTERIOR (PALETA EN PARTERRE)
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN PALETA PUBLICITARIA
INSTALACIÓN ESPACIO PÚBLICO	ACERA Y/O PARTERRE
HINCADA EN ACERA	SE UBICARÁ A UNA DISTANCIA 0.30 METROS DESDE EL BORDE LATERAL DEL BORDILLO, HASTA EL FILO DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.
HINCADA EN PARTERRE	SE UBICARÁ A UNA DISTANCIA 0.30 METROS DESDE EL BORDE LATERAL DEL PARTERRE, HASTA EL FILO DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.
ANCHO DE ACERA	MÍNIMO 2.50 METROS
ANCHO DE PARTERRE	MÍNIMO 2.00 METROS
DIMENSIONES MÁXIMAS DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	LONGITUD: 1.20 METROS ALTURA: 1.80 METROS
ÁREA (m2) EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2.16 M2
NÚMERO DE CARAS EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2 CARAS
ALTURA DEL SOPORTE	2.00 METROS -CENTRADO A LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA, MEDIDOS DESDE EL NIVEL DE ACERA O PARTERRE HASTA LA BASE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.
RADIO DE ACCIÓN DE COMPETENCIA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA EN ACERA Y/O PARTERRE	A UN RADIO DE 75.00 METROS CON CUALQUIER OTRA PUBLICIDAD EXTERIOR INSTALADA EN EL ESPACIO PÚBLICO
DISTANCIA DEL INICIO DEL PARTERRE	RESPETANDO LA DISTANCIA DE 10.00 METROS DESDE EL BORDE EXTREMO DEL PARTERRE.
OBSERVACIONES	SOLO PUEDEN INSTALARSE EN CALLES O AVENIDAS QUE NO SEAN CORREDORES Y VÍAS COLECTORAS DE TRANSPORTE PÚBLICO DENTRO DEL PERÍMETRO URBANO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN CALLES PROHIBITIVAS Y EN SECTORES REGENERADOS. SE DEJA CONSTANCIA QUE EL ANCHO MÍNIMO DE CIRCULACIÓN PEATONAL SERÁ DE 1.50 METROS MEDIDO DESDE DEL SOPORTE DE LA PUBLICIDAD HASTA LA LÍNEA DE FÁBRICA DEL PREDIO.

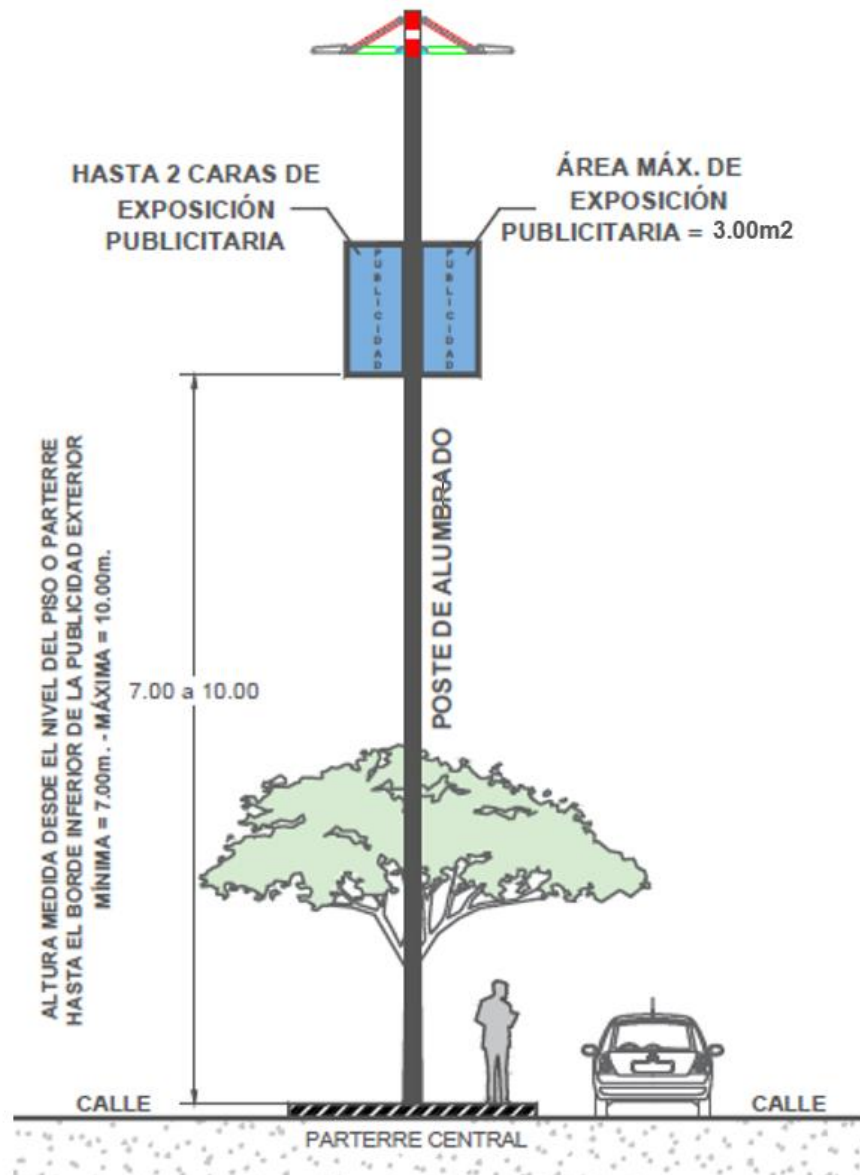
2. VALLA PUBLICITARIA LONAS - PANTALLAS DIGITALES

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN VALLA PUBLICITARIA
INSTALACIÓN EN ESPACIO PÚBLICO	PARTERRE, ISLETAS DE CANALIZACIÓN DE TRÁFICO SIN VEGETACIÓN.
ANCHO DE PARTERRE	MÍNIMO 2.50 METROS
HINCADO EN PARTERRE	SE UBICARÁ A UNA DISTANCIA 1.25 METROS DESDE EL BORDE LATERAL DEL PARTERRE, HASTA EL CENTRO DEL SOPORTE TUBULAR
DIMENSION MÁXIMA DE LONGITUD EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	10.00 METROS
ÁREA (m2) EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	MÁXIMA 40.00M2
Nº DE CARAS EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2 CARAS
ALTURA DEL SOPORTE	8.00 A 12.00 M CENTRADO A LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA, MEDIDOS DESDE EL NIVEL DE PARTERRE HASTA LA BASE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA
ALTURA TOTAL MÁXIMA IMPLANTACIÓN	16.00 METROS
	DEPENDERA DE LA LONGITUD DEL PARTERRE. A UN RADIO DE 100.00 METROS ENTRE VALLAS DE VINILO/LONA U OTROS MATERIALES. A UN RADIO DE 500.00 METROS ENTRE VALLA/PANTALLAS DIGITALES. A UN RADIO DE 100.00 METROS ENTRE VALLAS DE VINILO O LONA Y PANTALLAS DIGITALES. TODAS DEBERAN RESPETAR LA DISTANCIA DE 20.00 METROS DESDE EL BORDE EXTREMO DEL PARTERRE.
OBSERVACIONES	POR LA UBICACIÓN AUTORIZADA DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR, EL PROPIETARIO DE LA PUBLICIDAD A SU COSTO DEBE IMPLEMENTAR LA INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UNA CÁMARA DE VIGILANCIA, EN EL MISMO SITIO O DONDE SE REQUIERA, DE CONFORMIDAD CON EL INFORME TÉCNICO DE LA INSTITUCIÓN COMPETENTE O LA QUE HAGA SUS VECES. LA CÁMARA Y SU INFORMACIÓN SERÁN DE PROPIEDAD DEL GAD MUNICIPAL LOS SOPORTES TUBULARES SERÁN PINTADOS DE COLOR NEGRO MATE ANTICORROSIVO Y DEBEN TENER UNA BASE DE HORMIGÓN, ALREDEDOR DE ESTA, SE DEBERÁ COLOCAR 4 BOLARDOS DE PROTECCIÓN METÁLICOS O DE HORMIGÓN, LOS CUALES SERVIRÁN DE CONTENCIÓN ANTE POSIBLES IMPACTOS. LOS 4 BOLARDOS DE PROTECCIÓN DEBERÁN ESTAR PINTADOS CON PINTURA REFLECTIVA AMARILLA Y NEGRO MATE, A UNA ALTURA DE 1.00 METRO Y A UNA DISTANCIA DE 1.00 M CON RESPECTO A LA BASE TUBULAR. ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR SE PODRÁN INSTALAR EN LOS LUGARES APROBADOS POR ESTA MUNICIPALIDAD. LA INSTALACIÓN DE ELEMENTOS ADICIONALES Y/O ACCESORIOS ESTARÁN REGULADOS POR LAS ORDENANZAS CORRESPONDIENTES EN CADA MATERIA. ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR SE PODRÁ INSTALAR EN CUALQUIER SECTOR DE LA CIUDAD, MENOS EN LAS CALLES O AVENIDAS CONSIDERADAS PROHIBITIVAS NORMADAS EN ESTA ORDENANZA. CUANDO SE INSTALE TROQUELADOS DEBERÁ REALIZAR EL CAMBIO DE DISEÑO, SERÁ SU ÁREA DE EXPOSICIÓN HASTA MÁXIMO UN 25% DEL ÁREA TOTAL DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.

3.BANDERA PUBLICITARIA REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

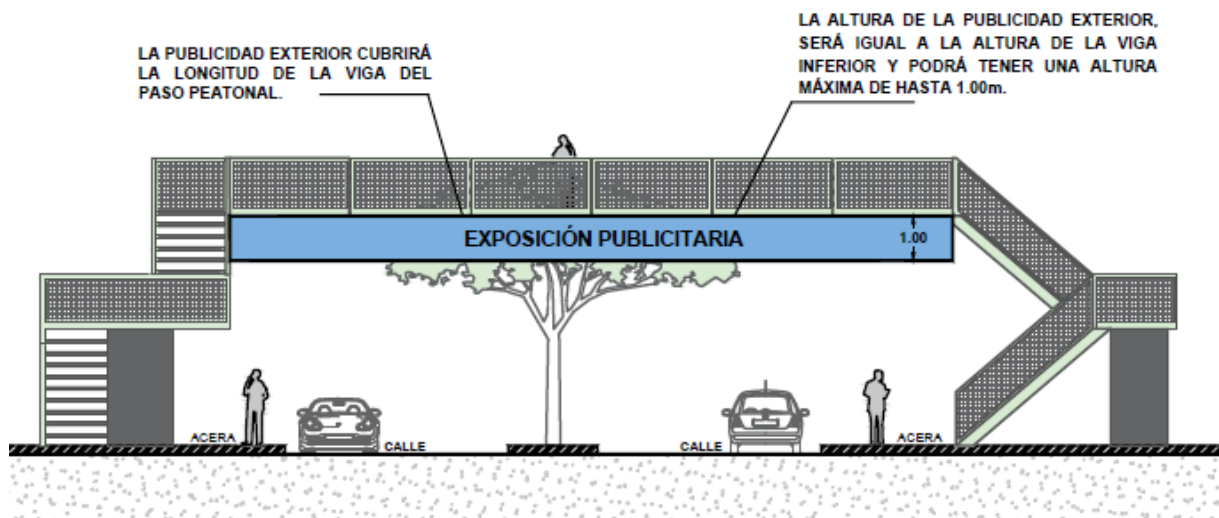


CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN BANDERA PUBLICITARIA
INSTALACIÓN MOBILIARIO URBANO	POSTES DE ALUMBRADO UBICADOS EN ACERA Y/O PARTERRES
ÁREA MÁXIMA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	3.00 M2
No DE CARAS EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2 CARAS Y HASTA 2 PUBLICIDAD EXTERIOR POR POSTE.
UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD	DEBERÁ ESTAR SUJETOS A POSTES DE ALUMBRADO, A UNA ALTURA MÍNIMA DE 7.00 METROS Y MÁXIMA DE 10.00 METROS, MEDIDOS DESDE EL NIVEL DEL PISO O PARTERRE HASTA EL BORDE INFERIOR DE LA PUBLICIDAD. LA PUBLICIDAD SERÁ IMPLEMENTADA DE FORMA ALTERNADA, QUEDANDO UN POSTE DE ALUMBRADO LIBRE.
OBSERVACIONES Y TIEMPO DE EXPOSICIÓN	SÓLO CUANDO SE TRATE DE PROMOCIONAR EVENTOS O LANZAMIENTOS DE PRODUCTOS NUEVOS Y EN AMBOS CASOS BENEFICIOSOS PARA LA CIUDAD, CUYA INSTALACIÓN ES TEMPORAL Y NO PODRÁ DURAR MÁS DE 60 DÍAS. SE SOLICITARÁ AUTORIZACIÓN DE CNEL PARA LA INSTALACIÓN DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR, EN CASO DE QUE LOS POSTES QUE NO SEAN MUNICIPALES. ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR SE PODRÁ INSTALAR EN CUALQUIER SECTOR DE LA CIUDAD, MENOS EN LAS CALLES O AVENIDAS CONSIDERADAS PROHIBITIVAS NORMADAS EN ESTA ORDENANZA.

4. PUBLICIDAD EXTERIOR EN PASOS PEATONALES Y PASOS VEHICULARES

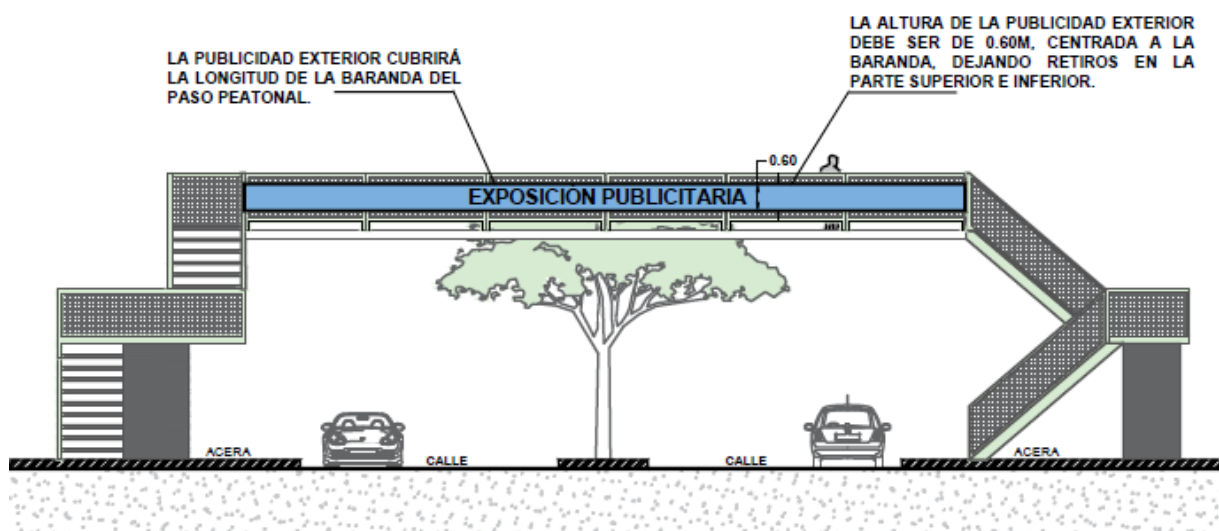
4.1 PUBLICIDAD EXTERIOR EN PASOS PEATONALES CON VIGA INFERIOR

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



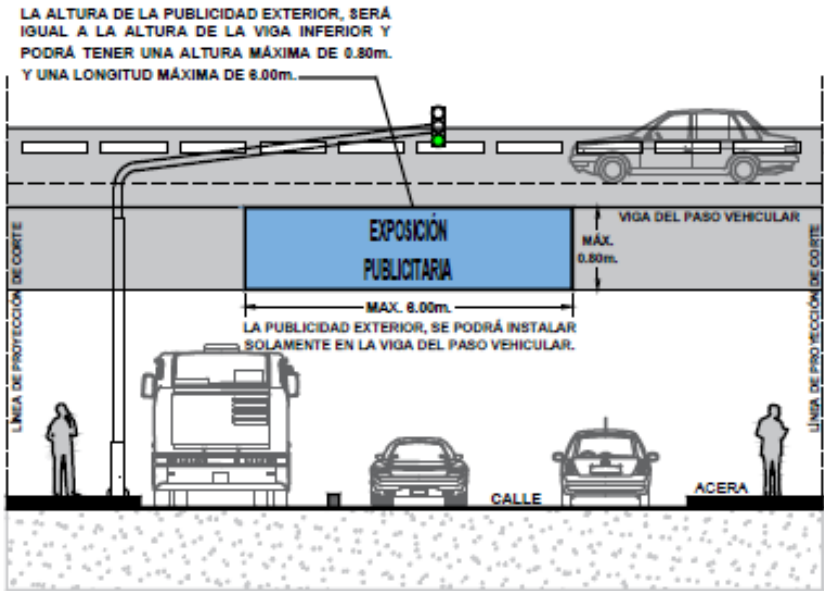
4.2 PUBLICIDAD EXTERIOR EN PASOS PEATONALES CON BARANDA

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



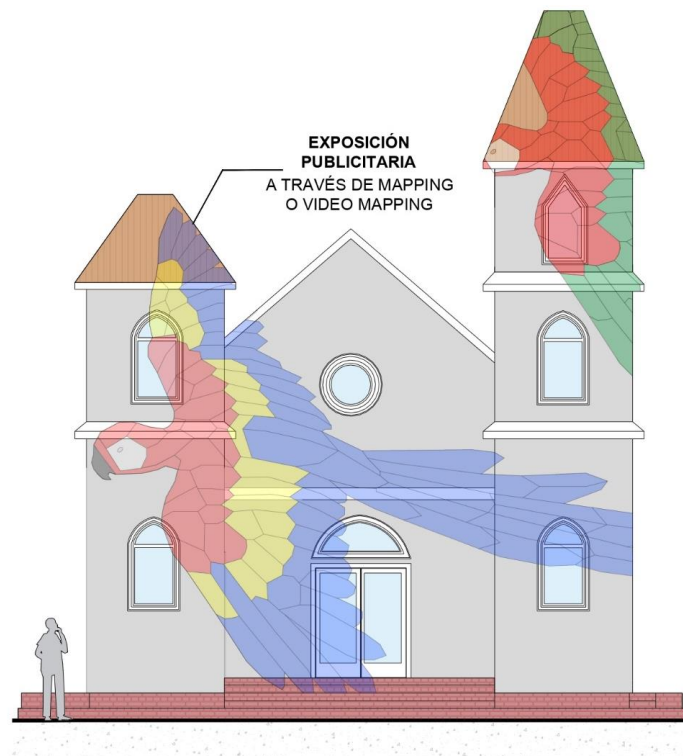
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN PASOS ELEVADOS PEATONALES PÚBLICOS
EXPOSICIÓN PUBLICITARIA EN PASO ELEVADO COMERCIAL	SERÁ EL 50% DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA DEL ÁREA DE CADA FACHADA
DIMENSIONES EXPOSICIÓN PUBLICITARIA EN PASO ELEVADO NO COMERCIAL	LONGITUD: TOTAL DE VIGA INFERIOR O BARANDA ALTURA EN VIGA INFERIOR: HASTA 1.00 M ALTURA EN BARANDA: DE 0.60M CENTRADA A LA BARANDA, DEJANDO RETIROS EN LA PARTE SUPERIOR E INFERIOR POR SEGURIDAD DE PEATÓN.
No DE CARAS EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2 CARAS
DISTANCIA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	A UNA DISTANCIA DE 50.00 METROS CON CUALQUIER OTRA PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIO PÚBLICO.
OBSERVACIONES	PODRÁ COEXISTIR EN CALLES Y AVENIDAS DONDE EXISTA LA INSTALACIÓN DE OTRO TIPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR NORMADO EN ESTA ORDENANZA. DEBERÁ CONTAR CON LOS RESPECTIVOS INFORMES TÉCNICOS DE LA DIRECCIÓN DE OBRAS PÚBLICAS MUNICIPAL Y AGENCIA DE TRÁNSITO MUNICIPAL, EP O QUIEN CUMPLA SUS FUNCIONES, EN LO RELACIONADO AL ANCLAJE Y LA OBSTRUCCIÓN O AFECTACIÓN DE SEÑALES DE TRÁNSITO PARA LA INSTALACIÓN DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR.

5. PUBLICIDAD EXTERIOR EN PASOS ELEVADOS VEHICULARES CON VIGA INFERIOR.
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



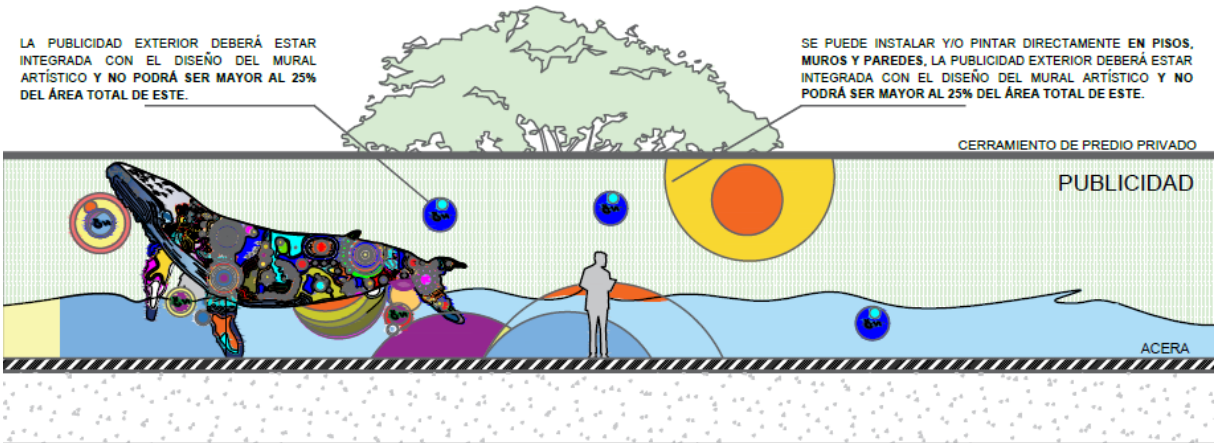
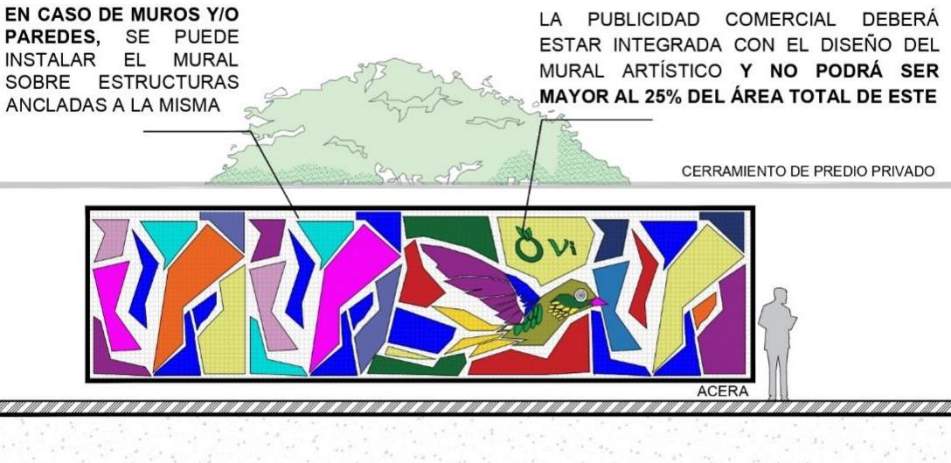
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN PASOS ELEVADOS VEHICULARES
ALTURA MÁXIMA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	EN VIGA INFERIOR DEL PASO ELEVADO VEHICULAR MÁXIMO 0.80 METROS.
ÁREA MÁXIMA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	6.00 M2
No DE CARAS EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2 CARAS
DISTANCIA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	A UNA DISTANCIA DE 40.00 METROS CON CUALQUIER OTRA PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIO PÚBLICO.
OBSERVACIONES	PODRÁ COEXISTIR EN CALLES Y AVENIDAS DONDE EXISTA LA INSTALACIÓN DE OTRO TIPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR NORMADO EN ESTA ORDENANZA. ESTE TIPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR PODRÁ SER INSTALADA SIEMPRE Y CUANDO NO EXISTAN LETREROS DE SEÑALIZACIÓN VIAL DE DESTINO NI SEMÁFOROS VEHICULARES. DEBERÁ CONTAR CON LOS RESPECTIVOS INFORMES TÉCNICOS DE LA DIRECCIÓN DE OBRAS PÚBLICAS MUNICIPAL Y AGENCIA DE TRÁNSITO MUNICIPAL, EP O QUIEN CUMPLA SUS FUNCIONES, EN LO RELACIONADO AL ANCLAJE Y LA OBSTRUCCIÓN O AFECTACIÓN DE SEÑALES DE TRÁNSITO PARA LA INSTALACIÓN DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR.

