

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

**SECCIÓN I DISPOSICIONES GENERALES**

**Artículo 2091.- Objeto.**- El presente Capítulo tiene por objeto regular las condiciones a las que se sujetarán las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar la colocación de la publicidad exterior con la seguridad de las personas, los bienes o el ambiente, y mantenimiento y mejora del ornato y paisaje en el Distrito Metropolitano de Quito.

**Artículo 2092.- Ámbitos territoriales de actuación.**- La Publicidad Exterior puede ser instalada en el espacio público de dominio público o privado, de acuerdo a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo de esta Sección, bajo la denominación de *“Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”*, instrumento que podrá ser modificado a través de Resolución del Concejo Metropolitano, atendiendo las circunstancias de la gestión.

**Artículo 2093.- Espacio público.**- Para los efectos de la presente Sección se entenderá por espacio público, el espacio de dominio público o privado en el que la publicidad exterior colocada es visible; incluyendo el espacio privado susceptible de publicidad exterior y el espacio de servicio general, en los que la publicidad exterior colocada sea visible desde el espacio público.

**Artículo 2094.- Publicidad exterior.**- Para efectos de esta Sección, se entenderá por publicidad exterior aquella que es visible desde el espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transitén por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

**Artículo 2095.- Actividad publicitaria exterior.**- Para efectos de esta Sección, se entenderá por actividad publicitaria exterior a toda acción comunicacional encaminada a difundir, mediante los medios previstos en esta normativa, la existencia de un bien o servicio, de una actividad y/o mensaje de toda índole, dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

**Artículo 2096.- Publicidad exterior fija.-**

1. La publicidad exterior fija es aquella que se realiza mediante todo tipo de medios de expresión o anuncios publicitarios que se implanten de manera temporal o permanente en el espacio público, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único.
2. La publicidad exterior puede ser colocada en el espacio público de acuerdo a la zonificación asignada y a los usos permitidos, con sujeción a lo establecido en el anexo precitado.

**Artículo 2097.- Publicidad exterior móvil.-**

1. La publicidad exterior móvil es aquella que tiene como finalidad la transmisión de mensajes publicitarios, a través de la utilización de medios de transporte como soportes publicitarios de carácter móvil, con sujeción a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del Título relacionado con las licencias metropolitanas.

2. Para efectos de este artículo, se incluyen como medios de transporte a vehículos terrestres, globos aerostáticos o similares, y otros medios con movimiento por acción mecánica, eléctrica o de otra fuente, debidamente habilitados administrativamente para este propósito.
3. No se autorizará, sin embargo, la publicidad exterior en vehículos, camiones, camionetas, remolques o cualquier vehículo de similares características, en circulación o estacionados, en los cuales se instalen paneles en su plataforma de carga y cuya finalidad exclusiva sea la transmisión de un mensaje publicitario o la explotación de publicidad.

**Artículo 2098.- Medios de expresión publicitaria no autorizados.**- Se prohíbe con carácter general:

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

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

**Artículo 2099.- Prohibiciones particulares para la publicidad exterior fija.**- Se prohíbe con carácter particular:

- a. La colocación de publicidad exterior en las edificaciones galardonadas con el “Premio al Ornato”, a excepción de los rótulos que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- b. La publicidad exterior en zonas declaradas de interés histórico y/o artístico, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con excepción de los rótulos a los que se refiere el literal a) precedente, así como los equipamientos o servicios asentados en dichas áreas y permitidos por el ordenamiento jurídico metropolitano;
- c. Vallas publicitarias y tótems publicitarios en áreas históricas y bienes inventariados;
- d. La publicidad exterior en espacios naturales protegidos, salvo en aquellas zonas en donde se hayan desarrollado urbanizaciones e intervenciones constructivas de conformidad con el ordenamiento jurídico metropolitano;
- e. La publicidad exterior en árboles, márgenes de ríos y quebradas y toda aquella que pretenda ser instalada en un radio de doscientos metros de miradores y observatorios de la ciudad, según el inventario del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;

