

TABLA DE CONTENIDO**LIBRO V
DEL MANEJO Y GESTIÓN DEL USO PÚBLICO**

| | |
|---|-----|
| TÍTULO I..... | 369 |
| DE LA OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO | 369 |
| CAPÍTULO I USO DEL ESPACIO PUBLICO PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR..... | 370 |
| CAPÍTULO II | 372 |
| DE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS..... | 372 |
| CAPÍTULO III | 373 |
| DE LAS TIPOLOGÍAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR | 373 |
| CAPÍTULO IV | 379 |
| DE LA INSTALACIÓN DE LA PUBLICIDAD | 379 |
| CAPÍTULO V | 380 |
| DE LAS TASAS..... | 380 |
| CAPÍTULO VI..... | 382 |
| DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CENTRO HISTÓRICO Y AREAS PATRIMONIALES | 382 |
| CAPÍTULO VII..... | 383 |
| DE LAS PROHIBICIONES EN GENERAL..... | 383 |
| CAPÍTULO VIII..... | 386 |
| DE LA CONCESIÓN PARA USO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS | 386 |
| CAPÍTULO IX..... | 386 |
| NORMATIVA TÉCNICA PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR | 386 |
| CAPÍTULO X..... | 387 |
| DE LA PUBLICIDAD MÓVIL..... | 387 |
| CAPÍTULO XI..... | 388 |
| DE LAS GARANTIAS Y CONTROL | 388 |
| CAPÍTULO X..... | 389 |
| DEL JUZGAMIENTO Y SANCIONES..... | 389 |

**LIBRO V
DEL MANEJO Y GESTIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO**

**TÍTULO I
DE LA OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO**

ARTÍCULO 660.- ESPACIO PÚBLICO. – El espacio destinado al uso público o general de la ciudadanía, en el cual se desenvuelve la interacción social cotidiana y es el contexto en el que los habitantes ejercen efectivamente su derecho a la ciudad, ya sean estos espacios de titularidad pública municipal o de otras administraciones públicas, o así también de titularidad privada que afecta al uso público, y comprende igualmente los bienes públicos situados en tales espacios de uso público.

ARTÍCULO 661.- COMPONENTES Y ELEMENTOS DEL ESPACIO PÚBLICO. - Constituyen componentes del espacio público los siguientes:

1. **El espacio público de conectividad.**- Son los espacios de libre circulación peatonal y vehicular: perfiles viales tales como fachadas, derechos de vía, aceras, terrazas que sirvan como soporte para infraestructura pública de telecomunicaciones o implantación de publicidad o similares y que sean de acceso visual a los ciudadanos, pasos peatonales, zonas de mobiliario urbano, puentes peatonales, alamedas, escalinatas, bulevares, malecones, rampas para discapacitados, andenes, parterres, cunetas, ciclo vías, estacionamientos para bicicletas, estacionamientos para motocicletas, estacionamientos bajo espacio público, zonas de estacionamiento, reductores de velocidad, zonas de estacionamiento, carriles y calzadas. Los componentes de los cruces o intersecciones tales como: puentes vehiculares, viaductos, esquinas, redondeles y túneles;
2. **El espacio público de encuentro, recreación y de servicio.** - Son los espacios de interacción social destinadas a la distracción u ocio, tales como: plazas, escenarios deportivos, áreas verdes recreativas, escenarios culturales y de espectáculos al aire libre, parques urbanos, plazoletas y zonas de cesión gratuita al GADMCA;
3. **El espacio público para la conservación y preservación.** - Son espacios amparados que posean gran valor histórico, cultural, urbanístico, arquitectónico, cultural, recreativo, artístico y arqueológico, de propiedad pública, sean sectores de ciudad, manzanas, inmuebles individuales, monumentos nacionales, murales y esculturas que pueden ser vistos desde la vía pública.
4. **Propiedad privada con vocación ambiental, paisajística y ecológica.** - Se refiere a áreas privadas que, por su localización y condiciones ambientales, paisajísticas, ecológicas y con potencial ecológico, incorporen cubiertas, fachadas, paramentos, pórticos, retiros frontales, cerramientos. La normativa cantonal regulará su uso sin que esto en ningún caso, constituya pérdida del derecho real de potestad.
5. **La propiedad privada susceptible de instalación de publicidad exterior.** - Son espacios privados que pueden ser perceptibles desde el espacio público

de dominio público correspondiente a predios edificados o sin edificar de propiedad privada, están incluidas las edificaciones en construcción u trabajos de mantenimiento en los cuales hay la posibilidad de colocar publicidad exterior.

6. Elementos complementarios. –También serán considerados los siguientes elementos:

- Los elementos de ambientación tales como: luminarias peatonales, luminarias vehiculares, protectoras de árboles, rejillas de árboles, jardineras, bancas, relojes, pérgolas, parasoles, esculturas y murales.
- Los elementos de infraestructura de redes de servicios y conectividad, cableado aéreo y subterráneo, el mobiliario urbano y la señalización para información vial, turística, de seguridad entre otros.
- La vegetación natural e intervenida; Vegetación herbácea o césped, jardines, arbustos, setos o matorrales, árboles o bosques;
- Los elementos de seguridad, tales como barandas, pasamanos, cámaras de video-vigilancia, cámaras de video para tráfico, sirenas, hidrantes, equipos contra incendios.
- Los elementos de recreación tales como juegos infantiles, juegos para adultos.
- Los elementos de servicios como parquímetros, ventas, casetas de turismo, muebles de lustrabotas.
- Los elementos de salud e higiene tales como baños públicos, contenedores para reciclar las basuras existentes o que se llegaren a instalar.
- Los elementos de Publicidad pública o privada como: Vallas, paneles, paletas, entre otros.
- Los elementos de señalización urbana como de nomenclaturas domiciliaria.

ARTÍCULO 662.- FACULTAD DE ORDENAR EL ESPACIO PÚBLICO. - Con el objeto de cumplir con los objetivos planteados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Alausí la Dirección Planificación y Ordenamiento Territorial, la Dirección de Desarrollo Cantonal, ejercerá la facultad de ordenamiento, gestión y aprovechamiento del espacio público, de manera apropiada y eficaz en el Uso del Espacio Público para la Publicidad Exterior.

CAPÍTULO I

USO DEL ESPACIO PUBLICO PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR

GENERALIDADES

ARTÍCULO 663.- OBJETO. – Se tiene por objeto regular las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar la colocación de la publicidad exterior con la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente, y mantenimiento y mejora del ornato y paisaje del cantón Alausí.

ARTÍCULO 664.- ÁMBITOS TERRITORIALES DE ACTUACIÓN. - A través de la Licencia de Publicidad Exterior, el GADMCA, autoriza al administrado la utilización o aprovechamiento del espacio público para la instalación de publicidad exterior fija o móvil propia o de terceros dentro de circunscripción territorial del Cantón.

