

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Que, es deber del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, planificar e impulsar el desarrollo físico del Cantón en sus áreas urbanas, en la recuperación y rehabilitación del espacio público mediante normas que orienten y controlen las acciones que provoquen su contaminación visual;

Que, es indispensable regular la utilización o el aprovechamiento del espacio público a través de la colocación de publicidad exterior en el territorio del Cantón Gualaceo, con el fin primordial de compatibilizar esta actuación con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano, y el buen uso del espacio público;

Que, es necesario contar con una normativa que permitan regular las características técnicas, usos, procedimientos de instalación, ubicación y demás aspectos jurídicos relacionados a la implantación de rótulos publicitarios en el Cantón Gualaceo.

BORRADOR Elab TSPRO

EL CONCEJO CANTONAL DE GUALACEO

Considerando:

Que el artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador determina 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 prevé 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 el artículo 241 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que, la planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados;

Que la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 264 números 2 y 5 establecen, como competencias exclusivas de los gobiernos municipales el ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón, para lo cual, puede expedir, crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras;

Que, en el artículo 7, inciso primero del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece: "Para el pleno ejercicio de sus competencias y de las facultades que de manera concurrente podrán asumir, se reconoce a los consejos regionales y provinciales concejos metropolitanos y municipales, la capacidad para dictar normas de carácter general a través de ordenanzas, acuerdos y resoluciones, aplicables dentro de su circunscripción territorial";

Que el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, en el artículo 54 establece como funciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales "k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales"; y "m) 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";

Que las letras b) y e) del artículo 55 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización dispone que, entre las competencias exclusivas de los gobiernos municipales están las de ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón; así como, el crear, modificar, exonerar o suprimir, mediante ordenanzas las tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;

Que el artículo 57 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece que, entre las atribuciones del Concejo Municipal le corresponde: a) El ejercicio de la facultad normativa en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado municipal, mediante la expedición de ordenanzas cantonales, acuerdos y resoluciones; y, b) Regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;

Que el artículo 225 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece 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, en el artículo 416 prevé 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, en concordancia con el artículo 417 ibidem, letras a) y c) donde se definen que las calles, avenidas, puentes y demás vías de comunicación y sus superficies accesorias son bienes públicos de uso público;

Que los artículos 214; y, 329, respectivamente de la Ley Orgánica De Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial; y, su Reglamento, prohíben la instalación de rótulos, tanto internos, como externos que afecte la visibilidad del conductor y de los usuarios y la seguridad vial, salvo los que sean parte de la señalética de información e identificación autorizados o por los GADs.

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 54 letra m), 57 letra a), y 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y **Descentralización**:

EXPIDE:

LA ORDENANZA QUE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN LA JURISDICCIÓN TERRITORIAL DEL CANTÓN GUALACEO

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, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la trasmisión del mensaje, de modo que su implantación no atente contra la seguridad de las personas, de los bienes y del ambiente.

Artículo 2. Ámbito de Aplicación. Esta 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 toda la jurisdicción territorial del cantón Gualaceo, en el ámbito de sus competencias.

Artículo 3. Definiciones. Para una mejor comprensión y aplicación de la presente Ordenanza, se determinan las siguientes 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, de conformidad con las ordenanzas emitidas para su delimitación.
- **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.
- **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.

- **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.
- **Espacio exterior de dominio privado:** Es el espacio susceptible de instalación de publicidad exterior, en predios edificados o sin edificar de propiedad privada, incluido edificaciones en proceso de construcción u obras de mantenimiento.
- **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.
- **Espacio de servicio general:** Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general.
- **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.
- **Interesado/a:** Persona natural y /o jurídica que solicite un Informe Técnico y/o permiso en los términos de esta Ordenanza.
- **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.
- **Letrero Electrónico:** Es una superficie de dimensiones variables, determinadas por el GAD municipal del cantón Gualaceo, operado bajo un sistema eléctrico, en el cual aparece en forma visual la información publicitaria o aquella requerida que podrá ser instalada en los espacios privados.
- **Línea de Fábrica:** Lindero que limita el derecho de propiedad sobre un terreno.
- **Medio de transporte:** Es todo vehículo destinado a la transportación de personas, bienes y/o productos.
- **Medidas provisionales de protección o cautelares:** Disposiciones que dicte la autoridad competente para el incumplimiento de la normativa referente a las actividades reguladas que requieran de licencia, permiso o autorización.
- **Mobiliario urbano:** Son los elementos necesarios para el ordenamiento y el confort de la vida de la ciudad tales como: bancas, recolectores de basura, relojes públicos, paradas de buses, kioscos o puestos de venta de comida rápida, periódicos, revistas, paletas, puestos de limpieza de calzado, pasos o puentes peatonales, señalización interna de parques, plazas y

áreas verdes, paneles de información ciudadana o cualquier elemento que preste un servicio a la colectividad y contribuya al ornato de la ciudad.

- **Mural:** Es un medio instalado en las fachadas o culatas de los edificios, sobre soportes estructurales estáticos que contiene y transmite mensajes.
- **Pancarta o Banner:** Cartel sin marco de gran longitud, impreso en material flexible y duradero.
- **Pantalla:** Superficie que sirve para proyectar sobre ella imágenes con publicidad u otras actividades, que no podrá tener dimensiones mayores a las autorizadas.
- **Pantallas o paneles dinámicos Led's:** Son superficies que sirven para proyectar sobre ellas imágenes de video, generadas por diodos emisores de luz (LED'S) u otras tecnologías similares.
- **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 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 fija:** Es aquella que se realiza mediante vallas, paneles, carteles, pancartas, tótems, lonas, murales, rótulos, gráficos, traslúcidos, exhibidores visuales, pantallas o letreros electrónicos, leds, demostradores, banderines y en general todo tipo de anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en espacios privados, públicos o de servicio general.
- **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 aquella 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 móvil:** Es aquella que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte y en otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente, a través de pintura, paneles y materiales adheridos a la carrocería.
- **publicidad exterior pantalla electrónica y/o digital:** Son aquellas que cuentan con una pantalla policromática de alta definición, que puede proyectar más de un anuncio, imagen o animación.

- **publicidad exterior en mobiliario urbano:** Aquellas instaladas en un bien mueble de carácter público o privado que ocupado un espacio público.
- **publicidad exterior indicativa o identificativa:** Aquella 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:** Aquellas 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 dependencias públicas, 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:** Aquella que se encuentra pintada directamente sobre cualquier superficie de un mueble o inmueble.
- **publicidad exterior saliente:** Aquellas que se encuentran instaladas perpendicularmente a una superficie.
- **publicidad exterior sobrepuesta:** Aquella que se encuentra instalada o sujeta sobre la pared, que por sus condiciones no necesita la colocación de una estructura de soporte.
- **publicidad exterior temporal:** Aquella 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.
- **Rótulos:** Anuncios fijos de una permanencia mayor a treinta días, que se destinan a publicitar marcas, razones sociales o actividades que se desarrollan en el predio en el cual son instalados;
- **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.
- **Tótem:** Emblema tallado, pintado y/o construido sobre una estructura autoportante, referido a la razón social, nombre comercial, productos o servicios ofertados o actividades desarrolladas en dicho predio y que podría difundir publicidad e información general.
- **Translúcido:** Cuerpo a través del cual pasa la luz y que permite ver a través de él, la publicidad
- **Troquel publicitario:** Es aquella publicidad que por su diseño sobresale los límites de la superficie del área determinada.

- **Valla publicitaria:** Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, auto portante, susceptible de albergar y transmitir mensajes, pudiendo estar compuesta de 1 o 2 caras como máximo.
- **Vallas Móviles:** Sistema de publicidad con movimiento que permite tener más de una publicidad en el mismo sitio, siendo un método alternativo para disminuir la implementación de estructuras en la ciudad, podrán ser rotativas, giratorias y fijas. No se considera como vallas móviles a publicidad con pantallas led's.
- **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 las Ordenanzas que contiene la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y Plan de Uso de Gestión del Suelo vigentes; la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y su reglamento; y, más normativa pertinente.

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 discurran por lugares o ámbitos de utilización común, promocionando productos o servicios que devenga de una actividad comercial, institucional, informativa o técnica, en el cantón Gualaceo.

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.

Artículo 6. Elementos excluidos de la publicidad exterior. Se excluyen de la publicidad exterior los siguientes elementos:

- a) Los signos o señales públicas de tráfico para seguridad, control de información, así como los de señalización de emplazamiento de lugares de interés turístico;
- b) Los mensajes de contenido educativo, cultural, o de promoción de valores éticos o de defensa del medio ambiente, colocados por entidades públicas e instituciones con finalidad social o pública;
- c) La pintura mural que tenga valor artístico, calificada como tal por la Dirección de Educación, Cultura, Deportes y Recreación; y,
- d) Los letreros y nomenclaturas de identificación pertenecientes a personas naturales, empresas o locales de prestación de servicios.

CAPÍTULO III DE LAS COMPETENCIAS Y ATRIBUCIONES

Artículo 6. De la competencia para realizar informes técnicos de la publicidad exterior. La Dirección de Planificación Urbana, 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; así como, determinar el valor de cobro.

Artículo 7. De las atribuciones de los Órganos Administrativos. La Dirección de Planificación, tiene la atribución para emitir el o los permisos de utilización y aprovechamiento del espacio público para la colocación de publicidad exterior en las áreas públicas y privadas en la jurisdicción del cantón Gualaceo.

Los permisos municipales serán válidos únicamente cuando se haya cumplido el trámite correspondiente y el pago de la tasa anual que se haya determinado, se encuentre recaudada y debidamente registrada por Tesorería Municipal. En caso de haberse instalado la publicidad exterior sin la autorización correspondiente, el infractor será sancionado conforme establece esta Ordenanza.

Artículo 8. De la Competencia para cobrar los valores por conceptos de tasas para la obtención de los permisos para la instalación de publicidad en espacios públicos y privados. La dependencia de Tesorería Municipal es la competente para 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. Las dependencias municipales determinadas en la "ORDENANZA QUE REGULA EL EJERCICIO DE LA POTESTAD SANCIONADORA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUALACEO", serán las competentes para realizar el control correspondiente de toda la publicidad exterior en el cantón Gualaceo, sustanciar y de ser el caso sancionar en el procedimiento administrativo correspondiente.

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 Gualaceo 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

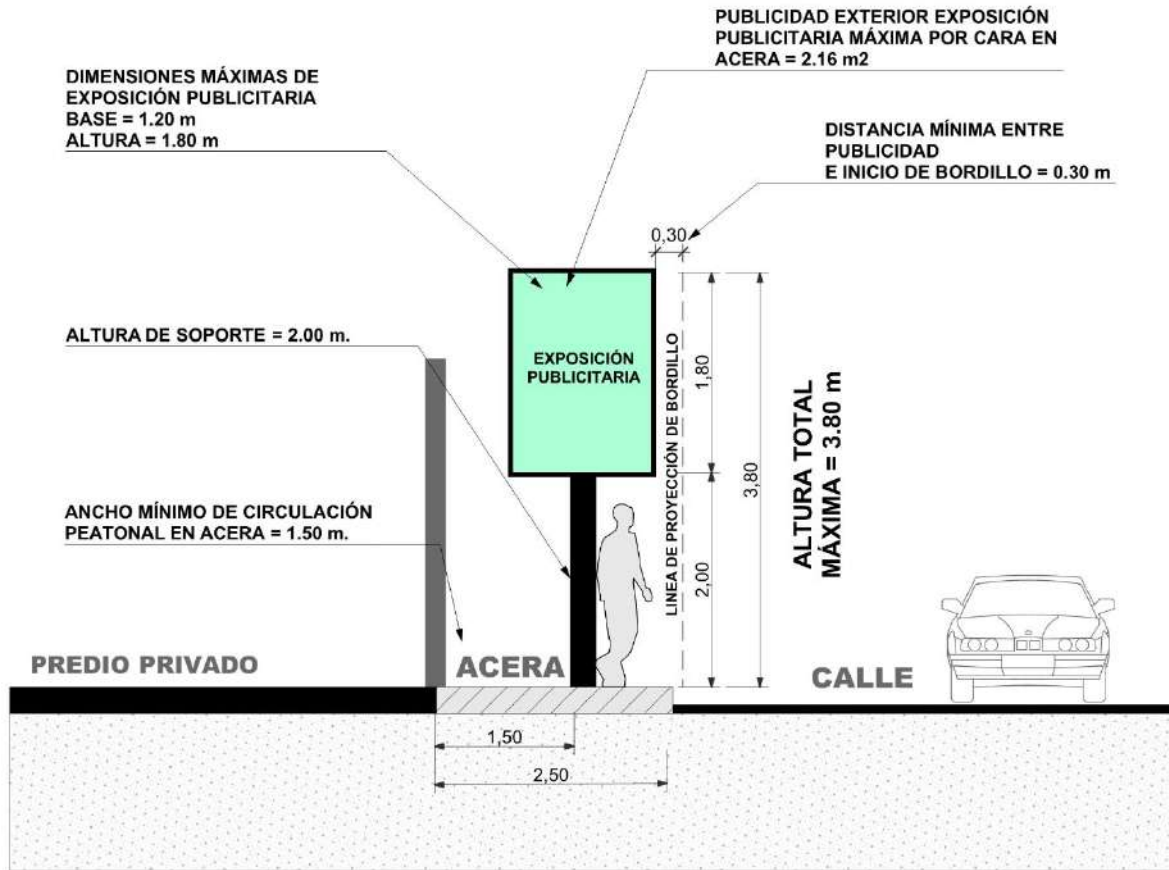
Nota. Se recomienda que la dirección de planificación, pueda efectuar las representaciones gráficas tomando como referencia a las que se presentan