**6. PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MAPPING O VIDEO MAPPING.
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:**



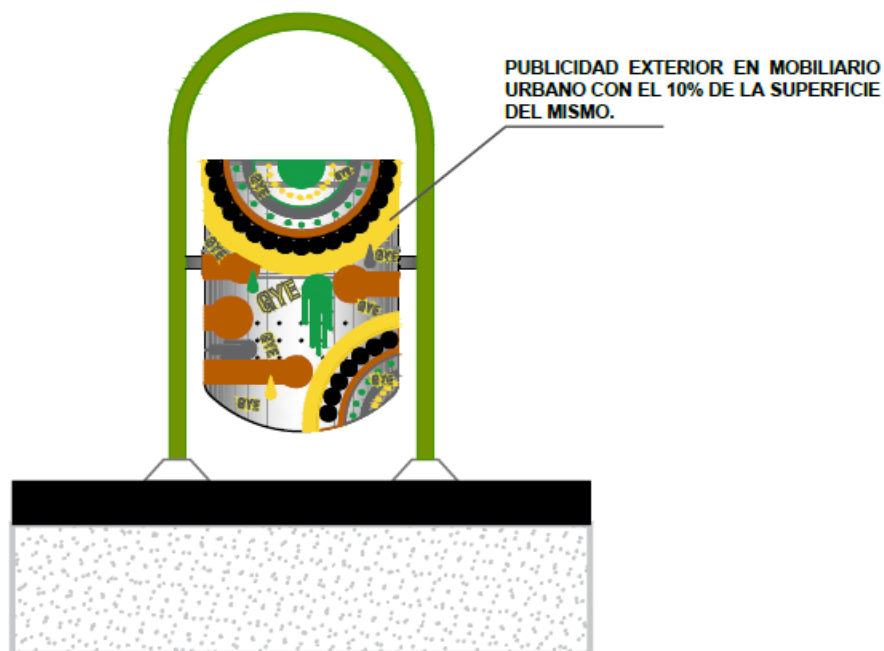
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MAPPING O VIDEO MAPPING
INSTALACIÓN DE MAPPING O VIDEO MAPPING	SE PUEDE INSTALAR Y/O PROYECTAR DESDE PARQUES, PLAZAS, ÁREAS VERDES, Y PREDIOS PRIVADOS CON LA AUTORIZACIÓN DE SU TITULAR. LA PUBLICIDAD NO PODRÁ PROYECTARSE DESDE CALLES O AVENIDAS CON EXCEPCIÓN DE EVENTOS AUTORIZADOS.
EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	PODRÁ SER PROYECTADO SOBRE FACHADAS DE EDIFICACIONES, SUPERFICIES REALES, O CUALQUIER OBJETO FÍSICO CON LA AUTORIZACIÓN CORRESPONDIENTE.
ÁREA DE EXPOSICIÓN	ÁREA TOTAL DE PROYECCIÓN

7. PUBLICIDAD CON MURALES ARTÍSTICOS
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



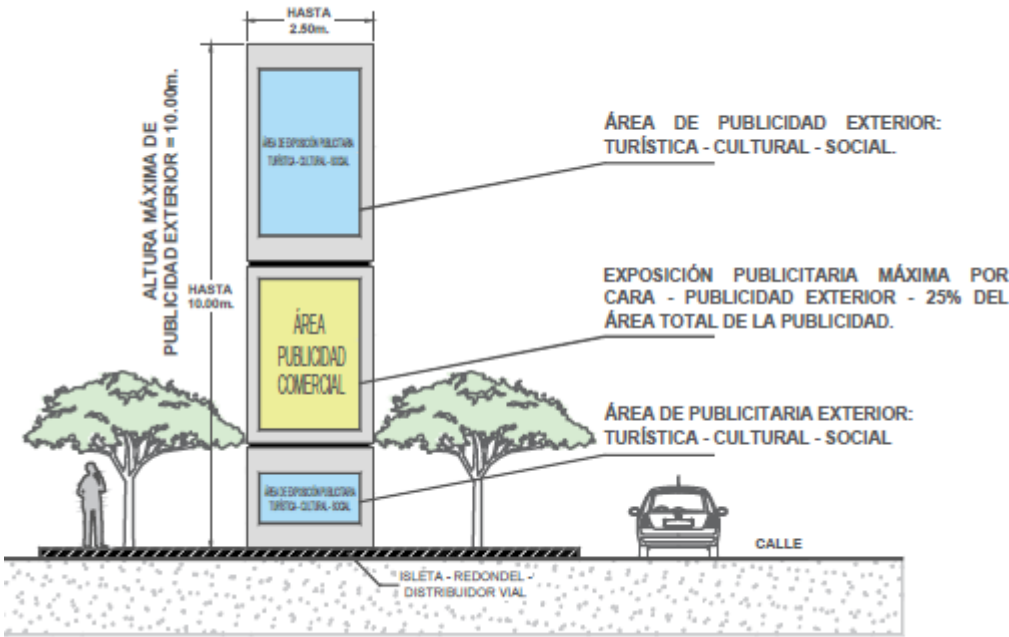
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PUBLICIDAD CON MURALES ARTÍSTICOS.
IMPLEMENTACIÓN Y/O INSTALACIÓN DE MURALES ARTÍSTICOS	SE PUEDE INSTALAR Y/O PINTAR DIRECTAMENTE EN PISOS, MUROS Y PAREDES. SOLO EN CASO DE LOS MUROS Y/O PAREDES, SE PUEDEN INSTALAR SOBRE ESTRUCTURAS ANCLADAS A LAS MISMAS.
ÁREA DE EXPOSICIÓN	NO PODRÁ SER MAYOR AL 25% DEL ÁREA TOTAL DEL MURAL ARTÍSTICO, ASÍ COMO TAMBIÉN DEBE FORMAR PARTE Y ESTAR INTEGRADA A ESTE. EN EL CASO DE CRUCES PEATONALES NO PODRÁ SER MAYOR AL 10% DEL MURAL

8. PUBLICIDAD EXPUESTA EN MOBILIARIO URBANO
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



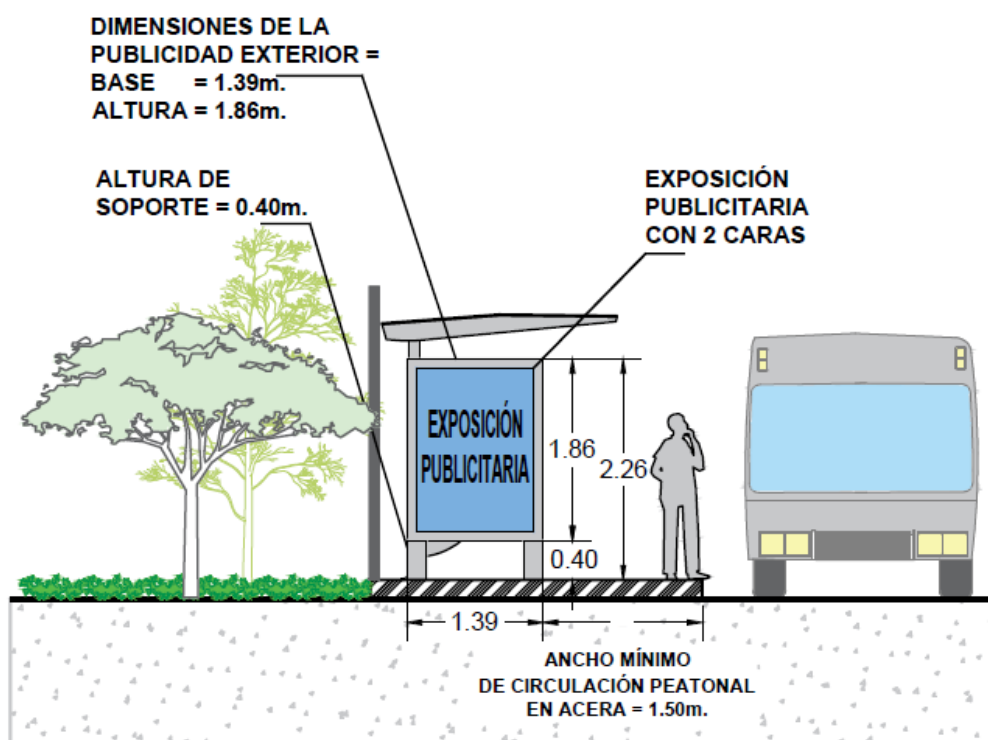
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PUBLICIDAD EXPUESTA EN MOBILIARIO URBANO
UBICACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO	BANCAS, TACHOS, ETC.
PORCENTAJE DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	NO PODRÁ SER MAYOR AL 10% DEL ÁREA TOTAL DEL MOBILIARIO URBANO DONDE SE INSTALE.

9. PUBLICIDAD EXPUESTA EN TÓTEM
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	TÓTEM
INSTALACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO	EN ISLETAS, REDONDELES, DISTRIBUIDORES DE TRÁFICO SIN AFECTAR VEGETACIÓN (BAJA, MEDIA O ALTA). DE EXISTIR MONUMENTOS ALREDEDOR LA PUBLICIDAD EXTERIOR NO DEBERÁ OCULTAR LA VISIBILIDAD DE EXHIBICIÓN.
EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	LONGITUD: HASTA 2.50M ALTURA: HASTA 10.00M
DISTANCIA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	A UN RADIO DE 80.00 METROS CON CUALQUIER OTRA PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIO PÚBLICO.
PORCENTAJE DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	25% COMERCIAL 75% CULTURAL, TURÍSTICA, SOCIAL DE LA CIUDAD Y/O MUNICIPAL
No DE CARAS	DE DOS O MÁS CARAS

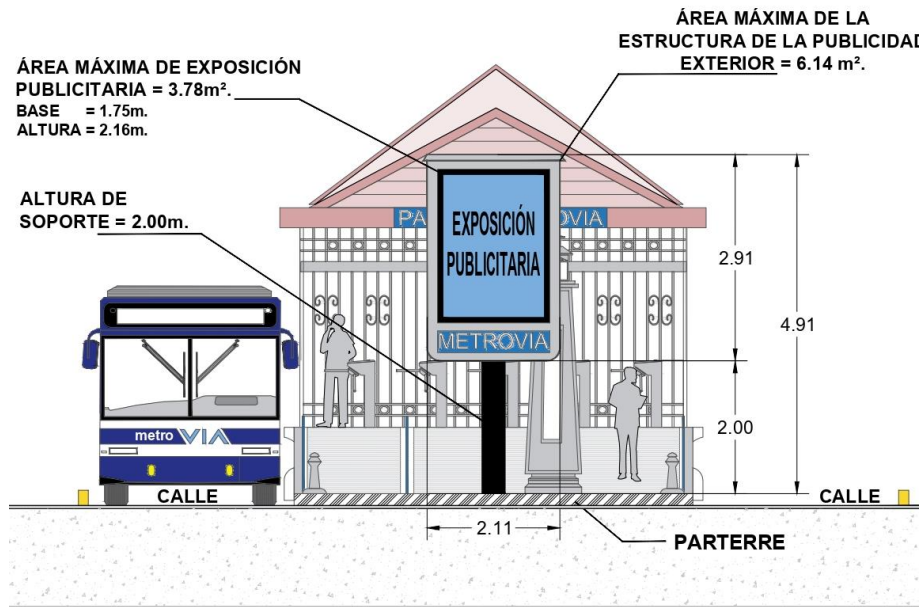
**10. MOBILIARIO URBANO PARA PUNTOS DE INFORMACIÓN -MUPI
EN PARADERO DE BUSES.
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:**



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	MOBILIARIO URBANO PARA PUNTOS DE INFORMACIÓN -MUPI EN PARADERO DE BUSES URBANOS
UBICACIÓN EN ESPACIO PÚBLICO	EN ACERA, PARTERRES Y/O ISLETAS DE LOS CORREDORES VIALES DE BUSES, EN EL ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA PRESENTE ORDENANZA
OBSERVACIÓN	LA INSTALACIÓN DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR SE REGISTRARÁ DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN URBANA, PROYECTOS Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL (DUPOT).

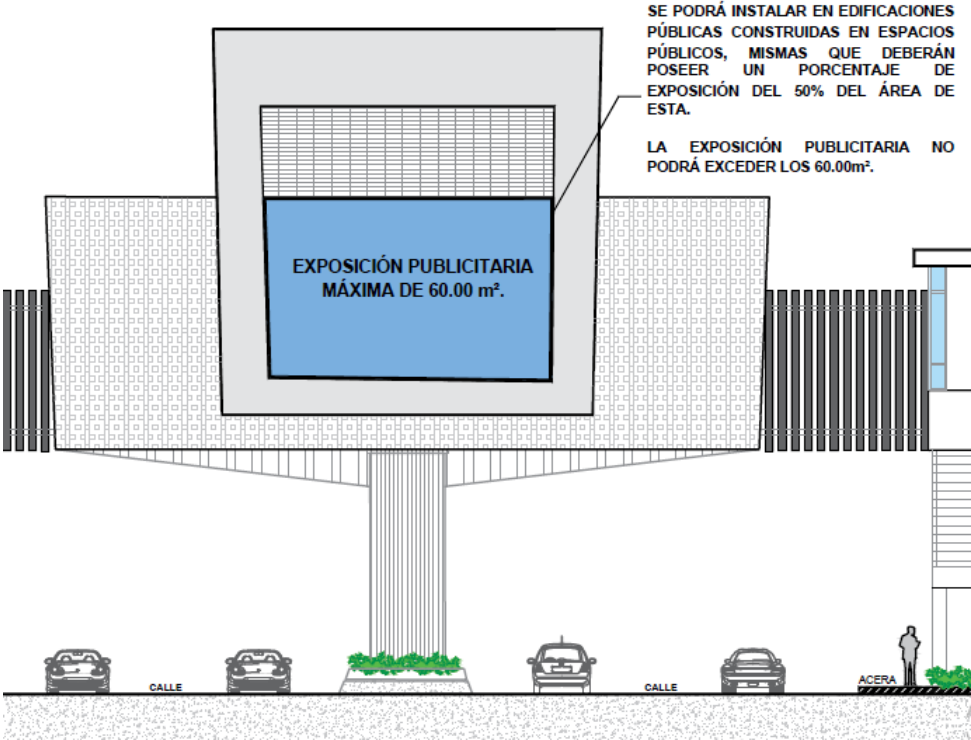
11. SISTEMA ESPECIAL DE INFORMACIÓN FIJA, SINCRONIZADA (SCROLLING) Y/O LED UBICADA EN LAS TERMINALES DE LA METROVÍA O EN LAS ÁREAS DE INFLUENCIA DE LAS PARADAS.

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	SISTEMA ESPECIAL DE INFORMACIÓN FIJA, SINCRONIZADA (SCROLLING) Y/O LED
UBICACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO	TERMINALES DE LA METROVÍA O EN ÁREAS DE INFLUENCIA DE LAS PARADAS.
ÁREA DE ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR	HASTA 6.20 M2.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	MÁXIMA DE 3.80 M2
No DE CARAS	2 CARAS PODRÁN SER MIXTAS (FIJA, SCROLLING Y/O LED) O DEL MISMO SISTEMA EN AMBAS CARAS
ALTURA DE SOPORTE	2.00 METROS, MEDIDOS DESDE EL NIVEL DEL PISO HASTA LA BASE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.
OBSERVACIONES	PODRÁ COEXISTIR EN CALLES Y AVENIDAS DONDE EXISTAN OTRO TIPO DE PUBLICIDAD NORMADA EN ESTA ORDENANZA.

12. PUBLICIDAD EXTERIOR EXPUESTA EN EDIFICACIONES PÚBLICAS CONSTRUIDAS EN ESPACIO PÚBLICO.
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PANTALLA DIGITAL
EN EDIFICACIONES DE USO	EN EDIFICACIONES PÚBLICAS CONSTRUIDAS EN ESPACIO PÚBLICO
UBICACIÓN Y PORCENTAJE DE PUBLICIDAD PERMITIDA EN FACHADA DE EDIFICACIONES	TENDRÁ UN PORCENTAJE DE EXPOSICIÓN DEL 50% DEL ÁREA DE LA FACHADA DONDE SE UBIQUE, NO PODRÁ EXCEDER 60.00 METROS CUADRADOS. EXCEPCIONALMENTE SE INSTALARÁ SOBRE VENTANAS O FACHADAS DE VIDRIO (CURTAIN WALL) CUANDO EL TIPO DE TECNOLOGÍA DE LA PANTALLA DIGITAL SEA TRANSPARENTE O DE CUALQUIER OTRO SISTEMA EL CUAL NO DEBE AFECTAR EL DERECHO DE VISTA.
OBSERVACIONES	EL SISTEMA DE SUJECCIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR NO DEBE AFECTAR LA ESTABILIDAD DE LA EDIFICACIÓN, Y NO DEBE EXCEDER LA ALTURA DE LAS EDIFICACIONES DEL SECTOR.

CAPÍTULO VI

PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL DE LAS CARACTERÍSTICAS, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CONDICIONES DE INSTALACIÓN EN PROPIEDAD PRIVADA

Artículo 14.- DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL EN PROPIEDAD PRIVADA. -

DE LAS PUBLICIDADES EXTERIORES IDENTIFICATIVAS:

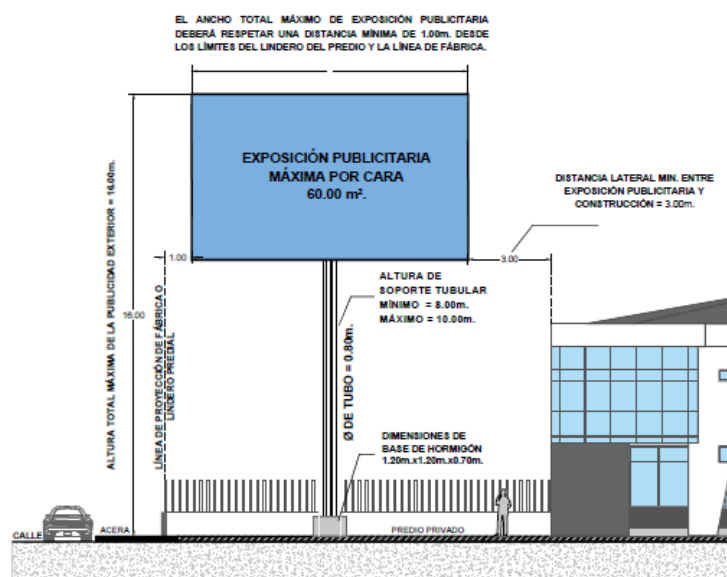
Son publicidades exteriores identificativas y/o aquellas que pueden contener marcas o productos que comercializa la empresa o local, las mismas que podrán ser conformadas por cajas de luces (panaflex), letras o logotipos corpóreos y demás publicidades con características similares a las mencionadas, instalados en las superficies físicas de las edificaciones o predios que cuenten o no con soportales normados en esta Ordenanza.

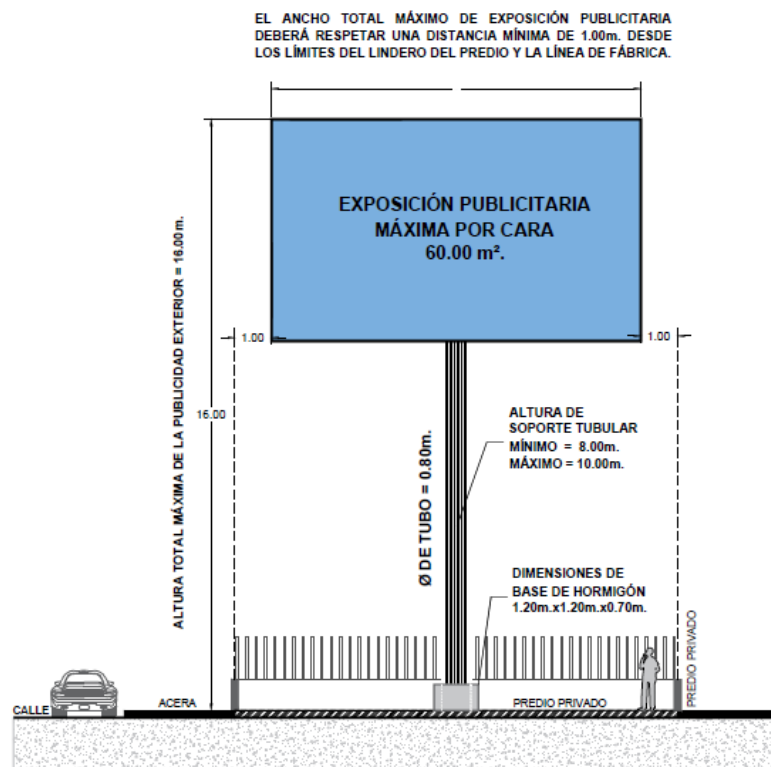
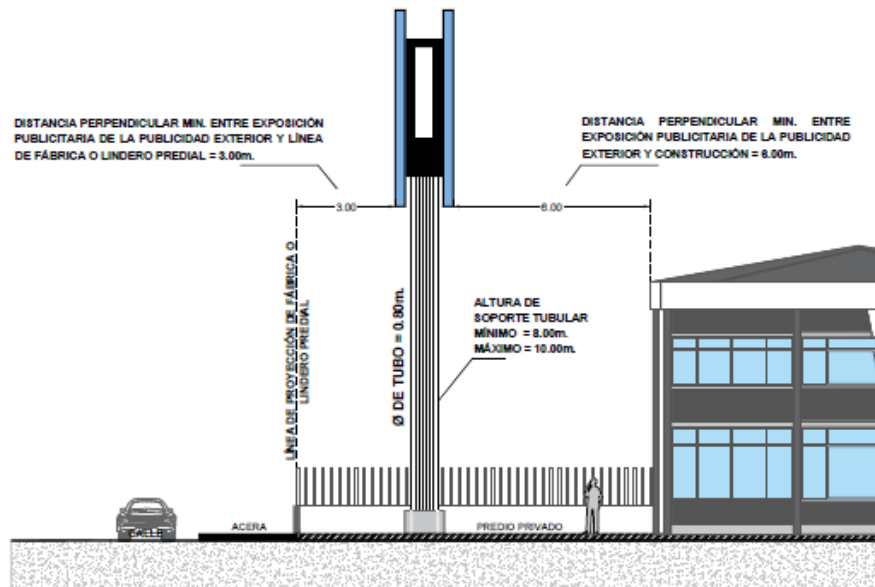
En las edificaciones de uso comercial, industrial e institucional su catastro deberá contar con el uso correspondiente actualizado.

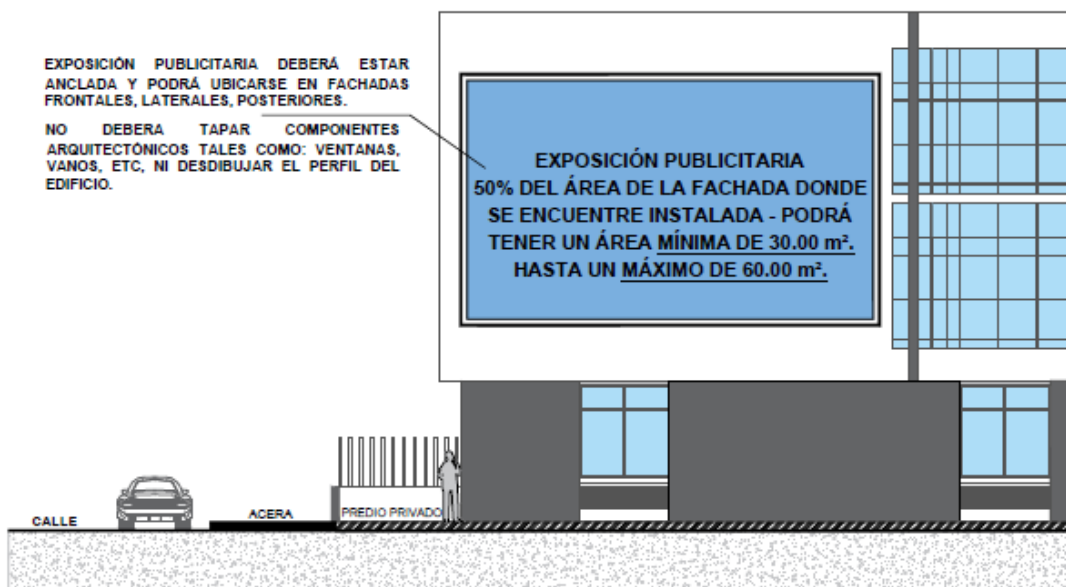
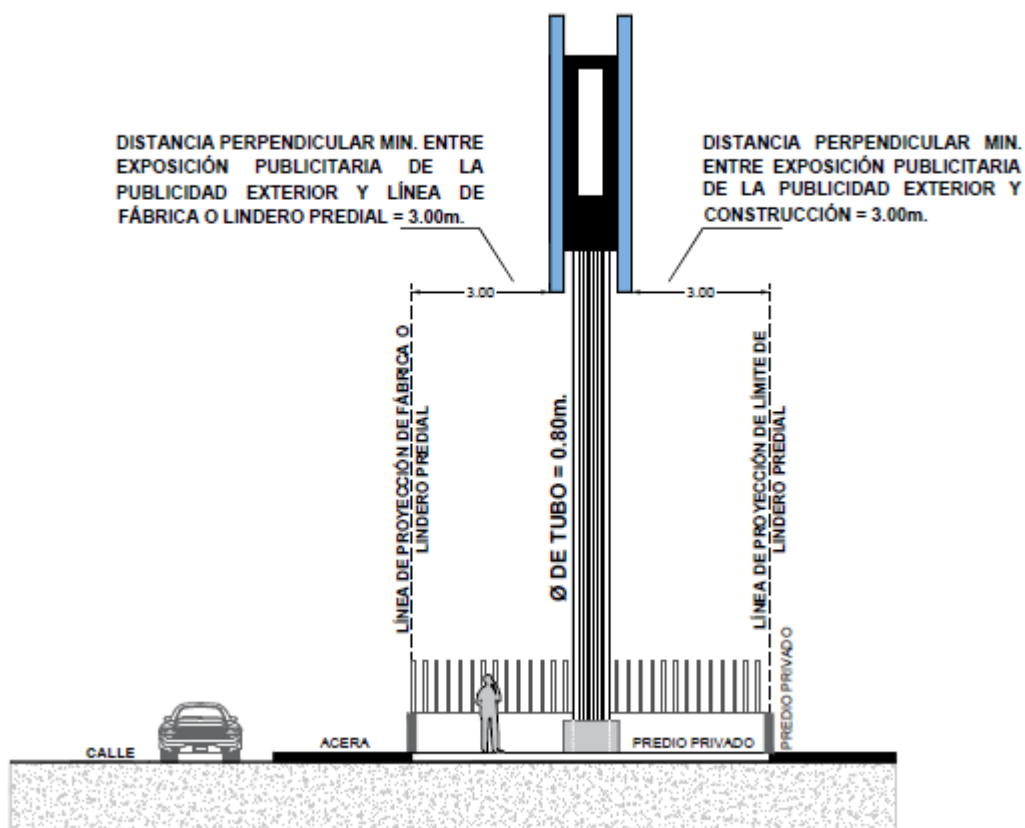
En las edificaciones de uso residencial para la instalación de una publicidad exterior se deberá cumplir con lo establecido en la presente Ordenanza.

DE LAS PUBLICIDADES EXTERIORES COMERCIALES:

Publicidad exterior es la forma de comunicación cuya finalidad es promover la contratación sobre bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado.