ARTÍCULO 665.- PUBLICIDAD EXTERIOR.- Para los fines del presente capítulo, se entenderá por publicidad exterior a la actividad de divulgar, difundir y/o promocionar: marcas, productos, bienes, y/o servicios: comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos; obligaciones; expresiones religiosas; denominaciones de organizaciones sociales y culturales, instituciones públicas, privadas, gubernamentales nacionales e internacionales, instalados en espacios privado, público y/o de servicio general, así como en los medios de transporte que circulan en la jurisdicción del cantón Alausí, cuando se colocan en cualquier cuerpo externo o en las edificaciones para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde el espacio público, a través de los distintos medios definidos en el glosario.

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

ARTÍCULO 666.- MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR. - Para efectos de la presente ordenanza, se entenderá por publicidad exterior la que es visible desde el espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común, la publicidad exterior puede realizarse a través de los siguientes medios:

- Publicidad exterior fija o estática: La que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en el espacio públicos, con sujeción al reglamento técnico.
- Publicidad exterior móvil: Es la que se realiza mediante elementos publicitarios instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente.

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

Dentro del medio de publicidad fija se considera también aquella que se efectúa en:

- a) **Paradas de Buses.** - Son refugios colocados en las paradas de autobuses y microbuses para que los usuarios de transporte colectivo esperen al vehículo que los transportará. Los soportes publicitarios muestran anuncios que están dirigidos tanto a pasajeros como a conductores y peatones. El área de exhibición en ocasiones puede colocarse de manera independiente del refugio, siempre y cuando cumpla también una labor de información.

- b) **Publicidad exterior móvil:** Se entenderá por publicidad móvil aquella que se realice con un elemento remolcado o cualquier medio con movimiento pudiendo ir instalados en medios de transporte tales como vehículos terrestres, globos aerostáticos aviones o similares, y otros medios con movimiento por acción antrópica, mecánica, eléctrica o de otra fuente.

ARTÍCULO 667.- CASOS NO COMPRENDIDOS COMO PUBLICIDAD EXTERIOR. - Para los efectos de la presente ordenanza se no serán considerados como publicidad exterior:

- a) Los signos o señales públicas de tráfico para la seguridad, control o información, así como los de señalización de emplazamiento de lugares de interés turístico y similar, en vías urbanas y rurales;
- b) Las instalaciones que se realicen en o sobre bienes de dominio público o que constituyan aprovechamiento de espacios públicos o de mobiliario urbano, que están sujetas a las normas especiales de sistema de concesión;
- c) Los mensajes que de cualquier manera tiendan a la promoción de candidaturas o sus programas para la captación de sufragios

CAPÍTULO II DE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS

ARTÍCULO 668.- DE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS. - La Dirección de Planificación y Ordenamiento Territorial, la Unidad de Control Urbano y Rural y la Unidad de Desarrollo Patrimonio de la municipalidad, con la finalidad de organizar urbanísticamente la ciudad de Alausí, técnicamente regulan la instalación de la publicidad visual dentro de la ciudad de Alausí.

ARTÍCULO 669.- DE LAS ATRIBUCIONES DE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS. - A la Unidad de Control Urbano y Rural le corresponde otorgar la autorización o permisos de utilización y aprovechamiento del espacio público, para la colocación de publicidad exterior en áreas públicas y privadas de la ciudad de Alausí.

El proceso para la implementación de letreros y publicidad visual será el siguiente:

- a) Solicitud dirigida al Jefe o Jefa de la Unidad de Control Urbano y Rural, suscrita además par el dueño del inmueble donde se instalará, o en su defecto par el arrendatario, adjuntando el debido contrato;
- b) Dos fotografías de la fachada del inmueble, en una de ellas se enmarcará el lugar donde se instalará la publicidad visual; y,
- c) Dibujo con el diseño y dimensiones.

El GADMCA negará la autorización, si los peticionarios no cumplen con los requisitos o contraviene las disposiciones constantes en la presente ordenanza.

ARTÍCULO 670.- 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 TIPOLOGÍAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

CONDICIONES GENERALES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

Los diferentes elementos de publicidad exterior y los soportes publicitarios deberán cumplir con las normas administrativas y se sujetarán a las Reglas Técnicas previstas en este Capítulo.

ARTÍCULO 671.- TIPOLOGÍAS DE RÓTULOS PUBLICITARIOS. - Las tipologías de rótulos publicitarios son regulados en la presente Ordenanza de acuerdo al tamaño, ubicación y características.

ARTÍCULO 672.- TIPO A (PALETA EN ACERA). - Estructura que se puede ubicar en aceras de 2.50 m. o más de ancho, formada por un soporte y un letrero rectangular con dimensiones de 1,30 m. de base por 2,00 m. de altura. El espacio entre el soporte y la línea de fábrica deberá garantizar la libre movilidad de personas con discapacidad.

Las características de la publicidad de la tipología A, son las siguientes:

- a) Área de exposición fija de 2,6 m², pudiendo usarse una o ambas caras, cuya colocación debe ser centrada con respecto a la base del letrero;
- b) El soporte tendrá una altura de 2,40 m. medidos desde el nivel de acera al borde inferior del letrero (base) y debe hincarse a un metro del límite del bordillo; y,
- c) El número máximo de paletas por acera estará en función de la longitud de la manzana o cuadra y a un intervalo equivalente a un radio de 150 m. con respecto a rótulo tipo paleta (A y B), medidos desde el eje de implantación de la paleta y 75 m. con respecto a rótulo tipo valla (C y D) y previo a informe del Subproceso de Control Territorial y Uso de Suelo de la Unidad de Control Urbano y Rural.

ARTÍCULO 673.- TIPO B (PALETA EN PARTERRE). - Las características de publicidad de tipo B serán las siguientes:

- a) Estructura que se puede ubicar en parterres que tengan un ancho igual o mayor a dos metros cincuenta centímetros, formada por un soporte y un letrero rectangular con dimensiones de 1,30 m. de base por 2,00 m. de altura;
- b) Área de exposición fija de 2,60 m² pudiendo usarse una o ambas caras, cuya colocación debe ser centrada con respecto a la base del letrero; y,

- c) El soporte tendrá una altura de 2,40 m. medidos desde el nivel de piso del parterre, y debe estar hincado en el eje central de éste.

Se podrá permitir la instalación de varias de estas estructuras en un mismo parterre, siempre y cuando éste tenga un ancho igual o mayor a dos metros cincuenta, debiendo dejarse una distancia de 10 m. desde el borde extremo de parterre, y con respecto a otras estructuras de igual tipo (A y B) a un intervalo equivalente a un radio de 150 m., medidos desde el eje de implantación de la paleta y a 75 metros con respecto a los de tipo valla (C y D); siempre en función de la longitud del parterre y previo informe de Control de la Unidad de Control Urbano y Rural.