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

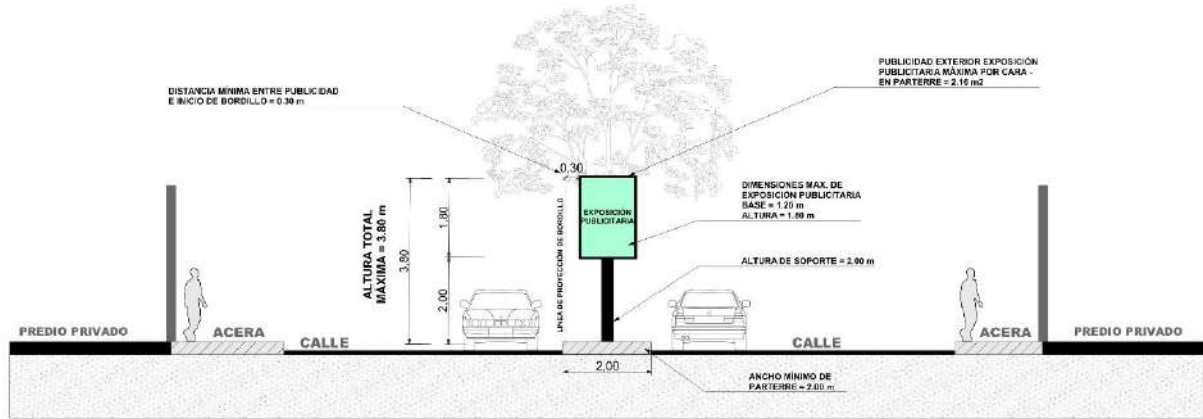
1. PALETAS EN ACERA Y/O PARTERRE

1.1 PUBLICIDAD EXTERIOR - PALETA EN ACERA

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

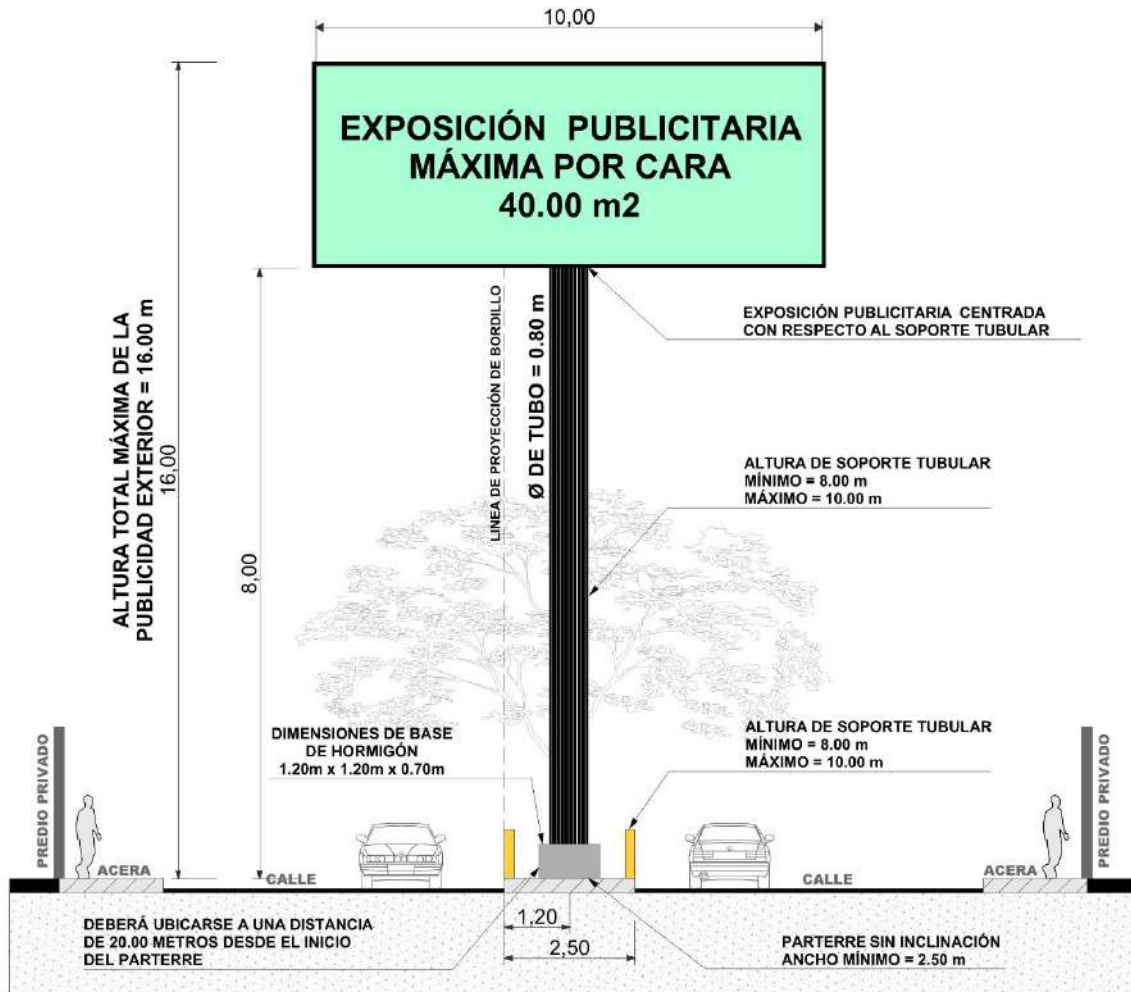


1.2 PUBLICIDAD EXTERIOR (PALETA EN PARTERRE) REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



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	DE LONGITUD: 1.20 METROS ALTURA: 1.80 METROS
ÁREA (m ²) EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2.16 M ²
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	<p>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 GUALACEO, EN CALLES PROHIBITIVAS Y EN SECTORES REGENERADOS.</p> <p>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.</p>

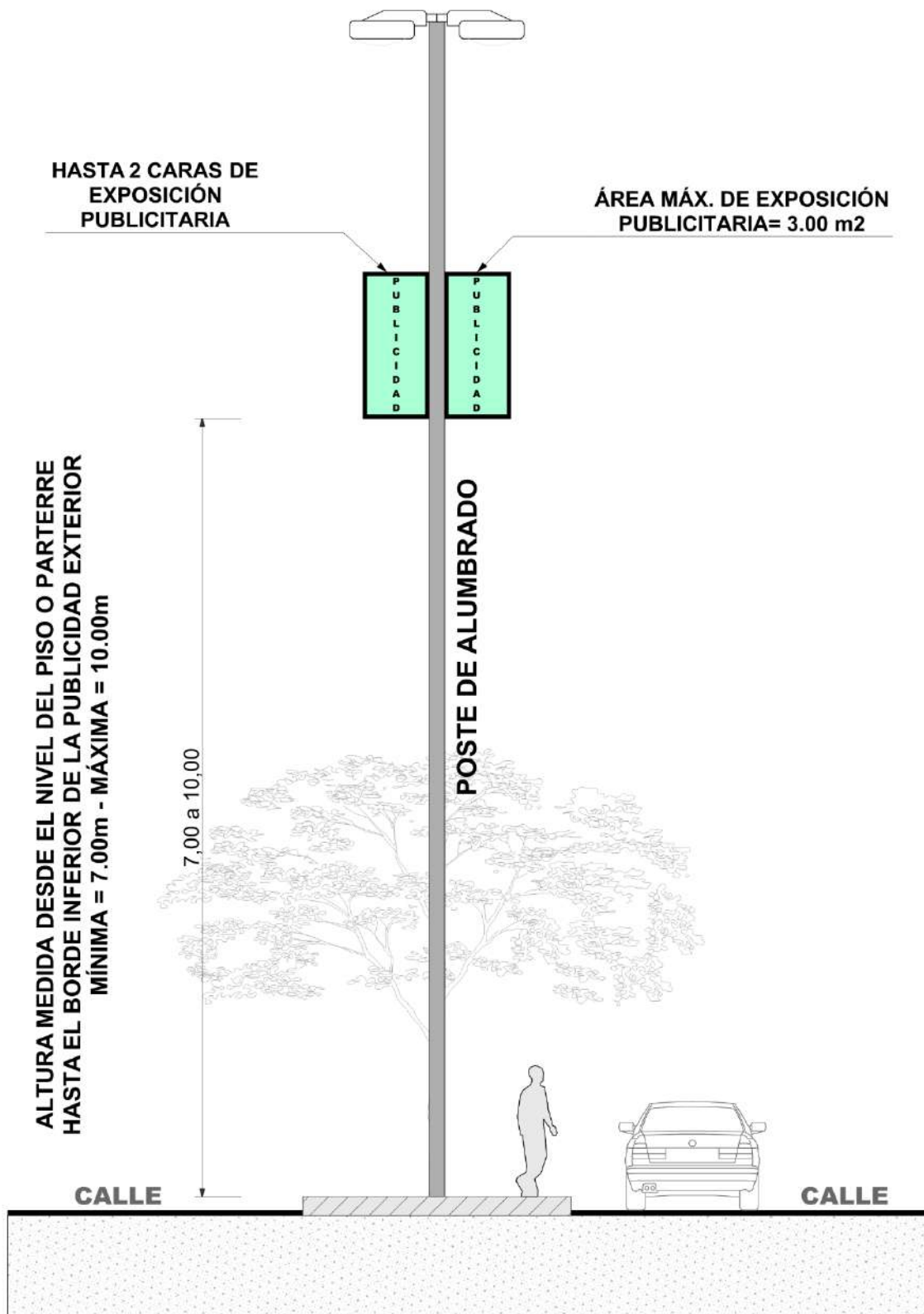
2. VALLA PUBLICITARIA LONAS - PANTALLAS DIGITALES REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



BORR

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	10.00 METROS
ÁREA (m2) EXPOSICIÓN	MÁXIMA 40.00M2
No DE CARAS EXPOSICIÓN	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
OBSERVACIONES	<p>DEPENDERA DE LA LONGITUD DEL PARTERRE.</p> <p>A UN RADIO DE 100.00 METROS ENTRE VALLAS DE VINILO/LONA U OTROS MATERIALES.</p> <p>A UN RADIO DE 500.00 METROS ENTRE VALLA/PANTALLAS DIGITALES.</p> <p>A UN RADIO DE 100.00 METROS ENTRE VALLAS DE VINILO O LONA Y PANTALLAS DIGITALES.</p> <p>TODAS DEBERAN RESPETAR LA DISTANCIA DE 20.00 METROS DESDE EL BORDE EXTREMO DEL PARTERRE.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR SE PODRÁN INSTALAR EN LOS LUGARES APROBADOS POR ESTA MUNICIPALIDAD.</p> <p>LA INSTALACIÓN DE ELEMENTOS ADICIONALES Y/O ACCESORIOS ESTARÁN REGULADOS POR LAS ORDENANZAS CORRESPONDIENTES EN CADA MATERIA.</p> <p>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.</p>

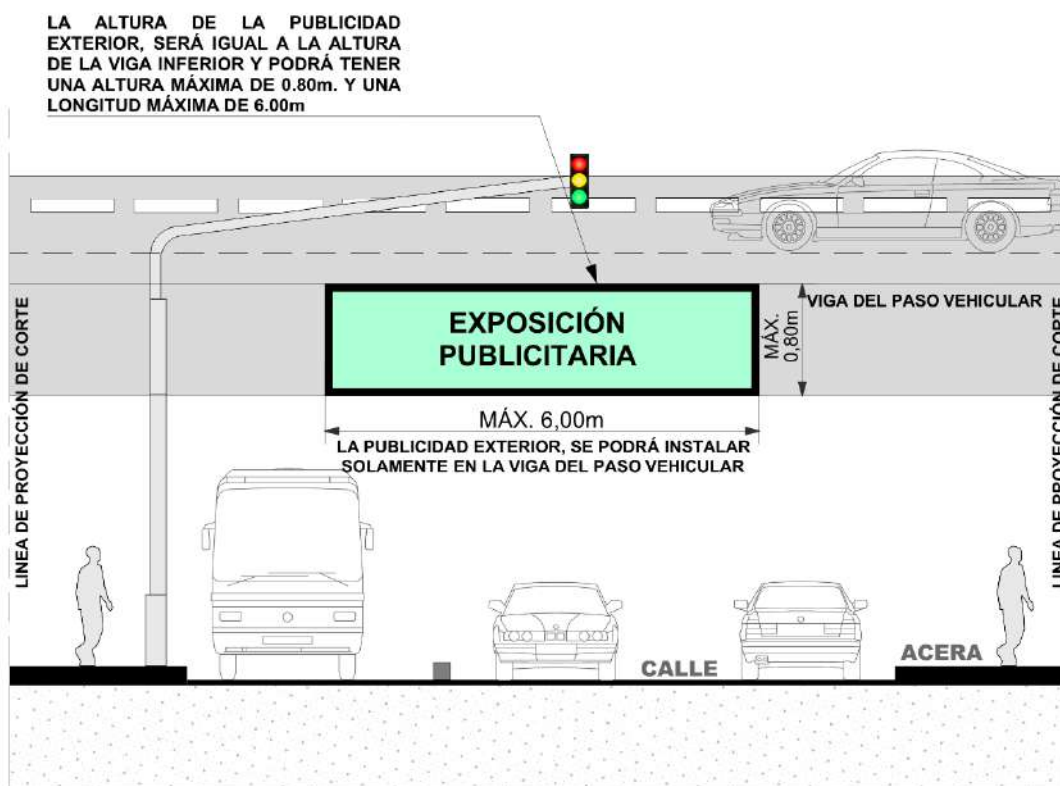
3. BANDERA PUBLICITARIA REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



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	3.00 M2
Nº DE CARAS EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	2 CARAS Y HASTA 2 PUBLICIDAD EXTERIOR POR POSTE.
UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD	<p>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.</p> <p>LA PUBLICIDAD SERÁ IMPLEMENTADA DE FORMA ALTERNADA, QUEDANDO UN POSTE DE ALUMBRADO LIBRE.</p>
OBSERVACIONES TIEMPO DE EXPOSICIÓN	<p>Y 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.</p> <p>SE SOLICITARÁ AUTORIZACIÓN DE CNEL PARA LA INSTALACIÓN DE ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR, EN CASO DE QUE LOS POSTES QUE NO SEAN MUNICIPALES.</p> <p>ESTA PUBLICIDAD EXTERIOR SE PODRÁ INSTALAR EN CUALQUIER SECTOR DE LA CIUDAD, MENOS EN LAS CALLES O AVENIDAS CONSIDERADAS PROHIBITIVAS NORMADAS EN ESTA ORDENANZA.</p>