1. VALLA PUBLICITARIA - LONA /PANTALLAS DIGITALES
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



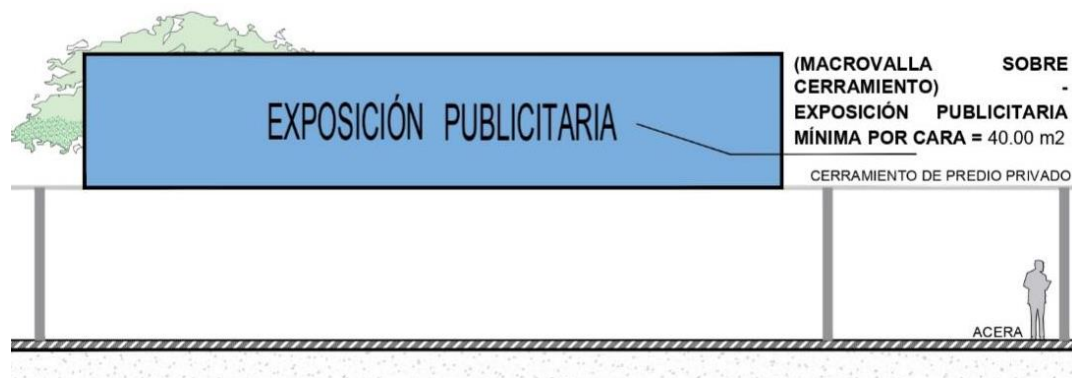
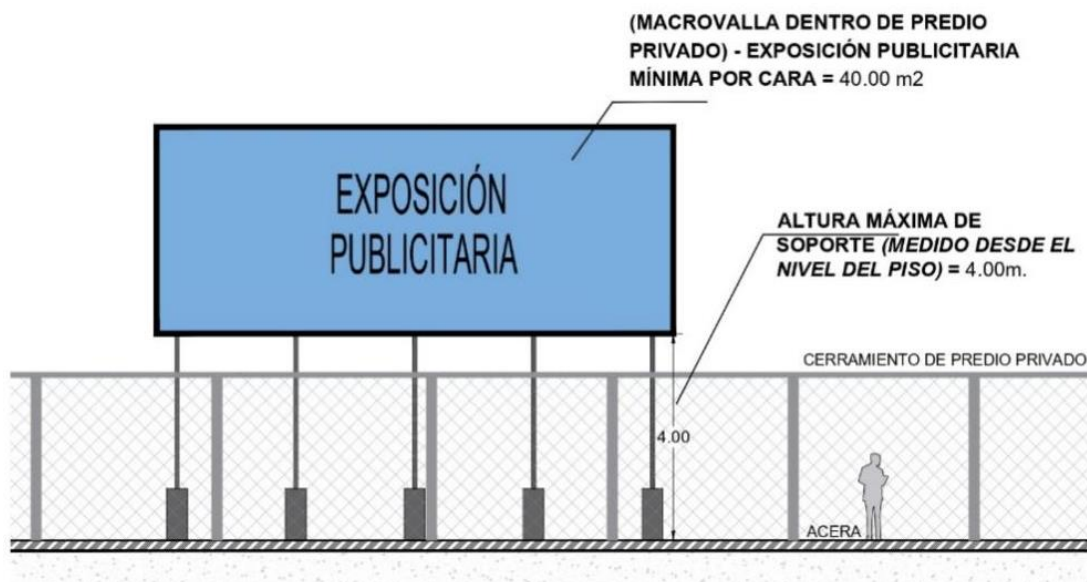
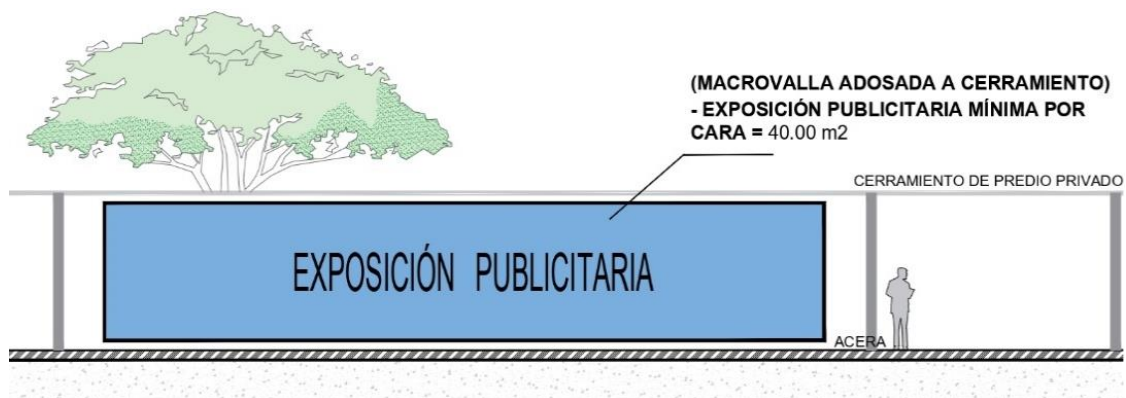


CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	VALLA PUBLICITARIA
UBICACIÓN EN PROPIEDAD PRIVADA	ANCLADAS Y/O CON SOPORTE TUBULAR EN RETIROS DE LAS EDIFICACIONES Y EN SOLARES VACÍO.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	(LONA Y/O MATERIAL SIMILAR)-ANCLADA CUANDO SEA ANCLADA A LAS FACHADAS DE EDIFICACIONES, EL ÁREA MÁXIMA DE 60.00 M2, NO DEBE EXCEDER EL 25% DE LA SUPERFICIE TOTAL DONDE SE INSTALE, CON UN SISTEMA DE SUJECCIÓN QUE NO AFECTE LA ESTABILIDAD DE LA EDIFICACIÓN. (PANTALLA DIGITAL)-ANCLADA CUANDO SEAN ANCLADAS SE PODRÁ INSTALAR EN LAS FACHADAS, EN LOS ANTEPECHOS, REMATES Y MARQUESINAS DE LAS EDIFICACIONES EN UN PORCENTAJE DE EXPOSICIÓN DEL 50% DEL ÁREA DONDE SE INSTALE, NO PODRÁ EXCEDER 60.00 M2, CON UN SISTEMA DE SUJECCIÓN QUE NO AFECTE LA ESTABILIDAD DE LA EDIFICACIÓN. PARA LOS DOS CASOS CUANDO ES CON SOPORTE TUBULAR EN SOLAR VACÍO: CUANDO SE INSTALE PERPENDICULAR A LA LÍNEA DE FÁBRICA DEBERÁ TENER UNA DISTANCIA NO MENOR DE 1.00 METRO ENTRE LA LÍNEA DE FÁBRICA HASTA EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA, ASÍ COMO TAMBIÉN DESDE EL LINDERO POSTERIOR, HASTA EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. EN RELACIÓN CON LOS LINDEROS LATERALES LA DISTANCIA SERÁ DE 3.00 METROS CON RESPECTO A LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. CUANDO SE INSTALE PARALELA A LA LÍNEA DE FÁBRICA DEBE TENER UNA DISTANCIA NO MENOR DE 3.00 METROS ENTRE LA LÍNEA DE FÁBRICA HASTA EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA, ASÍ COMO TAMBIÉN DESDE EL LINDERO POSTERIOR HASTA EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. EN RELACIÓN CON LOS LINDEROS LATERALES LA DISTANCIA SERÁ DE 1.00 METRO CON RESPECTO A LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. PARA LOS DOS CASOS CUANDO ES CON SOPORTE TUBULAR EN SOLAR CON EDIFICACIÓN: CUANDO SE INSTALE PERPENDICULAR A LA LÍNEA DE FÁBRICA DEBERÁ TENER UNA DISTANCIA NO MENOR DE 1.00 METRO ENTRE LA LÍNEA DE FÁBRICA HASTA EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA Y UNA DISTANCIA DE 3.00M. EN RELACIÓN CON LA EDIFICACIÓN Y EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. EN RELACIÓN CON LOS LINDEROS LATERALES LA DISTANCIA SERÁ DE 3.00 METROS CON RESPECTO A LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. CUANDO SE INSTALE PARALELA A LA LÍNEA DE FÁBRICA DEBERÁ TENER UNA DISTANCIA NO MENOR DE 3.00 METRO ENTRE LA LÍNEA DE FÁBRICA HASTA EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA Y UNA DISTANCIA DE 6.00M. EN RELACIÓN CON LA EDIFICACIÓN Y EL BORDE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. EN RELACIÓN CON LOS LINDEROS LATERALES LA DISTANCIA SERÁ DE 1.00 METRO CON RESPECTO A LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.

	ESTAS PUBLICIDADES EXTERIORES SE PODRÁN INSTALAR EN CUALQUIER SECTOR DE LA CIUDAD, MENOS EN LAS CALLES O AVENIDAS CONSIDERADAS PROHIBITIVAS NORMADAS EN ESTA ORDENANZA. EN LOS CASOS DONDE SE REALICEN PROYECTOS MUNICIPALES Y SE DETERMINE LA NECESIDAD DE INSTALARLAS PODRÁN TENER MAYORES DIMENSIONES.
IMPLANTACIÓN	A UN RADIO DE 100.00 METROS ENTRE VALLAS DE VINILO/LONA U OTROS MATERIALES. A UN RADIO DE 500.00 METROS ENTRE VALLA/PANTALLAS DIGITALES. A UN RADIO DE 100.00 METROS ENTRE VALLAS DE VINILO O LONA Y PANTALLAS DIGITALES.
No DE CARAS	1 CARA (ANCLADA) 2 CARAS (CON SOPORTE)
ALTURA DE SOPORTE	8.00 METROS MÍNIMO A 10.00 METROS MÁXIMO MEDIDOS DESDE EL NIVEL DEL SUELO HASTA LA BASE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA. ALTURA TOTAL: MÁXIMA DE 16.00 METROS, PERO NO PODRÁ EXCEDER EL LÍMITE ESTABLECIDO EN LAS NORMAS DE EDIFICACIÓN DEL SECTOR. CUANDO SE INSTALE TROQUELADOS DEBERÁ REALIZAR EL CAMBIO DE DISEÑO, SERÁ SU ÁREA DE EXPOSICIÓN HASTA MÁXIMO UN 25% DEL ÁREA TOTAL DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.

2. MACROVALLA

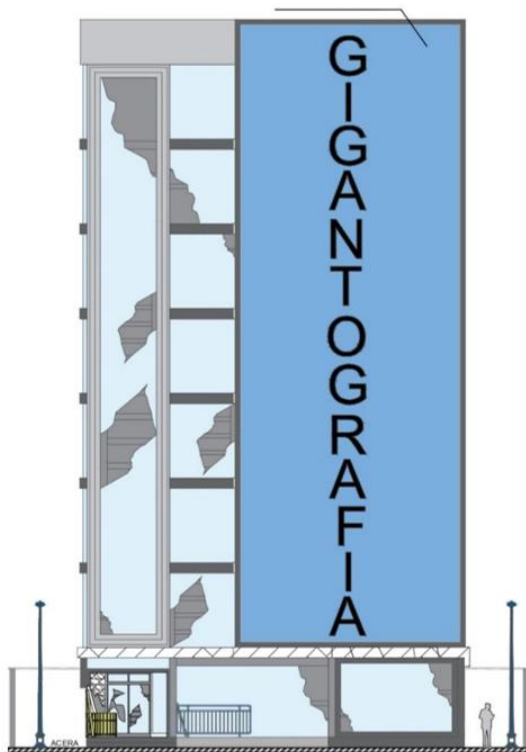
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	MACROVALLA PUBLICITARIA
UBICADAS EN PREDIOS	SE INSTALARÁN FUERA DEL LÍMITE URBANO DE LA CIUDAD Y DE LAS CABECERAS PARROQUIALES, CUANDO SU EXPOSICIÓN PUBLICITARIA SEA DE CARÁCTER COMERCIAL, EXCEPCIONALMENTE SE PODRÁ ADMITIR SU INSTALACIÓN EN TERRENOS, DENTRO DE LA CIUDAD Y SU ÁREA DE EXPANSIÓN CUANDO SE PRETENDA DESARROLLAR COMPLEJOS HABITACIONALES, COMERCIALES, TURÍSTICOS O DE OFICINAS, ASÍ COMO TAMBIÉN LAS ACTIVIDADES QUE FUNCIONARÍAN EN LAS EDIFICACIONES CONTADO CON EL DEBIDO ANTEPROYECTO APROBADO POR LA DIRECCIÓN MUNICIPAL PERTINENTE.
UBICACIÓN EN PROPIEDAD PRIVADA	ANCLADAS A CERRAMIENTOS. CON UNO O VARIOS SOPORTES (DE ACUERDO CON LAS DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR) CUANDO SE INSTALE SOBRE EL CERRAMIENTO O DENTRO DEL SOLAR.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	MÍNIMA DE 40.00 M2
Nº DE CARAS	MÁXIMO 2 CARAS
ALTURA DE SOPORTE	A UNA ALTURA MÁXIMA DE 4.00 METROS, MEDIDOS DESDE EL NIVEL SUELO HASTA LA BASE DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR, CUANDO ES CON SOPORTES.
OBSERVACIONES	PUBLICIDAD TEMPORAL HASTA QUE DURE EL PROCESO CONSTRUCTIVO DEL PROYECTO EN CASO DE QUE SE CONSTRUYA EN LA CIUDAD.

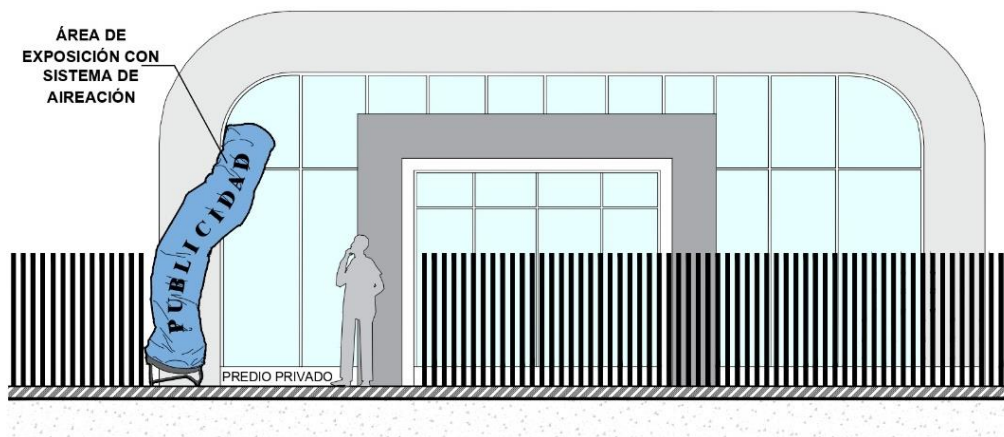
3. GIGANTOGRAFÍA**REPRESENTACIÓN GRÁFICA:**

SE INSTALARÁN EN LAS FACHADAS DE EDIFICACIONES HABITADAS SIN OCULTAR COMPONENTES ARQUITECTÓNICOS. DE IGUAL MANERA SE PODRÁN INSTALAR EN EDIFICIOS EN PROCESO CONSTRUCTIVO Y ABANDONADOS, PREVIO AL SELLADO O TAPIADO DE LOS INGRESOS, VANOS O ACCESOS POSIBLES A FIN DE EVITAR EL MAL USO DE ESTE.



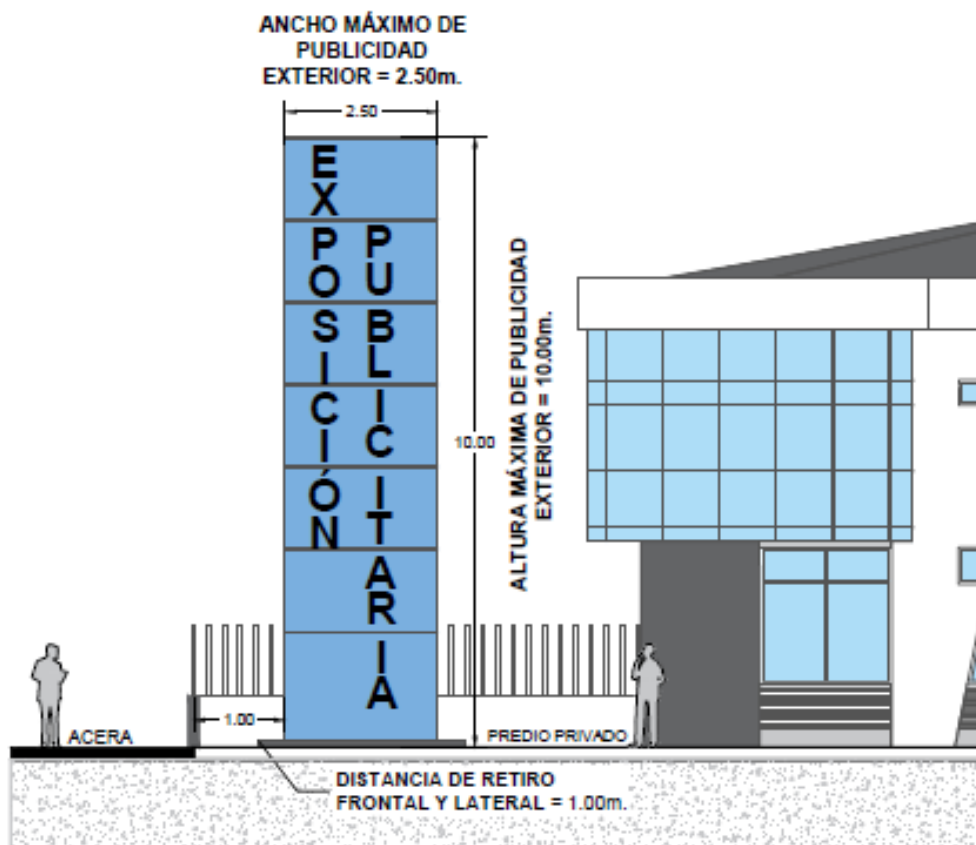
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	GIGANTOGRAFÍA PUBLICITARIA
UBICADAS EN EDIFICACIONES	SE INSTALARÁN EN LAS FACHADAS DE EDIFICACIONES HABITADAS SIN OCULTAR COMPONENTES ARQUITECTÓNICOS. DE IGUAL MANERA SE PODRÁN INSTALAR EN EDIFICIOS EN PROCESO CONSTRUCTIVO Y ABANDONADOS, PREVIO AL SELLADO O TAPIADO DE LOS INGRESOS, VANOS O ACCESOS POSIBLES A FIN DE EVITAR EL MAL USO DE ESTE.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	SERÁ DETERMINADA POR LAS DIMENSIONES DE LAS FACHADAS DONDE SE INSTALE EL PROYECTO.
Nº DE CARAS	1 CARA
OBSERVACIONES	SE PUEDEN FABRICAR EN TELA, PLÁSTICOS O MATERIALES SINTÉTICOS, QUE DEBEN SER TRASLÚCIDOS Y PERMITIR LA VISIBILIDAD DESDE EL INTERIOR.

4. PUBLICIDAD EXTERIOR EN SISTEMA DE AIREACIÓN REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



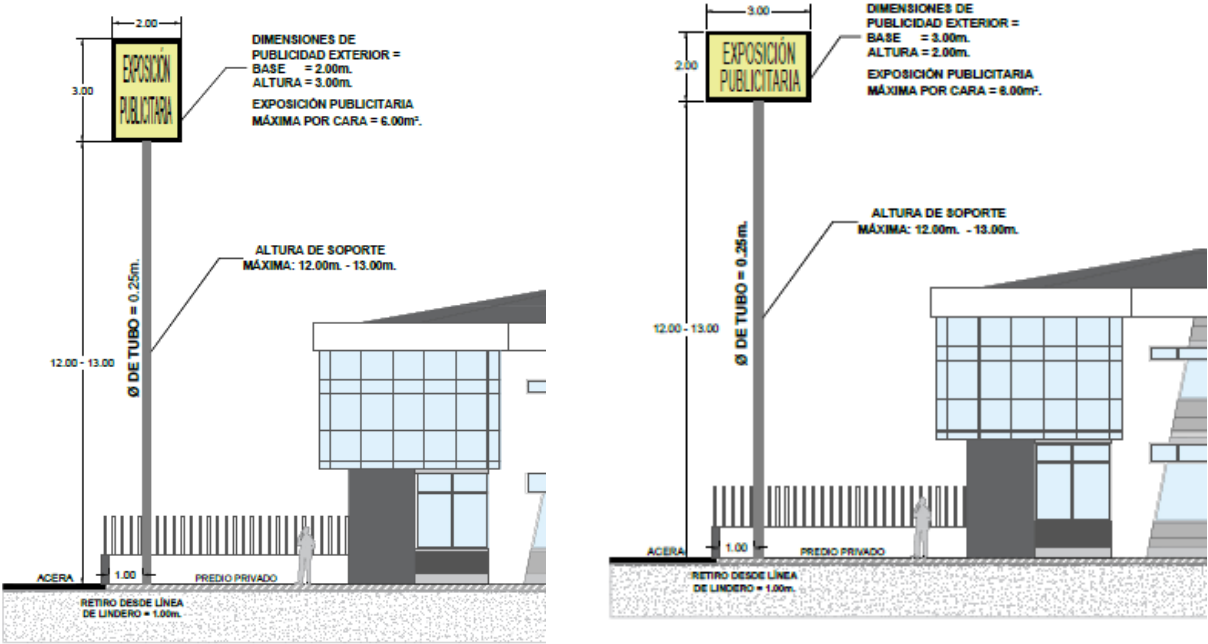
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	SISTEMA DE AIREACIÓN PUBLICITARIA PUEDEN ADOPTAR DIFERENTES FORMAS.
UBICADAS EN EDIFICACIONES	EN LOS RETIROS DE LOS PREDIOS PRIVADOS O EN SOLARES VACÍOS CON CONSENTIMIENTO DE LOS PROPIETARIOS.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	SERÁ DETERMINADA POR LAS DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR QUE SE INSTALE, DEPENDERÁ DE LA FORMA.
No DE CARAS	DE UNA O VARIAS CARAS
OBSERVACIONES	DEBEN TENER MECANISMOS DE SUJECCIÓN QUE EVITEN MOVIMIENTOS OSCILATORIOS QUE PUEDA AFECTAR A PERSONAS, BIENES PÚBLICOS O PRIVADOS EN SU ENTORNO Y NO SE PODRÁN LLENAR DE GASES INFLAMABLES, CONTAMINANTES O NOCIVOS.

**5. PUBLICIDAD EXTERIOR EXPUESTA EN TÓTEM
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:**



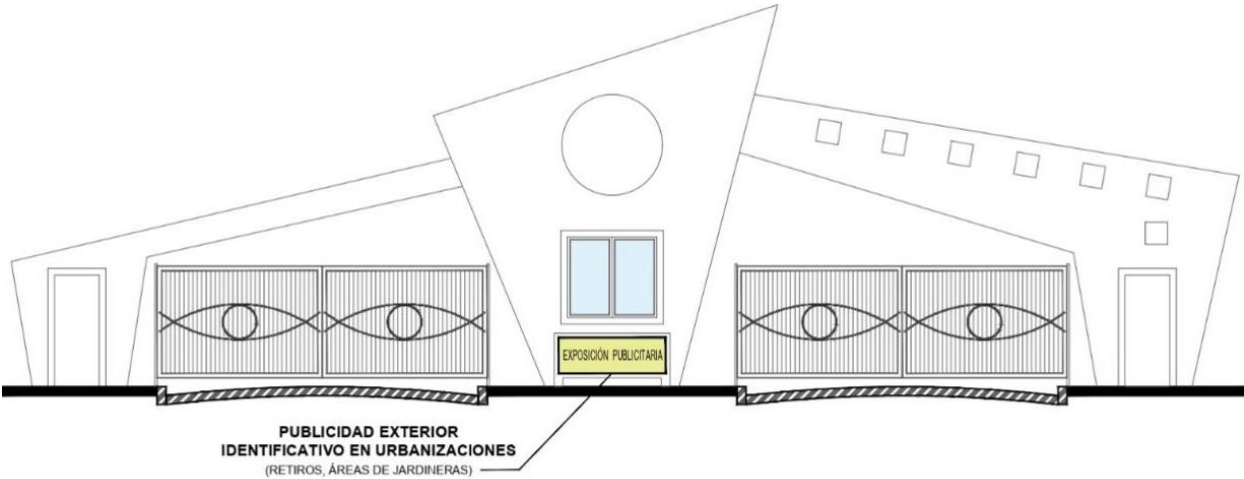
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	TÓTEM
UBICADAS EN EDIFICACIONES	RETIROS DE LOS PREDIOS PRIVADOS O EN SOLARES VACÍOS CON CONSENTIMIENTO DE LOS PROPIETARIOS.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	PODRÁN SER TIPO LONA O DE CUALQUIER OTRO MATERIAL Y/O COMBINADA INCORPORANDO EN EL ÁREA DE EXPOSICIÓN UNA PANTALLA DIGITAL LONGITUD: HASTA 2.50 METROS ALTURA: HASTA 10.00 METROS
Nº DE CARAS	DE UNA O VARIAS CARAS
OBSERVACIONES	ESTRUCTURA DE UN SOLO CUERPO PODRÁ ESTAR CONFORMADA DE UN DIRECTORIO MÚLTIPLE O PUBLICIDAD IDENTIFICATIVA. ESTA PUBLICIDAD NO DEBE AFECTAR EL REGISTRO DE VISTA DEL PREDIO CONTIGUO NI EL DE LA EDIFICACIÓN. DE EXISTIR ESTABLECIMIENTOS O INDUSTRIAS CON CERRAMIENTOS NO TRANSPARENTES, SE CONSIDERARÁ, COMO CASO DE EXCEPCIÓN, TOMAR LAS DIMENSIONES VISIBLES, ES DECIR, LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA, DESDE EL BORDE SUPERIOR DEL CERRAMIENTO. SE RESPETARÁ UN RETIRO MÍNIMO DE 1.00 METRO DESDE LA LÍNEA DE FÁBRICA Y LINDEROS DEL PREDIO, SI FUERA EL CASO. SE AUTORIZARÁ UNA PUBLICIDAD EXTERIOR DE ESTE TIPO POR PREDIO, EXCEPTO EN LOS CASOS DE PREDIOS CON MÁS DE 100.00 METROS DE FRENTE, DONDE SE PODRÁ INSTALAR UNA PUBLICIDAD POR CADA 80.00 METROS.

6. PUBLICIDAD EXTERIOR IDENTIFICATIVA -LOGOTIPO
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



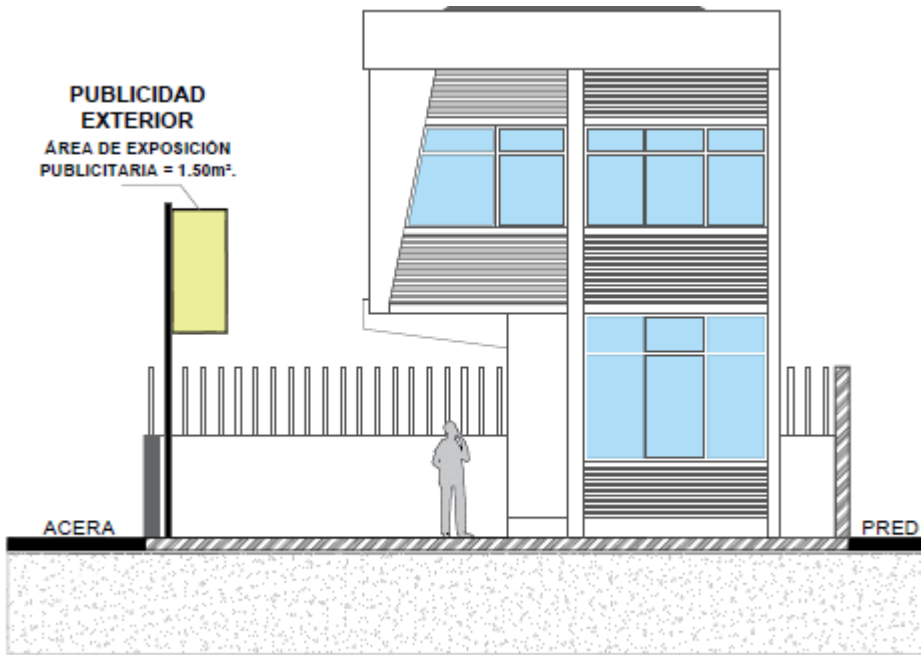
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	IDENTIFICATIVA (LOGOTIPO)
UBICADAS EN EDIFICACIONES	RETIROS DE LOS PREDIOS PRIVADOS
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	EXPOSICIÓN PUBLICITARIA QUE PUEDE FLUCTUAR ENTRE 2.00 O 3.00 METROS DE BASE Y DE 2.00 O 3.00 METROS DE ALTURA, SIEMPRE QUE NO EXCEDAN DE UN ÁREA MÁXIMA DE 6.00 M2. UN SOPORTE QUE DEBERÁ ESTAR CENTRADO CON RELACIÓN A LA BASE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA QUE FLUCTUARÁ DE 12.00 HASTA 13.00 METROS DE ALTURA MEDIDOS DESDE EL NIVEL DEL PISO A LA BASE DE LA EXPOSICIÓN PUBLICITARIA.
No DE CARAS	DE UNA O VARIAS CARAS
OBSERVACIONES	SE PODRÁ INSTALAR ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR, CON UN TÓTEM, EN PREDIOS CUYO FRENTE SEA MAYOR A 70.00 METROS, SE INSTALARÁN ESTOS A CADA EXTREMO DEL PREDIO. ESTE TIPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR SE PODRÁ INSTALAR SOLO EN CALLES O AVENIDAS QUE TENGA MÍNIMO 25.00 METROS DE DERECHO DE VÍA. ASIMISMO, SE RESPETARÁ UN MÍNIMO DE 1.50 METRO DE RETIRO DESDE LAS LÍNEA DE FÁBRICA Y LINDEROS HASTA LA PUBLICIDAD, SI FUERA EL CASO.

7. PUBLICIDAD EXTERIOR IDENTIFICATIVA PARA URBANIZACIONES
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	IDENTIFICATIVA EN URBANIZACIONES
UBICACIÓN	PUBLICIDAD EXTERIOR IDENTIFICATIVA QUE POR SUS DISEÑOS TIENEN CARACTERÍSTICAS ESPECIALES, SE UBICARÁN ÚNICAMENTE EN LOS RETIROS O EN LAS ÁREAS DE JARDINERÍA DE LOS INGRESOS A LAS URBANIZACIONES, SIN AFECTAR LA VEGETACIÓN EXISTENTE,
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	DEPENDERÁ DEL DISEÑO PROPUESTO.
No DE CARAS	MÍNIMA UNA CARA
OBSERVACIONES	LAS ÁREAS DONDE SE INSTALE LA PUBLICIDAD EXTERIOR NO DEBEN ENCONTRARSE INMERSAS EN EL DERECHO DE VÍA DE LA CALLE O AVENIDA. DEBERÁ CONTAR LA URBANIZACIÓN CON LOS PERMISOS MUNICIPALES OTORGADOS POR LA DIRECCIÓN MUNICIPAL COMPETENTE.