ARTÍCULO 674.- TIPO C (VALLA EN PARTERRE). - Las características de publicidad de tipo C serán las siguientes:

- a) Formada por un letrero que puede fluctuar entre 8 y 10 m. de base y de 4 a 5 m. de altura, con un área de exposición fija máxima de 40 m², el cual puede tener dos caras, y un soporte que debe estar centrado con relación a la base del letrero, de 8 m de altura medidos desde el nivel del parterre hasta la base del letrero;
- b) Para su instalación será indispensable la presentación de planos, cálculos estructurales, memorias técnicas del rótulo publicitario a instalarse, en la cual conste la firma de responsabilidad técnica de los profesionales especializados en la materia;
- c) Se pueden ubicar varias estructuras en un mismo parterre, siempre y cuando éste tenga un ancho de tres metros o más, debiendo dejarse una distancia de 20 m. del borde extremo del parterre y las demás estructuras a intervalos equivalente a un radio 500 m., medidos desde el eje de implantación de la valla cuando se trate del mismo tipo de publicidad. La cantidad de vallas por parterre estará en función del largo de éste; previo informe de Control de la Unidad de Control Urbano y Rural;
- d) Con relación a estructuras de rótulo tipo B (paleta) se guardará distancia de 100 m.; y, e) La ubicación de los rótulos se realizará de tal forma que se preserven hombros o banquetas, pendiente y espaldones, tuberías de drenaje y agua potable, soporte de señales y luces, vegetación y defensa y elementos artísticos, conmemorativos u otros similares.

ARTÍCULO 675.- TIPO D VALLA EN PROPIEDAD PRIVADA INSTALADA EN EDIFICACIÓN TERMINADA. - Las características de publicidad de valla en propiedad privada con edificación terminada serán las siguientes:

- a) Formada por un letrero que puede fluctuar entre 8 y 10 m. de base y de 4 a 5 m. de altura, con un área de exposición fija máxima de 40 m², el cual puede tener dos caras, anclado a la edificación con un sistema de sujeción que no afecte la estabilidad de ésta;
- b) La altura que alcance la estructura en conjunto con la edificación, no podrá exceder el límite establecido en las normas de edificación del sector;
- c) Para su instalación será indispensable la presentación de planos, cálculos estructurales, memorias técnicas del rótulo publicitario a instalarse, en la cual conste la firma de responsabilidad técnica de los profesionales especializados en la materia;

- d) La ubicación de los rótulos se realizará de tal forma que se preserven tuberías de drenaje y agua potable y no se afecte el derecho de vista de los vecinos más próximos; y,
- e) La distancia entre vallas tipo D-E y E-E será de 500 m.

ARTÍCULO 676.- TIPO D VALLA EN PROPIEDAD PRIVADA INSTALADA SIN EDIFICACIÓN TERMINADA (PREDIO VACÍO). - Las características de publicidad de valla en propiedad privada sin edificación terminada serán las siguientes:

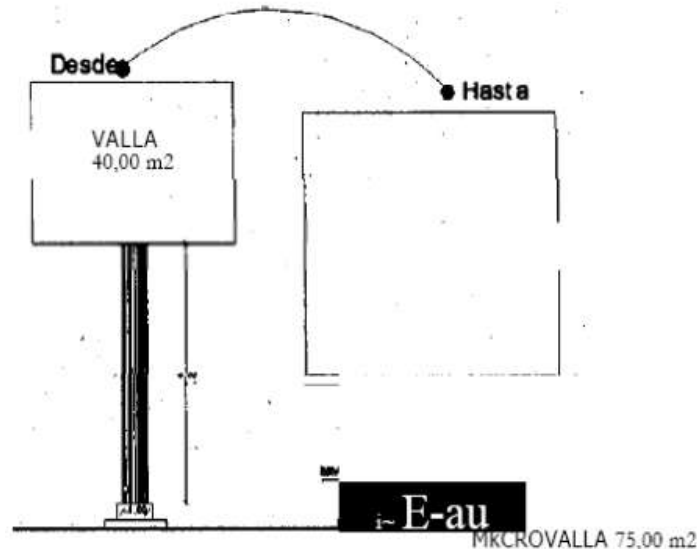
- a) Formada por un letrero que puede fluctuar entre 8 y 10 m. de base y de 4 a 5 m. de altura, con un área de exposición fija máxima de 40 m², el cual puede tener dos caras, y un soporte que debe estar centrado con relación a la base del letrero, de 8 m. de altura medidos desde el nivel del suelo, hasta la base del letrero;
- b) Para su instalación será indispensable la presentación de planos, cálculos estructurales, memorias técnicas del rótulo publicitario a instalarse, en la cual conste la firma de responsabilidad técnica de los profesionales especializados en la materia;
- c) Su instalación no debe afectar el derecho de vista de los vecinos más próximos;
- d) Se prohíbe su instalación en zonas residenciales;
- e) Deben guardar los retiros exigibles para el sector de planeamiento en donde se va a implantar la estructura publicitaria; y,
- f) La ubicación de los rótulos se realizará de tal forma que se preserven tuberías de drenaje y agua potable, y no se afecten estructuras vecinas

ARTÍCULO 677.- TIPO E MACRO VALLAS. - Las características de publicidad de tipo E serán las siguientes:

- a) Sólo se permitirá su instalación fuera del límite urbano de la cabecera cantonal de Alausí y fuera de los centros poblados de las cabeceras parroquiales;
- b) Estructura formada por un letrero con un área de exposición de entre 40 m² y 75 m² el cual puede tener dos caras. Cuando el área de exposición sea de 40 m² deberá tener un soporte de una altura de 8 m. medidos desde el nivel del suelo hasta la base del letrero. Cuando sobrepasen de 40 m² podrán tener varios soportes (de acuerdo a las dimensiones del letrero) de una altura superior a 8 metros de altura medidos desde el nivel suelo hasta la base del letrero;
- c) Para su instalación será indispensable la presentación de planos, cálculos estructurales, memorias técnicas del rótulo publicitario a instalarse, en la cual conste la firma de responsabilidad de un profesional en la materia;
- d) Si se ubican en carreteras, se podrán instalar respetando la franja de servidumbre, dentro de la circunscripción territorial del Cantón Alausí, previo informe de Control de la Unidad de Control Urbano y Rural, manteniendo una distancia de 45 m., con respecto al eje de la vía y cumpliendo las demás normas establecidas en la presente Ordenanza;
- e) Excepcionalmente y previo informe técnico favorable de la Unidad de Control Urbano y Rural se podrá admitir su instalación en predios vacíos de gran

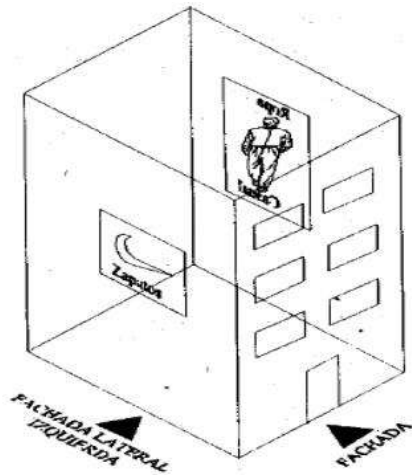
extensión dentro del área urbana del Cantón. Para el efecto será requisito indispensable la autorización del Alcalde o Alcaldesa; y,

- f) La ubicación de los rótulos se realizará de tal forma que se preserven hombros o banquetas, pendiente y espaldones, tuberías de drenaje y agua potable, soporte de señales y luces, vegetación y defensa.