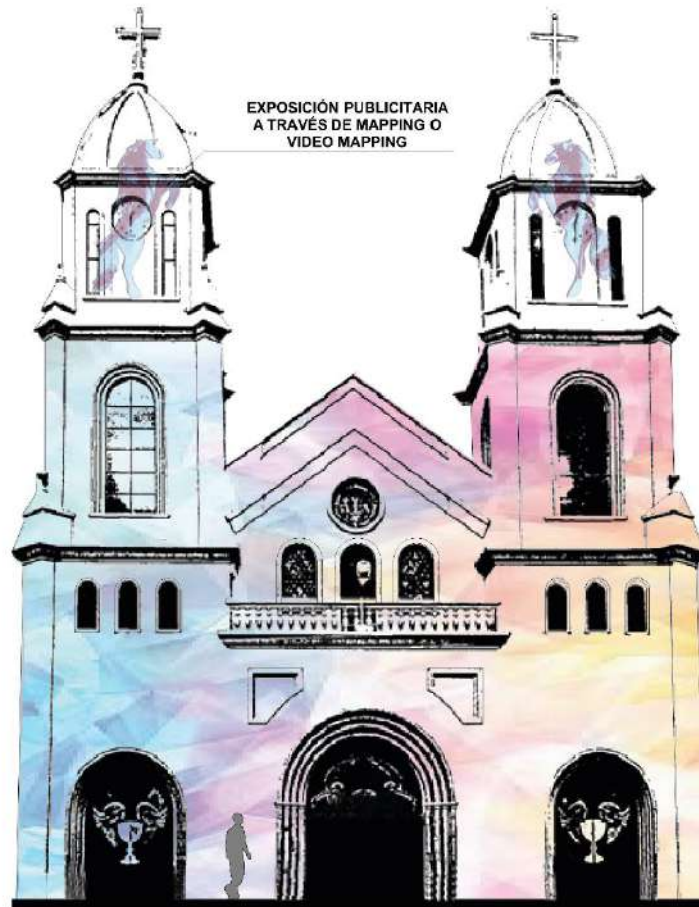
BORRADOR LEGISLACION

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	6.00 M ²
No DE CARAS EXPOSICIÓN	2 CARAS
DISTANCIA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	DE UNA DISTANCIA DE 40.00 METROS CON CUALQUIER OTRA PUBLICIDAD EXTERIOR EN ESPACIO PÚBLICO.
OBSERVACIONES	<p>PODRÁ COEXISTIR EN CALLES Y AVENIDAS DONDE EXISTA LA INSTALACIÓN DE OTRO TIPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR NORMADO EN ESTA ORDENANZA.</p> <p>ESTE TIPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR PODRÁ SER INSTALADA SIEMPRE Y CUANDO NO EXISTAN LETREROS DE SEÑALIZACIÓN VIAL DE DESTINO NI SEMÁFOROS VEHICULARES.</p> <p>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.</p>

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

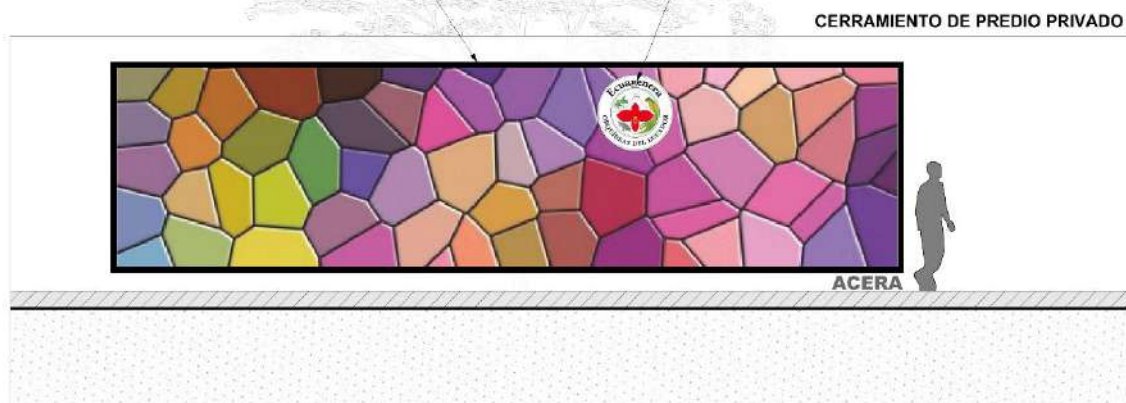


CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MAPPING O VIDEO MAPPING
INSTALACIÓN DE MAPPING O VIDEO MAPPING	SE PUEDE INSTALAR Y/O PROYECTAR DESDE PARQUES, PLAZAS, ÁREAS VERDES, Y PREDIOS PRIVADOS CON LA AUTORIZACIÓN DE SU TITULAR. LA PUBLICIDAD NO PODRÁ PROYECTARSE 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:

EN CASO DE MUROS Y/O PAREDES, SE PUEDE INSTALAR EL MURAL SOBRE ESTRUCTURAS ANCLADAS A LA MISMA

LA PUBLICIDAD COMERCIAL DEBERÁ ESTAR INTEGRADA CON EL DISEÑO DEL MURAL ARTÍSTICO Y NO PODRÁ SER MAYOR AL 25% DEL ÁREA TOTAL DE ESTE



LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEBERÁ ESTAR INTEGRADA CON EL DISEÑO DEL MURAL ARTÍSTICO Y NO PODRÁ SER MAYOR AL 25% DEL ÁREA TOTAL DE ESTE

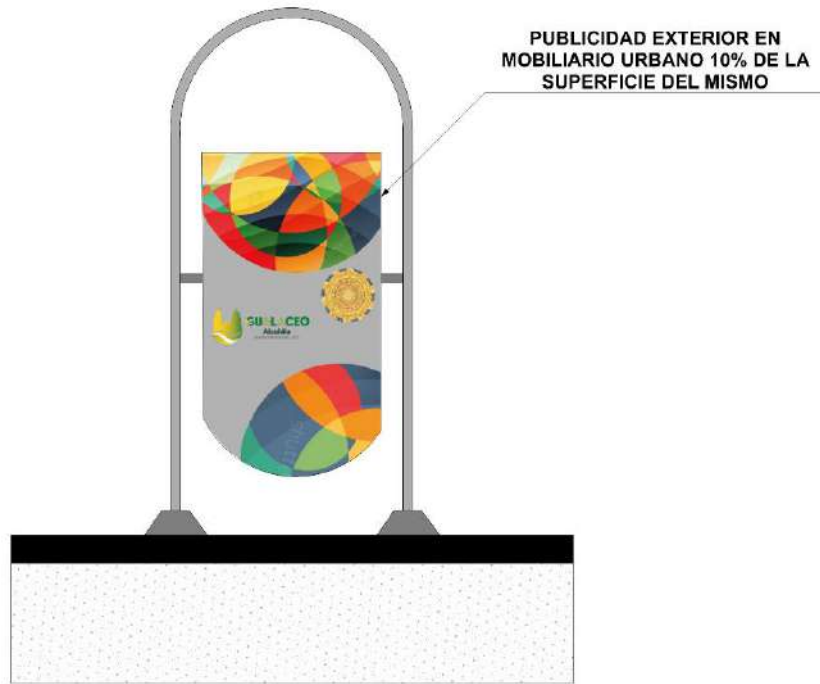
SE PUEDE INSTALAR Y/O PINTAR DIRECTAMENTE EN PISOS, MUROS Y PAREDES, LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEBERÁ ESTAR INTEGRADA CON EL DISEÑO DEL MURAL ARTÍSTICO Y NO PODRÁ SER MAYOR AL 25% DEL ÁREA TOTAL DE ESTE



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

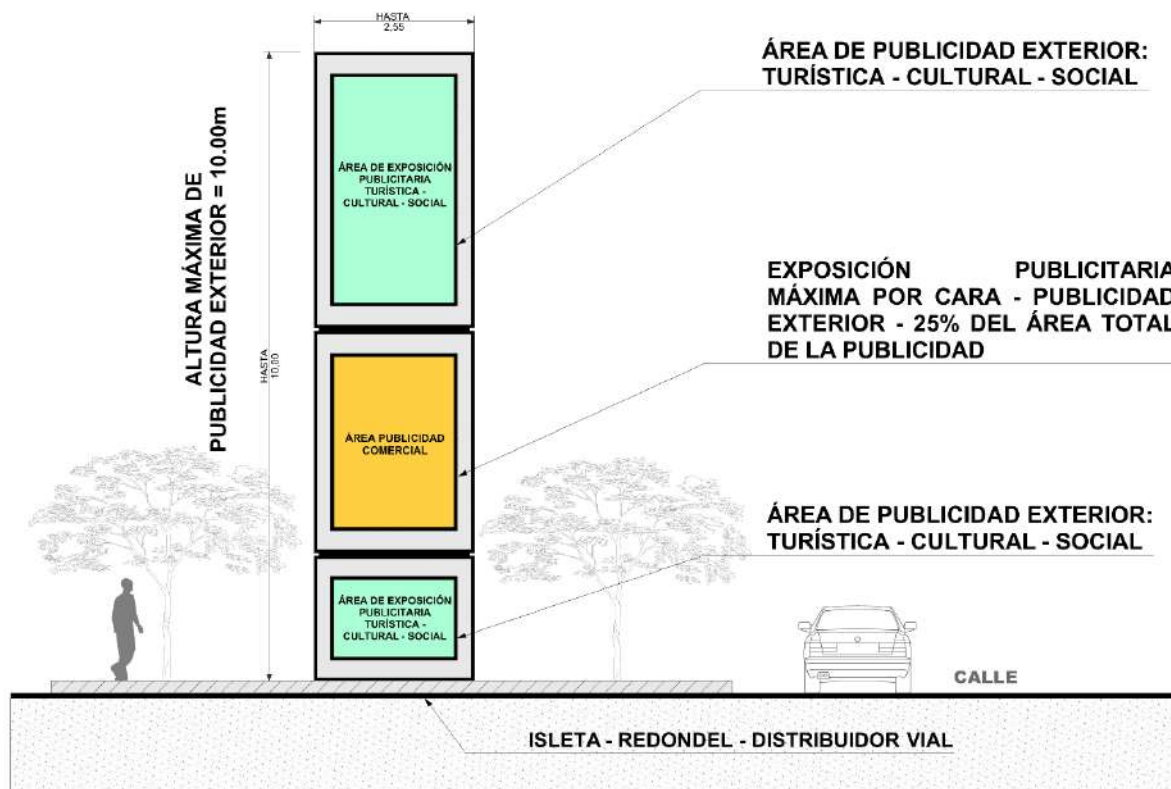
PUBLICIDAD EXTERIOR	PUBLICIDAD CON MURALES ARTÍSTICOS.
IMPLEMENTACIÓN Y/O INSTALACIÓN DE MURALES ARTÍSTICOS	SE PUEDE INSTALAR Y/O PINTAR DIRECTAMENTE EN PISOS, MUROS Y PAREDES. SOLO EN CASO DE LOS MUROS Y/O PAREDES, SE PUEDEN INSTALAR SOBRE ESTRUCTURAS ANCLADAS A LAS MISMAS.
ÁREA DE EXPOSICIÓN	NO PODRÁ 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:



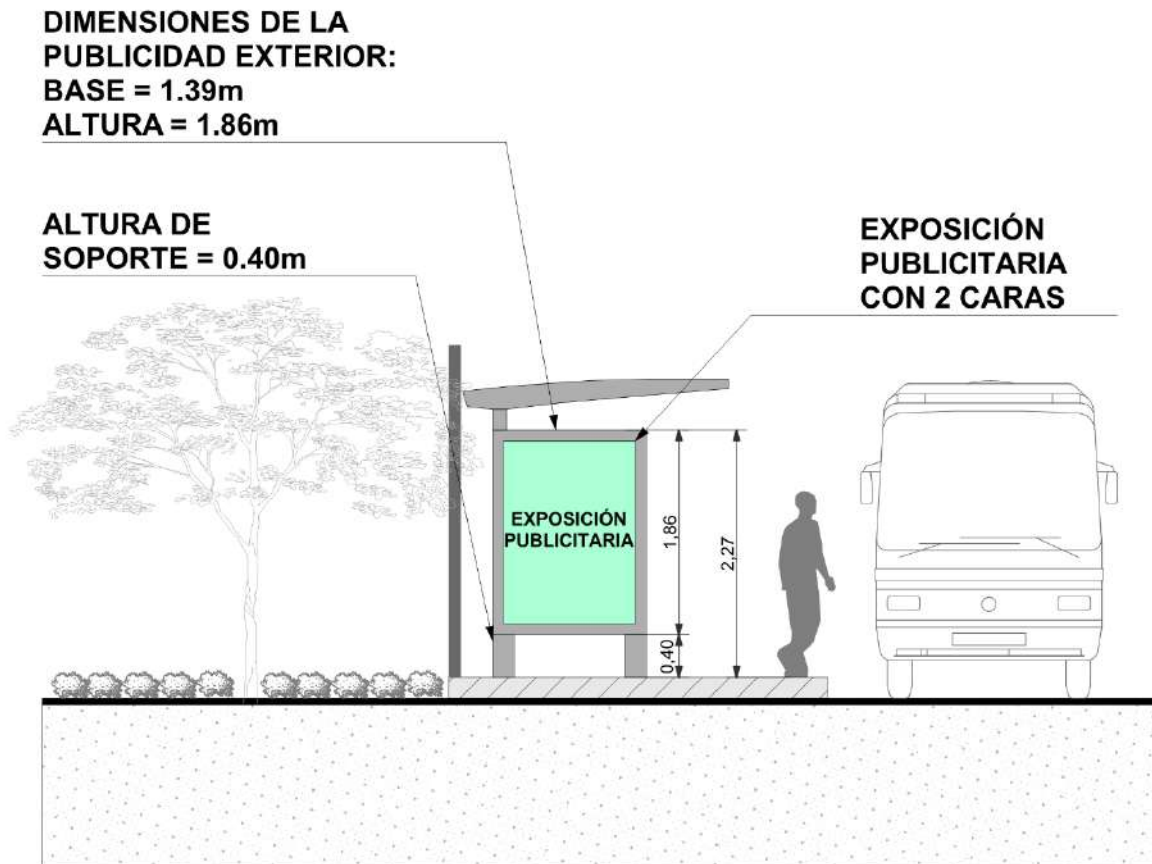
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PUBLICIDAD EXPUESTA EN MOBILIARIO URBANO
UBICACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO	BANCAS, TACHOS, ETC.
PORCENTAJE DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	NO PODRÁ SER MAYOR AL 10% DEL ÁREA TOTAL DEL MOBILIARIO URBANO DONDE SE INSTALE.