8. PUBLICIDAD EXTERIOR EXPUESTA EN BANDERA
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



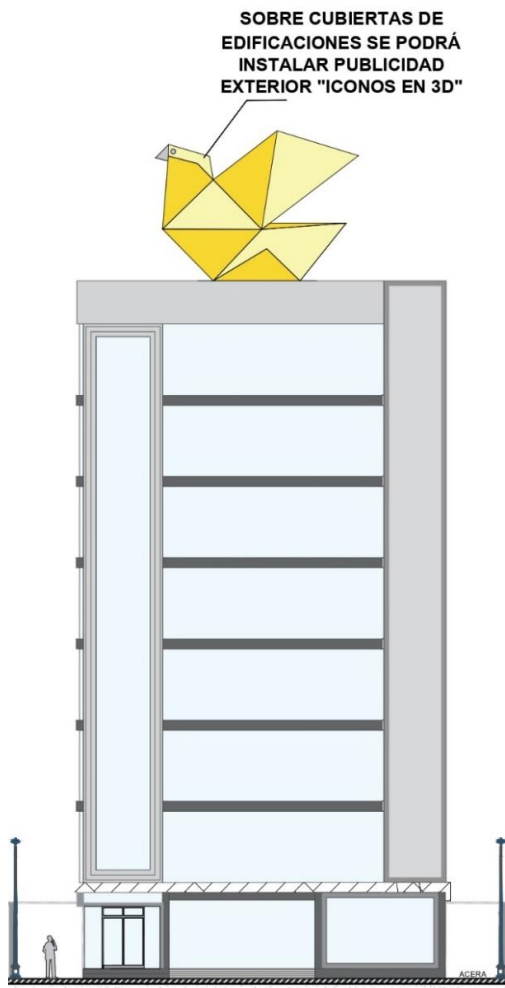
CARACTERÍSTICAS Y ESPECÍFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	BANDERA
UBICADAS EN EDIFICACIONES	EN LOS CERRAMIENTOS DE LOS PREDIOS SE PODRA INSTALAR ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	LONGITUD: 0,80 M ALTURA: 1.80 M
No DE CARAS	DOS CARAS
OBSERVACIONES	DEBERÁ ESTAR INSTALADO HACIA EL INTERIOR DEL PREDIO Y EN FORMA ALTERNADA DEJANDO UN ESPACIO ENTRE ELLOS, SE DEBE TOMAR EN CONSIDERACIÓN EL ORNATO Y NO DEBE CAUSAR SATURACIÓN EN RELACIÓN CON TODAS LAS PUBLICIDADES INSTALADAS EN EL PREDIO. SE PUEDEN FABRICAR EN MATERIALES PLÁSTICOS, SINTÉTICOS O LED.

9. PUBLICIDAD EXTERIOR EN CUBIERTA Y/O TERRAZA MEDIANTE PINTURA
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PINTURA
UBICADAS EN EDIFICACIONES	CUBIERTAS O TERRAZAS
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	DEPENDERÁ DEL ÁREA A CUBRIRSE
No DE CARAS	UNA CARA
OBSERVACIONES	PARA SU INSTALACIÓN Y PARA SOLICITAR EL REQUERIMIENTO DEBERÁ CONTAR CON EL CONSENTIMIENTO DEL PROPIETARIO Y/O PROPIETARIOS DE LA EDIFICACIÓN, DE SER EL CASO. SI ES PROPIEDAD HORIZONTAL, EL ADMINISTRADOR DEL EDIFICIO DEBERÁ TENER Y PRESENTAR SU NOMBRAMIENTO VIGENTE Y LA CARTA DE CONSENTIMIENTO FIRMADAS POR LOS COPROPIETARIOS. SIEMPRE Y CUANDO SE REQUIERA DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR EN PROYECTOS MUNICIPALES.

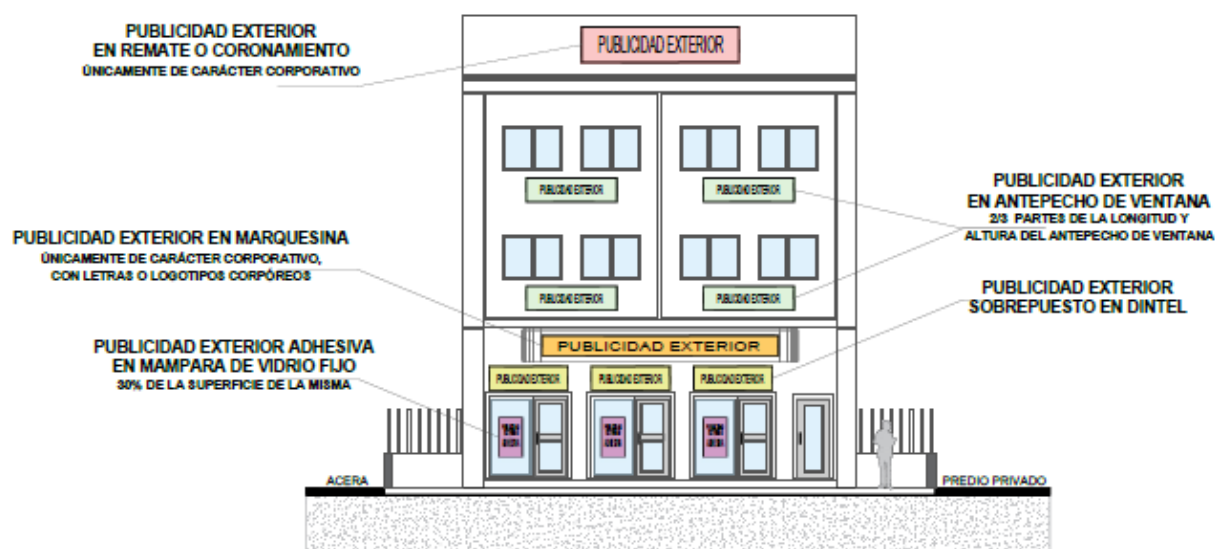
**10. PUBLICIDAD EXTERIOR EXPUESTA MEDIANTE ICONO EN 3D
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:**



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	ICONO 3D
UBICADAS EN EDIFICACIONES	CUBIERTAS O TERRAZAS
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	DEPENDERÁ DEL PROYECTO A PRESENTARSE
Nº DE CARAS	VARIAS CARAS
OBSERVACIONES	PARA SU INSTALACIÓN Y PARA SOLICITAR EL REQUERIMIENTO DEBERÁ CONTAR CON EL CONSENTIMIENTO DEL PROPIETARIO Y/O PROPIETARIOS DE LA EDIFICACIÓN, DE SER EL CASO. SI ES PROPIEDAD HORIZONTAL, EL ADMINISTRADOR DEL EDIFICIO DEBERÁ TENER Y PRESENTAR SU NOMBRAMIENTO VIGENTE Y LA CARTA DE CONSENTIMIENTO FIRMADAS POR LOS COPROPIETARIOS.

11. EXPUESTAS EN EDIFICACIONES COMERCIALES, INDUSTRIALES, INSTITUCIONALES Y RESIDENCIALES

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



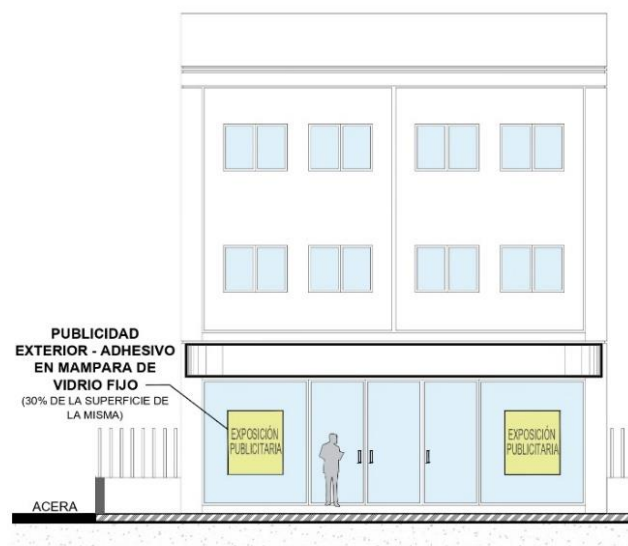
PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA SOBREPUESTA EN DINTEL

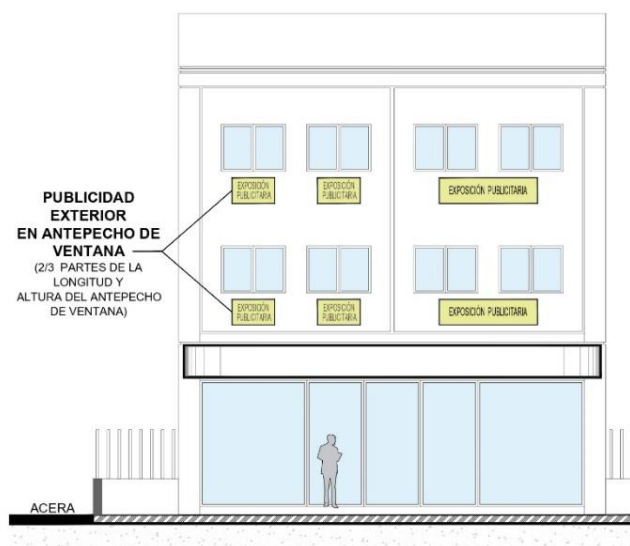


PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA ENCAJONADA A LAS PUERTAS

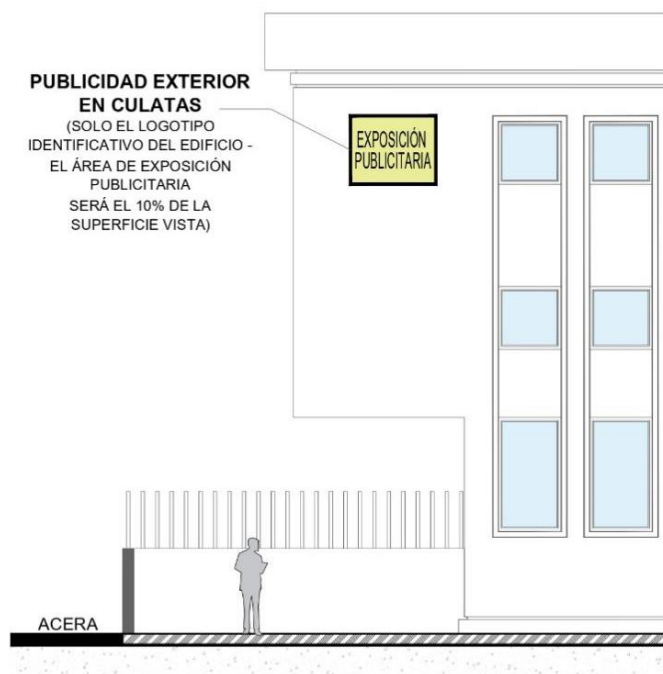


PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA EN MAMPARAS DE VIDRIO Y VITRINAS

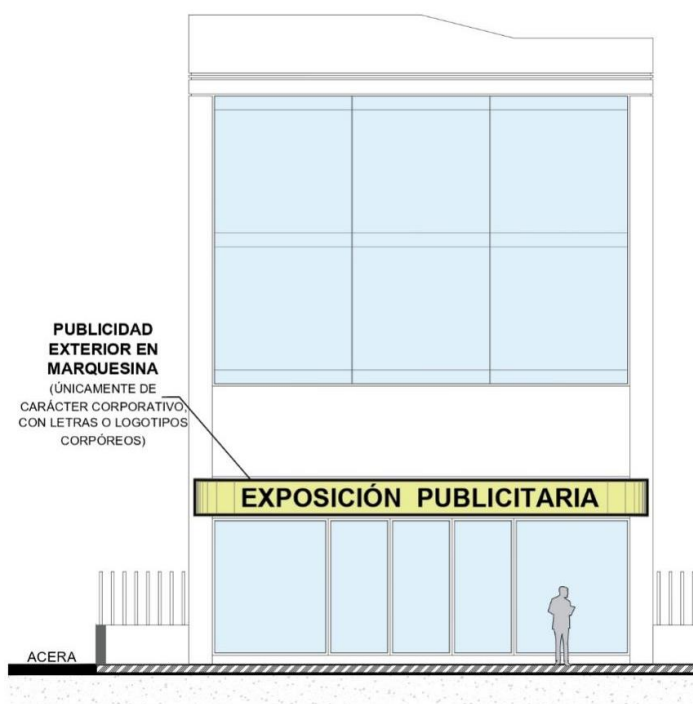


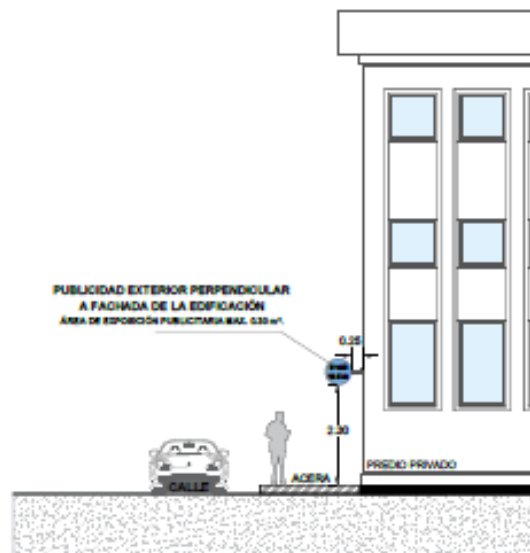
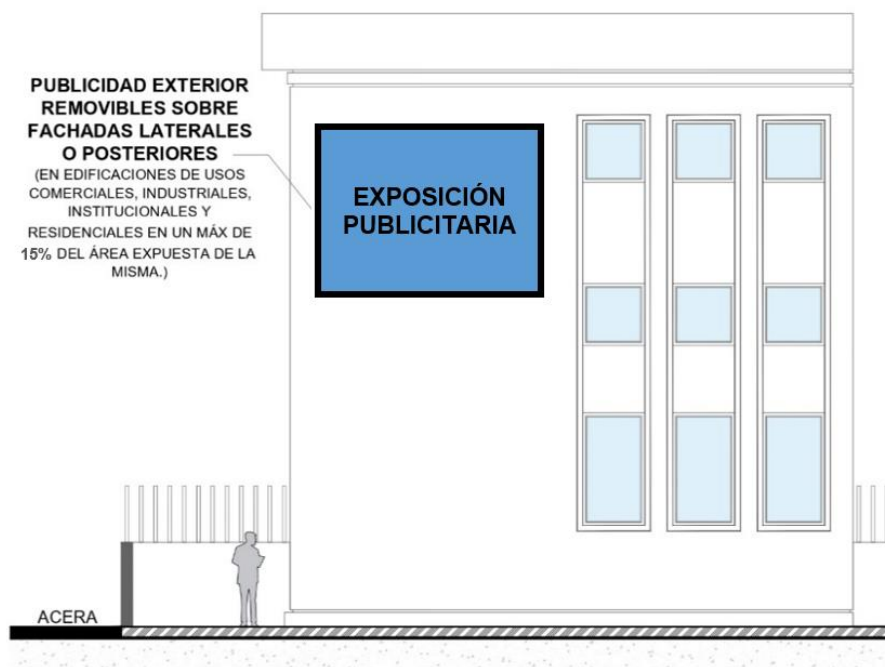
PUBLICIDAD EXTERIOR EN PISOS ALTOS EN ANTEPECHOS DE VENTANAS**PUBLICIDAD EXTERIOR EN PISOS ALTOS EN REMATE DE EDIFICACIÓN**

PUBLICIDAD EXTERIOR EN PISOS ALTOS EN FACHADA LATERAL -LOGOTIPOS



PUBLICIDAD EXTERIOR EN MARQUESINAS



PUBLICIDAD EXTERIOR PERPENDICULAR**PUBLICIDAD EXTERIOR EN FACHADA LATERAL O POSTERIOR**

CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN EXPUESTAS EN EDIFICACIONES
EN EDIFICACIONES DE USO	COMERCIALES, INDUSTRIALES, INSTITUCIONALES Y RESIDENCIALES
UBICACIÓN Y PORCENTAJE DE PUBLICIDAD PERMITIDA EN FACHADA DE EDIFICACIONES	FACHADAS CON DINTEL EN PLANTA BAJA. EN LAS EDIFICACIONES CON O SIN SOPORTAL LA PUBLICIDAD EXTERIOR QUE SE INSTALARÁ EN PLANTA BAJA, SE UBICARÁ COMPLETAMENTE SOBRE LA PARTE SUPERIOR DE LAS PUERTAS DE INGRESO DE LOS ESTABLECIMIENTOS (DINTEL), YA SEA UN SOLO ELEMENTO (PANAFLEX Y/O SIMILAR) O CON LETRAS CORPÓREAS. EN CASO DE QUE EL ESTABLECIMIENTO TENGA UNA SOLA PUERTA DE INGRESO, LA LONGITUD DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR TENDRÁ LA MISMA DIMENSIÓN Y LA ALTURA NO SERÁ MAYOR A 1.00 METRO Y UN ESPESOR MÁXIMO DE 0.25 METROS. SI EL ESTABLECIMIENTO TIENE DOS O MÁS PUERTAS DE INGRESO LA LONGITUD DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR, SERÁ LA COMPRENDIDA ENTRE LOS DINTELES DE LAS PUERTAS Y LA ALTURA NO SERÁ MAYOR A 1.00 METRO. EN EL CASO DE QUE EN LA EDIFICACIÓN RESALTEN O SOBRESALGAN COLUMNAS ENTRE LAS PUERTAS LA PUBLICIDAD NO PUEDE SER CONTINUA Y SE INSTALARÁ EN CADA PUERTA DE INGRESO, CON LAS MISMAS CARACTERÍSTICAS ANTES DESCRITAS. LA INSTALACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR SERÁ PARALELA A LA FACHADA, ASÍ COMO TAMBIÉN SE PODRÁ INSTALAR PUBLICIDAD EXTERIOR EN FORMA PERPENDICULAR, CON UN ÁREA DE 0.36M² A UNA ALTURA DE 2.30 METROS, MEDIDOS DESDE EL NIVEL DEL PISO HASTA EL BORDE INFERIOR DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR. LA INSTALACIÓN DE TODAS LAS PUBLICIDADES EN LA FACHADA NO DEBE PRODUCIR SATURACIÓN VISUAL. FACHADAS SIN DINTEL EN PLANTA BAJA. SE COLOCARÁN PUBLICIDAD EXTERIOR ENCAJONADA ENTRE LAS PUERTAS DE INGRESO, TENDRÁN COMO LONGITUD EL ANCHO TOTAL DEL BOQUETE DE LA PUERTA Y EL BORDE INFERIOR DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR ESTARÁ A UNA ALTURA NO MENOR A 2.05 METROS, MEDIDOS A PARTIR DEL NIVEL DEL PISO TERMINADO, LA PUBLICIDAD EXTERIOR, NO PODRÁ SER MAYOR A UN METRO DE ALTURA. CUANDO LOS LOCALES POSEAN CAJAS DE PUERTAS ENROLLABLES LA PUBLICIDAD SERÁ INSTALADA SOBRE LAS CAJAS, EL ALTO DE LA PUBLICIDAD SERÁ LA ALTURA DE LA CAJA Y LA LONGITUD EL ANCHO DE LA PUERTA. EN MAMPARAS DE VIDRIO Y VITRINAS EN PLANTA BAJA. EN LOS ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN PLANTA BAJA DE LAS EDIFICACIONES SE PODRÁ INSTALAR PUBLICIDAD IDENTIFICATIVA Y DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN, EN UN ÁREA NO MAYOR AL 30% DE LA SUPERFICIE DE ESTAS. EN MARQUESINA O TOLDAS DE EDIFICACIONES EN EL CASO DE QUE LA PUBLICIDAD EXTERIOR SE INSTALE EN LA MARQUESINA ESTA DEBE CONSTITUIR PARTE INTEGRANTE DEL DISEÑO DE DICHO ELEMENTO CUANDO SEA IDENTIFICATIVA DE LA EDIFICACIÓN O LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA, CON LETRAS, LOGOTIPOS CORPÓREOS O PANTALLA LED UBICÁNDOSE TANTO EN EL FRENTE Y/O SUS LATERALES. EN TOLDAS ESTA DEBE CONSTITUIR PARTE INTEGRANTE DEL DISEÑO DE DICHO ELEMENTO Y ÚNICAMENTE IDENTIFICATIVA DEL ESTABLECIMIENTO, UBICÁNDOSE EN EL FRENTE. LA INSTALACIÓN DE ESTE ELEMENTO DEBE ESTAR AUTORIZADO POR LA DIRECCIÓN MUNICIPAL COMPETENTE. EN CERRAMIENTO EXTERIORES DE EDIFICACIONES SE PERMITIRÁ PUBLICIDAD EXTERIOR DE CARÁCTER IDENTIFICATIVO EN ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES, UNIDADES EDUCATIVAS, UNIVERSIDADES, URBANIZACIONES Y SERÁ CONSTITUIDO CON LETRAS

	CORPÓREAS Y/O LOGOTIPOS Y SE UBICARÁ SOBREPUESTO A LA SUPERFICIE DE PAREDES TIPO MAMPOSTERÍA, NO SE PODRÁN INSTALAR EN CERRAMIENTOS TRANSPARENTES (MALLAS, REJAS, VIDRIOS). EL ÁREA DE EXPOSICIÓN NO SERÁ MAYOR AL 15% DEL ÁREA DEL CERRAMIENTO. EN EDIFICACIONES CON PISOS ALTOS HASTA 4 PLANTAS EN ESTAS EDIFICACIONES LA PUBLICIDAD EXTERIOR SE INSTALARÁ CON UN PORCENTAJE MÁXIMO DEL 15% DE LA TOTALIDAD DE LA FACHADA, EXCLUIDA PLANTA BAJA Y MEZZANINE, LA CUAL PODRÁ DISTRIBUIRSE EN TODOS LOS ESPACIOS FÍSICOS NORMADOS EN ESTE CAPÍTULO. SE ADMITE COLOCAR PUBLICIDAD EXTERIOR SOBRE FACHADAS LATERALES O POSTERIORES DE LOS PISOS ALTOS, EN LAS EDIFICACIONES DE USOS COMERCIALES, INDUSTRIALES, INSTITUCIONALES Y RESIDENCIALES CON UN MÁXIMO DE 15% DEL ÁREA EXPUESTA, SIEMPRE QUE NO EXCEDA 40.00M². CUANDO SE REQUIERA INSTALAR LOGOTIPOS Y PUBLICIDAD IDENTIFICATIVA DEL EDIFICIO SE PODRÁ HASTA UN MÁXIMO DEL 10% DEL ÁREA EXPUESTA.
	EN BALCONES DE EDIFICACIONES CON PISOS ALTOS HASTA 4 PLANTAS SE PODRÁN INSTALAR EN BALCONES TIPO MAMPOSTERÍA NO EN REJAS, BALAUSTRÉS, NI TRASLÚCIDOS, SOLO SE ADMITEN LETRAS CORPÓREAS, DEBEN ESTAR CENTRADAS Y LAS DIMENSIONES SERÁN 2/3 PARTES DE LA LONGITUD Y ALTURA DEL BALCÓN. EN ANTEPECHOS DE LAS VENTANAS BAJAS DE EDIFICACIONES CON PISOS ALTOS HASTA 4 PLANTAS. SE PODRÁN INSTALAR CENTRADAS TENIENDO COMO DIMENSIONES LAS 2/3 PARTES DE LA LONGITUD Y ALTURA DE LOS ANTEPECHOS DE LAS VENTANAS BAJAS DE LOS PISOS ALTOS. EN CASO EN QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL OCUPE DOS O MÁS VENTANAS EN LA EDIFICACIÓN, SE PODRÁ INSTALAR UNA PUBLICIDAD EXTERIOR CENTRADA CON LAS MISMAS, CON LAS CARACTERÍSTICAS ANTES MENCIONADA. EN ÁREAS REGENERADAS LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEBEN SER LETRAS CORPÓREAS. EN LAS EDIFICACIONES DONDE EL ESTABLECIMIENTO CUENTE CON MEZZANINE, SE ADMITIRÁ LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR, EN LOS ANTEPECHOS DE LAS VENTANAS, LAS MEDIDAS DE LAS PUBLICIDADES SE OBTENDRÁN DE ACUERDO CON LA ALTURA TOTAL DEL ANTEPECHO, TOMANDO LAS 2/3 PARTES DE ESTE Y LA LONGITUD SERÁ LAS 2/3 PARTES DEL ANCHO DE LA VENTANA O VENTANAS QUE OCUPE EL ESTABLECIMIENTO. EN MAMPARAS DE VIDRIO Y VITRINAS EN PLANTA ALTA DE EDIFICACIONES CON PISOS ALTOS HASTA 4 PLANTAS. EN LOS ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN PLANTA ALTA QUE TENGAN MAMPARAS DE VIDRIO O VITRINAS SE PODRÁ INSTALAR PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN, EN UN ÁREA NO MAYOR AL 30% DE LA SUPERFICIE DE ESTAS. EN FACHADAS DE EDIFICIOS CON VIDRIO O CURTAIN WALL SE CONSIDERARÁ PUBLICIDAD EXTERIOR SIEMPRE Y CUANDO ESTA NO OBSTACULICEN ÁREAS DE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN CON LOS PORCENTAJES ESTABLECIDOS. EN LAS EDIFICACIONES QUE TENGA MÁS DE 4 PISOS ALTOS UBICADOS EN EL CENTRO DE LA CIUDAD EN EL SECTOR COMERCIAL, BANCARIO Y TURÍSTICO DETERMINADO POR LA DUPOT, SOLAMENTE SE INSTALARÁ PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA, MEZZANINE Y EN FACHADA DE PISO ALTO LOGOTIPOS Y PUBLICIDAD IDENTIFICATIVA DEL EDIFICIO EN LA UBICACIÓN Y PORCENTAJE NORMADO. PARA TODOS LOS CASOS DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR SE DEBERÁ TENER LA AUTORIZACIÓN DEL DUEÑO Y/O DUEÑOS DE LA EDIFICACIÓN, EN CASO DE SER PROPIEDAD HORIZONTAL CON LA AUTORIZACIÓN QUE DICTA LA LEY, ASÍ COMO TAMBIÉN EN EL CASO DE QUE LA PUBLICIDAD EXTERIOR NO SE INSTALE EN EL PISO O PLANTA DONDE FUNCIONA EL NEGOCIO.

OBSERVACIONES	LAS PUBLICIDADES EXTERIORES NO DEBEN SUJETARSE A COLUMNAS O ENTRE COLUMNAS. LAS PUBLICIDADES EXTERIORES NO MENOSCABARÁN LA COMPOSICIÓN ARQUITECTÓNICA DE LA FACHADA; NI DESDIBUJARÁN LOS PERFILES DEL EDIFICIO; TAMPOCO OCULTARÁN BALCONES, PUERTAS, VENTANAS, CLARABOYAS NI OBSTACULIZARÁN ÁREAS DE VENTILACIÓN E ILUMINACIÓN. ADICIONALMENTE DEBERÁ CONSERVAR UNA PROPORCIÓN RESPECTO DE LA ESCALA DE LA EDIFICACIÓN. LA PUBLICIDAD EXTERIOR PARA EXHIBIRSE DEBERÁ CONTAR CON EL CONSENTIMIENTO DEL PROPIETARIO Y/O PROPIETARIOS DE LA EDIFICACIÓN, DE SER EL CASO. SI ES PROPIEDAD HORIZONTAL, EL ADMINISTRADOR DEL EDIFICIO DEBERÁ TENER Y PRESENTAR SU NOMBRAMIENTO VIGENTE Y LA CARTA DE CONSENTIMIENTO FIRMADAS POR LOS COPROPIETARIOS. LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN LAS EDIFICACIONES NO PODRÁ SER INSTALADA NI PINTADA SOBRE PUERTAS ENROLLABLES, VIGAS LATERALES, COLUMNAS, TUMBADOS, TERRAZAS, TECHOS O CUBIERTAS NI EN OTRA SUPERFICIE DE LA FACHADA QUE NO SEA LA ESPECIFICADA EN ESTA NORMATIVA; TAMPOCO SE INSTALARÁN ADHESIVAS, AFICHES, ETC.,
----------------------	--

12. EXPUESTAS EN EDIFICACIONES DE GRANDES SUPERFICIES O CONGLOMERADOS COMERCIALES.

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	EN EDIFICACIONES DE GRANDES SUPERFICIES O CONGLOMERADOS COMERCIALES
EN EDIFICACIONES DE USO	EN EDIFICACIONES COMERCIALES Y DE SERVICIOS TALES COMO HIPERMERCADOS, SUPERMERCADOS, CENTROS COMERCIALES, MALL, ALMACENES DE GRAN TAMAÑO.
UBICACIÓN Y PORCENTAJE DE PUBLICIDAD PERMITIDA EN FACHADA DE EDIFICACIONES GRANDES SUPERFICIES O CONGLOMERADOS COMERCIALES	EN ESTAS EDIFICACIONES SE PODRÁ INSTALAR PUBLICIDAD EXTERIOR CON MÁXIMO DEL 30% DEL TOTAL DE LA FACHADA DONDE SE INSTALEN LOS CUALES PODRÁN DISTRIBUIRSE EN ESPACIOS FÍSICOS SIN OCULTAR COMPONENTES ARQUITÉCTONICOS. LA PUBLICIDAD EXTERIOR PARA EXHIBIRSE DEBERÁ CONTAR CON EL CONSENTIMIENTO DEL PROPIETARIO Y/O PROPIETARIOS DE LA EDIFICACIÓN, DE SER EL CASO. SI ES PROPIEDAD HORIZONTAL, EL ADMINISTRADOR DE LA EDIFICACIÓN DEBERÁ TENER Y PRESENTAR SU NOMBRAMIENTO VIGENTE Y LA CARTA DE CONSENTIMIENTO FIRMADAS POR LOS COPROPIETARIOS. EN LOS ESTABLECIMIENTOS UBICADOS EN PLANTA BAJA Y ALTA QUE TENGAN MAMPARAS DE VIDRIO O VITRINAS SE PODRÁ INSTALAR PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN, EN UN ÁREA NO MAYOR AL 30% DE LA SUPERFICIE DE ESTAS.