ARTÍCULO 678.- TIPO F (GIGANTOGRAFÍAS). - Las características de publicidad de tipo F serán las siguientes:

- Exposición publicitaria con dimensiones iguales y no mayores a 80 m².
- Se pueden fabricar en tela, plásticos o materiales sintéticos.
- Se podrán instalar en edificaciones en construcción, sin utilizar el área de exposición correspondiente a la fachada frontal con publicidad, debiendo constar en ésta de manera gráfica el acabado que ésta tendrá, pudiendo usar únicamente las fachadas laterales;
- Se podrán instalar en inmuebles abandonados, previos al sellado o tapiados de los ingresos o accesos posibles a fin de evitar el mal uso del mismo, sin poder permanecer instalados más de 60 días. Cumplido este plazo, caducará el permiso; y,
- Bajo ningún concepto se podrán instalar en edificios habitados.

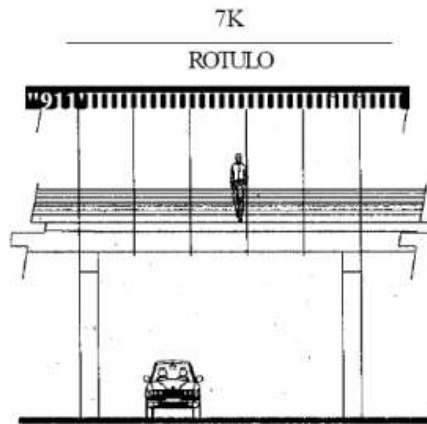


ARTÍCULO 679.- TIPO G1 (VARIOS). - Se instalarán y autorizarán símbolos en bandera sobre línea de fábrica, únicamente para los servicios de emergencia, unidades de salud pública y privada, farmacias, Policía, Cruz Roja, Bomberos y Defensa Civil con dimensiones máximas de 40 cm. X 40 cm. A una altura mínima de 3.50 m. sobre el nivel de la acera. Esta norma no procederá en el centro histórico, y áreas patrimoniales del Cantón Alausí.

ARTÍCULO 680.- TIPO G2 RÓTULO SOBRE PASO PEATONAL. - Las características de publicidad de tipo G2 serán las siguientes:

- Su instalación debe ser en la parte superior del paso peatonal, es decir, sobre la cubierta del mismo;
- La base del área de exposición estará en función del largo del paso peatonal, sin exceder el 50% del mismo, con una altura de 1,50 m.;
- Se podrán colocar en ambos sentidos de la vía que atraviese el paso peatonal, considerándose para cada lado, el límite de exposición máximo del 50% del largo del paso peatonal;
- Para la autorización en este tipo de espacio aéreo, el o la interesada deberá suscribir un compromiso con el GADMCA, mediante el cual asume el cuidado, limpieza, iluminación y mantenimiento del paso peatonal, cuya fiscalización estará a cargo de la Unidad de Control Urbano y Rural; y,

- e) Para su instalación será indispensable la presentación de planos, cálculos estructurales, memorias técnicas del rótulo publicitario a instalarse, en la cual conste la firma de responsabilidad técnica de los profesionales especializados



en la materia.

ARTÍCULO 681.- TIPO G3 RÓTULO CON SISTEMA DE AIREACIÓN. - Las características de publicidad de tipo G3 serán las siguientes:

- Exposición publicitaria en medios sintéticos expandibles, basados en sistemas de aireación que pueden adoptar diferentes formas, cuyo volumen no puede bajo ningún concepto obstruir la vía pública;
- Se podrán ubicar en parterres o aceras, sin obstruir ingresos/salidas de edificios, viviendas, de emergencia, o afectar el tránsito de personas o vehículos;
- Se podrán ubicar en predios privados en los que no hubiere edificación, previo consentimiento de su propietario y del pago de las tasas respectivas a la Administración Municipal;
- Deben tener mecanismos de sujeción que eviten movimientos oscilatorios que puedan afectar a persona, o bienes públicos o privados en su entorno;
- No se podrán llenar de gases inflamables;
- En el caso de predios con edificaciones terminadas o en proceso, no se podrán instalar; y,
- Su instalación será de carácter temporal, con una duración máxima de 30 días.

ARTÍCULO 682.- G4 (PUBLICIDAD A TRAVÉS DE MEDIOS IDEOGRÁFICOS O DE PROYECCIÓN). - Las características de publicidad de tipo G4 serán las siguientes:

- Exposición publicitaria proyectada sobre una pantalla especial para el efecto, o sobre la fachada lateral de una edificación, en cuyo caso se deberá obtener autorización de su propietario;
- La pantalla de proyección, sólo podrá ubicarse en áreas, plazas o parques. Por ningún concepto se podrá instalar sobre avenidas o calles que pueda afectar la concentración de los conductores. No podrá colocarse este tipo de

- publicidad en las áreas delimitadas como protección del Centro Histórico y áreas patrimoniales del Cantón Alausí;
- c) El tamaño de la pantalla de proyección o la superficie de exposición no podrá exceder de 40 m²;
 - d) Las proyecciones sobre pared o sobre pantallas especiales no podrán tener sistemas de audio; y,
 - e) En espacios públicos, la instalación de pantallas led's con superficies variables ubicadas en áreas urbanas, deberán ser instaladas en zonas con uso de suelo residencial, con usos zonales condicionados, espacios de servicio general, predios de equipamiento y la distancia mínima entre pantallas será de 500 m.

ARTÍCULO 683.- TIPO H (MOBILIARIO URBANO-PARADEROS). - Se considerará como tal al conjunto de objetos y piezas de equipamiento instalados en la vía pública para el servicio de paraderos urbanos. La publicidad se colocará en los espacios destinados para ello, dentro del equipamiento urbano.

CAPÍTULO IV DE LA INSTALACIÓN DE LA PUBLICIDAD

ARTÍCULO 684.- DE LA INSTALACIÓN. - Se entiende por instalación a la colocación del medio destinado a la exposición del mensaje publicitario y de la respectiva estructura de sustentación o soporte.

ARTÍCULO 685.- DE LA ESTRUCTURA. - La estructura de sustentación estará diseñada por un profesional en la materia en los términos establecidos en la presente ordenanza.