9. PUBLICIDAD EXPUESTA EN TÓTEM REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



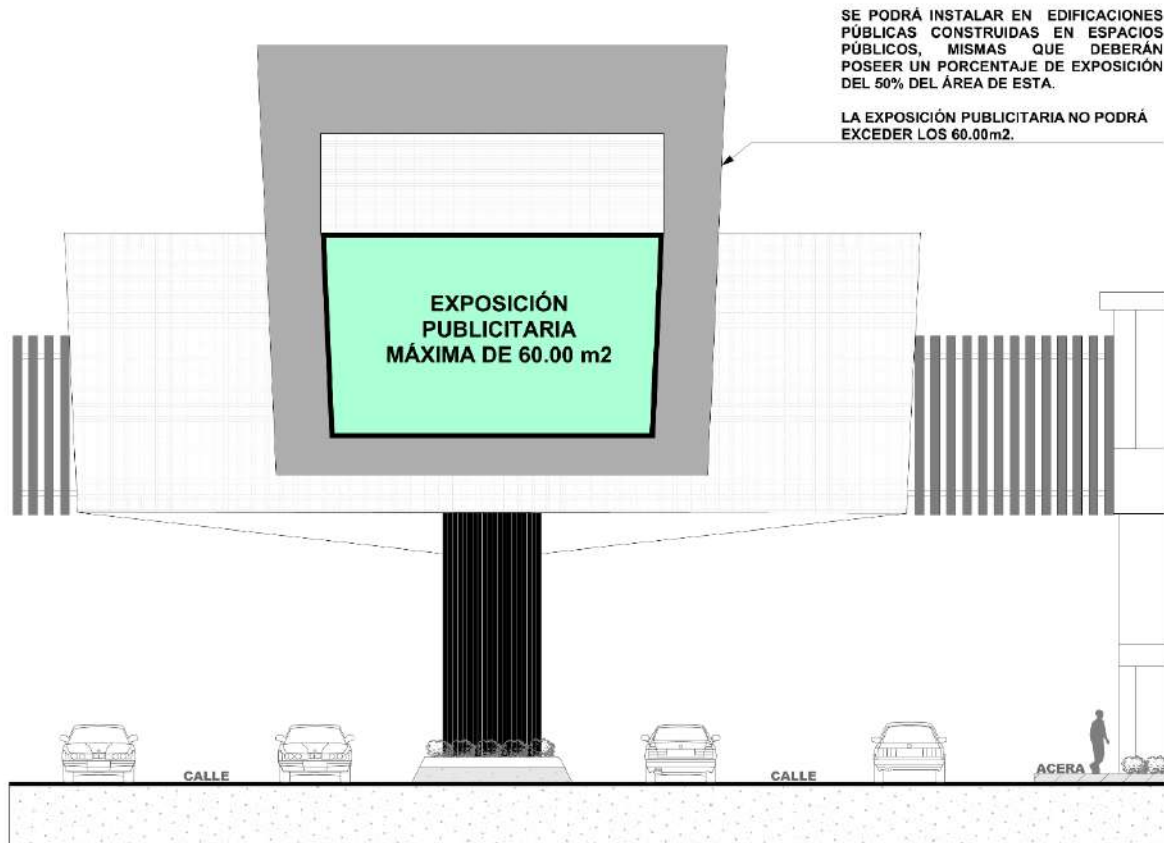
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	TÓTEM
INSTALACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO	EN ISLETAS, REDONDELES, DISTRIBUIDORES DE TRÁFICO SIN AFECTAR VEGETACIÓN (BAJA, MEDIA O ALTA). DE EXISTIR MONUMENTOS ALREDEDOR LA PUBLICIDAD EXTERIOR NO DEBERÁ OCULTAR LA VISIBILIDAD DE EXHIBICIÓN.
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 REGISTRÁ DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN (DUPOT).

**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	<p>TENDRÁ UN PORCENTAJE DE EXPOSICIÓN DEL 50% DEL ÁREA DE LA FACHADA DONDE SE UBIQUE NO PODRÁ EXCEDER 60.00 METROS CUADRADOS.</p> <p>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.</p>
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. Estas podrán ser:

a. 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.

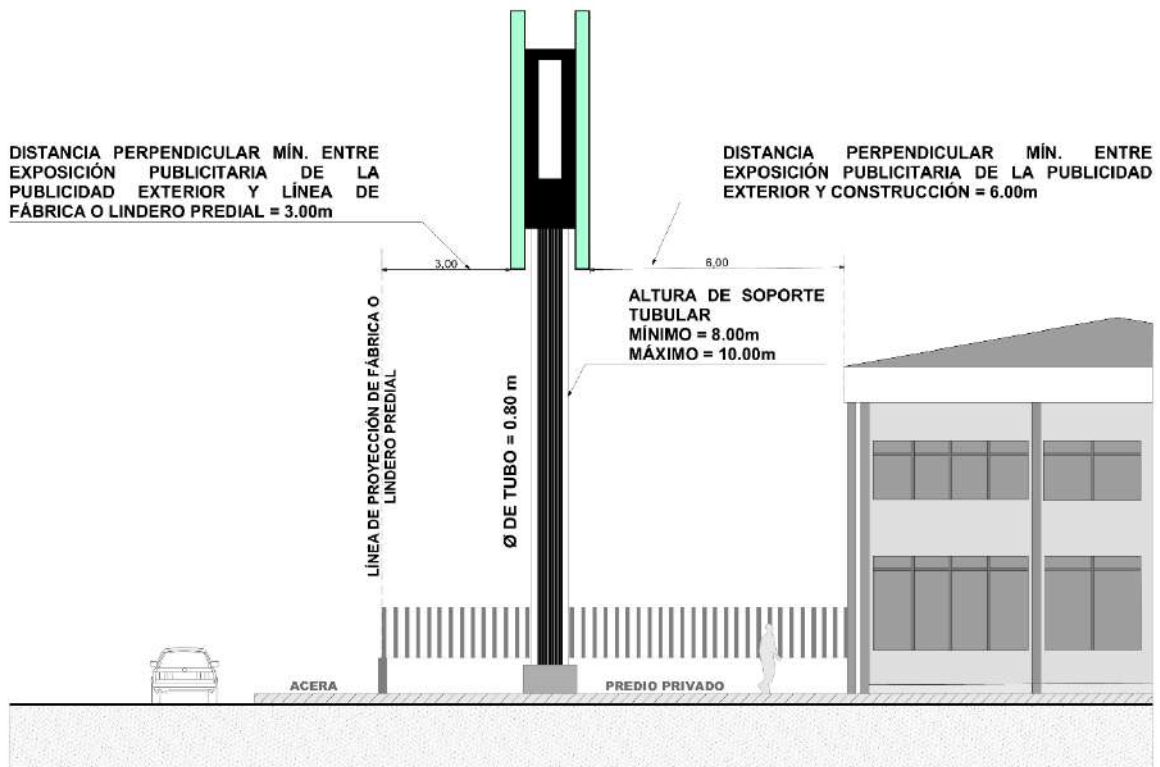
En las edificaciones de uso comercial, industrial e institucional su catastro deberá contar con el uso correspondiente actualizado.

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

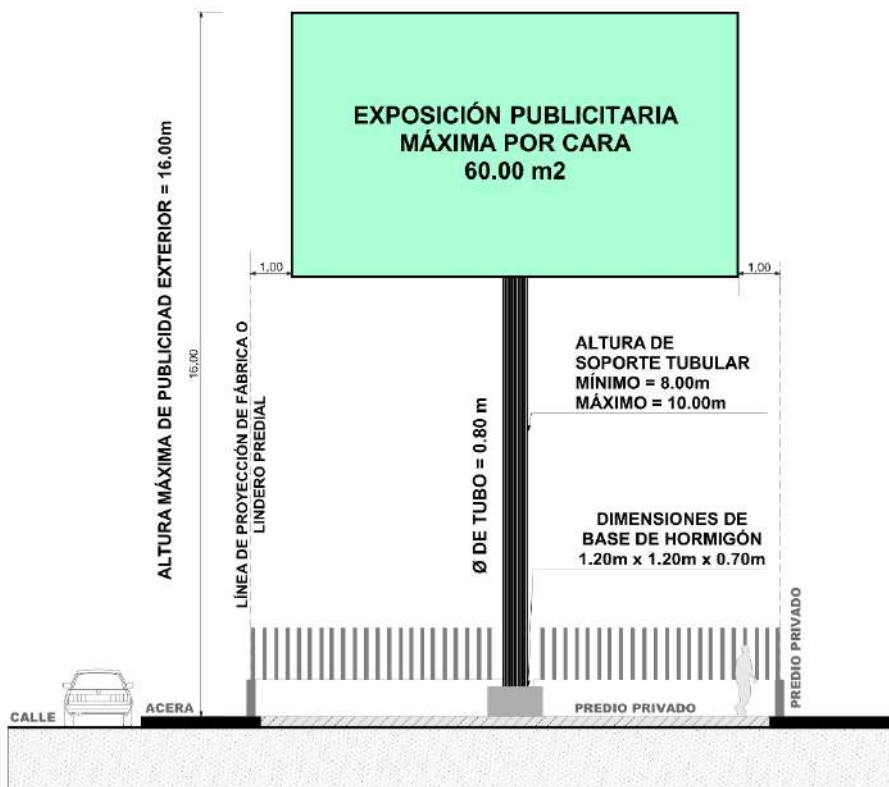
b. De las publicidades exteriores comerciales: publicidad exterior es la forma de comunicación cuya finalidad es promover la contratación sobre bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado.

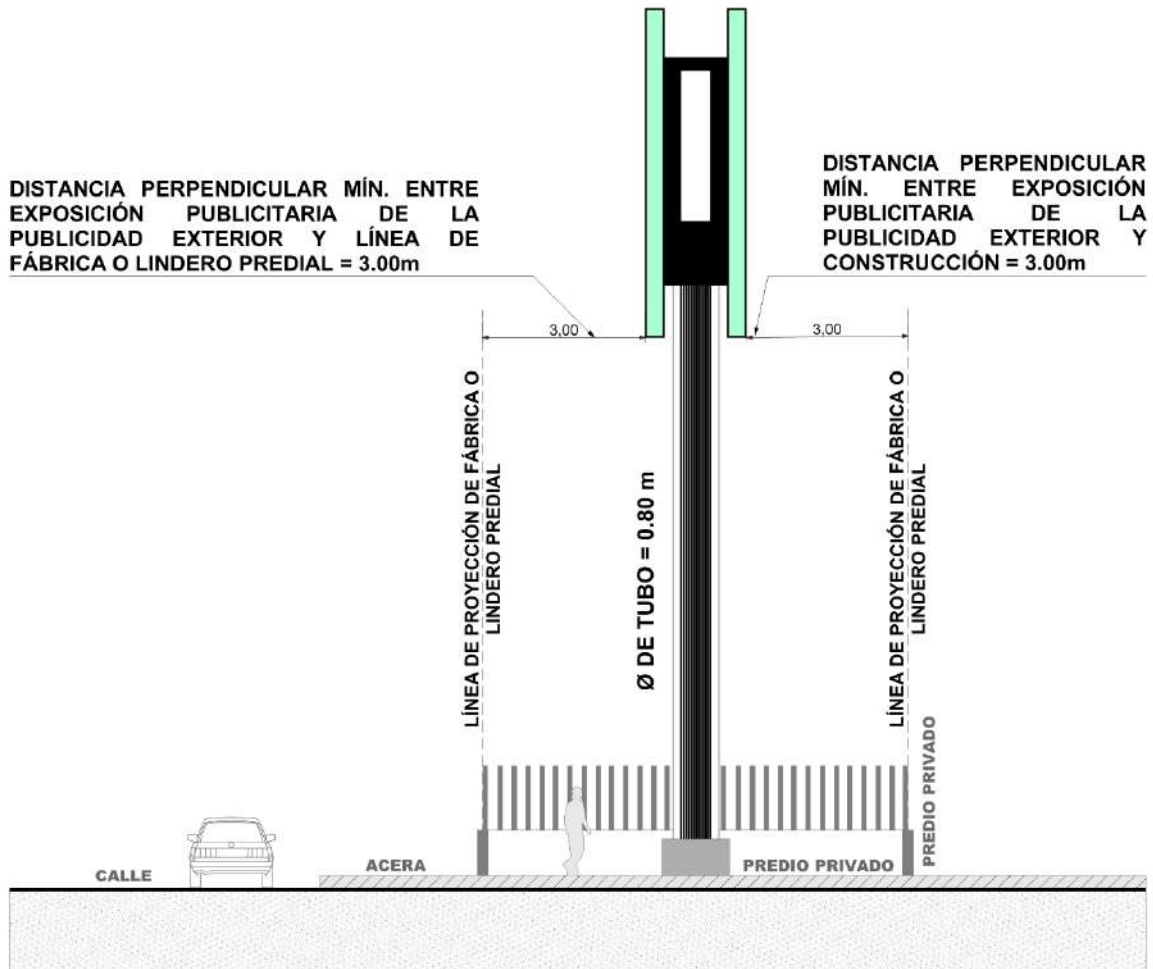
1. VALLA PUBLICITARIA - LONA /PANTALLAS DIGITALES REPRESENTACIÓN GRÁFICA:





EL ANCHO TOTAL MÁXIMO DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA DEBERÁ RESPETAR UNA DISTANCIA MÍNIMA DE 1.00m, DESDE LOS LÍMITES DEL LINDERO DEL PREDIO Y LA LÍNEA DE FÁBRICA

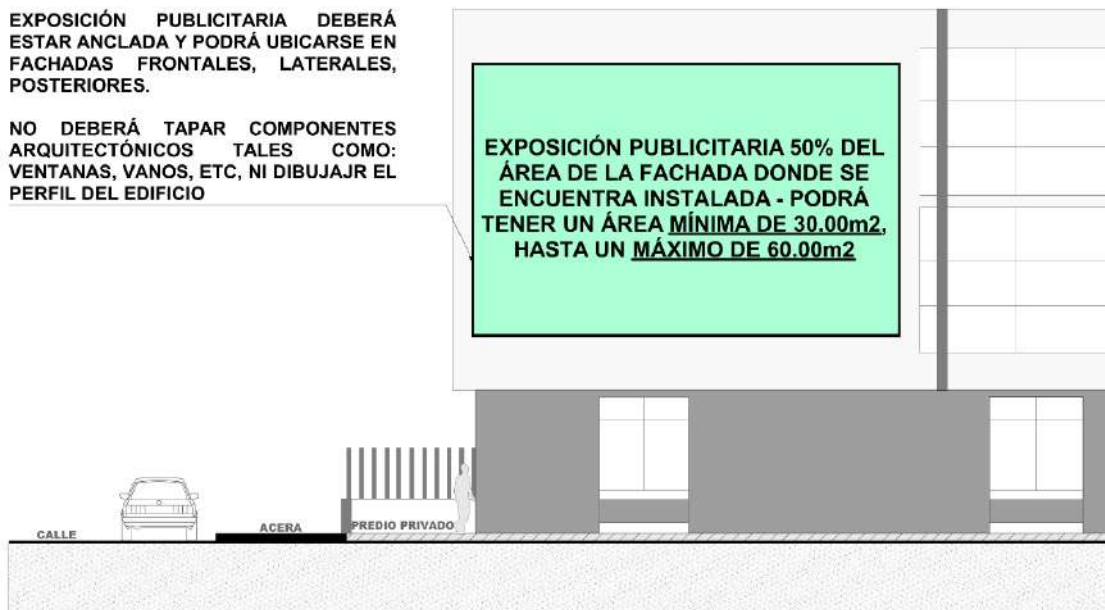




EXPOSICIÓN PUBLICITARIA DEBERÁ ESTAR ANCLADA Y PODRÁ UBICARSE EN FACHADAS FRONTALES, LATERALES, POSTERIORES.