CAPÍTULO VII

PUBLICIDAD EXTERIOR NO CONVENCIONAL

Artículo 15.- No Convencional: De manera excepcional, se podrá instalar publicidad exterior en espacios o bienes públicos, así también en propiedad privada con dimensiones o formas no convencionales, se tomará en consideración la creatividad, forma, dimensión, tecnología, además se tomará en cuenta la seguridad pública, la estética urbana, la protección de la salud y el bienestar de la comunidad.

A diferencia de la publicidad exterior convencional, la publicidad exterior no convencional utiliza elementos como medios no tradicionales en lugares no convencionales y se reflejarán a través de instalaciones artísticas, intervenciones urbanas, entre otros. Al utilizar formatos y lugares no tradicionales, esta forma de publicidad busca romper la monotonía visual y llamar la atención de manera creativa.

Podrá instalarse publicidad exterior no convencional que estén vinculados en forma circunstancial o permanente sobre el espacio público, en edificaciones y predios de propiedad privada con atributos especiales.

Para la regulación de la publicidad exterior no convencional se deberá considerar lo siguiente:

1. Zonificación.
2. Tamaño y ubicación: A fin de garantizar la seguridad del tráfico, la visibilidad y la estética de la zona.
3. Contenido y mensajes: Algunas áreas pueden tener restricciones sobre el contenido de los anuncios, especialmente si se consideran ofensivos o inapropiados para el público general.

4. Impacto en el entorno: Impacto ambiental como la eliminación adecuada de materiales promocionales o la prevención de la contaminación visual.
5. Protección del patrimonio cultural: En áreas con edificios históricos o patrimonio cultural.

CAPÍTULO VIII
DE LAS CONDICIONES DE INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR
CONVENCIONAL Y NO CONVENCIONAL EN EL CANTÓN GUAYAQUIL

Artículo 16. - CONDICIONES GENERALES DE INSTALACIÓN EN ESPACIOS PÚBLICOS.

- La instalación de la publicidad exterior en espacios públicos no puede deteriorar la imagen urbana del sector, debe estar integrada física, visual y urbanísticamente al paisaje.

Adicionalmente para la ubicación de la publicidad exterior se tomarán en cuenta las siguientes condiciones:

1. Proteger hombros o banquetas, pendientes y espaldones, tuberías de drenaje y agua potable, instalaciones eléctricas y otras, soporte de señales de tránsito y luces, vegetación (baja, media y alta) y defensa.
2. El tiempo de reparación por daños de la publicidad exterior, no podrá bajo ninguna excusa exceder las 24 horas contadas desde el momento en que ocurra la avería.
3. Cuando las estructuras que se encuentren sin exposición publicitaria, además de someterse a un mantenimiento para evitar su deterioro, deberá exponer hasta que se coloque la nueva publicidad comercial, información promocional del cantón Guayaquil con el logo de la empresa propietaria de la publicidad exterior. El arte será proporcionado por la Dirección de Comunicación social, prensa y publicidad o quien haga sus veces.
4. Cuando la ubicación de la publicidad exterior se ubique en zonas de seguridad, serán requisitos adicionales para la elaboración del informe técnico, el pronunciamiento de las entidades reguladoras de cada zona según corresponda.
5. La instalación de publicidad exterior no deberá dañar, obstaculizar o dificultar el normal funcionamiento y/o mantenimiento de la infraestructura urbana, tales como: hidrantes, tuberías, servidumbres, interconectados, acueductos, alumbrado público, entre otros.
6. Solamente se podrán instalar en zonas especiales de conservación patrimonial previo informe técnico de la unidad de patrimonio cultural.
7. Deberán tener en vigencia un programa de mantenimiento, preventivo y correctivo de acuerdo con la obsolescencia de la estructura, de tal forma que no presente condiciones de deterioro inseguridad de algún elemento.

8. Para la instalación, mantenimiento y cambios, se deberá respetar procedimientos de seguridad industrial.

Artículo 17. - CONDICIONES GENERALES DE INSTALACIÓN EN PROPIEDAD PRIVADA.

- Para la ubicación de la publicidad exterior en propiedad privada se tomarán en cuenta las siguientes condiciones:

1. La publicidad exterior no podrá exceder la altura del límite establecido en las normas de edificación del sector, ni rebasar las líneas del lindero determinada, ni afectar el derecho de vista de las edificaciones del entorno, tampoco ocultarán balcones, ventanas, no obstaculizarán áreas de ventilación e iluminación.
2. Cuando las estructuras que se encuentren sin exposición publicitaria, además de someterse a un mantenimiento para evitar su deterioro, debe exponer temporalmente, esto es, hasta que se coloque la nueva publicidad comercial, información promocional del cantón Guayaquil con el logo de la empresa propietaria de la publicidad exterior. El arte será proporcionado por la Dirección de Comunicación social, prensa y publicidad o quien haga sus veces.
3. La ubicación de las publicidades exteriores se realizará de tal forma que se protejan instalaciones en general de la edificación.
4. Solamente se podrán instalar en zonas especiales de conservación patrimonial previo informe técnico de la unidad de patrimonio cultural.

CAPÍTULO IX
DE LOS INFORMES TÉCNICOS EXTERNOS Y DEL SISTEMA ELÉCTRICO E ILUMINACIÓN

Artículo 18.- INFORMES TÉCNICOS EXTERNOS. - A fin de mitigar riesgos, en cualquier instancia del trámite, esta Municipalidad solicitará informes técnicos a los distintos órganos y entes de la Gran Corporación Municipal, y/o a Entidades Públicas, o privadas que bajo cualquier modalidad legal preste un servicio público.

Artículo 19.- DEL SISTEMA ELÉCTRICO E ILUMINACIÓN. - Para toda publicidad exterior electrónica y/o digital deberán respetar las siguientes condiciones:

1. La iluminación directa con led estará limitada en su brillo por lo que deberá contar con un sistema de regulación automático que reduzca la misma a nivel permitido, cuando sea utilizado en horario diurno o nocturno.
2. La luminosidad no debe tener cambios en la intensidad durante el período en que los mensajes estén fijos, ni contener luces en movimiento.
3. Este tipo de publicidad exterior deberá prescindir de una secuencia rápida de cambio de imágenes que contengan blanco puro y deberán normalizar este nivel a un 75%.
4. Los niveles de luminancia de toda publicidad exterior con pantalla se deberán determinar de la siguiente manera:

CORREDORES	NIVELES DE LUMINANCIA
COMERCIALES	25CD/M2
RESIDENCIALES/COMERCIALES	10CD/M2

5. Las publicidades exteriores podrán instalar sistemas de reloj y temperatura electrónica, sin afectar el área de exposición publicitaria para cada caso;
6. Una vez otorgado el permiso municipal de Publicidad Exterior por parte de la Entidad Municipal, será obligación del administrado obtener la autorización de la entidad competente, la correspondiente acometida y medidor de consumo eléctrico.
7. Las cajas de transformadores, de distribución, de conmutación, demás mecanismos y conductores de energía, así como los soportes y estructuras resistentes estarán ocultos de la vista desde el espacio público.
8. Todo elemento o equipo de servicio eléctrico que posea un anuncio (electricidad de media o alta tensión), se debe mantener a más de 2.00 metros del nivel del piso más próximo.
9. Los rótulos normados en esta Ordenanza, con iluminación no deberán producir encandilamiento, fatiga o molestia visual, ni inducir confusión con señales de tránsito.

CAPÍTULO X **DE LAS PROHIBICIONES**

Artículo 20.- Queda prohibido lo siguiente:

1. Instalar publicidad exterior en zonas de protección ecológica: (ZONA ESPECIAL DE PROTECCIÓN ZE-P, ZONA ESPECIAL DE PROTECCIÓN ESPEJO DE AGUA DE CHONGÓN ZE-P3; ZONA ESPECIAL DE PROTECCIÓN BORDE DEL EMBALSE DE CHONGÓN ZE-P4); y en zonas de protección de riesgos; (ZONA ESPECIAL VULNERABLE ZE-V ; ZONA ESPECIAL VULNERABLE 1 ZE-V1 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE 2 ZE-V2 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE 3 ZE-V3 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE 4 ZE-V4 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE INUNDABLE ZE-VI , ZONA ESPECIAL VULNERABLE INUNDABLE 2 ZE-VI2) y las demás que conforme la Ley y otros actos normativos lo determinen.
2. Modificar sin la autorización de la Dirección Municipal facultada a otorgar el permiso, el cambio de diseño de la publicidad exterior originalmente aprobada, aún en el caso de que dichos cambios cumplan con las normas de esta Ordenanza y demás cuerpos normativos sobre la materia.
3. Instalar, adherir o pintar toda clase de publicidad exterior en espacios públicos o en propiedad privada; sin el permiso municipal correspondiente.
4. Instalar, adherir o pintar publicidad exterior en elementos arquitectónicos de edificaciones, que su colocación impida total o parcialmente el libre paso de las

personas, iluminación, ventilación o el registro visual del interior de la edificación, con excepción de la publicidad exterior definida como gigantografía.

5. Realizar algún tipo de trabajo en la publicidad exterior, tales como mantenimiento, cambios de exposiciones publicitarias, bolardos de protección, instalación de medidores, etc., sin la autorización previa emitida por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública-DUEVP, o quien tenga su competencia.
6. Instalar publicidad exterior vallas, pantallas, banderines y paletas en calles y avenidas prohibitivas, mismas que se detallan a continuación:
 1. AV. 4 NE - DR. ANTONIO PARRA VELASCO E/. CALLE 18 NE - DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ Y CALLE 20 NE - PRESIDENTE JOSÉ LUIS TAMAYO TERÁN.
 2. AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR E/. CALLE 18 NE – BENJAMÍN CARRIÓN MORA Y EJE N-S -AV. FRANCISCO DE ORELLANA.
 3. AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR E/. CALLE 18 NE – BENJAMÍN CARRIÓN MORA Y CALLE 16 A NE -JOSÉ ROURA OXANDABERRO.
 4. AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR E/. CALLE 16A NE – JOSÉ ROURA OXANDABERRO Y AV. HERMANO MIGUEL.
 5. CALLE 17 NE - JOSÉ MARÍA EGAS E/. AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR Y EJE N-S- AV. FRANCISCO DE ORELLANA.
 6. CALLE 16A NE - JOSÉ ROURA OXANDABERRO E/. AV. 3 NE - ISIDRO AYORA Y AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR.
 7. AV. 37 NO-DR. ADOLFO ALVEAR ORDOÑEZ-CALLE PRINCIPAL DE MIRAFLORES E/. CALLE 5 NO - DR. HUMBERTO FERRETI ROMERO Y EJE EO-CARLOS JULIO AROSEMENA.
 8. CIRCUNVALACIÓN SUR E/. CALLE 11B NO - LAS MONJAS Y AV. 29 NO – FICUS.
 9. CIRCUNVALACIÓN SUR E/. AV. 26 NO - TODOS LOS SANTOS Y CALLE 11B NO – LAS MONJAS.
 10. CIRCUNVALACIÓN SUR E/. CALLE 9 NO - VÍCTOR EMILIO ESTRADA SCIALUGA Y AV. 26 NO - TODOS LOS SANTOS.
 11. CALLE 9 NO - VÍCTOR EMILIO ESTRADA SCIALUGA E/. CALLE 9 NO - JOHN FITZGERALD KENNEDY Y CALLE 5 NO - DR. HUMBERTO FERRETI ROMERO.
 12. EJE E-O-NUEVE DE OCTUBRE E/. AV. 12 SE - MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR PALACIOS Y AV. 12 SO- MALECON EMILIO ESTRADA YCAZA.
 13. CALLE 26 SE - PORTETE DE TARQUI E/. AV. 20 SO - FEDERICO GODING Y AV. 49 SO (PUENTE).
 14. CALLE 43 SE - JOSÉ VICENTE TRUJILLO E/. AV. 25 DE JULIO Y AV. 7 SE - AGUSTÍN ARGÜELLES.
 15. CALLE 51C SO - DR. JOSÉ TOMÁS DE AGUIRRE Y ANZOÁTEGUI E/. AV. 2 SO - PADRE CAYETANO TARRUEL Y AV. 6 SO - CNEL. JACINTO EUSTAQUIO RODRÍGUEZ DE BEJARANO.
 16. CALLE 49 SO - DR. JUAN MONTALVÁN CORNEJO E/. AV. 25 DE JULIO Y AV. 7 SO - LUIS NOBOA NARANJO.
 17. AV. 12 SE - ABDÓN CALDERÓN MUÑOZ E/. CALLE 53 SE - RAÚL CLEMENTE HUERTA Y MIGUEL ÁVILES.
 18. DIAGONAL 8 SE - BLVR. JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y MARURI E/. AV. 12 NE -

- MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR PALACIOS Y AV. 5 SE - DR. HIDEYO NOGUCHI.
19. AV. 3 NE-PTE. ISIDRO AYORA CUEVA E/. CALLE 18 NE-DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ Y AV. 2 NE GABRIEL ROLDÓS GARCÉS.
 20. EJE E-O - AB. JAIME NEBOT VELASCO ("VIA LA COSTA"), DESDE LA AV. JOSÉ RODRÍGUEZ BONÍN HASTA PEAJE "VÍA LA COSTA".
 21. CALLE 12 NE - DR. CARLOS LUIS PLAZA DANÍN, DESDE LA AV. 5 NE - PEDRO JOSÉ MENÉNDEZ GILBERT (AV. 5 NE) HASTA EL INICIO DEL PASO VEHICULAR DIAGONAL A "HOGAR SAN JOSÉ".
 22. CALLE 4 SO - BARCELONA SPORTING CLUB, DESDE PUENTE "EL VELERO" HASTA AV 51 SO – JOSÉ RODRÍGUEZ BONÍN.
 23. AV. 12 NO – JOSÉ SANTIAGO CASTILLO CASTILLO, DESDE AV. 10 NO - FRANCISCO DE ORELLANA HASTA AV. 8A NO – DR. JUAN TANCA MARENGO.
 24. CALLE 18 NO – MANUEL BENJAMÍN CARRIÓN MORA, DESDE CALLE 18J NO – ING. FELIPE PEZO CAMPUZANO HASTA AV. 3 NE PDTE. ISIDRO AYORA CUEVA.

Las denominaciones anteriormente expuestas se refieren a sus ubicaciones actuales, esto sin perjuicio de la facultad de su denominación por parte del M. I. Concejo Municipal de Guayaquil.

7. Instalar publicidad exterior con contenido pornográfico, violento o que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desórdenes públicos; la 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. Así como también aquellos que proyecten un mensaje que pueda calificarse como atentatorio a las buenas prácticas comerciales. Esto sin perjuicio de lo establecido en la normativa legal vigente.
8. Instalar propaganda política en estructuras destinadas a publicidad exterior sin la debida autorización del Consejo Nacional Electoral.
9. Instalar publicidad exterior que afecte la visibilidad o produzcan distracción o confusión al conductor y a los usuarios; afecten la seguridad vial, persuadan o inciten a prácticas de conducción peligrosas, antirreglamentarias o riesgosas.
10. Colocar publicidad exterior que obstaculice la visibilidad de las señales de tránsito.
11. Instalar o pintar publicidad exterior en cerros, rocas, árboles, lomas, laderas, o en cualquier otra formación natural, taludes, riberas de los ríos y esteros de la ciudad.
12. Instalar publicidad exterior dentro de los túneles.
13. No prestar las facilidades a los servidores municipales para inspecciones y acciones de control determinadas en esta ordenanza.
14. Instalar sin el permiso municipal correspondiente, publicidad exterior de cualquier tipo

en plazas de la ciudad.

15. Instalar publicidad exterior sobre terrazas y cubiertas de edificaciones. Se exceptúa de esta restricción ICONOS EN 3D o cuando se instalen en virtud de proyectos municipales.
16. Instalar cualquier tipo de Publicidad Exterior que obstaculice el área de alcance de las cámaras de vigilancia instaladas en diferentes puntos de la ciudad o en sitios que impidan el monitoreo que éstas realizan en avenidas, calles, ingresos / salidas a edificios, puentes, pasos a desnivel, túneles y en todos los espacios públicos.
17. Mantener instaladas publicidades que se hallen deterioradas o en mal estado.
18. El uso de materiales disonantes tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones.
19. La publicidad exterior ubicada en espacio privado que sobresalga de sus linderos o mensuras invadiendo espacio público o propiedad privada.
20. Instalar o pintar publicidad exterior sobre vegetación baja, media o alta.
21. Mantener sin anuncios la estructura de la publicidad exterior.
22. Instalar pancartas, guindolas fabricadas en tela, plástico o cualquier otro elemento colocado atravesando la vía pública, sin la debida autorización municipal.
23. Instalar publicidad exterior que no sea parte integrante del diseño de toldas y marquesinas que se ubiquen al ingreso de edificio y establecimientos.
24. Instalar cualquier tipo de publicidad exterior normado por esta Ordenanza en zonas y urbanizaciones exclusivamente residenciales. Se exceptúan de estas prohibiciones la ubicación de publicidad exterior en zonas consideradas comerciales de acuerdo con la reglamentación interna de cada urbanización, debidamente aprobada.
25. Se podrán instalar en zonas especiales vulnerables, solo publicidad exterior de tipo identificativa, previo informe técnico de las entidades competentes.

CAPÍTULO XI **DE LAS EXCEPCIONES**

Artículo 21.- EXCEPCIONES. - Sin perjuicio de las demás excepciones consignadas en este acto normativo y, para efectos de esta Ordenanza no se considerará publicidad exterior todas aquellas señales identificativas, y reguladas en la “norma técnica de señalización”, las mismas que no podrán contener ningún tipo de marca, logotipos, lemas y/o mensajes comerciales, siendo estas:

1. La señalización vial tales como señales reglamentarias, señales preventivas, señales y dispositivos para trabajos en la vía y propósitos especiales
2. Las señales de nomenclatura urbana y rural.
3. Las señales turísticas y de servicio preventivo o anticipación, información temporal de entidades públicas en materia de salud, seguridad, educación, cultura y deporte, con el fin de promover campañas de concientización y programas gubernamentales que genere la participación ciudadana.
4. Señales informativas ambientales.
5. Señales de carácter educativo y cultural tales como las expresiones artísticas como pinturas o murales que cumplan con la normativa de propiedad intelectual; e, información de los proyectos del Gobierno Autónomo de La Municipalidad de Guayaquil, siempre que no contengan referencias a marcas o patrocinios.
6. La Publicidad Exterior en Movimiento exhibida en bicicletas, personas, pancartas móviles.
7. La Propaganda Política.

CAPÍTULO XII
DE LA DOCUMENTACIÓN, REQUISITOS Y PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DE LOS
INFORMES TÉCNICOS.

Artículo 22.- DEL INFORME TÉCNICO DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Es el documento técnico en el que la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial proporciona la favorabilidad o no favorabilidad de un proyecto de publicidad exterior con base a un análisis detallado de los aspectos técnicos relacionados con el diseño, fabricación, instalación, mantenimiento y ubicación de publicidades exteriores conforme las disposiciones contenidas en esta Ordenanza y demás consideraciones legales y normativas que se deben tener en cuenta durante su instalación y exposición; con la finalidad de garantizar el cumplimiento de los planes urbanístico y de gestión de uso del suelo del cantón Guayaquil.

El mismo que se deberá obtener previo al trámite de permiso municipal de publicidad exterior.

Artículo 23.- DE LOS REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL INFORME TÉCNICO. - Se deberá ingresar en ventanilla universal y/o servicios en línea de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, la siguiente documentación:

1.- En caso de ser publicidad exterior instalada o a instalarse en el espacio público y en bienes de propiedad pública convencional y no convencional:

- a. Formulario de solicitud de informe técnico para Publicidad Exterior dirigido a la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial - DUPOT, firmado por el propietario de la publicidad exterior, en el caso de ser apoderado, adjuntar la carta de autorización correspondiente.
- b. Fotografías nítidas y fotomontaje de la publicidad exterior.
- c. Plano en alzado e implantación de la publicidad exterior a escala, con dimensiones, números de caras a exhibirse y coordenadas georreferenciales UTM, deberá contar con la firma de responsabilidad del profesional especializado en la materia y su credencial profesional.
- d. Plano estructural, eléctrico a escala y memorias técnicas de la publicidad exterior,

con la firma de responsabilidad del profesional especializado en la materia y su credencial profesional.

2.- En caso de ser publicidad exterior instalada o a instalarse en propiedad privada convencional y no convencional:

- a.** Formulario de solicitud de informe técnico para Publicidad Exterior dirigido a la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial – DUPOT, firmado por el propietario de la publicidad exterior, en el caso de ser apoderado, adjuntar la carta de autorización correspondiente.
- b.** De ser propuesta de publicidad exterior se deberá presentar fotomontaje nítido del proyecto de ubicación.
- c.** De estar instalada la publicidad exterior se deberá presentar fotografías nítidas de ubicación.
- d.** Plano en alzado e implantación de la publicidad exterior a escala, con dimensiones, números de caras a exhibirse y coordenadas georreferenciales UTM, deberá contar con la firma de responsabilidad del profesional especializado en la materia y su credencial profesional, cuando se traten de las siguientes publicidades:
 - a.** Vallas con lona o led
 - b.** Macrovallas
 - c.** Gigantografías
 - d.** Tótem
 - e.** Icono 3D
 - f.** Identificativo (logotipo)
 - g.** Publicidad exterior no convencional
- e.** Plano estructural, eléctrico a escala y memorias técnicas de la publicidad exterior, con la firma de responsabilidad del profesional especializado en la materia y su credencial profesional, cuando se traten de las siguientes publicidades:
 - a.** Vallas con lona o led
 - b.** Macrovallas
 - c.** Tótem
 - d.** Icono 3D
 - e.** Identificativo (logotipo)
 - f.** Publicidad exterior no convencional

Artículo 24.- REQUISITOS PARA SOLICITAR EL INFORME TÉCNICO PARA RENOVACIÓN Y/O CAMBIO DE DISEÑO DE PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL Y NO CONVENCIONAL.-

El solicitante debe tener permiso vigente para solicitar el informe técnico de renovación y/o cambio de diseño de la publicidad exterior y cumplir con el ingreso en la ventanilla universal y/o servicios

en línea de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, del pago de la tasa y de la documentación establecida dentro de este capítulo dependiendo del caso.

En los casos de las siguientes publicidades se requerirá el informe técnico favorable para su renovación, cuya solicitud se deberá presentar dentro del periodo comprendido entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre del año de vigencia del permiso:

- a. Valla publicitaria de tipo lona o pantalla led, cuando se instale troquelados deberá realizar el cambio de diseño
- b. Macrovallas
- c. Gigantografías
- d. Tótems
- e. Publicidad exterior identificativa
- f. Banderas publicitarias cuando sean pantallas led
- g. Icono 3D y
- h. Publicidades expuestas en edificaciones comerciales, industriales, institucionales y residenciales en edificaciones, cuando se encuentren a una altura superior de 5 metros

Se entenderá la solicitud del informe técnico como la intención de iniciar el proceso de renovación, para acogerse a la extensión del plazo de vigencia del permiso hasta el 31 de marzo del año a renovar.

Artículo 25.- DEL PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DEL INFORME TÉCNICO, CAMBIO DE DISEÑO Y RENOVACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL Y NO CONVENCIONAL. - El proceso para la obtención del INFORME TÉCNICO para la instalación, cambio de diseño y renovación de la publicidad exterior se iniciará con la presentación de la documentación establecida en esta ordenanza, en la ventanilla universal y/o servicios en línea de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

La Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial notificará al ciudadano para que, en un término no mayor de 10 días, en caso de que, falte o se modifique información, se subsane o complete el requerimiento, pasado este tiempo y si no se ha subsanado el mismo, se notificará su archivo.

La Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial-DUPOT, será la encargada de solicitar informes técnicos a los distintos órganos y entes de la Gran Corporación Municipal, y/o a Entidades Públicas, o privadas que bajo cualquier modalidad legal preste un servicio público, para el sustento técnico adicional que se requiera para la elaboración del informe técnico correspondiente.

Una vez obtenida la información adicional en un término no mayor de 30 días, se notificará el informe técnico al solicitante, que en caso de ser favorable tendrá una vigencia de seis meses.

Cuando se trate de publicidad exterior no convencional se requerirá un informe técnico favorable de la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial o quien haga sus veces, el mismo que será autorizado por el Alcalde o su delegado, para continuar el trámite para la obtención del permiso en la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública.

CAPÍTULO XIII

DE LA DOCUMENTACIÓN, REQUISITOS Y PROCESOS PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 26.- PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR. - El permiso municipal de publicidad exterior es el documento legal que autoriza la instalación y exposición de publicidad exterior en espacios públicos o privados, para garantizar la seguridad, control, orden y la estética del cantón Guayaquil. La vigencia del permiso municipal de publicidad exterior será hasta el 31 de diciembre de cada año, con un plazo extendido hasta el 31 de marzo del siguiente año, en los casos de renovación.

Artículo 27.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA OBTENER EL PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIOS Y BIENES PÚBLICOS. - Toda persona natural o jurídica interesada en obtener el permiso municipal de publicidad exterior en espacios o bienes públicos deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Contar previamente con el informe técnico favorable vigente emitido por la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial.
- b) No ser deudor moroso del Municipio.

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar, en la Ventanilla Universal o en los servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, la siguiente documentación:

1. Formulario de solicitud de permiso municipal de Publicidad Exterior, firmado por el representante legal, adjuntando RUC, nombramiento y cédula; o, firmado por la persona natural, a nombre de quien será emitido el permiso por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública; se podrá presentar hasta un máximo de diez formularios de solicitudes al mes por persona, ya sea natural o jurídica, incluidas sus empresas vinculadas.
2. Si la persona que realiza el trámite no es el propietario de la publicidad exterior, deberá adicionar una carta de autorización con la diligencia notarial de reconocimiento de firma. Esta última será necesaria sólo cuando la solicitud sea ingresada en la Ventanilla Universal.

Artículo 28.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA OBTENER EL PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN PROPIEDAD PRIVADA. - Toda persona natural o jurídica interesada en obtener el permiso municipal de publicidad exterior en propiedad privada deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Contar previamente con el informe técnico favorable vigente emitido por la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial.
- b. No ser deudor moroso del Municipio.