ARTÍCULO 686.- INSTALACIÓN EN EDIFICACIONES. - Se admite la colocación de rótulos publicitarios en los edificios, en sujeción a las siguientes disposiciones:

- a) La instalación de publicidad exterior permitida será adherida a cualquiera de las caras de la fachada del inmueble;
- b) La publicidad exterior será referida a la razón social de los locales comerciales, colocada directamente en la pared, lado izquierdo, derecho o tarjeteros de la puerta de acceso al local comercial, y, en ningún caso podrá sobrepasar las dimensiones estipuladas, tampoco se colocará directamente sobre puertas, ventanas o balcones; y,
- c) Los rótulos o letreros se sujetarán a las siguientes dimensiones: Longitud máxima 1.80 metros, sin sobresalir más de 20 centímetros de la superficie de la fachada, los rótulos estarán conformados por letras independientes que forman el nombre del comercio, las letras en tipografía Swiss 721 Condensed de 600 puntos, 16 cm de alto, construidas en tol galvanizado de tres milímetros de espesor y pintadas de color negro mate, que se remachan a dos varillas paralelas de 2.50 centímetros de espesor, pintadas del mismo color que la pared de fondo y separadas entre sí por 8 centímetros para el nombre del local, comercio o institución.

Las varillas se anclan a la pared introduciendo 5 centímetros; los soportes, previa la colocación del material para la adecuada adherencia a la pared ya sea esta de adobe, ladrillo o piedra.

El largo de las varillas dependerá de la cantidad de letras utilizadas, dejando un área de seguridad de 0,5 centímetros por cada lado. Estarán soldadas en sus extremos a una varilla de 10 centímetros de largo por 12 milímetros de diámetro, que se introduce en la pared y se adhiere con material epóxico, de acuerdo a las especificaciones técnicas que se adjuntan en el diseño gráfico

Se admitirá un logotipo con los colores institucionales de identificación con una dimensión máxima de 0.30 metros por 0.30 metros.

La iluminación será directa o indirecta, instalada en forma estratégica oculta o visible, siempre que el cableado vaya oculto.

Las edificaciones que tengan más de un local en su interior y que cuenten con un solo ingreso o acceso común, deberán ubicar los rótulos, letreros, anuncios, avisos y propaganda en el interior, ya sea en los zaguanes o de manera similar a las disposiciones anteriores.

CAPÍTULO V DE LAS TASAS

ARTÍCULO 687.- HECHO GENERADOR. - El hecho generador de la tasa constituye la utilización o el aprovechamiento del espacio público para la instalación y difusión de Publicidad Exterior en el Cantón Alausí que es materia de la Licencia de Publicidad Exterior.

ARTÍCULO 688.- SUJETO PASIVO. - Es la persona natural o jurídica propietaria del medio publicitario y estará obligado al pago de la tasa correspondiente. Son responsables solidarios quienes se benefician de su aprovechamiento.

ARTÍCULO 689.- EXIGIBILIDAD DE LA OBLIGACIÓN.- La tasa se hace exigible al momento del otorgamiento del permiso; sin embargo, si la utilización o aprovechamiento del espacio público se hubiere efectuado en contra del ordenamiento jurídico municipal, sin contar con el permiso, la tasa será exigible desde la fecha en la que se inició con dicha utilización o aprovechamiento y que se determinará presuntivamente, en el procedimiento de control y juzgamiento administrativo correspondiente sin perjuicio de la sanción a que hubiere lugar.

ARTÍCULO 690.- DE LA TASA. - Se establece el pago de una tasa anual por la utilización y aprovechamiento de espacios públicos y privados dentro de la jurisdicción del Cantón Alausí de acuerdo al siguiente cuadro:

| TIPO DE PUBLICIDAD | TIPO | % REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFACADA POR M2 DE SUPERFICIE |
|----------------------------|------|--|
| Paleta en acera y parterre | A-B | 10 |
| Valla en parterre | C | 10 |
| Valla en propiedad privada | D | 3 |

| | | |
|---|-----|----|
| Macro vallas | E | 10 |
| Gigantografías | F | 0 |
| Varios | G1 | 0 |
| Rótulo en paso peatonal | G2 | 5 |
| Rótulo con sistema de aireación | G3 | 0 |
| Publicidad a través de Medios Videográficos | G4 | 10 |
| Publicidad Móvil | G5 | 2 |
| Mobiliario Urbano - Paraderos | H | 10 |
| Rótulo en el Centro Histórico e inmuebles inventariados | I.1 | 0 |
| Rótulo fuera de Centro Histórico | I.2 | 0 |

ARTÍCULO 691.- EXENCIONES. - Son las exclusiones de la obligación, establecida por razones de orden público, económico o social. Estarán exentos del pago de la tasa:

- a) Los organismos públicos que instalen o coloquen, específicamente, señalización de tránsito e información turística; y,
- b) El GADMCA y sus empresas públicas.
- c) Los rótulos en el Centro Histórico e inmuebles inventariados que mantengan la norma fijada en la presente ordenanza.

ARTÍCULO 692.- RECAUDACIÓN DE LA TASA. - El pago de la tasa correspondiente se efectuará a través de ventanilla o los puntos de recaudación establecidos por el GADMCA.

ARTÍCULO 693.- POTESTAD COACTIVA. - Los valores adeudados por concepto de la tasa establecida en el presente Capítulo, las respectivas multas y los gastos administrativos y judiciales, serán cobradas coactivamente una vez que se hayan vuelto exigibles.

ARTÍCULO 694.- FONDO DE RECUPERACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO. - Los recursos provenientes por concepto de las tasas recaudadas por la promulgación de la presente Ordenanza, serán destinados a:

- a) Fortalecimiento del sistema de control de la Publicidad Exterior por parte del órgano competente del GADMCA.
- b) Adquisición del equipo necesario para el monitoreo de la Publicidad Exterior;
- c) Proyectos de mantenimiento y rehabilitación de los espacios públicos como parterres, parques y plazas en el Cantón.

CAPÍTULO VI DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CENTRO HISTÓRICO Y AREAS PATRIMONIALES

ARTÍCULO 695.- DIMENSIÓN Y DISEÑO. - En los inmuebles ubicados dentro del Centro Histórico y áreas patrimoniales, la instalación de publicidad exterior permitida será siempre empotrada en un área plana y sin sobresalir más de 20 cm. de la superficie de la fachada. El diseño se integrará a la tipología de la edificación, de acuerdo al modelo, dimensiones y tipo entregado por la Unidad de Patrimonio.

ARTÍCULO 696.- DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN LA DELIMITACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO. - Solamente podrá instalarse mediante estructuras de fácil desmontaje y que cuenten con el respectivo permiso Informe técnico de la Unidad de Patrimonio y la otorgado por la Unidad de Control Urbano y Rural.

ARTÍCULO 697.- DEL NÚMERO DE PUBLICIDAD. - Por cada establecimiento o local comercial con frente a la calle se permitirá un letrero, salvo que la edificación contenga dos o más fachadas en cuyo caso se autorizará uno por cada una de ellas. Los establecimientos ubicados en los interiores o en las plantas altas de las edificaciones se podrán identificar con un directorio colocado al interior del ingreso principal.