NO DEBERÁ TAPAR COMPONENTES ARQUITECTÓNICOS TALES COMO: VENTANAS, VANOS, ETC, NI DIBUJAR EL PERFIL DEL EDIFICIO

EXPOSICIÓN PUBLICITARIA 50% DEL ÁREA DE LA FACHADA DONDE SE ENCUENTRA INSTALADA - PODRÁ TENER UN ÁREA MÍNIMA DE 30.00m², HASTA UN MÁXIMO DE 60.00m²

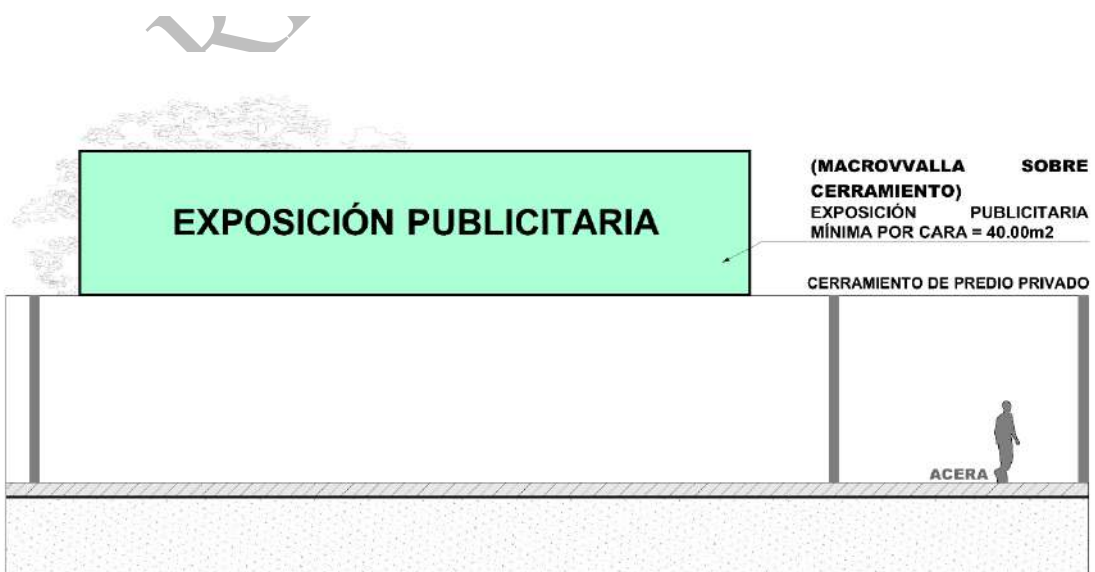
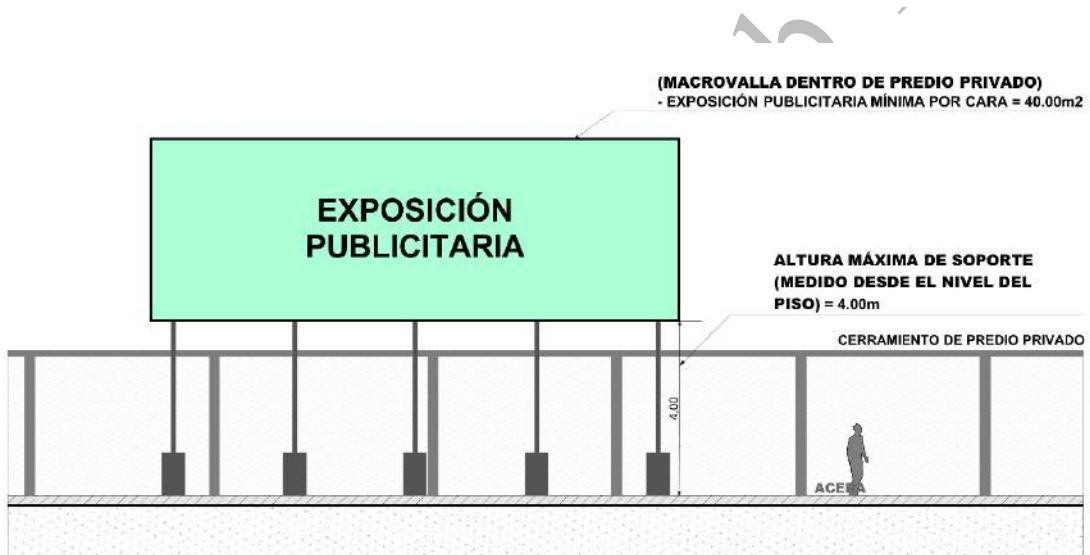


CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	VALLA PUBLICITARIA
UBICACIÓN EN PROPIEDAD PRIVADA	EN ANCLADAS Y/O CON SOPORTE TUBULAR EN RETIROS DE LAS EDIFICACIONES Y EN SOLARES VACÍO.
ÁREA DE EXPOSICIÓN PUBLICITARIA	<p>(LONA Y/O MATERIAL SIMILAR)-ANCLADA CUANDO SEA ANCLADA A LAS FACHADAS 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 SUJECIÓN QUE NO AFECTE LA ESTABILIDAD DE LA EDIFICACIÓN.</p> <p>(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 SUJECIÓN QUE NO AFECTE LA ESTABILIDAD DE LA EDIFICACIÓN.</p> <p>PARA LOS DOS CASOS CUANDO ES CON SOPORTE TUBULAR EN SOLAR VACÍO:</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>PARA LOS DOS CASOS CUANDO ES CON SOPORTE TUBULAR EN SOLAR CON EDIFICACIÓN:</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

	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 SOPORTE	DE 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.

BORRADOR Elab TSKO

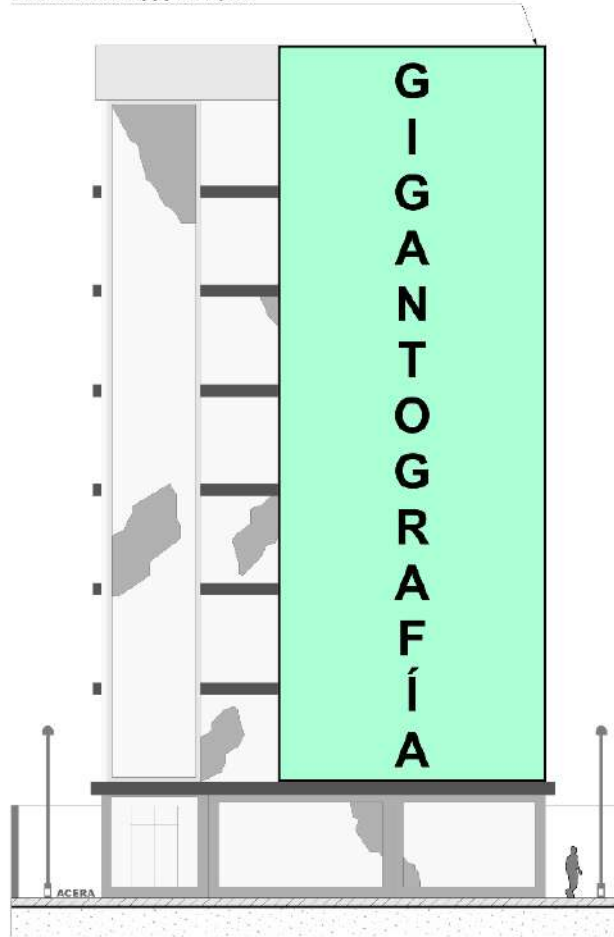
2. MACROVALLA
REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



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 M ²
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.



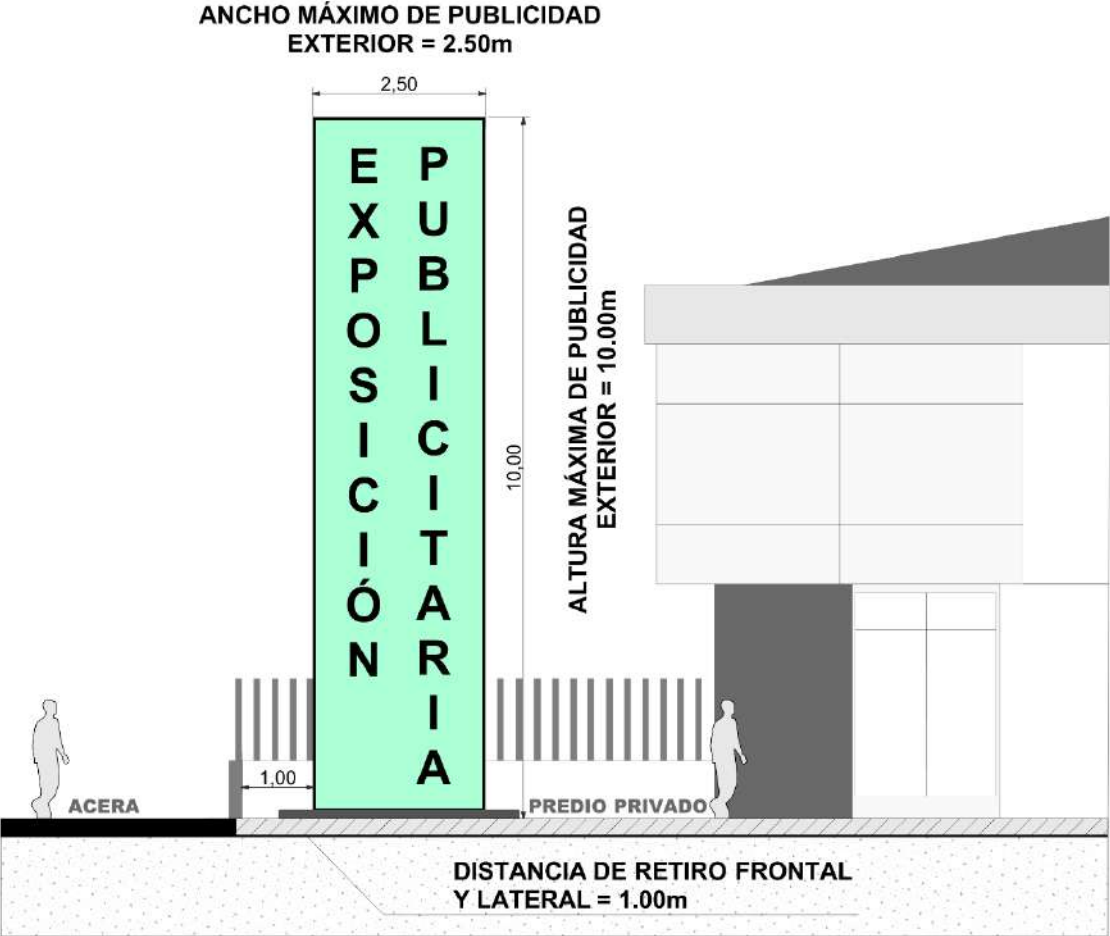
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	GIGANTOGRAFÍA PUBLICITARIA
UBICADAS EN EDIFICACIONES	SE INSTALARÁN EN LAS FACHADAS DE EDIFICACIONES HABITADAS SIN OCULTAR COMPONENTES ARQUITECTÓNICOS. DE IGUAL MANERA SE PODRÁN INSTALAR EN EDIFICIOS EN PROCESO CONSTRUCTIVO Y ABANDONADOS, 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 SUJECIÓN 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:

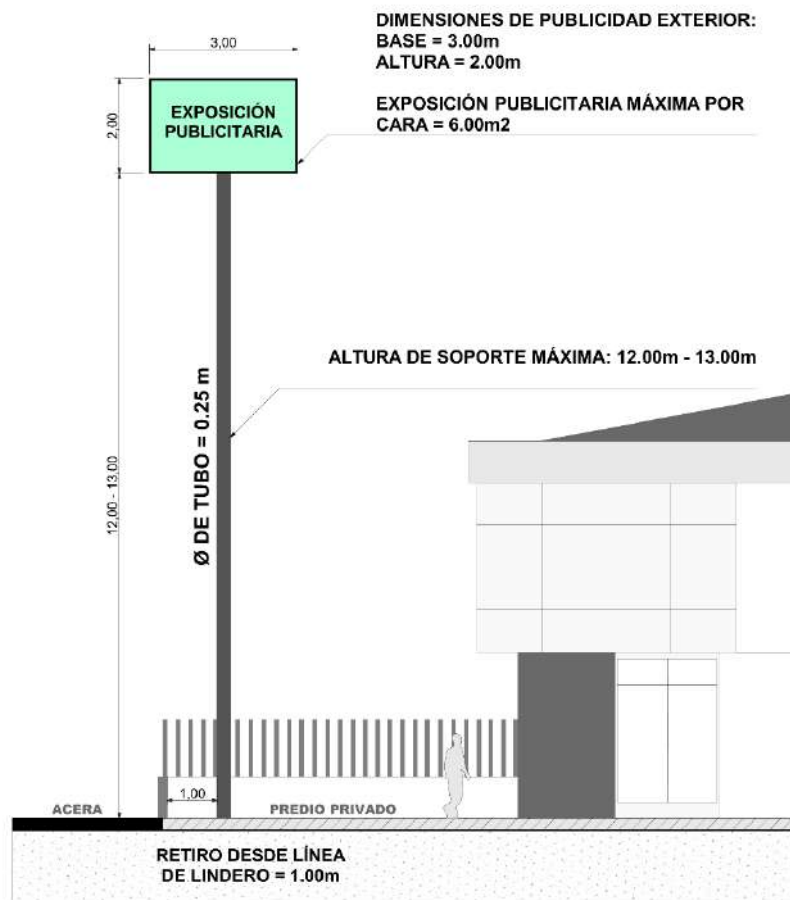


BORRAL

CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	TÓTEM
UBICADAS EN EDIFICACIONES	EN 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	<p>ESTRUCTURA DE UN SOLO CUERPO PODRÁ ESTAR CONFORMADA DE UN DIRECTORIO MÚLTIPLE O PUBLICIDAD IDENTIFICATIVA.</p> <p>ESTA PUBLICIDAD NO DEBE AFECTAR EL REGISTRO DE VISTA DEL PREDIO CONTIGUO NI EL DE LA EDIFICACIÓN.</p> <p>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.</p> <p>SE RESPETARÁ UN RETIRO MÍNIMO DE 1.00 METRO DESDE LA LÍNEA DE FÁBRICA Y LINDEROS DEL PREDIO, SI FUERA EL CASO.</p> <p>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.</p>

BORRADOR Elab PRO

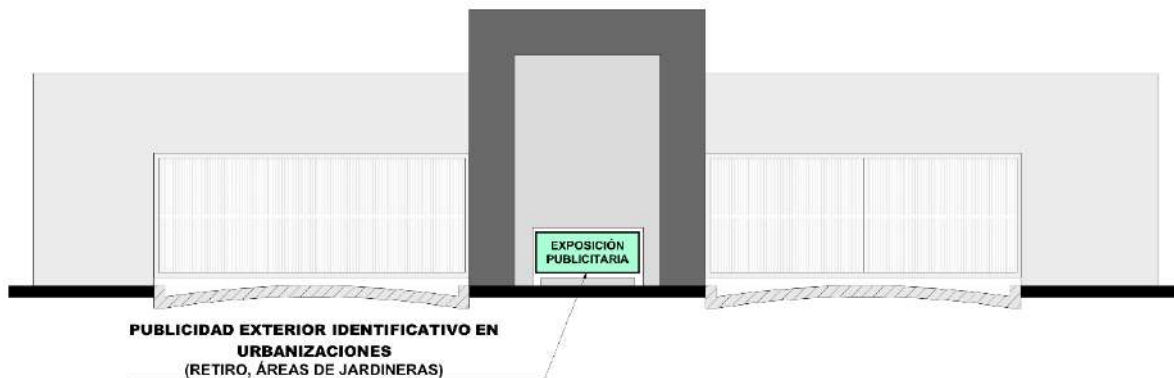
6. PUBLICIDAD EXTERIOR IDENTIFICATIVA -LOGOTIPO REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

PUBLICIDAD EXTERIOR	IDENTIFICATIVA (LOGOTIPO)
UBICADAS EN EDIFICACIONES	EN 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 M ² . 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:



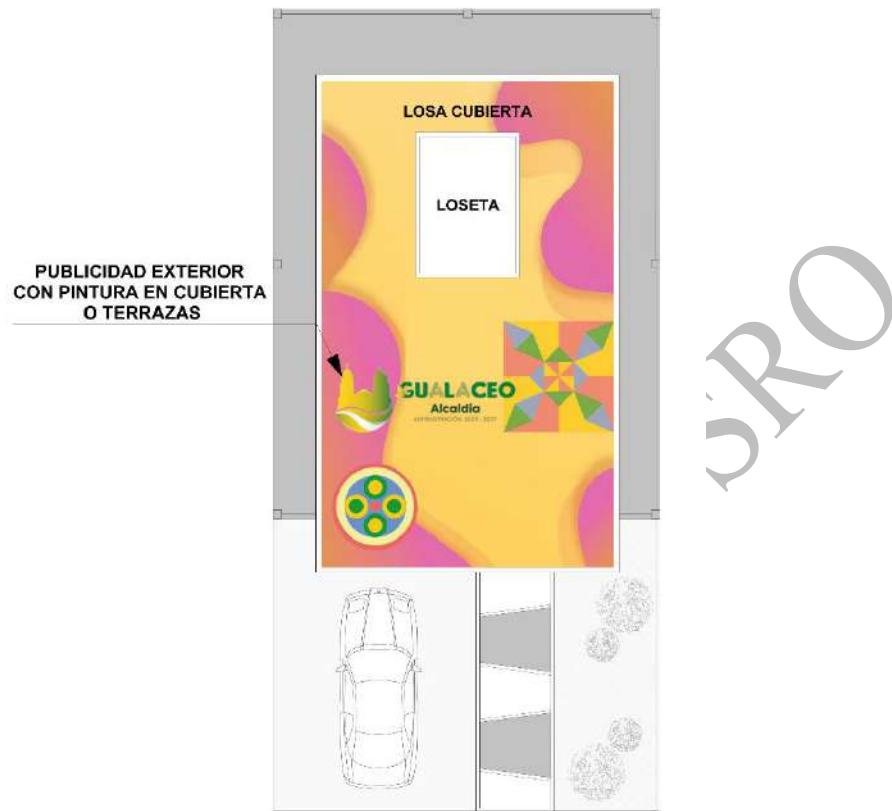
CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	IDENTIFICATIVA EN URBANIZACIONES
UBICACIÓN	PUBLICIDAD EXTERIOR IDENTIFICATIVA QUE POR SUS DISEÑOS TIENEN CARACTERÍSTICAS ESPECIALES, SE UBICARÁN ÚNICAMENTE EN LOS RETIROS O EN LAS ÁREAS DE JARDINERÍA DE LOS INGRESOS A LAS URBANIZACIONES, 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 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	BANDERA
UBICADAS EN EDIFICACIONES	EN LOS CERRAMIENTOS DE LOS PREDIOS SE PODRÁ 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.

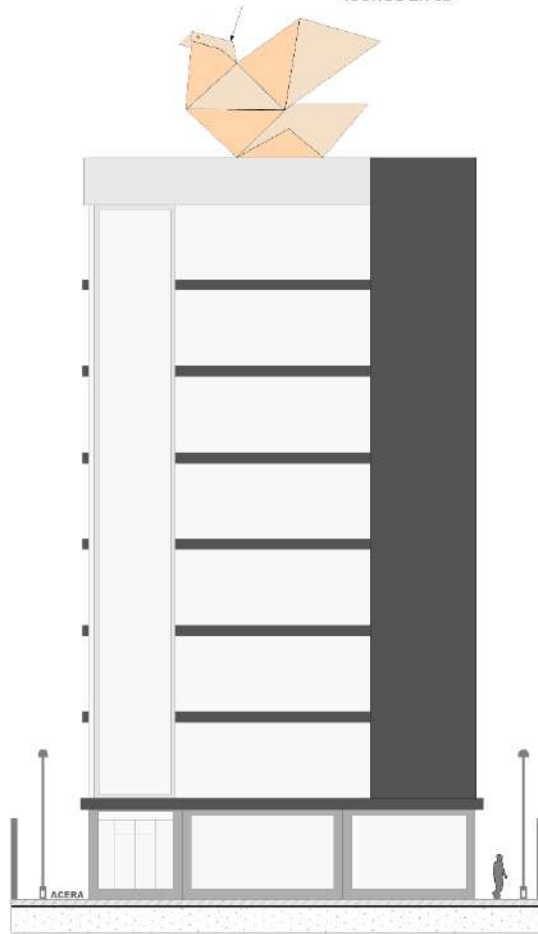
9. PUBLICIDAD EXTERIOR EN CUBIERTA Y/O TERRAZA MEDIANTE PINTURA REPRESENTACIÓN GRÁFICA:



CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD EXTERIOR	PINTURA
UBICADAS EN	CUBIERTAS O TERRAZAS
ÁREA DE EXPOSICIÓN	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.

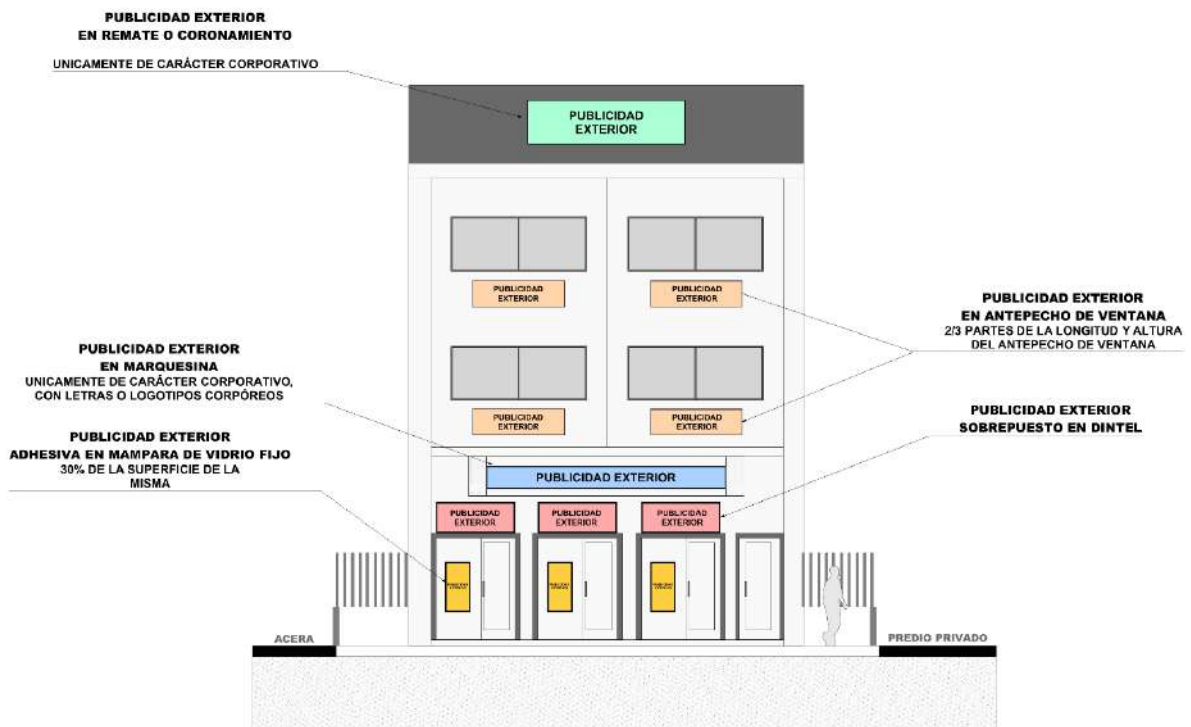
10. PUBLICIDAD EXTERIOR EXPUESTA MEDIANTE ICONO EN 3D REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

SOBRE CUBIERTAS DE EDIFICACIONES SE PODRÁ INSTALAR PUBLICIDAD EXTERIOR "ICONOS EN 3D"

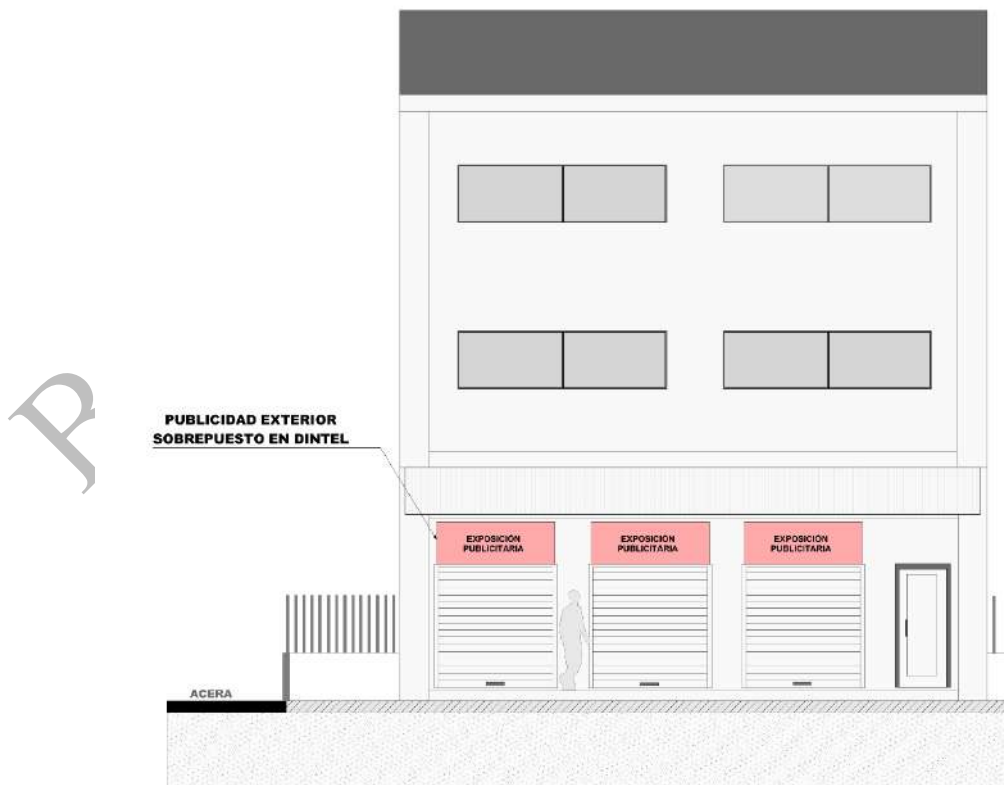


CARACTERÍSTICAS Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
PUBLICIDAD	ICONO 3D
UBICADAS EN EDIFICACIONES	ENCUBIERTAS O TERRAZAS
ÁREA DE EXPOSICIÓN	DEPENDERÁ DEL PROYECTO A PRESENTARSE
No DE CARAS	VARIAS CARAS
OBSERVACIONES	PARA SU INSTALACIÓN Y PARA SOLICITAR EL REQUERIMIENTO DEBERÁ CONTAR CON EL CONSENTIMIENTO DEL 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:**