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar, en la Ventanilla Universal o en los servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, la siguiente documentación:

1. Formulario de solicitud de permiso municipal de Publicidad Exterior, firmado por el representante legal, adjuntando RUC, nombramiento y cédula; o, firmado por la persona natural, a nombre de quien será emitido el permiso por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública; se podrá presentar hasta un máximo de diez formularios de solicitudes por persona al mes, ya sea natural o jurídica, incluidas sus empresas vinculadas.
2. Si la persona que realiza el trámite no es el propietario de la publicidad exterior, deberá adicionar una carta de autorización con la diligencia notarial de reconocimiento de firma. Esta última será necesaria solo cuando la solicitud sea ingresada en la Ventanilla Universal.
3. En caso de ser propiedad horizontal, se requerirá el acta de autorización y la certificación del secretario de la junta de condóminos; la misma deberá contar con la diligencia notarial de ser fiel copia del original.
4. El solicitante que ocupe propiedad privada para la instalación de publicidad exterior deberá adjuntar el instrumento legal que justifique el uso del espacio privado, con la diligencia notarial de ser fiel copia del original.
5. Formulario de autorización en el que el propietario de la publicidad exterior y el propietario del predio privado permitan a la M.I. Municipalidad de Guayaquil ingresar para realizar las acciones de control respecto a la publicidad exhibida en dicho predio.

Artículo 29.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA OBTENER EL PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR NO CONVENCIONAL.- Toda persona natural o jurídica interesada en obtener el permiso municipal de publicidad exterior no convencional deberá ingresar, en la Ventanilla Universal o servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, los requisitos establecidos en el artículo 27 para instalaciones en espacios y propiedades públicas, y los requisitos establecidos en el artículo 28 para instalaciones en propiedad privada. La categorización de publicidad exterior no convencional será previamente determinada por la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial mediante informe técnico favorable debidamente autorizado por el Alcalde o su delegado.

Artículo 30.- DEL PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- El proceso para la obtención del permiso municipal de publicidad exterior ya sea en espacios o bienes públicos, propiedad privada o no convencional, iniciará una vez cumplidos los requisitos y con la presentación de la documentación establecida en los artículos 27 y 28 o 29, según corresponda el caso, en la Ventanilla Universal o en los servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, dentro del término de 10 días, verificará la existencia y cumplimiento de los requisitos y documentación requerida para el trámite.

En caso de requerir subsanación de alguno de los requisitos o de la documentación presentada en la solicitud, se notificará al solicitante, otorgándole un término máximo de 10 días para completar o corregir el contenido de la solicitud o de alguno de sus documentos anexos. Si no se cumple con la subsanación dispuesta dentro del término establecido, se procederá a notificar el archivo de la solicitud.

En los casos en que no se requieran pólizas de responsabilidad civil, el solicitante será notificado con la aprobación de su solicitud y con el código electrónico de pago, a efectos de cumplir con los valores correspondientes en un término de 5 días. Una vez que los valores se encuentren cancelados, La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública emitirá el permiso municipal de publicidad exterior.

En ningún caso el pago de la tasa constituirá permiso municipal de publicidad exterior.

En los casos en que sí se requieran pólizas de responsabilidad civil y cumplidos los requisitos y documentación dispuesta en esta ordenanza, se notificará al solicitante la aprobación de su solicitud a fin de que, en un término de 3 días, realice la entrega de la póliza de responsabilidad civil a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública conforme a lo establecido en la presente ordenanza.

La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, remitirá las pólizas a la Procuraduría Síndica de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, para que se pronuncie en un término máximo de 5 días, que las mismas cumplen o no con las condiciones establecidas en la presente ordenanza; en el segundo caso, la DUEVP correrá traslado al solicitante con el pronunciamiento jurídico otorgándole un término de 3 días para atender las observaciones contenidas en dicho pronunciamiento.

Una vez cumplido lo anterior, se notificará al usuario con el código electrónico de pago, el cual tendrá un término de 5 días de vigencia durante los cuales se deberán cancelar los valores en su totalidad.

En el término de 7 días posteriores al pago de la tasa, el solicitante deberá coordinar con la DUEVP, la fecha para la instalación de la Publicidad exterior. Aprobado el cronograma de trabajo para la instalación, la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública emitirá el permiso municipal de publicidad exterior cuya vigencia será hasta el 31 de diciembre de cada año.

La instalación se realizará dentro del horario comprendido entre las 00h00 hasta las 05h00, con el acompañamiento de la Agencia de Tránsito y Movilidad, así como con la respectiva verificación in situ de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial, y la Dirección de Justicia y Vigilancia; con el fin de que la M.I. Municipalidad de Guayaquil constate que la instalación sea de conformidad con los parámetros establecidos en el informe técnico favorable y esta ordenanza.

Adicionalmente, al momento de la instalación de la Publicidad exterior, el solicitante deberá colocar en un lugar visible y legible, el permiso municipal de publicidad exterior.

Artículo 31.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA OBTENER AUTORIZACIÓN DE OCUPACIÓN DE ESPACIO Y VÍA PÚBLICA PARA MANTENIMIENTO Y/O CAMBIO DE PUBLICIDADES EXHIBIDAS.

1. Para todo trabajo de mantenimiento, el solicitante deberá contar con el permiso municipal de publicidad exterior vigente. Además, deberá presentar, con un término de antelación de 10 días a la fecha planteada, lo siguiente:

Solicitud para la autorización de ocupación del uso del espacio y vía pública, especificando todas las acciones a realizar, los equipos que se emplearán, las fechas y los horarios de trabajo. Los horarios permitidos para el trabajo son entre las 00:00 y las 05:00.

2. Para el cambio de la publicidad exhibida, el solicitante deberá contar con el permiso municipal de publicidad exterior vigente. Además, deberá presentar, con un término de antelación de dos días a la fecha planteada, lo siguiente:

- a. Solicitud para la autorización de ocupación del uso del espacio y vía pública, especificando todas las acciones a realizar, los equipos que se emplearán, las fechas y los horarios de trabajo. Los horarios permitidos para el trabajo son entre las 00h00 y las 05h00.
- b. Fotomontaje de la publicidad que se exhibirá, detallando sus especificaciones técnicas. Con el cual, la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública constatará que las nuevas publicidades exhibidas se ajusten a las características del permiso vigente, con el fin de asegurar que no existan inconsistencias, como excedentes o troquelados no autorizados.

Artículo 32.- DEL PROCEDIMIENTO PARA LA AUTORIZACION DE MANTENIMIENTO Y CAMBIO DE PUBLICIDAD EXTERIOR EXHIBIDA.- El proceso para Autorización de Mantenimiento o Cambio de Publicidad Exterior Exhibida ya sea en espacio o bienes públicos o en propiedad privada, iniciará una vez cumplidos los requisitos y con la presentación de la documentación establecida en el artículo 31, según corresponda el caso, en la Ventanilla Universal o en los servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, dentro del término de 5 días, verificará la existencia y cumplimiento de los requisitos y documentación requerida para el trámite. En caso de cumplir con lo anteriormente descrito, se notificará al solicitante la autorización de su solicitud.

En caso de requerir subsanación de alguno de los requisitos o de la documentación presentada en la solicitud, se notificará al solicitante, otorgándole un término máximo de 10 días para

completar o corregir el contenido de la solicitud o de alguno de sus documentos anexos. Si no se cumple con la subsanación dispuesta dentro del término establecido, se procederá a notificar el archivo de la solicitud.

El solicitante deberá coordinar con la DUEVP, la fecha para el mantenimiento o cambio de publicidad exterior exhibida. La instalación se realizará dentro del horario comprendido entre las 00h00 hasta las 05h00, con el acompañamiento de la Agencia de Tránsito y Movilidad, así como con la respectiva verificación in situ de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial, y la Dirección de Justicia y Vigilancia.

Artículo 33.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA EL CAMBIO DE DISEÑO DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR. – Para efectos de esta ordenanza, se entenderá por "cambio de diseño" toda modificación en la estructura física de la publicidad exterior aprobada en el permiso municipal de publicidad exterior vigente. Esto incluye la adición de elementos tridimensionales o cambios en la forma de la estructura.

El solicitante interesado en realizar el cambio de diseño de una publicidad exterior deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Tener un permiso municipal de publicidad exterior vigente.
2. No ser deudor moroso del Municipio.
3. Contar con el informe técnico favorable para el cambio de diseño, emitido por la Dirección de Planificación Urbana Proyectos y Ordenamiento Territorial.

Posteriormente el solicitante deberá de presentar la siguiente documentación en la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública:

1. Formulario de solicitud para el cambio de diseño dirigido a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública.
2. Póliza actualizada de responsabilidad civil por el nuevo diseño de la publicidad exterior.

Artículo 34.- DEL PROCEDIMIENTO PARA EL CAMBIO DE DISEÑO DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR. - El proceso para el cambio de diseño de la publicidad exterior ya sea en espacio o bienes públicos o en propiedad privada, iniciará una vez cumplidos los requisitos y con la presentación de la documentación establecida en el artículo 33, según corresponda el caso, en la Ventanilla Universal o en los servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, dentro del término de 15 días, verificará la existencia y cumplimiento de los requisitos y documentación requerida para el trámite. En caso de cumplir con lo anteriormente descrito, se notificará al solicitante la aprobación de su solicitud y se generará el código electrónico de pago para que, en un término de 5 días, se cancelen los

valores en su totalidad. Una vez cancelados los valores, se actualizará la información de su permiso municipal de publicidad exterior.

En caso de requerir subsanación de alguno de los requisitos o de la documentación presentada en la solicitud, se notificará al solicitante, otorgándole un término máximo de 10 días para completar o corregir el contenido de la solicitud o de alguno de sus documentos anexos. Si no se cumple con la subsanación dispuesta dentro del término establecido, se procederá a notificar el archivo de la solicitud.

El solicitante deberá coordinar con la DUEVP, la fecha para el cambio de diseño de la publicidad exterior exhibida. La instalación se realizará dentro del horario comprendido entre las 00h00 y las 05h00, con el acompañamiento de la Agencia de Tránsito y Movilidad, así como con la respectiva verificación in situ de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial, y la Dirección de Justicia y Vigilancia.

Artículo 35.- DE LA RENOVACIÓN DE LOS PERMISOS.- La solicitud para la renovación del permiso municipal de publicidad exterior se realizará en los siguientes términos:

- a. Para los casos que no requieran informe técnico favorable para la renovación, se deberá presentar la solicitud hasta el 31 de diciembre de cada año y su procedimiento de aprobación será dentro del período comprendido entre el 1 y 31 de enero del año a renovar; y,
- b. Para los casos en que requieran informes técnicos favorables para su renovación se deberá presentar la solicitud de renovación hasta el 15 de marzo del año a renovar.

Sólo en los casos que se requieran informes técnicos favorables para la renovación del permiso municipal de publicidad exterior en espacios públicos o propiedad privada, se entenderá la solicitud del informe técnico como la intención de iniciar el proceso de renovación, para acogerse a la extensión del plazo de vigencia del permiso hasta el 31 de marzo del año a renovar.

Artículo 36.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA LA RENOVACIÓN DE LOS PERMISOS MUNICIPALES DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIOS Y BIENES PÚBLICOS.- El solicitante, para realizar la renovación del permiso municipal de publicidad exterior en espacio o bienes públicos deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Tener permiso vigente
- b. Informe técnico favorable para la renovación emitido por la Dirección de Planificación Urbana Proyectos y Ordenamiento Territorial.
- c. No ser deudor moroso del municipio

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar en ventanilla universal o servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, la siguiente documentación:

1. Formulario de solicitud para la renovación del permiso.

2. Póliza de seguro de responsabilidad civil correspondiente al año a renovar con vigencia desde el 1 de enero al 31 de diciembre; excepto para:
 - a. Banderas publicitarias descritas en el art. 13.3, siempre que no sean pantallas led;
 - b. Publicidad a través de mapping o video mapping, descritos en el art. 13.6.
 - c. Los murales artísticos descritos en el art. 13.7; y,
 - d. Publicidad expuesta en mobiliario urbano descrito en el art 13.8.
3. Si la persona que realiza el trámite no es el propietario de la publicidad exterior, deberá adicionar una carta de autorización con la diligencia notarial de reconocimiento de firma. Esta última será necesaria solo cuando la solicitud sea ingresada en la Ventanilla Universal.

Artículo 37.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA LA RENOVACIÓN DE LOS PERMISOS MUNICIPALES DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN PROPIEDAD PRIVADA. - El solicitante, para realizar la renovación del permiso municipal de publicidad exterior en propiedad privada deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Tener permiso vigente
2. Informe técnico favorable emitido por la DUPOT para la renovación en los siguientes casos:
 - a. Valla publicitaria de tipo lona o pantalla led, descrita en el art. 14.1;
 - b. Macroallas descritas en el art.14.2;
 - c. Gigantografías descritas en el art. 14.3;
 - d. Tótems descritos en el art. 14.5;
 - e. Publicidad exterior identificativa descrito en el art. 14.6,
 - f. Banderas publicitarias descritas en el art. 14.8, cuando sean pantallas led,
 - g. Ícono 3D descrito en el art. 14.10; y,
 - h. Las descritas en el art. 14.11 cuando se encuentren a una altura superior de 5 metros.
3. No ser deudor moroso del municipio

Cumplidos los requisitos previamente definidos, Ingresar en ventanilla universal o servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, la siguiente documentación:

1. Formulario de solicitud para la renovación del permiso.
2. Póliza de seguro de responsabilidad civil correspondiente al año a renovar con vigencia desde el 1 de enero al 31 de diciembre cuando la publicidad exterior sea una de las siguientes:

- a. Valla publicitaria de tipo lona o pantalla led, descrita en el art. 14.1;
 - b. Macro vallas descritas en el art.14.2;
 - c. Gigantografías descritas en el art. 14.3;
 - d. Tótems descritos en el art. 14.5;
 - e. Publicidad exterior identificativa descrito en el art. 14.6,
 - f. Banderas publicitarias descritas en el art. 14.8, cuando sean pantallas led,
 - g. Ícono 3D descrito en el art. 14.10; y,
 - h. Las descritas en el art. 14.11 cuando se encuentren a una altura superior de 5 metros.
3. Cuando se traten de las publicidades exteriores que no requieren informe técnico favorable para la renovación, se deberá presentar una declaración Juramentada ante Notario Público, realizada por el titular del permiso en la que manifieste que la publicidad exterior correspondiente al permiso a renovarse se encuentra en buen estado en todos sus componentes y mantiene las mismas características técnicas detalladas en el informe técnico favorable con el que se obtuvo el permiso. En la Declaración Juramentada, se deberá hacer constar los datos detallados en el Permiso.
4. Si la persona que realiza el trámite no es el propietario de la publicidad exterior, deberá adicionar una carta de autorización con la diligencia notarial de reconocimiento de firma. Esta última será necesaria solo cuando la solicitud sea ingresada en la Ventanilla Universal.
5. En caso de ser propiedad horizontal, se requerirá el acta de autorización y la certificación del secretario de la junta de condóminos; la misma deberá contar con la diligencia notarial de ser fiel copia del original.
6. El solicitante que ocupe propiedad privada para la instalación de publicidad exterior deberá adjuntar el instrumento legal que justifique el uso del espacio privado, con la diligencia notarial de ser fiel copia del original.
7. Formulario de autorización en el que el propietario de la publicidad exterior y el propietario del predio privado permitan a la M.I. Municipalidad de Guayaquil ingresar para realizar las acciones de control respecto a la publicidad exhibida en dicho predio.

Artículo 38.- DE LOS REQUISITOS Y DOCUMENTACIÓN PARA LA RENOVACIÓN DE LOS PERMISOS MUNICIPALES DE PUBLICIDAD EXTERIOR NO CONVENCIONAL. - El

solicitante, para realizar la renovación del permiso de publicidad exterior no convencional en espacio público o en propiedad privada deberá cumplir con lo establecido en los artículos 32 y 33, según corresponda el caso. La categorización de publicidad exterior no convencional será previamente determinada por la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial mediante informe técnico favorable.

Artículo 39.- DEL PROCESO DE SOLICITUD PARA LA RENOVACIÓN DEL PERMISO. - El proceso para la renovación del permiso municipal de publicidad exterior ya sea en espacio público o en propiedad privada, iniciará una vez cumplidos los requisitos y con la presentación de la documentación establecida en los artículos 36, 37 y 38, según corresponda el caso, en la Ventanilla Universal o en los servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, dentro del término de 10 días, verificará la existencia y cumplimiento de los requisitos y documentación requerida para el trámite.

En caso de requerir subsanación de alguno de los requisitos o de la documentación presentada en la solicitud, se notificará al solicitante, otorgándole un término máximo de 10 días para completar o corregir el contenido de la solicitud o de alguno de sus documentos anexos. Si no se cumple con la subsanación dispuesta dentro del término establecido, se procederá a notificar el archivo de la solicitud.

En los casos en que no se requieran pólizas de responsabilidad civil, el solicitante será notificado con la aprobación de su solicitud y con el código electrónico de pago, a efectos de que, en un término de 5 días se cancelen los valores en su totalidad. Una vez que los valores se encuentren cancelados, La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública emitirá la renovación del permiso municipal de publicidad exterior.

En ningún caso el pago de la tasa constituirá renovación del permiso municipal de publicidad exterior.

En los casos en que sí se requieran de las pólizas de responsabilidad civil, la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, las remitirá a la Procuraduría Síndica de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, para que se pronuncie en un término máximo de 5 días, que las mismas cumplen o no con las condiciones establecidas en la presente ordenanza; en el segundo caso, la DUEVP correrá traslado al solicitante con el pronunciamiento jurídico otorgándole un término de 3 días para atender las observaciones contenidas en dicho pronunciamiento.

Una vez cumplido lo anterior, se notificará al usuario con el código electrónico de pago, el cual tendrá un término de 5 días de vigencia durante los cuales se deberán cancelar los valores en su totalidad. Una vez que los valores se encuentren cancelados, la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública emitirá la renovación del permiso municipal de publicidad exterior.

Artículo 40.- DE LA BAJA DEL PERMISO MUNICIPAL. - Los titulares del permiso municipal de publicidad exterior interesados en dar de baja a su permiso, para ello deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Tener permiso municipal de publicidad exterior vigente
- b. No ser deudor moroso del municipio

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar en ventanilla universal o servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil acorde a lo siguiente:

1. Para las publicidades exteriores, que no requieren informe técnico para renovaciones sean en espacios o bienes públicos o propiedad privada deberá presentar los siguientes documentos:
 - a. Formulario en la que se solicite a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública la baja del permiso municipal de publicidad exterior detallando los datos del permiso.
 - b. Fotos del lugar donde se encontraba la publicidad exterior y demás sustentos que demuestre que ha sido retirada. Sin perjuicio de las acciones de control que pueda realizar la M.I. Municipalidad de Guayaquil
2. Para las publicidades exteriores, que si requieren informe técnico para renovaciones sean en espacios o bienes públicos o propiedad privada deberá presentar el siguiente documento: Formulario en la que se solicite a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública la baja del permiso municipal de publicidad exterior detallando los datos del permiso.

Artículo 41.- DEL PROCEDIMIENTO PARA BAJA DEL PERMISO MUNICIPAL. - El proceso para dar de baja al permiso municipal vigente iniciará una vez que el titular del permiso presente la documentación descrita en el artículo 40, en la ventanilla universal o servicios en línea definidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.

La Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública dentro del término de 10 días, verificará el cumplimiento de los requisitos y documentación requerida para el trámite.

En caso de requerir subsanación de alguno de los requisitos o de la documentación presentada en el formulario, se notificará al solicitante, otorgándole un término máximo de 10 días para completar o corregir el contenido del formulario o de alguno de sus documentos anexos. Si no se cumple con la subsanación dispuesta dentro del término establecido, se procederá a notificar el archivo del mismo.

En los casos de las Publicidades exteriores que no requieren de informes técnicos para su renovación, una vez aprobada el formulario, se procederá con la baja del permiso municipal de publicidad exterior y se notificará al solicitante de la culminación del trámite, así también se pondrá a conocimiento a la Dirección competente del control.

En los casos de las Publicidades exteriores que sí requieran de informes técnicos para su renovación, se notificará al solicitante con el día y hora para la desinstalación de la Publicidad exterior.

La desinstalación se realizará dentro del horario comprendido entre las 00h00 hasta las 05h00, con el acompañamiento de la Agencia de Tránsito y Movilidad, así como con la respectiva

verificación in situ de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública; la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial; y la Dirección de Justicia y Vigilancia; con el fin de que la M.I. Municipalidad de Guayaquil constataste que se ejecute la desinstalación.

Realizada la desinstalación y la restitución a su estado original del espacio y vía pública, la DUEVP procederá a realizar la baja del permiso y se notificará al solicitante de la culminación del trámite.

Artículo 42.- DE LA TERMINACIÓN ANTICIPADA DE LA VIGENCIA DEL PERMISO MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- La vigencia de los permisos municipales de publicidad exterior de manera excepcional, podrá ser terminada anticipadamente cuando por convenir a los intereses del Cantón, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil considere y justifique necesaria la terminación de la vigencia del permiso, por interés público en casos como: la ejecución de obras públicas, regeneración urbana, reordenamiento urbano, expropiación, ejecución de pasos elevados vehiculares o peatonales, nuevos parques, instalación de cámaras de seguridad, y demás motivos de interés público.

En todos los casos, la M.I. Municipalidad de Guayaquil, a través de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, notificará al titular del permiso sobre el acto resolutorio por el cual se configuró la terminación anticipada de la vigencia del permiso, otorgando un plazo para la desinstalación de la publicidad exterior.

CAPÍTULO XIV DE LAS PÓLIZAS

Artículo 43.- DE LA PÓLIZA DE SEGUROS. - Las personas naturales o jurídicas que instalen publicidad exterior están obligadas a contratar y mantener en vigencia una póliza de seguros de responsabilidad civil, la misma que será incondicional, irrevocable y de ejecución inmediata, durante la instalación, permanencia y retiro de sus estructuras, por los perjuicios que se pudieren causar a bienes o personas, en el área pública o privada, la cual será entregada a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública conforme a lo determinado en la presente ordenanza. La póliza deberá tener como beneficiario al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil y contemplar el resarcimiento de daños a las personas naturales o jurídicas directamente perjudicadas.

Dicha póliza deberá precisar que, para reclamar el pago de la misma, bastará la presentación a la compañía de seguro que haya emitido la póliza de una resolución suscrita por la máxima autoridad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil (M.I. Municipalidad de Guayaquil) que determine que el siniestro o los hechos asegurados de la referida póliza sean imputables al titular del permiso de la publicidad exterior o sus responsables solidarios.

De presentarse un siniestro, el valor de la póliza se mantendrá, especificando que el monto total de la póliza es por cada tipo y número de estructura, ante cualquier cantidad de siniestros. Sin perjuicio de lo cual, la responsabilidad civil del titular del permiso municipal de publicidad

exterior o sus responsables solidarios, no cesará en el evento de que la cobertura de la póliza de seguros sea insuficiente para cubrir el pago indemnizatorio, por la ocurrencia del cualquier siniestro.

La cobertura de las pólizas de responsabilidad civil será por el mismo valor pagado para la obtención del permiso municipal de publicidad exterior; debiendo entregar por cada permiso una póliza de responsabilidad civil.

Artículo 44.- CASOS DE EXIGIBILIDAD DE ENTREGA DE PÓLIZAS. - Es de carácter obligatorio entregar a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, en el procedimiento de obtención o renovación del Permiso Municipal de Publicidad Exterior, una póliza de responsabilidad civil de acuerdo con las condiciones establecidas en este capítulo, para los siguientes casos:

1. Publicidad exterior en espacio o bienes públicos:
 - a. Paletas en acera.
 - b. Paletas en parterre.
 - c. Valla Publicitaria (Lona/Pantalla Digital).
 - d. Bandera Publicitaria.
 - e. Pasos peatonales con viga inferior.
 - f. Pasos peatonales con baranda.
 - g. Pasos elevados vehiculares con viga inferior.
 - h. Tótem
 - i. Sistema especial de información fija, sincronizada (scrolling) y/o led ubicado en las terminales de la metrovía o en las áreas de influencia de las paradas.
 - j. En edificaciones públicas construidas en espacio público.
2. Publicidad exterior expuestas en propiedad privada:
 - a. Valla Publicitaria (Lona/Pantalla Digital).
 - b. Macrovallas.
 - c. Gigantografías.
 - d. Tótem
 - e. Identificativa (Logotipo)
 - f. Banderas publicitarias, cuando sean pantallas led.
 - g. Icono 3d.
 - h. En edificaciones comerciales, industriales, institucionales y residenciales, cuando se encuentren a una altura superior de 5 metros.

CAPÍTULO XV

DE LOS VALORES A PAGAR POR CONCEPTO DE TASAS PARA LA OBTENCIÓN DE LOS PERMISOS MUNICIPALES DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIOS PÚBLICOS O PRIVADOS.

Artículo 45.- DE LOS SUJETOS PASIVOS Y RESPONSABLES. - Son sujetos pasivos de las tasas por la obtención de los permisos municipales de publicidad exterior en espacios públicos o propiedad privados, los propietarios de la estructura publicitaria instalada en espacios públicos o privados.

Se considera responsables solidarios del pago de estas tasas a los propietarios de los inmuebles en que se encuentren instaladas o expuestas las estructuras publicitarias, los propietarios de la agencia de publicidad y los propietarios de la marca o las marcas que se exponen en la publicidad exterior.

Artículo 46.- DEL HECHO GENERADOR DE LA TASA. - El hecho generador de la tasa lo constituye la instalación de publicidad exterior en espacios públicos o propiedad privada, sin perjuicio de la obligación de obtener los permisos correspondientes cumpliendo con los parámetros establecidos en la presente ordenanza.

Artículo 47.- DE LA VIGENCIA, PERIODO DE PAGO Y LA EXIGIBILIDAD. - La tasa para la obtención del permiso municipal de publicidad exterior en espacios públicos o propiedad privada, es anual y deberá ser pagada previo al otorgamiento del permiso respectivo.

La tasa para la renovación del permiso será pagada hasta el 15 de abril de cada año. Vencido el referido plazo, sin que el contribuyente haya realizado el pago, la Dirección de Uso de Espacio y Vía Pública solicitará a la Dirección Financiera que a través del Departamento de Rentas proceda a la emisión de los títulos de crédito correspondientes.

Artículo 48.- DE LOS VALORES A PAGAR POR CONCEPTO DE TASAS PARA LA OBTENCIÓN DE LOS PERMISOS MUNICIPALES DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIOS PÚBLICOS O PRIVADOS. - Los sujetos pasivos deberán pagar los siguientes valores por concepto de las Tasas para la obtención de los Permisos Municipales de Publicidad Exterior en Espacios Públicos o propiedad privada, en función de los metros cuadrados de exposición publicitaria que tenga la estructura, acorde a los datos detallados a continuación:

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL EN ESPACIOS PÚBLICOS

Tipo de Publicidad Exterior	Categoría 1	Categoría 2	Categoría 3
	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Valla Publicitaria – Lonas	31%	27%	16%
Valla Publicitaria - Pantallas Digitales	150%	130%	78%
Tótem	150%	130%	78%

Tipo de Publicidad Exterior	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Paletas en Acera	27%
Paletas en Parterre	27%
Bandera Publicitaria	27%
Pasos Peatonales (caja de luz)	27%
Pasos Peatonales (tipo LED)	130%
Pasos Vehiculares (caja de luz)	27%
Pasos Vehiculares (tipo LED)	130%
A través de Mapping o Video Mapping	94%
Murales Artísticos	27%
Mobiliario Urbano	27%
Sistema Especial de Información Fija, Sincronizada (Scrolling) y/o Led Ubicada en Terminales de la Metrovía o en las Áreas de Influencia de las paradas	46%
Publicidad Exterior Expuesta en Edificaciones Públicas Construidas en Espacio Pública	130%

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL EN PROPIEDAD PRIVADA

Tipo de Publicidad Exterior	Categoría 1	Categoría 2	Categoría 3
	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Valla Publicitaria - Lonas	31%	27%	16%
Valla Publicitaria - Pantallas Digitales	94%	81%	48%

Tipo de Publicidad Exterior		% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Macrovalla		27%
Gigantografía		27%
Sistema de Aireación		26%
Tótem		27%
Identificativa - Logotipo		6%
Urbanizaciones		6%
Banderas		27 %
En Cubiertas/o Terrazas Mediante Pintura		27%
Icono en 3D		27%
En Edificaciones Comerciales, Industriales, Institucionales y Residenciales	1. Publicidad Exterior en Planta Baja Sobrepuesta en Dintel	6%
	2. Publicidad Exterior en Planta Baja Encajonada a Las Puertas	6%
	3. Publicidad Exterior en Planta Baja En Mamparas de Vidrio y Vitrinas	6%
	4. Publicidad Exterior en Pisos Altos en Antepechos de Ventanas	6%
	5. Publicidad Exterior en Pisos Altos en Remate de Edificación	6%
	6. Publicidad Exterior en Pisos Altos en Fachada Lateral - Logotipos	6%
	7. Publicidad Exterior en Marquesinas	6%
	8. Publicidad Exterior Perpendicular	6%
	9. Publicidad Exterior en Fachada Lateral o Posterior	6%
En Edificaciones de Grandes Superficies o Conglomerados Comerciales		27%

La segmentación de las categorías 1, 2 y 3, referidas en las tablas correspondientes a La Publicidad Exterior Convencional en Espacio Público y en Propiedad Privada, son acorde a las calles y avenidas determinadas en los Anexos 1, 2 y 3 de la presente Ordenanza.