ARTÍCULO 698.- RAZÓN SOCIAL. - La publicidad exterior se referirá únicamente a la razón social del establecimiento o local comercial, colocada directamente en la pared, de manera horizontal sea al lado izquierdo o derecho de la puerta de acceso al local comercial y en ningún caso podrá sobrepasar las dimensiones de vanos o aperturas de fachadas, tampoco se colocará directamente sobre puertas, ventanas o balcones

ARTÍCULO 699.- TIPO DE LETRA Y TAMAÑO. - Los rótulos están conformados por letras independientes que forman el nombre del comercio, las letras en tipografía Swiss 721 Condensada, Arial o similares, tipo imprenta de 16 cm. de alto.

ARTÍCULO 700.- MATERIALES A UTILIZAR. - Los rótulos serán construidos en tol galvanizado o en varilla tipo pletina de 2 mm. de espesor, en fibra, acrílico o material similar, pintadas de color negro, grafito oscuro con soporte en varillas paralelas separadas entre sí, en 8 cm. El largo de las varillas dependerá de la cantidad de letras utilizadas, dejando un área de seguridad de 0.5 cm. por cada lado. Estarán soldadas en sus extremos a una varilla más pequeña de 10 x 0.5 cm. de diámetro, que se introduce en la pared y se adhiere con material epóxido a la pared ya sea ésta de adobe, ladrillo o piedra.

ARTÍCULO 701.- ILUMINACIÓN. - Los rótulos podrán ser únicamente iluminados con orientación descendente, previo permiso y revisión de la Unidad de Patrimonio. Se prohíbe la iluminación de soportes publicitarios durante las horas en las que haya luz natural suficiente.

ARTÍCULO 702.- PROHIBICIÓN DE UTILIZAR MATERIALES DISTINTOS A LOS SEÑALADOS. - Con la finalidad de mantener la uniformidad en el Centro Histórico y en las áreas históricas, no se permitirá la colocación de Publicidad Exterior de la razón social, nombre comercial, marca, signo distintivo y/o lema comercial, a colores, o en materiales o medios distintos a los señalados en los artículos anteriores, aun cuando éstos hayan sido debidamente registrados en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. En los edificios de uso múltiple de las áreas históricas, los avisos

publicitarios deberán ubicarse en zaguanes de ingreso, bajo la modalidad de Directorio. La colocación de esta publicidad no pagará tasa.

ARTÍCULO 703.- REQUISITOS. - Para obtener el permiso de instalación de publicidad exterior en la delimitación del Centro Histórico y edificaciones inventariadas aisladas, los interesados deben presentar los siguientes requisitos:

- a) Formulario solicitud dirigida al Unidad de Control Urbano y Rural para ocupación de espacio público, adjuntando plano de ubicación del lugar en el que se instalará el medio publicitario, fotografía actualizada del lugar y diseño del rótulo con descripción de materiales a emplear, firmado por el interesado y el responsable técnico;
- b) Copia de la patente Municipal;
- c) Certificado de no adeudar al GADMCA; y,
- d) Autorización del propietario del inmueble en el que se vaya a realizar la instalación, con reconocimiento de firma y rubrica por autoridad competente.

ARTÍCULO 704.- VIGENCIA DE LOS PERMISOS. - El permiso otorgado tiene una vigencia máxima de un año renovable o el tiempo menor por la revocatoria del mismo.

ARTÍCULO 705.- REVOCATORIA DEL PERMISO EN EL CENTRO HISTÓRICO. – El Unidad de Control Urbano y Rural, podrá revocar el permiso de instalación de publicidad exterior en la delimitación del Centro Histórico, en los siguientes casos:

- a) Cuando se haya cambiado el diseño sin autorización del GADMCA;
- b) Por caducidad del permiso sin haber renovado;
- c) Por afectación al bien patrimonial; y,
- d) Otras causas debidamente justificadas que pudieran considerarse modificaciones sustanciales a la norma vigente.

ARTÍCULO 706.- CAMBIO DE DISEÑO. - Si durante el proceso de instalación o después de éste, se requiere realizar modificaciones que afecten la altura, dimensiones, materiales, entre otros, el responsable técnico o propietario, podrá solicitar aquellos cambios al diseño autorizado inicialmente, siempre y cuando estas modificaciones no transgredan las características técnicas establecidas en la presente Ordenanza para cada tipo de rótulo, para lo cual el permiso debe estar vigente y deberán presentar lo siguiente:

- a) Solicitud de cambio de diseño del rótulo publicitario; dirigido al Unidad de Control Urbano y Rural;
- b) Copia de permiso vigente;
- c) Diseño a implementarse; y,
- d) Certificado de no adeudar al Municipio.

CAPÍTULO VII DE LAS PROHIBICIONES EN GENERAL

ARTÍCULO 707.- MEDIOS DE PUBLICIDAD NO AUTORIZADOS. - Se prohíbe con carácter general los siguientes medios de expresión:

- a) La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público.
- b) La publicidad exterior que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos constitucionales.
- c) La publicidad exterior engañosa, es decir la que, de cualquier manera, incluida su presentación, induzca a errores a sus destinatarios.
- d) La publicidad exterior de bebidas alcohólicas, de tabaco y toda aquella que contravenga lo dispuesto en el Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- e) La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares.
- f) La publicidad con hojas volantes en el espacio público.
- g) Los mensajes publicitarios que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales o que induzcan a confusión con señales de tránsito.

ARTÍCULO 708.- PROHIBICIONES PARA PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA. - Se prohíbe con carácter particular:

- La publicidad exterior en las edificaciones en zonas declaradas de protección patrimonial, a excepción de los rótulos que se refieran a razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos.
- La publicidad exterior en áreas de protección y conservación que no obtengan autorizaciones expresas.
- La publicidad exterior en postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como energía eléctrica, telefónicos, agua potable, semáforos y similares.
- La publicidad exterior que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización y nomenclatura urbana, vial y semaforización.
- Elementos publicitarios en predios en el caso que superen la altura de edificación existente.
- La publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas.
- Cualquier elemento componente de un medio de publicidad exterior en y/o sobre terrazas, techos o cubierta de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificación que no posea cubierta.
- Los mensajes publicitarios o de razón social que sean ubicados 'en bandera' que sobresalgan de la línea de fábrica y aquellos que sobresalgan de las fachadas de los edificios.
- Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por mecanismos internos o externos de iluminación que produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa.

- La instalación de pancartas, guindolas o letreros fabricados en tela, plástico o cualquier otro elemento colocadas atravesando la vía pública.