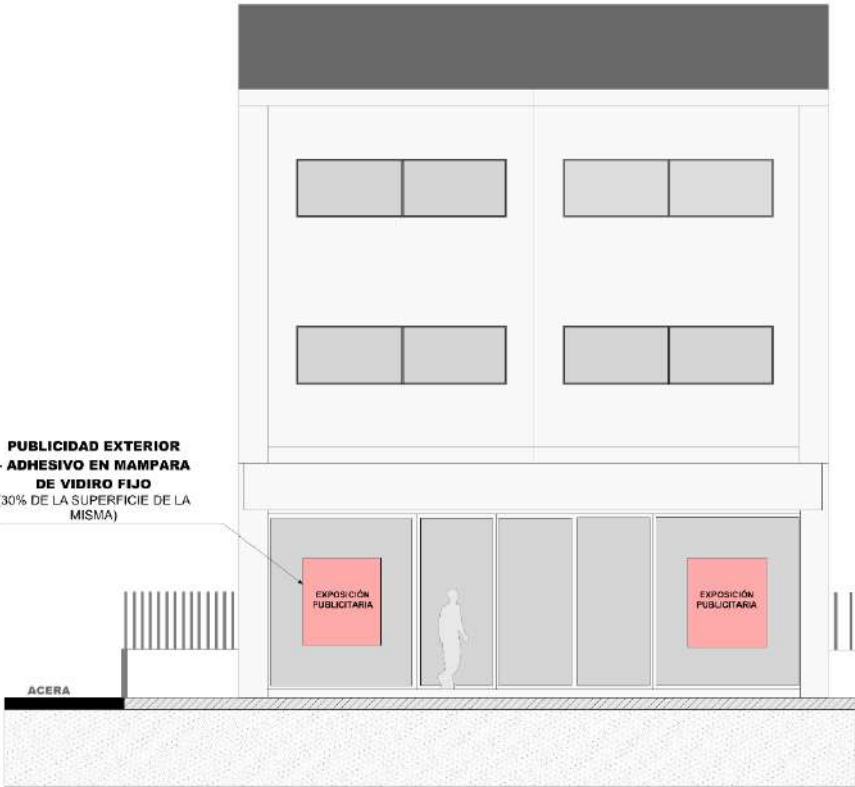
PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA SOBREPUESTA EN DINTEL



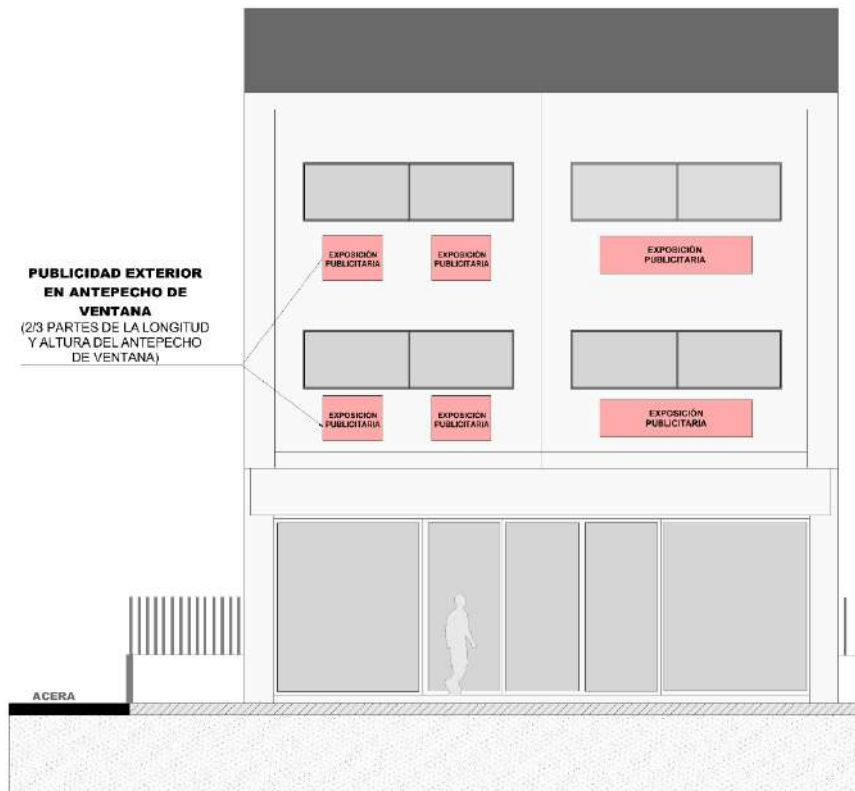
PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA ENCAJONADA A LAS PUERTAS



PUBLICIDAD EXTERIOR EN PLANTA BAJA EN MAMPARAS DE VIDRIO Y VITRINAS



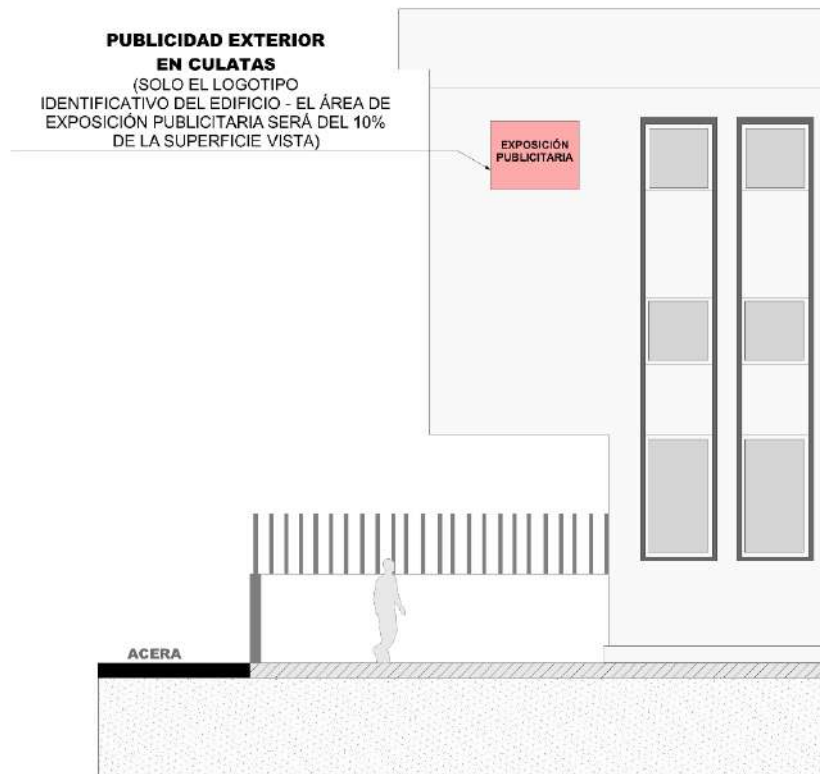
PUBLICIDAD EXTERIOR EN PISOS ALTOS EN ANTEPECHOS DE VENTANAS



PUBLICIDAD EXTERIOR EN PISOS ALTOS EN REMATE DE EDIFICACIÓN



PUBLICIDAD EXTERIOR EN PISOS ALTOS EN FACHADA LATERAL -LOGOTIPOS

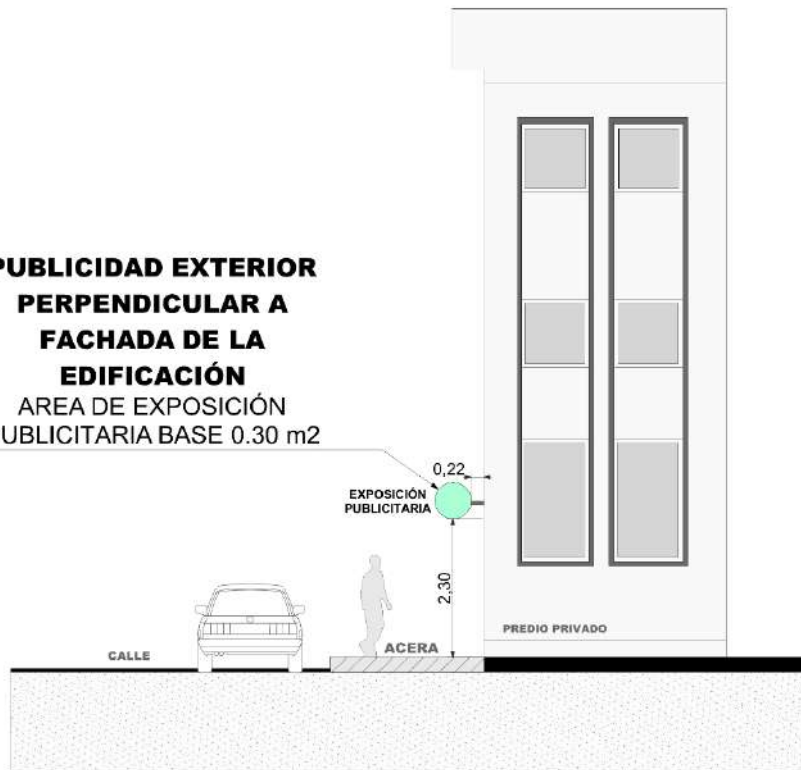


PUBLICIDAD EXTERIOR EN MARQUESINAS



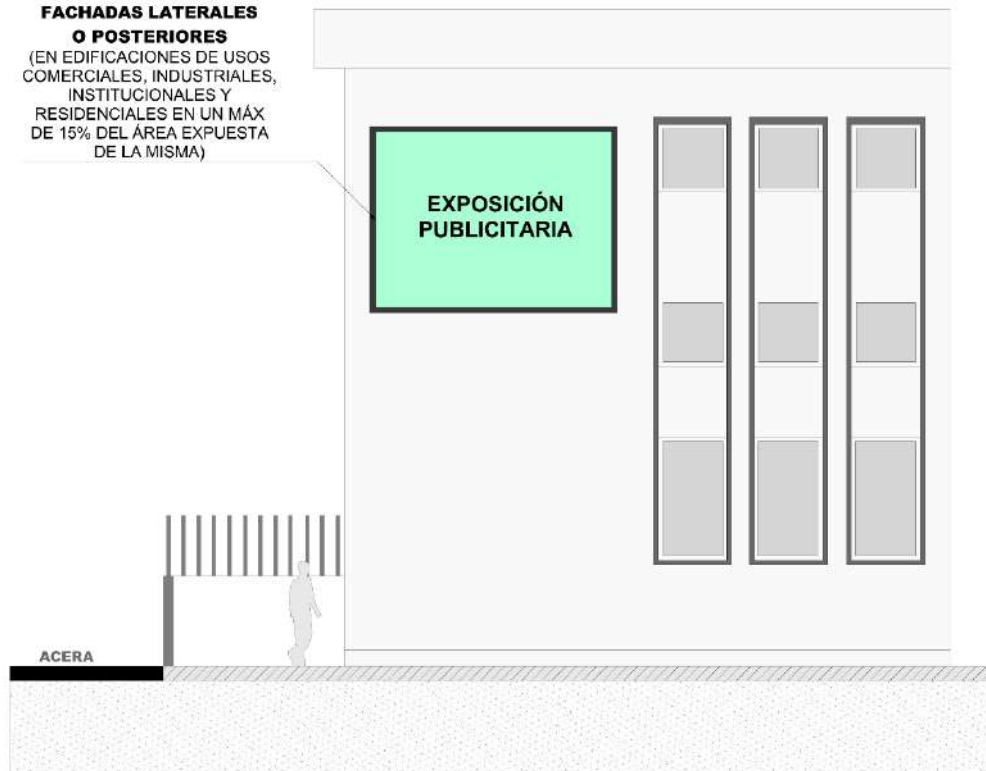
PUBLICIDAD EXTERIOR PERPENDICULAR

**PUBLICIDAD EXTERIOR
PERPENDICULAR A
FACHADA DE LA
EDIFICACIÓN**
ÁREA DE EXPOSICIÓN
PUBLICITARIA BASE 0.30 m²



PUBLICIDAD EXTERIOR EN FACHADA LATERAL O POSTERIOR

**PUBLICIDAD EXTERIOR
REMOVIBLE SOBRE
FACHADAS LATERALES
O POSTERIORES**
(EN EDIFICACIONES DE USOS
COMERCIALES, INDUSTRIALES,
INSTITUCIONALES Y
RESIDENCIALES EN UN MÁX
DE 15% DEL ÁREA EXPUESTA
DE LA MISMA)



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	<p>FACHADAS CON DINTEL EN PLANTA BAJA.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>FACHADAS SIN DINTEL EN PLANTA BAJA.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>EN MAMPARAS DE VIDRIO Y VITRINAS EN PLANTA BAJA.</p> <p>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.</p> <p>EN MARQUESINA O TOLDAS DE EDIFICACIONES</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>EN CERRAMIENTO EXTERIORES DE EDIFICACIONES</p> <p>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.</p> <p>EN EDIFICACIONES CON PISOS ALTOS HASTA 4 PLANTAS</p> <p>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.</p>