Por otra parte, para la Publicidad Exterior No Convencional se establece una tarifa única correspondiente al 130% de un S.B.U. por cada metro cuadrado de exposición.

Artículo 49.- EXENCIONES.- Los organismos y entidades del Sector Público y las empresas públicas están exentas del pago de las Tasas establecidas en esta Ordenanza, siempre y cuando la estructura publicitaria se encuentre instalada en inmuebles de propiedad del Sector Público y la publicidad expuesta sea exclusivamente de carácter informativa con relación a las competencias y facultades atribuidas a éstas en la Constitución y la ley o que la publicidad sea exclusivamente de carácter identificativa de la institución.

La exoneración en el pago de la tasa no exime a la institución del cumplimiento de los requisitos, aspectos técnicos y administrativos determinados en la presente Ordenanza.

CAPÍTULO XVI DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 50.- SANCIONES. - En caso de incurrir en las infracciones tipificadas en la presente ordenanza, la M.I. Municipalidad de Guayaquil podrá aplicar una o varias de las siguientes sanciones:

- a.- Multa según la gravedad de la infracción, la cual se encuentra previamente establecida en cada una de ellas.
- b.- Retiro del permiso municipal de publicidad exterior.
- c.- Clausura o retiro de la exposición publicitaria.
- d.- Clausura o retiro de la estructura de la publicidad exterior.

Artículo 51.- CRITERIOS DE PROPORCIONALIDAD PARA DETERMINACIÓN DE SANCIONES. - Se considerarán para la determinación de la multa según el tipo de infracción los siguientes criterios:

- a.- Reconocimiento de responsabilidad.
- b.- Reincidencia en el cometimiento de alguna de las infracciones establecidas en la presente ordenanza, en el lapso de un año, contados a partir de la primera resolución que se encuentre ejecutoriada.
- c.- Atenuantes debidamente comprobadas en el procedimiento administrativo sancionador correspondiente.

Artículo 52.- RESPONSABILIDAD SOLIDARIA. - Serán solidariamente responsables del cometimiento de las infracciones contenidas en el presente capítulo; el o los propietarios del predio donde se encuentra ubicada la publicidad exterior; la agencia de publicidad y/o el propietario de la marca o las marcas que se exponen en la publicidad exterior.

Artículo 53.- INFRACCIONES LEVES. – Se considerarán infracciones leves a las siguientes conductas y se sancionarán con el veinte por ciento hasta un salario básico unificado del trabajador en general:

1. No reparar los daños de la publicidad exterior, dentro de las 24 horas contadas desde la notificación por parte de la Dirección de Justicia y Vigilancia.
2. No mantener vigente un programa de mantenimiento, preventivo y correctivo según el tipo de publicidad exterior.
3. Realizar mantenimientos o intervención en la publicidad exterior en horarios no autorizados por la Dirección de Vía Pública.
4. Omitir la exhibición de elementos de identificación en las publicidades exteriores.

Artículo 54.- INFRACCIONES GRAVES. – Se considerarán infracciones graves a las siguientes conductas y se sancionarán con una multa de uno a diecinueve salarios básicos unificados del trabajador en general:

1. Reincidir en el cometimiento de alguna de las infracciones leves, en el lapso de un año, contados a partir de ejecutoriada la primera resolución.
2. No realizar el mantenimiento preventivo de los elementos de la publicidad exterior y sus estructuras, determinado en el informe técnico.
3. Proyectar publicidad exterior que contravenga los niveles de luminancia permitidos por la presente ordenanza.
4. Contravenir disposiciones técnicas de publicidad exterior contenida en los capítulos quinto y sexto de la presente Ordenanza.
5. Ocasionar daños, modificaciones o alteraciones en el espacio público como resultado de la manipulación y/o instalación de la publicidad exterior.
6. Instalar publicidad exterior con especificaciones técnicas distintas a lo establecido en el permiso otorgado por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública.
7. Realizar el cambio de diseño de la publicidad exterior sin la autorización de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública o quien haga sus veces, aún en el caso de que dichos cambios cumplan con las normas de esta Ordenanza y demás cuerpos normativos sobre la materia;
8. Mantener descubierta la estructura sin exponer publicidad en cualquiera de sus caras.
9. Realizar trabajos en la vía pública como cambio de lonas o impresiones publicitarias exteriores sin la debida autorización.
10. Mantener instalada o exhibida publicidad exterior que se hallen deterioradas o en mal estado y que afecte al paisaje urbanístico sin representar riesgo a las personas.

11. El uso de materiales disonantes tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones.
12. La publicidad exterior ubicada en espacio privado que sobresalga de sus linderos o mensuras invadiendo espacio público o propiedad privada.
13. Instalar o pintar publicidad exterior sobre vegetación baja, media o alta.
14. Instalar pancartas, guindolas fabricadas en tela, plástico o cualquier otro elemento colocado atravesando la vía pública, sin la debida autorización municipal.
15. Instalar publicidad exterior que no sea parte integrante del diseño de toldas y marquesinas que se ubiquen al ingreso de edificio y establecimientos.
16. Instalar cualquier tipo de publicidad exterior normado por esta Ordenanza en zonas y urbanizaciones exclusivamente residenciales, considerando las excepciones establecidas en este cuerpo normativo.

Artículo 55.- INFRACCIONES MUY GRAVES. – Se considerarán infracciones muy graves a las siguientes y se sancionarán con una multa de veinte a cuarenta y cinco salarios básicos unificados del trabajador:

1. Reincidir en el cometimiento de alguna de las infracciones graves, en el lapso de un año, contados a partir de ejecutoriada la primera resolución,
2. Instalar estructuras adicionales a las ya permitidas en espacios públicos o privados que obstaculice el área de alcance de las cámaras de vigilancia instaladas en diferentes puntos de la ciudad o en sitios que impidan el monitoreo que éstas realizan en avenidas, calles, ingresos / salidas a edificios, puentes, pasos a desnivel, túneles, etc.;
3. Instalar publicidad exterior que dañe, obstaculice o dificulte el normal funcionamiento y/o mantenimiento de la infraestructura urbana, tales como: hidrantes, tuberías, servidumbres, interconectados, acueductos, alumbrado público, entre otros.
4. Instalar elementos adicionales y/o accesorios no autorizados sobre la estructura de la publicidad exterior.
5. Las estructuras de publicidad exterior que se encuentren en espacios públicos o privados, deterioradas que sean un riesgo para las personas y bienes en general.
6. Instalar publicidad exterior en zonas de protección ecológica, tales como: (ZONA ESPECIAL DE PROTECCIÓN ZE-P, ZONA ESPECIAL DE PROTECCIÓN ESPEJO DE AGUA DE CHONGÓN ZE-P3; ZONA ESPECIAL DE PROTECCIÓN BORDE DEL EMBALSE DE CHONGÓN ZE-P4) ; y en zonas de protección de riesgos; (ZONA ESPECIAL VULNERABLE ZE-V ; ZONA ESPECIAL VULNERABLE 1 ZE-V1 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE 2 ZE-V2 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE 3 ZE-V3 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE 4 ZE-V4 , ZONA ESPECIAL VULNERABLE

INUNDABLE ZE-VI , ZONA ESPECIAL VULNERABLE INUNDABLE 2 ZE-VI2); esto sin perjuicio de las demás que se puedan catalogar.

7. Modificar sin la autorización de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, el cambio de diseño de la publicidad exterior originalmente aprobada, aún en el caso de que dichos cambios cumplan con las normas de esta Ordenanza y demás cuerpos normativos sobre la materia.
8. Instalar, adherir o pintar toda clase de publicidad exterior en espacios públicos o en propiedad privada, sin el permiso municipal correspondiente.
9. Instalar, adherir o pintar publicidad exterior en elementos arquitectónicos de edificaciones, que su colocación impida total o parcialmente el libre paso de las personas, iluminación, ventilación o el registro visual del interior de la edificación, con excepción de la publicidad exterior definida como gigantografía.
10. Realizar algún tipo de trabajo en la publicidad exterior, tales como mantenimiento, cambios de exposiciones publicitarias, bolardos de protección, instalación de medidores, etc., sin la autorización previa emitida por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, o quien tenga su competencia.
11. Instalar publicidad exterior catalogados como vallas, pantallas, banderines y paletas, en las siguientes calles y avenidas:
 - AV. 4 NE - DR. ANTONIO PARRA VELASCO E/. CALLE 18 NE - DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ Y CALLE 20 NE - PRESIDENTE JOSÉ LUIS TAMAYO TERÁN.
 - AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR E/. CALLE 18 NE – BENJAMÍN CARRIÓN MORA Y EJE N-S -AV. FRANCISCO DE ORELLANA.
 - AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR E/. CALLE 18 NE – BENJAMÍN CARRIÓN MORA Y CALLE 16 A NE -JOSÉ ROURA OXANDABERRO.
 - AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR E/. CALLE 16A NE – JOSÉ ROURA OXANDABERRO Y AV. HERMANO MIGUEL.
 - CALLE 17 NE - JOSÉ MARÍA EGAS E/. AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR Y EJE N-S- AV. FRANCISCO DE ORELLANA.
 - CALLE 16A NE - JOSÉ ROURA OXANDABERRO E/. AV. 3 NE - ISIDRO AYORA Y AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR.
 - AV. 37 NO-DR. ADOLFO ALVEAR ORDOÑEZ-CALLE PRINCIPAL DE MIRAFLORES E/. CALLE 5 NO - DR. HUMBERTO FERRETI ROMERO Y EJE EO-CARLOS JULIO AROSEMENA.
 - CIRCUNVALACIÓN SUR E/. CALLE 11B NO - LAS MONJAS Y AV. 29 NO – FICUS.

- CIRCUNVALACIÓN SUR E/. AV. 26 NO - TODOS LOS SANTOS Y CALLE 11B NO – LAS MONJAS.
- CIRCUNVALACIÓN SUR E/. CALLE 9 NO - VÍCTOR EMILIO ESTRADA SCIACALUGA Y AV. 26 NO - TODOS LOS SANTOS.
- CALLE 9 NO - VÍCTOR EMILIO ESTRADA SCIACALUGA E/. CALLE 9 NO - JOHN FITZGERALD KENNEDY Y CALLE 5 NO - DR. HUMBERTO FERRETI ROMERO.
- EJE E-O-NUEVE DE OCTUBRE E/. AV. 12 SE - MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR PALACIOS Y AV. 12 SO- MALECON EMILIO ESTRADA YCAZA.
- CALLE 26 SE - PORTETE DE TARQUI E/. AV. 20 SO - FEDERICO GODING Y AV. 49 SO (PUENTE).
- CALLE 43 SE - JOSÉ VICENTE TRUJILLO E/. AV. 25 DE JULIO Y AV. 7 SE - AGUSTÍN ARGÜELLES.
- CALLE 51C SO - DR. JOSÉ TOMÁS DE AGUIRRE Y ANZOÁTEGUI E/. AV. 2 SO - PADRE CAYETANO TARRUEL Y AV. 6 SO - CNEL. JACINTO EUSTAQUIO RODRÍGUEZ DE BEJARANO.
- CALLE 49 SO - DR. JUAN MONTALVÁN CORNEJO E/. AV. 25 DE JULIO Y AV. 7 SO - LUIS NOBOA NARANJO.
- AV. 12 SE - ABDÓN CALDERÓN MUÑOZ E/. CALLE 53 SE - RAÚL CLEMENTE HUERTA Y MIGUEL ÁVILES.
- DIAGONAL 8 SE - BLVR. JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y MARURI E/. AV. 12 NE - MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR PALACIOS Y AV. 5 SE - DR. HIDEYO NOGUCHI.
- AV. 3 NE-PTE. ISIDRO AYORA CUEVA E/. CALLE 18 NE-DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ Y AV. 2 NE GABRIEL ROLDÓS GARCÉS.
- EJE E-O - AB. JAIME NEBOT VELASCO (“VIA LA COSTA”), DESDE LA AV. JOSÉ RODRÍGUEZ BONÍN HASTA PEAJE “VÍA LA COSTA”.
- CALLE 12 NE - DR. CARLOS LUIS PLAZA DANÍN, DESDE LA AV. 5 NE - PEDRO JOSÉ MENÉNDEZ GILBERT (AV. 5 NE) HASTA EL INICIO DEL PASO VEHICULAR DIAGONAL A “HOGAR SAN JOSÉ”.
- CALLE 4 SO - BARCELONA SPORTING CLUB, DESDE PUENTE “EL VELERO” HASTA AV 51 SO – JOSÉ RODRÍGUEZ BONÍN.
- AV. 12 NO – JOSÉ SANTIAGO CASTILLO CASTILLO, DESDE AV. 10 NO - FRANCISCO DE ORELLANA HASTA AV. 8A NO – DR. JUAN TANCA MARENGO.
- CALLE 18 NO – MANUEL BENJAMÍN CARRIÓN MORA, DESDE CALLE 18J NO – ING. FELIPE PEZO CAMPUZANO HASTA AV. 3 NE PDTE. ISIDRO AYORA CUEVA.

Las denominaciones anteriormente expuestas se refieren a sus ubicaciones a la fecha de vigencia de la presente Ordenanza; esto sin perjuicio de la facultad del M. I. Concejo Municipal de Guayaquil para establecer una denominación distinta.

12. Instalar publicidad exterior con contenido pornográfico, violento o que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desórdenes públicos; la 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. Así como también aquellos que proyecten un mensaje que pueda calificarse como atentatorio a las buenas prácticas comerciales. Esto sin perjuicio de lo establecido en la normativa legal vigente.
13. Instalar propaganda política en estructuras destinadas a publicidad exterior sin la debida autorización del Consejo Nacional Electoral.
14. Instalar publicidad exterior que afecte la visibilidad o produzcan distracción o confusión al conductor y a los usuarios; afecten la seguridad vial, persuadan o inciten a prácticas de conducción peligrosas, antirreglamentarias o riesgosas.
15. Instalar o exhibir publicidad exterior que obstaculice la visibilidad de las señales de tránsito.
16. Instalar o pintar publicidad exterior en cerros, rocas, árboles, lomas, laderas, o en cualquier otra formación natural, taludes, riberas de los ríos y esteros de la ciudad.
17. Instalar o exhibir publicidad exterior dentro de los túneles.
18. No prestar las facilidades a los servidores o funcionarios municipales para inspecciones y acciones de control determinadas en esta ordenanza.
19. Instalar o exhibir sin el permiso municipal correspondiente, publicidad exterior de cualquier tipo en plazas de la ciudad.
20. Instalar o exhibir publicidad exterior sobre terrazas y cubiertas de edificaciones. Se exceptúa de esta restricción ICONOS EN 3D o cuando se instalen en virtud de proyectos municipales.

Artículo 53.- DE LA DESINSTALACIÓN DE ESTRUCTURAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

- Una vez se encuentre ejecutoriada la resolución emitida por la comisaría municipal correspondiente, además de la multa, se podrá ordenar la desinstalación de la publicidad exterior, la que deberá realizar el infractor en el término de 5 días. El infractor deberá coordinar la fecha para la desinstalación de la Publicidad Exterior con el fin de que se realice un acompañamiento con la Agencia de Tránsito y Movilidad, así como la respectiva verificación in situ de la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública y de la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial, y la Dirección de Justicia y Vigilancia, con el fin que la M.I. Municipalidad de Guayaquil constate que la desinstalación sea de conformidad con lo establecido en la resolución sancionatoria.

En caso de que no se realice la desinstalación correspondiente por parte del infractor, la Administración Municipal, aplicará el procedimiento para la desinstalación, bodegaje, abandono y disposición de la publicidad exterior, dispuesto en el manual respectivo.

CAPÍTULO XVII DEL ABANDONO DE LAS ESTRUCTURAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 54.- ESTRUCTURAS SIN IDENTIFICACIÓN DE EL O LOS RESPONSABLES. – En los casos en que no se logre identificar al o los responsables de una estructura con o sin publicidad exterior, la Dirección de Justicia y Vigilancia a través de sus delegados se encargará, una vez realizada la inspección correspondiente, de oficiar a la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial y a la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública para que realicen un informe en un término de 5 días, de acuerdo a sus funciones.

Una vez obtenida la información, la Dirección de Justicia y Vigilancia remitirá los informes correspondientes a la comisaría competente para el inicio del procedimiento administrativo sancionador.

Artículo 55.- DE LA NOTIFICACIÓN. - Una vez que la comisaría instructora reciba la documentación correspondiente, realizará la apertura del procedimiento administrativo sancionador, el cual será remitido a la Dirección de Comunicación Social, Prensa y Publicidad para que este a su vez, por medio de quien corresponda, publique el extracto de la Notificación del auto de inicio del procedimiento administrativo, cumpliendo con las disposiciones contenidas en el Código Orgánico Administrativo.

Artículo 56.- DE LA DECLARATORIA DE ABANDONO. - Una vez cumplido el término otorgado para la comparecencia, la comisaría instructora emitirá un dictamen, en base a la información recabada, en la cual sugerirá la declaratoria de abandono y se trasladará el expediente a la comisaría resolutoria.

Cumpliendo el debido proceso, la comisaría resolutoria emitirá la declaratoria de abandono de la estructura y resolverá su retiro, atendiendo lo dispuesto en el procedimiento para la desinstalación, bodegaje, abandono y disposición de la publicidad exterior, conforme al manual respectivo.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA. - En el caso de los sujetos pasivos de las tasas para la obtención de los permisos de publicidad exterior en espacios públicos y privados, que cuenten con facilidades de pago, podrán solicitar nuevas facilidades siempre y cuando se encuentren al día en el pago de las facilidades ya concedidas. No se podrá conceder nuevas facilidades de pago cuando el sujeto pasivo tenga pendiente facilidades por dos periodos impositivos, por este mismo concepto.

Las facilidades de pago concedidas con anterioridad a la vigencia de la presente Ordenanza se mantendrán vigentes, siempre y cuando se encuentren al día en el pago de los dividendos.

La concesión de facilidades de pago, se entenderán condicionadas al cumplimiento estricto de los pagos parciales (dividendos) determinados en éstas. Consecuentemente, por el incumplimiento en el pago de dos dividendos en mora, y que no fueren realizados en el término

de veinte días contados desde la fecha de vencimiento de la respectiva cuota, se dará por terminada ipso iure la concesión de facilidades de pago y se entenderá de plazo vencido toda la obligación.

Con la terminación de la facilidad de pago y de no cancelarse el saldo total adeudado, se iniciará el procedimiento de ejecución coactivo o se continuará, en los casos de tener uno previamente iniciado; se harán efectivas las garantías rendidas, en caso de haberlas; se dejará sin efecto los permisos concedidos por la Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública; y, una vez cumplido el debido procedimiento, se dispondrá el retiro de la o las publicidades exteriores;

SEGUNDA.- MOBILIARIO URBANO PARA PUNTOS DE INFORMACIÓN -MUPI: La regulación que prevé esta ordenanza a las solicitudes ciudadanas que se presenten para la instalación de los Mobiliarios Urbanos para Puntos de Información (MUPI) en la zona y extensión urbana de la ciudad de Guayaquil, será aplicable una vez que se dé por finalizada la alianza estratégica celebrada entre la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad (EP), el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil, y la empresa privada, la cual, tiene por objeto, realizar los diseños definitivos, construcción, montaje, desmontaje, mantenimiento, financiamiento y operación de los mobiliarios urbanos paraderos con publicidad.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA. - Los Sujetos pasivos de la tasa para la obtención de los permisos para la instalación de estructuras para publicidad en espacios públicos y privados, podrán solicitar nuevas facilidades de pago, siempre y cuando se encuentren al día en el pago de las facilidades ya concedidas. No se podrá conceder nuevas facilidades de pago cuando el administrado tenga pendiente facilidades por dos periodos impositivos.

Las facilidades de pago concedidas con anterioridad a la vigencia de la presente Ordenanza se mantendrán vigentes, siempre y cuando se encuentren al día en el pago de los dividendos.

La concesión de facilidades de pago, se entenderán condicionadas al cumplimiento estricto de los pagos parciales (dividendos) determinados en éstas. Consecuentemente, por el incumplimiento en el pago de dos dividendos en mora, y que no fueren realizados en el plazo de veinte días, contados desde la fecha de vencimiento de la respectiva cuota, se dará por terminada ipso iure la concesión de facilidades de pago.

Con la terminación de la facilidad de pago y de no pagarse el saldo total adeudado, se iniciará el procedimiento de ejecución coactivo o se continuará, en los casos de tener uno previamente iniciado, se harán efectivas las garantías rendidas, en caso de haberlas, se dejará sin efecto los permisos concedidos por la Dirección de Uso del Espacio Vía Pública; y, una vez cumplido el debido procedimiento, se dispondrá el retiro de la o las estructura publicitaria; debiendo el propietario o el responsable, pagar los valores por desmontaje, traslado y bodegaje de los rótulos y sus estructuras, además de la reconstrucción y reparación del espacio público de ser el caso.

La Dirección Financiera remitirá a las Direcciones competentes las resoluciones de terminación de facilidades de pago, para que cada una de las Direcciones en el ámbito de sus competencias actúen conforme a derecho.

SEGUNDA. - Se dispone a la Dirección de Control de Gestión y Aseguramiento de la Calidad, para que en el plazo de 2 meses contados a partir de la publicación de la presente Ordenanza en la Gaceta Oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil y, de manera coordinada con los demás órganos y entidades de la Gran Corporación Municipal, elabore el manual que regule el procedimiento para la desinstalación, bodegaje, abandono y disposición de la publicidad exterior.

TERCERA.- En cuanto al registro de información relacionado con VALLAS PUBLICITARIAS LONAS - PANTALLAS DIGITALES, instalados o por instalarse en el cantón Guayaquil, tanto en el espacio público como en la propiedad privada, será una herramienta que deberá ser utilizada por las direcciones involucradas de acuerdo a sus competencias, estas son, la Dirección de Planificación Urbana, Proyectos y Ordenamiento Territorial, Dirección de Uso del Espacio y Vía Pública, y, la Dirección de Justicia y Vigilancia, y la Dirección Financiera; en el análisis de informes técnicos, otorgamiento, control y pagos respectivos, para lo cual, deberán actualizarse oportunamente el registro en mención de acuerdo a la información obtenida en los procedimientos administrativos desarrollados para el efecto.

La actualización de la información deberá ser entregada cada 90 días de cada año a la Dirección de Justicia y Vigilancia misma que será la encargada de consolidar la información y tener actualizado los registros de la publicidad exterior en cuanto se refiere a VALLAS PUBLICITARIAS LONAS - PANTALLAS DIGITALES.

CUARTA. – A excepción de publicidad exterior vallas, los demás tipos de publicidad exterior que actualmente se encuentran instalados y no cuentan con un permiso, tendrán un plazo de 6 meses contados a partir de la entrada en vigencia de la presente ordenanza para poder regularizarse de conformidad con los requisitos y procedimientos establecidos este cuerpo normativo.

QUINTA. – Aquellos elementos publicitarios “PUBLICIDAD EXTERIOR” instalados en espacio público y en espacio privado, que se hayan acogido al proceso de la segunda reforma de la Ordenanza de Rótulos Publicitarios, publicada en la Edición Especial No. 1044 del Registro Oficial del 22 de septiembre de 2023, o aquellos elementos que se encuentren ubicados en una zona catalogada como prohibitiva, tendrán hasta un plazo de dos meses desde la vigencia de la “ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN GUAYAQUIL”, un tiempo en el cual deberán cumplir con las nuevas condiciones técnicas establecidas en este cuerpo normativo.

En este caso, deberá la DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN URBANA, PROYECTOS Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL (DUPOT) emitir un informe técnico de carácter condicionado hasta por el plazo antes referido, a efectos de que el rótulo publicitario pueda pagar la tasa contenida en esta ordenanza y obtener la certificación de la DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA (DUEVP), que le permita operar hasta que cumpla con las condiciones técnicas correspondientes. Si vencido el plazo señalado en esta disposición y el elemento publicitario instalado sigue sin cumplir con las condiciones técnicas, deberá la DIRECCIÓN DE JUSTICIA Y VIGILANCIA (DJV) iniciar el correspondiente procedimiento administrativo sancionador y disponer el retiro inmediato del elemento publicitario.

En el caso de los elementos publicitarios “PUBLICIDAD EXTERIOR”, instalados en espacio público y en espacio privado, que no se hayan acogido al proceso de la segunda reforma de la Ordenanza de Rótulos Publicitarios, publicada en la Edición Especial No. 1044 del Registro

Oficial del 22 de septiembre de 2023, una vez que entre en vigencia la “ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN GUAYAQUIL” la DIRECCIÓN DE JUSTICIA Y VIGILANCIA deberá iniciar el correspondiente procedimiento administrativo sancionador y disponer el retiro inmediato del elemento publicitario...”.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

ÚNICA. - Quedan derogadas todas las normas de igual o menor jerarquía que se contrapongan a lo señalado en la presente normativa.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial, y será exigible a partir del uno de enero del año 2024, sin perjuicio de su publicación en la Gaceta Oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil y en la página web institucional, debiendo difundirse en la Gaceta Tributaria Digital.

DADA Y FIRMADA EN SESIÓN ORDINARIA ITINERANTE DEL M. I. CONCEJO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL, A LOS CATORCE DÍAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO 2023.



Firmado electrónicamente por:
**AQUILES DAVID
ALVAREZ HENRIQUES**

Aquiles David Alvarez Henriques
ALCALDE DE GUAYAQUIL



Firmado electrónicamente por:
**FELIPE ANDRES
CABEZAS-KLAERE**

Abg. Felipe Cabezas-Klaere
**SECRETARIO DEL M.I.
CONCEJO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL**

CERTIFICO: Que la presente, **ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN GUAYAQUIL**, fue discutida y aprobada por el M. I. Concejo Municipal de Guayaquil, en sesiones ordinaria y ordinaria itinerante de fechas 07 y 14 de diciembre de 2023, en primero y segundo debate, respectivamente, en forma presencial.

Guayaquil, 22 de diciembre de 2023



Firmado electrónicamente por:
**FELIPE ANDRES
CABEZAS-KLAERE**

Abg. Felipe Cabezas-Klaere
**SECRETARIO DEL M.I.
CONCEJO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL**

De conformidad con lo prescrito en los artículos 322 y 324 reformado del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, y en concordancia a lo dispuesto en el Art. 4, numeral 9 de la Ley Orgánica para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, publicada en el Segundo

Suplemento del R.O. No. 150 del viernes 29 de diciembre de 2017, SANCIONO la **ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN GUAYAQUIL**, que será exigible a partir del uno de enero del año 2024, y para su vigencia ordeno su PROMULGACIÓN a través de su publicación en el Registro Oficial, publicándose además en la Gaceta Oficial Municipal, y en el dominio web de la Municipalidad de Guayaquil, debiendo difundirse también en la Gaceta Tributaria Digital.