ARTÍCULO 709.- PROHIBICIÓN PARA LA FIJACIÓN DE CARTELES. - Queda prohibida la fijación de carteles, dibujos, anuncios u otros medios de publicidad o propaganda a excepción de su razón social en:

- a) Edificaciones públicas e inmuebles donde funcione un Organismo Electoral;
- b) Los templos, clínicas, hospitales y asilos;
- c) Los monumentos públicos y en los árboles de las avenidas o parques;
- d) Los sitios públicos cuando impidan o dificulten el libre tránsito de personas y vehículos;
- e) Los lugares públicos destinados a actividades infantiles;
- f) Los centros educativos;
- g) Los bienes públicos y los bienes objeto de servicios públicos;
- h) Las casas o edificios de los particulares, sin el consentimiento expreso de sus propietarios u ocupantes quienes podrán retirar la publicidad y propaganda que sea colocada sin su consentimiento;
- i) No se permite la instalación de publicidad exterior en intercambiadores de tránsito como redondeles, pasos deprimidos y pasos elevados.

Por requerimientos institucionales, con fines educativos, turísticos o de otra índole debidamente justificada, el GADMCA podrá instalar publicidad de los tipos señalados en el literal anterior, previo informe técnico de la Dirección de Planificación.

ARTÍCULO 710.- PROHIBICIONES PARA PUBLICIDAD EXTERIOR MÓVIL. - Se prohíbe con carácter particular:

- a) La publicidad exterior colocada en medios móviles que sobresalga en la parte lateral, frontal o superior del vehículo en más de 10 cm, a excepción de la modalidad de taxis.
- b) La utilización de sustancias y/o elementos reflectantes, TV, pantallas LED, tubos de neón o mecanismos internos o externos de iluminación con colores o composiciones que produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa.
- c) La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal y ventanas laterales delanteras, en las puertas de ingreso y salida, así como en las salidas de emergencia de los medios de transporte masivo
- d) La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales delanteras de los vehículos.
- e) La publicidad exterior en vehículos exclusivamente destinados al aprovechamiento de publicidad o en los cuales se instalen paneles en la plataforma de carga, camioneta o camiones en circulación o estacionados con tal fin;
- f) La publicidad exterior que ocupe la totalidad de la carrocería vehicular, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

CAPÍTULO VIII

DE LA CONCESIÓN PARA USO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

ARTÍCULO 711.- DE LOS CONTRATOS DE CONCESIÓN. - La publicidad en el espacio público, excepto en el centro histórico y áreas patrimoniales, se realizará mediante contratos de concesión entre el GADMCA y los interesados, para lo cual, Procuraduría Institucional procederá a elaborar y legalizar contratos de concesión, previo el trámite correspondiente en la Unidad de Control Urbano y Rural

La concesión de uso de suelo será para la instalación de publicidad tipo A, B, C, E, F, G2, G3, G4 y H. La publicidad en locales comerciales, será otorgada de conformidad con lo señalado en los artículos 34, 38 y 42 de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 712.- REQUISITOS ESPECÍFICOS. - La autorización para la instalación de publicidad en propiedad privada, se realizará previo a la existencia de un contrato de arrendamiento suscrito entre el propietario o propietaria de la publicidad con el dueño o dueña del terreno o la edificación debidamente legalizado con reconocimiento de firma y rúbrica ante Notario Público.

ARTÍCULO 713.- CLÁUSULA ESPECIAL. - En todo contrato de publicidad, constará una cláusula que cubrirá los daños a los ciudadanos, en caso de existir perjuicios de manera directa e indirecta

CAPÍTULO IX

NORMATIVA TÉCNICA PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR

ARTÍCULO 714.- CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS. - Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad para el desarrollo de su función y contribuir al ornato público.

La estructura de sustentación deberá estar diseñada, construida y abalizada por un profesional en la materia que certificará, previo a su instalación, que el conjunto ofrezca seguridad pública y una resistencia adecuada a los eventos naturales.

ARTÍCULO 715.- REGLAS TÉCNICAS. - Los soportes publicitarios observaran las siguientes especificaciones técnicas:

- Los soportes serán pintados de color negro mate anticorrosivo;

Todo elemento publicitario debe tener adheridos en la parte inferior del soporte, a una altura fácilmente visible para los controles que el GADMCA realice una placa de identificación de material duradero de 25 cm por 15 cm, de color blanco de fondo y letras azules, en la que se detallen los datos del permiso otorgado:

- Medidas: 25 cm. por 15 cm.;
- Color blanco de fondo y letras azules;
- Material duradero;
- Datos;

- Nombre de la Empresa propietaria de la estructura;
 - Dirección y teléfonos de la empresa;
 - Código de ubicación;
 - Nombre del propietario del predio (en caso de ubicarse en propiedad privada);
- Indefectiblemente en el caso de los rótulos C, D y E, los soportes deben ser resguardados por postes metálicos o de hormigón que sirvan de contención ante posibles impactos y serán pintados de colores amarillo reflectivo y negro mate, que tendrán la altura de un (1) metro, a una distancia de un metro del soporte de la valla;
 - Se puede utilizar algún mecanismo que permita girar el letrero (exceptuando los tipos C, D y E) o presentar la información de manera electrónica;
 - En caso de poseer sistema eléctrico y de iluminación, estos deberán contar con la correspondiente acometida y medidor de consumo eléctrico;
 - 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 la vía pública;
 - 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 de piso más próximo; y,
 - Cuando las estructuras se encuentren sin exposición publicitaria, deben someterse a mantenimiento a fin de evitar su deterioro, pudiendo exponerse temporalmente, esto es; hasta que se coloque nuevamente publicidad comercial; información promocional de la empresa propietaria de la estructura.

ARTÍCULO 716.- DEL ESPACIO DE DOMINIO PÚBLICO. - En espacios de dominio público, la instalación de medios publicitarios exteriores, se someterán a diseños especiales, integrales o de conjunto, de tal manera que no atenten contra el disfrute ciudadano de dichos espacios, el libre tránsito peatonal, la imagen urbana de la ciudad y el paisaje natural.

ARTÍCULO 717.- DEL ESPACIO DE SERVICIO GENERAL. - En espacios de servicio general, la instalación de medios publicitarios exteriores y sus distancias mínimas se someterán a diseños especiales, integrales o de conjunto, de manera que no atenten contra la arquitectura de las edificaciones, el paisaje urbano, el paisaje natural y la señalización de tránsito, y serán autorizados como lo establece la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 718.- REFERENTE PARA MEDIR LA ALTURA DEL MEDIO PUBLICITARIO. - En terrenos con pendiente positiva, el referente para medir la altura máxima de las vallas será el nivel natural del terreno; y, en terrenos con pendiente negativa y en terrenos planos, la rasante de la vía.