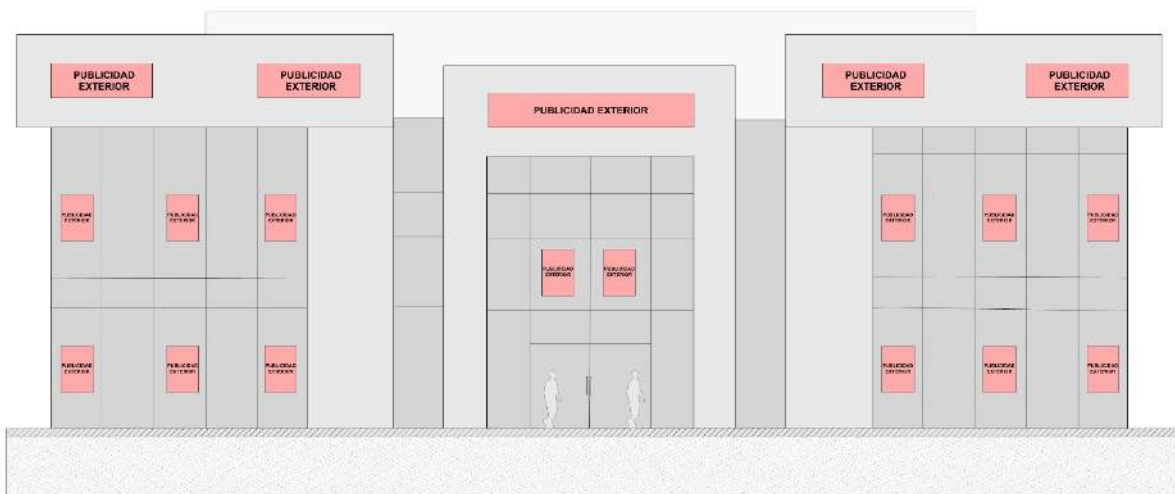
	<p>SE ADMITE COLOCAR PUBLICIDAD EXTERIOR SOBRE FACHADAS LATERALES O POSTERIORES DE LOS PISOS ALTOS, EN LAS EDIFICACIONES DE USOS COMERCIALES, INDUSTRIALES, INSTITUCIONALES Y RESIDENCIALES CON UN MÁXIMO DE 15% DEL ÁREA EXPUESTA, SIEMPRE QUE NO EXCEDA 40.00M².</p> <p>CUANDO SE REQUIERA INSTALAR LOGOTIPOS Y PUBLICIDAD IDENTIFICATIVA DEL EDIFICIO SE PODRÁ HASTA UN MÁXIMO DEL 10% DEL ÁREA EXPUESTA.</p>
	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

OBSERVACIONES	<p>LAS PUBLICIDADES EXTERIORES NO DEBEN SUJETARSE A COLUMNAS O ENTRE COLUMNAS.</p> <p>LAS PUBLICIDADES EXTERIORES NO MENOSCARARÁN 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.</p> <p>ADICIONALMENTE DEBERÁ CONSERVAR UNA PROPORCIÓN RESPECTO DE LA ESCALA DE LA EDIFICACIÓN.</p> <p>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.</p> <p>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.,</p>
----------------------	--

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

REPRESENTACIÓN GRÁFICA:

PUBLICIDAD EXTERIOR EN CENTROS COMERCIALES



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	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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 GUALACEO

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 Gualaceo 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 Gualaceo 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, el GAD municipal del cantón Gualaceo solicitará informes técnicos a los distintos órganos y entes tales como MTOP, Cuerpo de Bomberos, G-MOVEP, EMAPASG-EP 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/M ²
RESIDENCIALES/COMERCIALES	10CD/M ²

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 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 Planificación, o quien tenga su competencia.
6. Instalar publicidad exterior vallas, pantallas, banderines y paletas en calles y avenidas en las cuales la Dirección de Planificación las determine como prohibitivas.
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. No prestar las facilidades a los servidores municipales para inspecciones y acciones de control determinadas en esta ordenanza.
13. Instalar sin el permiso municipal correspondiente, publicidad exterior de cualquier tipo en plazas y/o mercados de la ciudad.
14. 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.
15. 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.
16. Mantener instaladas publicidades que se hallen deterioradas o en mal estado.
17. El uso de materiales disonantes tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones.
18. La publicidad exterior ubicada en espacio privado que sobresalga de sus linderos o mensuras invadiendo espacio público o propiedad privada.
19. Instalar o pintar publicidad exterior sobre vegetación baja, media o alta.
20. Mantener sin anuncios la estructura de la publicidad exterior.
21. Instalar pancartas, guindolas fabricadas en tela, plástico o cualquier otro elemento colocado atravesando la vía pública, sin la debida autorización municipal.
22. Instalar publicidad exterior que no sea parte integrante del diseño de toldas y marquesinas que se ubiquen al ingreso de edificio y establecimientos.
23. 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.
24. 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 Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, 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 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 Gualaceo.

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 única del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, 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, 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:
 1. Formulario de solicitud de informe técnico para publicidad exterior dirigido a la Dirección de Planificación, firmado por el propietario de la publicidad exterior, en el caso de ser apoderado, adjuntar la carta de autorización correspondiente.
 2. De ser propuesta de publicidad exterior se deberá presentar fotomontaje nítido del proyecto de ubicación.
 3. De estar instalada la publicidad exterior se deberá presentar fotografías nítidas de ubicación.
 4. 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:
 1. Vallas con lona o led
 2. Macroallas
 3. Gigantografías
 4. Tótem
 5. Icono 3D
 6. Identificativo (logotipo)
 7. 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:
 1. Vallas con lona o led
 2. Macroallas
 3. Tótem
 4. Icono 3D
 5. Identificativo (logotipo)
 6. 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 única del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, 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 única del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo.

La Dirección de Planificación 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, será la encargada de solicitar informes técnicos a los distintos órganos y entes del GADMCG, 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 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 respectivo.

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 Gualaceo. 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.
- b. No ser deudor moroso del GADMCG.

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar, en la ventanilla única, la siguiente documentación:

1. Formulario de solicitud de permiso municipal de Publicidad Exterior, firmado por el representante legal, presentando el RUC, nombramiento y cédula; o, firmado por la persona natural, a nombre de quien será emitido el permiso; 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.
3. Declaración de responsabilidad, en la cual conste su sometimiento a lo dispuesto en esta Ordenanza, y, sobre la veracidad de petición y documentación presentada.

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.
- b. No ser deudor moroso del Municipio.

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar, en la ventanilla única, la siguiente documentación:

1. Formulario de solicitud de permiso municipal de Publicidad Exterior, firmado por el representante legal, presentado RUC, nombramiento y cédula; o, firmado por la persona natural, a nombre de quien será emitido el permiso respectivo; 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 única.
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 al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo ingresar para realizar las acciones de control respecto a la publicidad exhibida en dicho predio.
6. Declaración de responsabilidad, en la cual conste su sometimiento a lo dispuesto en esta Ordenanza, y, sobre la veracidad de petición y documentación presentada.

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 única, 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 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 única.

La Dirección de Planificación, 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 Planificación 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 Planificación conforme a lo establecido en la presente ordenanza.

La Dirección de Planificación, remitirá las pólizas a Tesorería Municipal del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, para que sea el custodio de estas.

Una vez cumplido lo anterior, se notificará al usuario, 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 Dirección de Planificación, la fecha para la instalación de la publicidad exterior. Aprobado el cronograma de trabajo para la instalación, se 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 autorizado, así como con la respectiva verificación in situ de la Dirección de Planificación a con el fin de que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo 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 otorgado.

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. Para el cumplimiento de esta disposición se requiere:

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:
 - 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 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.
 - b. Fotomontaje de la publicidad que se exhibirá, detallando sus especificaciones técnicas.
 - c. Con el cual, la Dirección de Planificación 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 autorización de mantenimiento y cambio de publicidad exterior exhibida. El proceso para la 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 única.

La Dirección de Planificación, 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 Dirección de Planificación, la fecha para el mantenimiento o cambio de publicidad exterior exhibida. La instalación se realizará dentro del horario autorizado, con el acompañamiento de la Dirección de Planificación.

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.

Posteriormente el solicitante deberá de presentar la siguiente documentación en la Dirección de Planificación:

1. Formulario de solicitud para el cambio de diseño dirigido a la Dirección de Planificación.
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 única.

La Dirección de Planificación, 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 Dirección de Planificación, la fecha para el cambio de diseño de la publicidad exterior exhibida. La instalación se realizará dentro del horario autorizado con el acompañamiento de la Dirección de Planificación.

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.

- c. No ser deudor moroso del municipio

Cumplidos los requisitos citados, se deberá ingresar en ventanilla única, 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 única.

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 Dirección de Planificación para la renovación en los siguientes casos:
 - a. Valla publicitaria de tipo lona o pantalla led, descrita en el art. 14.1;
 - b. Macrovallas 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 única del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, 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.

4. Cuando se traten de las publicidades exteriores que no requieren informe técnico favorable para la renovación, se deberá presentar una declaración de responsabilidad, 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 de responsabilidad, se deberá hacer constar los datos detallados en el Permiso.
5. Si la persona que realiza el trámite no es el propietario de la publicidad exterior, deberá adicionar una carta de autorización con la diligencia de reconocimiento de firma en la Dirección de Planificación. Esta última será necesaria solo cuando la solicitud sea ingresada en la ventanilla única.
6. 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.
7. 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.
8. Formulario de autorización en el que el propietario de la publicidad exterior y el propietario del predio privado permitan al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo 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 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 única.

La Dirección de Planificación, 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 Planificación 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 Planificación, las remitirá a la Procuraduría Síndica del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, 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 Dirección de Planificación 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 Planificación 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 única del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo 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 Planificación 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 el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo
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 Planificación 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 única del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo.

La Dirección de Planificación 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.

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 08h00 hasta las 05h00, con el acompañamiento de la GMOVEP, así como con la respectiva verificación in situ de la Dirección de Planificación, con el fin de que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo constate que se ejecute la desinstalación.

Realizada la desinstalación y la restitución a su estado original del espacio y vía pública, la Dirección de Planificación 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 Gualaceo 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, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo, a través de la Dirección de Planificación, 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 Planificación conforme a lo determinado en la presente ordenanza. La póliza deberá tener como beneficiario al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaceo 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 Gualaceo 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 Planificación, 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. 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.
- g. 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 Planificación solicitará a la Dirección Financiera que a través de la Jefatura 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 (los porcentajes son únicamente referenciales)

Tipo de Publicidad Exterior	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Valla Publicitaria – Lonas	12 %
Valla Publicitaria - Pantallas Digitales	20 %
Tótem	20 %

Tipo de Publicidad Exterior	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Paletas en Acera	10 %
Paletas en Parterre	10 %
Bandera Publicitaria	10 %
Pasos Peatonales (caja de luz)	10 %
Pasos Peatonales (tipo LED)	15 %
Pasos Vehiculares (caja de luz)	10 %
Pasos Vehiculares (tipo LED)	15 %
A través de Mapping o Video Mapping	14 %
Murales Artísticos	10 %
Mobiliario Urbano	10 %
Sistema Especial de Información Fija, Sincronizada (Scrolling) y/o Led ubicada en la Terminal Terrestre, Zona de influencia de la Plaza Cívica, Coliseo de Deportes	12 %
Publicidad Exterior Expuesta en Edificaciones Públicas Construidas en Espacio Pública	5 %

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR CONVENCIONAL EN PROPIEDAD PRIVADA

Tipo de Publicidad Exterior	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición
Valla Publicitaria – Lonas	12 %
Valla Publicitaria - Pantallas Digitales	12 %

Tipo de Publicidad Exterior	% S.B.U. por metro cuadrado de exposición	
Macrovalla	10 %	
Gigantografía	10 %	
Sistema de Aireación	10 %	
Tótem	10 %	
Identificativa – Logotipo	4 %	
Urbanizaciones	4 %	
Banderas	10 %	
En Cubiertas/o Terrazas Mediante Pintura	10 %	
Icono en 3D	10 %	
En Edificaciones Comerciales, Industriales, Institucionales y Residenciales	1. Publicidad Exterior en Planta Baja Sobrepuesta en Dintel	4 %
	2. Publicidad Exterior en Planta Baja Encajonada a Las Puertas	4 %
	3. Publicidad Exterior en Planta Baja En Mamparas de Vidrio y Vitrinas	4 %
	4. Publicidad Exterior en Pisos Altos en Antepechos de Ventanas	4 %
	5. Publicidad Exterior en Pisos Altos en Remate de Edificación	4 %
	6. Publicidad Exterior en Pisos Altos en Fachada Lateral – Logotipos	4 %
	7. Publicidad Exterior en Marquesinas	4 %
	8. Publicidad Exterior Perpendicular	4 %
	9. Publicidad Exterior en Fachada Lateral o Posterior	4 %
En Edificaciones de Grandes Superficies o Conglomerados Comerciales	10 %	

Por otra parte, para la publicidad exterior no convencional se establece una tarifa única correspondiente al 15 % 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, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo 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. que se encuentre ejecutoriada.
- d. 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 Planificación.
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 Planificación.
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 Planificación.
7. Realizar el cambio de diseño de la publicidad exterior sin la autorización de la Dirección de Planificación 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; y en zonas de protección de riesgos; esto sin perjuicio de las demás que se puedan catalogar.
7. Modificar sin la autorización de la Dirección de Planificación, 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 Planificación, o quien tenga su competencia.
11. Instalar publicidad exterior catalogados como vallas, pantallas, banderines y paletas, en aquellas calles que se determinen por parte de la Dirección de Planificación.
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, sin contar con el permiso respectivo.
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 el órgano sancionador, 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 GMOVEP de ser el caso, así como la respectiva verificación in situ de la Dirección de Planificación, con el fin que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Gualaceo 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 Planificación realizará un informe en un término de 5 días, de acuerdo a sus funciones.

Una vez obtenida la información, se remitirán los informes correspondientes a la dependencia de instrucción para el inicio del procedimiento administrativo sancionador.

Artículo 55. De la notificación. Una vez que el órgano instructor reciba la documentación correspondiente, realizará la apertura del procedimiento administrativo sancionador, el cual será remitido a la Jefatura de Comunicación para que este a su vez, 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, el órgano instructor emitirá un dictamen, en base a la información recabada, en la cual sugerirá la declaratoria de abandono y se trasladará el expediente al órgano sancionador.

Cumpliendo el debido proceso, el órgano sancionador emitirá la declaratoria de abandono de la estructura y resolverá su desinstalación, retiro, bodegaje, abandono y disposición de la publicidad exterior.

DISPOSICIÓN GENERAL

ÚNICA. Se podrán suscribir convenio de canje publicitario, siempre que se cumplan con los requisitos previstos en esta Ordenanza respecto de las condiciones técnicas, en tanto que, su valor deberá corresponder al doble de la tasa prevista para cada caso.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

ÚNICA. Todos los 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 en este cuerpo normativo.

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 2025, sin perjuicio de su publicación en la Gaceta Oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gualaceo y en la página web institucional.