Guayaquil, 22 de diciembre de 2023


Firmado electrónicamente por:
AQUILES DAVID
ALVAREZ HENRIQUES
Aquiles Alvarez Henriques
ALCALDE DE GUAYAQUIL

Sancionó y ordenó la promulgación a través de su publicación en el Registro Oficial, la Gaceta Oficial Municipal, en el dominio web de la Municipalidad de Guayaquil, debiendo difundirse también en la Gaceta Tributaria Digital, la **ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CANTÓN GUAYAQUIL**, que será exigible a partir del uno de enero del año 2024, el señor Aquiles Alvarez Henriques, Alcalde de Guayaquil, a los veintidós días del mes de diciembre del año 2023.- LO CERTIFICO.-

Guayaquil, 22 de diciembre de 2023


Firmado electrónicamente por:
FELIPE ANDRES
CABEZAS-KLAERE
Abg. Felipe Cabezas-Klaere
SECRETARIO DEL M.I.
CONCEJO MUNICIPAL DE GUAYAQUIL

ANEXOS. -**CATEGORIA 1:**

NOMBRE DE CALLES	NOMENCLATURA ALFANUMÉRICA
LOS RÍOS	AVENIDA 7 NO
DEL PERIODISTA	AVENIDA 10 NO
PEDRO JOSÉ MENÉNDEZ GILBERT	AVENIDA 5 NE
GRAL. FRANCISCO BOLOÑA Y ROCA	AVENIDA 12 NO
DR. MIGUEL H. ALCÍVAR VÁSQUEZ	AVENIDA 9 NO
JUSTINO CORNEJO VIZCAÍNO	CALLE 13A NO
VICTOR HUGO SICOURET PAZMIÑO	CALLE 14 NO
DE LAS AMÉRICAS	AVENIDA 4 NE
DR. ABEL ROMERO CASTILLO	CALLE 13E NE
DR. IGNACIO CUESTA GARCÉS	AVENIDA 36 NO
DR. RAÚL GÓMEZ LINCE	AVENIDA 32 NO
CALLE 22 NO	CALLE 22 NO
DR. MANUEL IGNACIO GÓMEZ LINCE	CALLE 25 NO
CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA	EJE E-O

DR. CAMILO PONCE ENRÍQUEZ	AVENIDA 39 NO
FRANCISCO DE ORELLANA	AVENIDA 10 NO
AB. JAIME ROLDÓS AGUILERA	AVENIDA 4 NE
JOHN FITZGERALD KENNEDY	CALLE 9 NO
DR. FORTUNATO SAFADI EMÉN	AVENIDA 10 NO
ESMERALDAS	AVENIDA 6 NO
MALECÓN SIMÓN BOLÍVAR PALACIOS	AVENIDA 12 NE
MARTHA BUCARAM DE ROLDÓS	AVENIDA 39 NO
DR. JUAN TANCA MARENGO	CALLE 18G NO
MANUEL BENJAMÍN CARRIÓN MORA CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA CALLE 18J NO – ING. FELIPE PEZO CAMPUZANO HASTA AV. 3 NE PDTE. ISIDRO AYORA CUEVA.	AVENIDA 32 NO
BENJAMÍN ROSALES ASPIAZU	AVENIDA 5 NE
GUILLERMO PAREJA ROLANDO CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA CALLE 16 NE – AGUSTÍN FREIRE ICAZA Y AV. HERMANO MIGUEL.	AVENIDA 2 NE
DR. CARLOS LUIS PLAZA DAÑÍN CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. 5 NE - PEDRO JOSÉ MENÉNDEZ GILBERT (AV. 5 NE) HASTA EL INICIO DEL PASO VEHICULAR DIAGONAL A “HOGAR SAN JOSÉ”	CALLE 12 NO
SANTA NARCISA DE JESÚS MARTILLO MORÁN	CALLE 26 NE
DR. ANTONIO PARRA VELASCO CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA CALLE 18 NE - DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ Y	AVENIDA 4 NE

LA CALLE 20 NE - PRESIDENTE JOSÉ LUIS TAMAYO TERÁN	
AGUSTÍN FREIRE ICAZA	CALLE 16 NE
DR. RAÚL CLEMENTE HUERTA	CALLE 53 SE
ASSAD BUCARAM ELMHALIN	AVENIDA 38 SO
MILAGRO	AVENIDA 26 SO
VENEZUELA	CALLE 27 SO
CARLOS GÓMEZ RENDÓN	CALLE 18 SE
CUENCA	CALLE 16 SO
AYACUCHO	CALLE 11 SO
MACHALA	AVENIDA 1 SO
ERNESTO ALBÁN MOSQUERA	CALLE 46 SE
JOSÉ RODRÍGUEZ BONÍN	AVENIDA 51 SO
DEL BOMBERO	EJE E-O
QUITO	EJE N-S
25 DE JULIO	EJE N-S
JOAQUIN JOSÉ ORRANTÍA GONZÁLEZ	CALLE 14 NE
DE LA MARINA	EJE N-S
CALLE S/N	AVENIDA 5 NE

VÍA PERIMETRAL	AVENIDA 56 NO
PUENTE DR. RAFAEL MENDOZA AVILÉS	-
PDTE. JUAN DE DIOS MARTÍNEZ MERA	AVENIDA 28 NO
DR. MIGUEL H. ALCÍVAR VÁSQUEZ	AVENIDA 9 NO
DR. MIGUEL H. ALCÍVAR VÁSQUEZ	AVENIDA 9 NO
SANTA NARCISA DE JESÚS MARTILLO MORÁN	CALLE 26 NE
PEDRO JOSÉ MENÉNDEZ GILBERT	AVENIDA 5 NE
PDTE. ISIDRO AYORA CUEVA CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA CALLE 18 NE-DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ Y AV. 2 NE GABRIEL ROLDÓS GARCÉS.	AVENIDA 3 NE
25 DE JULIO	EJE N-S
DR. JUAN TANCA MARENGO	CALLE 18G NO
DR. JUAN TANCA MARENGO	CALLE 18G NO

CATEGORIA 2.-

NOMBRE DE CALLES	NOMENCLATURA ALFANUMÉRICA
PDTE. JUAN DE DIOS MARTÍNEZ MERA	AVENIDA 28 NO
RODRIGO CHÁVEZ GONZÁLEZ	AVENIDA 23 NO
DR. ISAAC AURELIO CABEZAS VILLALBA	CALLE 11D NO
HERMANO MIGUEL FCO. FEBRES CORDERO	AVENIDA 1A NE
AB. JAIME NEBOT VELASCO CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. JOSÉ RODRÍGUEZ BONÍN HASTA PEAJE "VÍA LA COSTA"	EJE E-O
CALLE S/N	AVENIDA 5 NE
JOHN FITZGERALD KENNEDY	CALLE 9 NO
FRANCISCO DE ORELLANA	AVENIDA 10 NO
SANTA NARCISA DE JESÚS MARTILLO MORÁN	CALLE 26 NE
JOSÉ MARÍA EGAS MIRANDA CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR Y EJE N-S- AV. FRANCISCO DE ORELLANA.	CALLE 17 NO
1° PASAJE 8 NE	-
PEDRO JOSÉ MENÉNDEZ GILBERT	AVENIDA 5 NE
VÍA PERIMETRAL	AVENIDA 56 NO
SANTA NARCISA DE JESÚS MARTILLO MORÁN	CALLE 26 NE
DR. CARLOS JULIO AROSEMENA MONROY	CALLE 23A NO

CATEGORIA 3.-

Se aclara que, dentro de este cuadro de detalle, se mencionan las vías más relevantes, sin embargo, aquellas calles que no se mencionan y que no se encuentran dentro del cuadro de detalle de la categoría 1 y 2 son consideradas como calles de categoría 3.

NOMBRE DE CALLES	NOMENCLATURA ALFANUMÉRICA
GRAL. FLAVIO ALFARO DELGADO	CALLE 18G NO
VICENTE DE PIEDRAHITA CARBO	CALLE 8 NO
DE LA DEMOCRACIA	AVENIDA 2 NE
DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE	CALLE 11 NE
DR. ELIAS MUÑOZ VICUÑA	AVENIDA 1 NE
DR. EDUARDO ANTONIO MANRÍQUE TRUJILLO	AVENIDA 2 NE
NICASIO SAFADI REVES	AVENIDA 3 NE
DR. LEOPOLDO BENÍTES VINUEZA	AVENIDA 2 NE
EFRÉN AVILÉS PINO	AVENIDA 24 NO
DR. ENRIQUE ORTEGA MOREIRA	TRANSVERSAL 36A NO
JOSÉ MARÍA EGAS MIRANDA CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR Y EJE N-S- AV. FRANCISCO DE ORELLANA.	CALLE 17 NO
ARQ. GUILLERMO CUBILLO RENELLA	AVENIDA 33 NO
ING. JOSÉ ANTONIO GÓMEZ GAULT	AVENIDA 38C NO
DR. JORGE VILLACRÉS MOSCOSO	CALLE 20 NO
DESTACAMENTO TIWINTZA	AVENIDA 8 NO
EDUARDO SOLÁ FRANCO	CALLE 19 NO
ING. MANUEL VILLAVICENCIO MOREJÓN	CALLE 23 NO
LCDO. LUIS EDUARDO ROBLES PLAZA	CALLE 23C NO
ARQ. MODESTO LUQUE RIVADENEIRA	CALLE 24 NO
MARCEL J. LANIADO DE WIND	CALLE 25 NO
DR. CARLOS JULIO AROSEMENA MONROY	CALLE 23A NO
DR. WALTER FRANCO IBARBO	4° CALLEJÓN 23A NO
DR. GUSTAVO CORNEJO MONTALVO	AVENIDA 37 NO
DEFENSA CIVIL	AVENIDA 33 NO
ROBERTO ESTRADA GUZMAN	CALLE 24A NO

PASEO DEL BICENTENARIO 2020	6° PASAJE 3 NE
VÍA PERIMETRAL	AVENIDA 56 NO
JUAN XAVIER MARCOS Y AGUIRRE	PASAJE 5 NE
IGNACIO ROBLES SANTISTEVAN	CALLE 16B NO
VICENTE ROCAFUERTE RODRIGUEZ DE BEJARANO	AVENIDA 10 NE
VÍA GUAYAQUIL - DAULE	AVENIDA 39 NO
CALLE 29 NO	CALLE 29 NO
ING. FELIPE PEZO CAMPUZANO	CALLE 18J NO
ATAHUALPA CHÁVEZ GONZÁLEZ	CALLE 11A NE
MANUELA GARAYCOA DE CALDERÓN	CALLE 27 NO
PROF. ELOY VELASQUEZ CEVALLOS	AVENIDA 2A NE
JOSÉ MARÍA ROURA OXANDABERRO CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. 3 NE - ISIDRO AYORA Y AV. 2 NE - ING. RODOLFO BAQUERIZO NAZUR.	CALLE 16A NE
GABRIEL ROLDÓS GARCÉS	AVENIDA 2 NE
DR. TEODORO ALVARADO OLEA	14° PASAJE 5 NE
DR. ALFONSO TRUJILLO BUSTAMANTE	CALLE 18 NE
DR. FRANCISCO RIZZO VELASCO	CALLE 20B NE
HNO. ROBERTO COSTA PRATS	CALLE 20C NE
PDTE. JOSÉ LUIS TAMAYO TERÁN	CALLE 20 NE
RODRIGO YCAZA CORNEJO	AVENIDA 5 NE
DR. ENRIQUE DE GRAU RUIZ	CALLE 18 NE
RODRIGO ICAZA	DISTRIBUIDOR DE TRÁFICO
MONS. DANIEL COMBONI	CALLE 57 SE
ECON. ABDÓN CALDERÓN MUÑOZ CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE CALLE 53 SE - RAÚL CLEMENTE HUERTA Y MIGUEL ÁVILES	AVENIDA 12 SE
MONS. DOMINGO COMÍN	AVENIDA 10 SE
DR. JUAN MONTALVÁN CORNEJO	CALLE 49 SO
DRA. BERTA VALVERDE DE DUARTE	CALLE 51 SO
DON SAN JUAN BOSCO	CALLE 54 SO
ROBERTO SERRANO ROLANDO	CALLE 52 SE
ADOLFO H. SIMMONDS	AVENIDA 12 SE
EL ORO	CALLE 33 SO
HUANCAVILCA	CALLE 13 SO
CRISTÓBAL COLÓN FONTANAROSA	CALLE 8 SO

JOSÉ DE ANTEPARA	AVENIDA 2 SO
GABRIEL JOSÉ DE LUQUE Y BENÍTEZ	CALLE 3 SO
RIOBAMBA	AVENIDA 5 NE
GRAL. JOSÉ M. CÓRDOVA MUÑOZ	AVENIDA 9 NE
JUAN MONTALVO FIALLOS	CALLE 9 NE
LOJA	CALLE 9A NE
DR. MODESTO APOLO RAMÍREZ	AVENIDA 47 SO
CACIQUE TOMALÁ	CALLE 58 SE
DR. PÍO JARAMILLO ALVARADO	CALLE 48 SO
LUIS NOBOA NARANJO	AVENIDA 7 SO
LOS ESTEROS	CALLE 50 SO
PEDRO CARBO NOBOA	AVENIDA 10 SE
PDTE. JOSÉ MARÍA VELASCO IBARRA	AVENIDA 26 SO
PANAMÁ	AVENIDA 11 NE
10 DE AGOSTO	CALLE 6 SE
DR. LUIS CORDERO CRESPO	EJE N-S
DR. JULIAN CORONEL OYARVIDE	CALLE 9B NE
DE LA MARINA	EJE N-S
AVENIDA 41 NO	AVENIDA 41 NO
ERNESTO ALBÁN MOSQUERA	CALLE 46 SE
DR. RAÚL CLEMENTE HUERTA	CALLE 53 SE
PORTETE DE TARQUI CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. 20 SO - FEDERICO GODING Y AV. 49 SO (PUENTE).	CALLE 26 SE
CUENCA	CALLE 16 SO
AYACUCHO	CALLE 11 SO
VENEZUELA	CALLE 27 SO
CARLOS GÓMEZ RENDÓN	CALLE 18 SE
ERNESTO ALBÁN MOSQUERA	CALLE 46 SE
DR. JORGE PÉREZ CONCHA (CIRCUNVALACIÓN SUR) CON EXCEPCIÓN DE LOS TRAMOS COMPRENDIDOS ENTRE: CALLE 11B NO - LAS MONJAS Y AV. 29 NO – FICUS. AV. 26 NO - TODOS LOS SANTOS Y CALLE 11B NO – LAS MONJAS.	CALLE 7 NO

CALLE 9 NO - VÍCTOR EMILIO ESTRADA SCIACALUGA Y AV. 26 NO - TODOS LOS SANTOS.	
JUAN XAVIER MARCOS Y AGUIRRE	PASAJE 5 NE
DR. JOSÉ TOMÁS DE AGUIRRE Y ANZOÁTEGUI CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE LA AV. 2 SO - PADRE CAYETANO TARRUEL Y AV. 6 SO - CNEL. JACINTO EUSTAQUIO RODRÍGUEZ DE BEJARANO.	CALLE 51C SO
DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE	CALLE 11 NE
AYACUCHO	CALLE 11 SO
JOSÉ VICENTE TRUJILLO CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE AV. 25 DE JULIO Y AV. 7 SE - AGUSTÍN ARGÜELLES.	CALLE 43 SE
DR. JUAN MONTALVÁN CORNEJO CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE AV. 25 DE JULIO Y AV. 7 SO - LUIS NOBOA NARANJO	CALLE 49 SO
DR. JOSÉ TOMÁS DE AGUIRRE Y ANZOÁTEGUI CON EXCEPCIÓN DEL TRAMO COMPRENDIDO ENTRE PADRE CAYETANO TARRUEL Y AV. 6 SO - CNEL. JACINTO EUSTAQUIO RODRÍGUEZ DE BEJARANO	CALLE 51C SO
CALLE 22 NO	CALLE 22 NO

RESOLUCIÓN Nro. 013-CGREG-08-06-2022**EL CONSEJO DE GOBIERNO DEL RÉGIMEN
ESPECIAL DE LA PROVINCIA DE GALÁPAGOS****CONSIDERANDO:**

- Que,** la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 226 establece que: *“Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución”;*
- Que,** la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 227 prescribe que: *“La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”;*
- Que,** la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 258 dispone que: *“La provincia de Galápagos tendrá un gobierno del régimen especial y su administración estará a cargo de un Consejo de Gobierno presidido por el representante de la Presidencia de la República, que tendrá a su cargo la planificación, manejo de los recursos y organización de las actividades que se realicen en la provincia”;*
- Que,** el artículo 280 de la Constitución de la República del Ecuador manifiesta que: *“El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores”;*
- Que,** la Ley Orgánica de Régimen Especial de la provincia de Galápagos, publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 520 de fecha 11 de junio de 2015, determina que: *“El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos es una entidad de derecho público, con personalidad jurídica, patrimonio y recursos económicos propios, con autonomía técnica, administrativa y financiera, con domicilio en Puerto Baquerizo Moreno, cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos (...)”;*
- Que,** el numeral 1 del artículo 5 de la Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos define, entre las competencias del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos: *“(...) 1. Planificar y dictar las políticas para el desarrollo y el ordenamiento territorial de la provincia de Galápagos que deberá estar contenida en el Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de Galápagos”;*
- Que,** los numerales 1 y 3 del artículo 11 de la Ley Orgánica de Régimen Especial de la provincia de Galápagos determina, entre las atribuciones del Pleno del Consejo de Gobierno: *“(...) 1. Expedir ordenanzas, acuerdos y resoluciones en el marco de las competencias del Consejo de Gobierno (...) 3. Aprobar el Plan para el Desarrollo*

Sustentable y Ordenamiento Territorial de la provincia de Galápagos y conocer los planes de manejo de las áreas protegidas”;

- Que,** la Disposición General Séptima de la Ley Orgánica de Régimen Especial de Galápagos establece que: *“El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados de la provincia, diseñará e implementará los mecanismos necesarios para la formulación participativa del Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, el cual deberá sujetarse a la legislación vigente en materia de planificación, así como a los lineamientos y políticas contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo y las leyes conexas”.*
- Que,** el artículo 25 del Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Especial de la provincia de Galápagos, emitido con Decreto Ejecutivo 1363, publicado en el Registro Oficial Suplemento 989 de 21 de abril de 2017, señala: ***“Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Galápagos.-*** *El Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Galápagos constituye una de las herramientas de coordinación y articulación entre la planificación nacional, la planificación regional y la planificación institucional de todos los niveles de gobierno de la provincia de Galápagos; contendrá, además de otros aspectos, la planificación y las políticas para su desarrollo y ordenamiento territorial; y, deberá ser concordante con las finalidades y principios contemplados en el Plan Nacional de Desarrollo y su Estrategia Territorial Nacional”;*
- Que,** el numeral 2 del artículo 29 del Código Orgánico Administrativo determina que entre las funciones de los Consejos de Planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados está: *“Velar por la coherencia del plan de desarrollo y de ordenamiento territorial con los planes de los demás niveles de gobierno y con el Plan Nacional de Desarrollo”;*
- Que,** el artículo 34 del Código Orgánico Administrativo prevé que: *“El Plan Nacional de Desarrollo es la máxima directriz política y administrativa para el diseño y aplicación de la política pública y todos los instrumentos, dentro del ámbito definido en este código. Su observancia es obligatoria para el sector público e indicativa para los demás sectores. El Plan Nacional de Desarrollo articula la acción pública de corto y mediano plazo con una visión de largo plazo, en el marco del Régimen de Desarrollo y del Régimen del Buen Vivir previstos en la Constitución de la República. Se sujetan al Plan Nacional de Desarrollo las acciones, programas y proyectos públicos, el endeudamiento público, la cooperación internacional, la programación, formulación, aprobación y ejecución del Presupuesto General del Estado y los presupuestos de la banca pública, las empresas públicas de nivel nacional y la seguridad social. Los presupuestos de los gobiernos autónomos descentralizados y sus empresas públicas se sujetarán a sus propios planes, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo y sin menoscabo de sus competencias y autonomías. El Plan Nacional de Desarrollo articula el ejercicio de las competencias de cada nivel de gobierno”;*
- Que,** el artículo 3 del Acuerdo Nro. SNP-SNP-2021-0010-A, define el término alineación, como el ejercicio técnico de asociar los objetivos estratégicos y metas de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial vigentes con los nuevos objetivos y metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025;

- Que,** el artículo 6 del citado Acuerdo establece que la aprobación de la alineación de objetivos y metas, determinados en la propuesta, así como el informe favorable serán remitidos al órgano legislativo del gobierno autónomo descentralizado para su aprobación y finalización del proceso, mediante la emisión de la ordenanza correspondiente. Una vez, finalizado el proceso de aprobación de alineación y emitida la ordenanza correspondiente, la máxima autoridad del gobierno autónomo descentralizado deberá disponer la adecuación de sus planes de inversión, presupuestos y demás instrumentos de gestión en concordancia al plan de desarrollo y ordenamiento territorial alineado al nuevo Plan Nacional de Desarrollo 2021 -2025;
- Que,** el artículo 7 del citado Acuerdo señala que: *“La información producida en el marco de la alineación al Plan Nacional de Desarrollo 2021 -2025, junto con las correcciones mediante alertas generadas por la Secretaría Nacional de Planificación (eso último de existir), serán reportadas al Sistema de Información para los Gobiernos Autónomos Descentralizados SIGAD - Módulo de Cumplimiento de Metas en las fechas en que esta Secretaría disponga”;*
- Que,** el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, mediante Ordenanza No. 001-CGREG-2020, de fecha 18 de diciembre de 2020, aprobó el Plan para el Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial de la provincia de Galápagos – “Plan Galápagos 2030”;
- Que,** mediante Resolución Nro. 002-2021-CNP, de fecha 20 de septiembre de 2021, emitida por el Consejo Nacional de Planificación, se aprobó el Plan Nacional de Desarrollo denominado “Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025” en su integridad y contenidos, y se establece el requerimiento de alineación de los PDOT con el nuevo Plan Nacional de Desarrollo;
- Que,** la Secretaría Nacional de Planificación, a través del Acuerdo Nro. SNP-SNP-2021-0010-A, expidió las “Directrices para la alineación de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial de los gobiernos autónomos descentralizados al nuevo plan nacional de desarrollo 2021-2025”;
- Que,** mediante Memorando Nro. CGREG-DPGT-2022-0264-M, de fecha 16 de mayo de 2022, la Dirección de Planificación y Gestión del Territorio remitió a la Presidenta del Consejo de Gobierno el "Informe técnico para la "Aprobación de la matriz de alineación del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025", y dentro del mismo documento indica que: el Plan Nacional de Desarrollo Vigente *“Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025”*, deberá ser presentado, analizado y aprobado mediante Resolución del Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, por lo que solicito de la manera más comedida se incluya el punto *“APROBACIÓN DE LA MATRIZ DE ALINEACIÓN DEL PLAN GALÁPAGOS 2030 AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021 – 2025.” en la próxima reunión del Pleno del CGREG”;*
- Que,** a través de Informe Técnico No. CGREG-DPGT-2022-073 de fecha 16 de mayo de 2022, elaborado por la Mgs. Gabriela Jaramillo de Mora, Especialista de Planificación y Ordenamiento Territorial, y Revisado y aprobado por la Mgs. Marisol Olaya Granda, Directora de Planificación y Gestión del Territorio (E), señala lo siguiente: *“El proceso de alineación del Plan Galápagos 2030 al Plan de Creación de Oportunidades se lo realizó conforme a las directrices de la Secretaría Nacional de Planificación y el Consejo Nacional de Competencias, tomando como insumos base los Planes de Desarrollo y Ordenamiento*

Territorial Nacional y el de la Provincia de Galápagos. Se ha definido que las 50 metas y 5 objetivos estratégicos del Plan Galápagos 2030 se alinean con 15 objetivos y 35 metas del Plan de Creación de Oportunidades 2021 -2025. El detalle de alineación de cada uno de los objetivos y metas del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional de Creación de Oportunidades se encuentra disponible en el formato de la Matriz de Alineación solicitado por la institución estatal pertinente”;

- Que,** en el Informe Técnico No. CGREG-DPGT-2022-073 de fecha 16 de mayo de 2022, citado en el considerando anterior en sus CONCLUSIONES señala que: *“Una vez que la propuesta de alineación de objetivos y metas del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional de Desarrollo vigente ha sido analizada, debatida y aprobada por la máxima autoridad y por la Asamblea Provincial de Planificación se emite un Informe favorable de la propuesta de alineación en la que se ha determinado que el Plan Galápagos 2030 se alinea con 15 objetivos y 35 metas del Plan de Creación de Oportunidades 2021 -2025”;*
- Que,** con Memorando Nro. CGREG-ST-2022-0171-M, de fecha 16 de mayo de 2022, se dispuso la emisión de informe jurídico que contenga los justificativos legales, que permita poner a consideración del Pleno del Consejo de Gobierno la APROBACIÓN DE LA MATRIZ DE ALINEACIÓN DEL PLAN GALÁPAGOS 2030 AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021 – 2025.
- Que,** consta el Informe Jurídico Nro. 061-DAJ-2022 de fecha 19 de mayo de 2022, emitido por la Dirección de Asesoría Jurídica del Consejo de Gobierno de Galápagos que contiene el pronunciamiento jurídico de alineación del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional De Desarrollo 2021-2025;
- Que,** mediante Decreto Ejecutivo Nro. 328 de fecha 18 de enero de 2022, el Sr. Guillermo Lasso Mendoza, Presidente Constitucional de la República, designó a la Lcda. Katherine del Rosario Llerena Cedeño como representante del Presidente de la República para presidir el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos;
- Que,** con Oficio Nro. CGREG-P-2022-0624-OF de fecha 06 de junio de 2022, se convocó a los miembros del Pleno del Consejo de Gobierno de Galápagos a Sesión Extraordinaria y dentro del orden del día se consideró tratar como primer punto: “(...) **1. Conocer y aprobar la Matriz de Alineación del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025”;** y,

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales, legales y reglamentarias:

RESUELVE:

Art. 1.- Aprobar la Matriz de Alineación del Plan Galápagos 2030 al Plan Nacional de Desarrollo denominado “Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025”, con base al Informe Técnico CGREG-DPGT-2022-073, remitido con Memorando Nro. CGREG-DPGT-2022-0264-M por la Directora de Planificación y Gestión de Territorio, encargada, del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos.

Art. 2.- Disponer a la Secretaría Técnica del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos que, realice la gestión administrativa necesaria para la adecuación de los planes de inversión, presupuestos y demás instrumentos de gestión en concordancia con el Plan

de Desarrollo y Ordenamiento Territorial alineado al Plan Nacional de Desarrollo denominado "Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025".

DISPOSICIÓN GENERAL

PRIMERA.- De la ejecución de la presente resolución, encárguese a la Secretaria Técnica del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos.

Dado en la sala de sesiones del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, en Puerto Baquerizo Moreno, cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos, a los 08 días del mes de junio del año 2022.



Firmado electrónicamente por:
**KATHERINE DEL
ROSARIO LLERENA
CEDENO**

Lic. Katherine Llerena Cedeño
Presidenta del CGREG



Firmado electrónicamente por:
**SCHUBERT STALIN
LOMBEIDA
MANJARREZ**

Mgs. Schubert Lombeida Manjarrez
Secretario Técnico del CGREG



ABG. JAQUELINE VARGAS CAMACHO
DIRECTORA - SUBROGANTE

Quito:
Calle Mañosca 201 y Av. 10 de Agosto
Telf.: 3941-800
Exts.: 3131 - 3134

www.registroficial.gob.ec

JV/FA

El Pleno de la Corte Constitucional mediante Resolución Administrativa No. 010-AD-CC-2019, resolvió la gratuidad de la publicación virtual del Registro Oficial y sus productos, así como la eliminación de su publicación en sustrato papel, como un derecho de acceso gratuito de la información a la ciudadanía ecuatoriana.

"Al servicio del país desde el 1º de julio de 1895"

El Registro Oficial no se responsabiliza por los errores ortográficos, gramaticales, de fondo y/o de forma que contengan los documentos publicados, dichos documentos remitidos por las diferentes instituciones para su publicación, son transcritos fielmente a sus originales, los mismos que se encuentran archivados y son nuestro respaldo.