CAPÍTULO X DE LA PUBLICIDAD MÓVIL

ARTÍCULO 719.- TIPO G5 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO. - La publicidad exterior en los buses de transporte público podrá realizarse mediante anuncios elaborados en láminas de vinil o autoadhesivas y que irán ubicadas:

- a) En los buses de dos y tres puertas, la publicidad exterior se ubicará en el lado izquierdo y derecho; y,
- b) La publicidad exterior en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinil o autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.
- c) En furgonetas, microbuses, buses escolares y remolques, se realizará mediante láminas de vinil o autoadhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior

ARTÍCULO 720.- PUBLICIDAD EN TAXIS Y VEHÍCULOS PARTICULARES. - En taxis y vehículos particulares:

- a) Se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo con o sin iluminación;
- b) La altura máxima del anuncio, más el mecanismo de sujeción, será de 0,40 cm. medidos desde la cubierta del vehículo, no mayor a 50 cm. de largo; y,
- c) La publicidad en el parabrisas posterior se realizará mediante láminas de vinil adhesivo traslúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior.

ARTÍCULO 721.- PUBLICIDAD EN VEHÍCULOS DE CARGAS. - En vehículos de carga (servicio público y/o privado):

- a) La colocación y mantenimiento de la publicidad no podrá interferir con los índices operativos del vehículo establecidos por el órgano competente del GADMCA; y,
- b) En el caso de los vehículos de carga privados, esta publicidad será exclusivamente vinculada a la actividad comercial que desarrolle dicho vehículo.

ARTÍCULO 722.- PUBLICIDAD EN MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREO. - La publicidad exterior que se realice en medios aéreos, como globos aerostáticos, cometas, u otros que utilicen el espacio aéreo del Cantón Alausí, serán normados, en coordinación con la Aviación Civil, atendiendo a las necesidades de la gestión.

CAPÍTULO XI DE LAS GARANTIAS Y CONTROL

ARTÍCULO 723.- GARANTÍAS. - Las empresas o personas naturales que construyan e instalen rótulos publicitarios, están obligadas a contratar, mantener en vigencia y presentar al GADMCA como requisito previo a la aprobación del permiso de utilización y aprovechamiento del espacio público para la colocación de publicidad exterior en áreas públicas y privadas, una póliza de seguro por daños a bienes públicos y daños a terceros en los tipos de publicidad: A, B, C, D, E, G2, G4, H, de

conformidad al artículo 73 número 5 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

En caso de que los daños ocasionados superen el monto de la garantía otorgada, las empresas o personas naturales que construyan e instalen elementos publicitarios, serán responsables directos en asumir dichos costos de conformidad con la ley.

ARTÍCULO 724.- REVOCATORIA. – La Unidad de Control Urbano y Rural, en el ámbito de sus atribuciones, podrán motivadamente revocar de oficio los permisos de ocupación otorgados para la instalación de rótulos publicitarios en espacios públicos y privados, cuando por convenir a los intereses del Cantón Alausí se requieran ejecutar obras públicas que afecten su ubicación.

ARTÍCULO 725.- CONTROL. - El control de todos los tipos de rótulos publicitarios en espacios públicos y privados, regulados por esta Ordenanza será competencia de la Comisaría Municipal a través de los delegados municipales de cada sector, en coordinación con la Unidad de Control Urbano y Rural, en el ámbito de sus competencias, quienes llevarán un registro numerado para la instalación de la publicidad, el mismo que servirá para levantar un catastro para efectos de multas y sanciones.

CAPÍTULO X DEL JUZGAMIENTO Y SANCIONES

ARTÍCULO 726.- SANCIONES. - El incumplimiento a las disposiciones que regulan la publicidad en la presente Ordenanza, será juzgado y sancionado por la o el Comisario Municipal.

ARTÍCULO 727.- DE LA PUBLICIDAD EN LUGARES NO AUTORIZADOS Y DE USO PÚBLICO SIN PERMISO MUNICIPAL. - Cuando se instale cualquier publicidad en lugares no autorizados y de uso público, el GADMCA, a través de la Comisaría Municipal, ordenará su retiro inmediato, debiendo imponerse al infractor luego de que se haya ejecutado el retiro correspondiente, una multa del 100% de la Remuneración Básica Unificada, más los costos por la actuación municipal y la restitución del espacio a su estado original. La publicidad retirada por el GADMCA, deberá ser reclamada por sus propietarios en el plazo máximo de 30 días posteriores a su retiro, previo el pago de las multas y los costos de actuación municipal. Transcurrido este plazo, a falta de reclamo, la Comisaría Municipal, dispondrá la utilización o destrucción de tales materiales, debiendo en todo caso llevarse actas y registros de sus actuaciones.

ARTÍCULO 728.- PUBLICIDAD EN PROPIEDAD PRIVADA CON AUTORIZACIÓN DEL PROPIETARIO SIN PERMISO MUNICIPAL. - Cuando la publicidad ha sido instalada en propiedad privada con autorización del propietario o propietaria sin permiso municipal, el GADMCA a través de la Comisaría Municipal, concederá el plazo máximo de 15 días para el retiro de la publicidad imponiéndole una multa equivalente al 50% de la Remuneración Básica Unificada. En caso de incumplimiento, la publicidad será retirada por la administración municipal, a costa de la o el propietario. Si esta infracción se cometiere en el Centro Histórico, bienes inventariados o áreas patrimoniales del Cantón Alausí, sin perjuicio de las acciones administrativas y legales por daño y afectación al Patrimonio, adicionalmente se sancionará al o a los propietarios del inmueble con una multa del 20% de la Remuneración Básica Unificada.

Los rótulos fuera del Centro Histórico tienen la obligación de registrarlos ante el GADM, en caso de no realizar este registro se estipulará una multa del 10% de la Remuneración Básica Unificada por metro cuadrado.

ARTÍCULO 729.- REINCIDENCIA. - En el caso que se vuelva a instalar publicidad sin permiso municipal, el GADMCA, a través de la Comisaría Municipal, dispondrá el retiro inmediato, imponiendo a la o al propietario una multa equivalente al valor comercial de la publicidad, más los costos del retiro. La o el infractor reincidente, no podrá obtener el o los permisos municipales para la instalación de publicidad.

ARTÍCULO 730.- VENCIMIENTO DEL PERMISO MUNICIPAL. - Las personas naturales y jurídicas que mantuvieren instaladas estructuras publicitarias de los tipos que regula esta Ordenanza, deberán con 30 días de anticipación al terminar el año fiscal, manifestar su interés para renovar la ocupación del sitio por un año más; renovación que puede otorgarse máximo hasta 5 años; vencido este plazo, indefectiblemente será declarado en disponibilidad.

De no manifestar su interés en el plazo concedido, se le notificará a través de la Comisaría Municipal, que proceda al retiro de la estructura y publicidad en el plazo de 15 días. Vencido este plazo si no se hubiese retirado la estructura, lo efectuará el GADMCA a costa del o la propietaria de la publicidad, con la multa establecida por la instalación de publicidad sin permiso municipal.

Si la o el propietario no reclama dentro de los 30 días siguientes al retiro, la o el Comisario Municipal dispondrá la destrucción o la utilización de los materiales de la publicidad, del cual se dejará constancia escrita de su actuación.