- f. La publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua potable, energía eléctrica, telefónicos, postes de semáforos y similares;
- g. La publicidad exterior que obstruya o confunda parcial o totalmente la visibilidad de la señalización urbana, vial y semaforización de tránsito, de cualquier naturaleza, o la nomenclatura urbana;
- h. Se prohíbe instalar elementos publicitarios en predios donde superen la altura de edificación en caso de que existiera;
- i. La publicidad exterior pintada, dibujada, impresa o escrita directamente sobre paredes, edificaciones, postes, columnas, muros o cercas, salvo el caso de las actuaciones publicitarias no convencionales según lo previsto en este Título y en edificaciones en construcción y mantenimiento según lo previsto en el Anexo Único de esta normativa;
- j. El uso de materiales disonantes en áreas históricas tales como neón y fluorescentes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
- k. Toda publicidad exterior en las curvas de vías arteriales y expresas calificadas como tales, según el ordenamiento jurídico metropolitano, así como en redondeles o rotondas;
- l. La publicidad exterior realizada mediante carteles;
- m. La publicidad exterior en espacio público en distribuidores de tráfico, pasos a desnivel vehiculares, intercambiadores, facilitadores de tráfico, túneles, salvo el caso de las actuaciones publicitarias no convencionales según lo previsto en este Título;
- n. Cualquier elemento componente de un medio de publicidad exterior en y/o sobre terrazas, techos o cubiertas de edificios y sobre cualquier otro tipo de edificaciones que no posean cubierta, salvo los catalogados como espacios de servicio general o proyecto especial;
- o. Los mensajes publicitarios o de razón social “en bandera” que sobresalgan de la línea de fábrica y aquellos que sobresalgan de las fachadas de los edificios, exceptuando los casos previstos en el Anexo Único del Título relacionado con las licencias metropolitanas;
- p. La instalación de rótulos en los retiros frontales de los edificios;
- q. Cualquier tipo de publicidad con un formato mayor a 2 m<sup>2</sup> por cara, excepto en los casos previstos en la Regla Técnica, en escalinatas y parterres de todo tipo o en bulevares intervenidos, o en zonas en las que se ha ejecutado el soterramiento de cables o cualquier otra intervención de imagen urbana o mejoramiento del espacio público realizada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, en los términos previstos en este Título;
- r. Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan encandilamiento, fatiga o molestias visuales, o que induzcan a confusión con señales de tránsito o seguridad luminosa;
- s. La instalación de más de un elemento publicitario en un determinado sitio, salvo el caso de rótulos que están autorizados y normados por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE); y,
- t. La colocación de publicidad exterior en retiros y fachadas de predios privados o públicos situados a lo largo de los bulevares intervenidos, o en zonas en las que se ha ejecutado el soterramiento de cables o cualquier otra intervención de imagen urbana o mejoramiento del espacio público realizada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito o con inversión pública o privada a excepción de los elementos publicitarios (rótulos) que se refieran a las razones sociales o nombres comerciales de las actividades que se instalen y funcionen en los mismos, de conformidad con el ordenamiento jurídico.

**Artículo 2100.- Prohibiciones particulares para la publicidad móvil.**- Se prohíbe con carácter particular:

- a. La publicidad exterior colocada en medios móviles, que sobresalga en la parte lateral, frontal o superior del vehículo en más de 10 cm; a excepción de la modalidad de taxis, conforme a las Reglas Técnicas detalladas en el Anexo Único del presente Título;

- b.** La utilización de sustancias y/o elementos reflectantes, TV, pantallas LED, tubos de neón o procedimientos internos o externos de iluminación con colores o composiciones que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales, o confusión con señales de tránsito o de seguridad luminosa;
- c.** La colocación de publicidad exterior en el parabrisas frontal y ventanas laterales delanteras, en las puertas de ingreso y salida, así como en salidas de emergencia de los medios de transporte masivo;
- d.** La publicidad exterior colocada en el parabrisas frontal y en las ventanas laterales delanteras de los vehículos;
- e.** La publicidad exterior en vehículos exclusivamente destinados a la explotación de publicidad o en los cuales se instalen paneles en la plataforma de carga de camionetas o camiones con tal fin;
- f.** La publicidad exterior en remolques, plataformas o vehículos de similares características, en circulación o estacionados, cuya única y exclusiva finalidad sea la transmisión del mensaje publicitario o la explotación de publicidad; y,
- g.** La publicidad exterior que ocupe la totalidad de la carrocería vehicular o similar, a excepción de la publicidad exterior propia que transmita un solo mensaje.

#### **Artículo 2101.- Actuaciones publicitarias no convencionales.-**

- 1.** Para toda publicidad de carácter no convencional se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta Sección para su realización de forma temporal, incluso en espacios públicos, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.
- 2.** En todas las actuaciones publicitarias no convencionales deberán reservarse espacios para la promoción del Distrito Metropolitano de Quito o de acontecimientos en los que participe directamente. La determinación de los espacios, contenidos y formatos promocionales se coordinará por la autoridad administrativa otorgante y requerirá su conformidad.

#### **Artículo 2102.- Condiciones generales de los soportes publicitarios.-**

- 1.** Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad para el desarrollo de su función, además de contribuir al ornato público. Las empresas licenciadas y/o habilitadas para ejercer publicidad bajo las modalidades previstas en la Ley y en esta normativa, deberán mantener una póliza de seguros vigente de responsabilidad civil y daños a terceros, sobre las estructuras publicitarias existentes, misma que será fijada en función del número y elementos publicitarios a ser instalados.
- 2.** Los soportes publicitarios deberán sujetarse a las Reglas Técnicas previstas en el Anexo del Título relacionado con las licencias metropolitanas bajo la denominación de *“Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”*.
- 3.** En cada soporte publicitario deberá constar, en lugar visible y de acuerdo a las especificaciones establecidas en las *“Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”*, una placa identificativa con al menos la siguiente información:
  - i.** Para LMU (41): El número de la LMU (41), la fecha de otorgamiento, la vigencia de la licencia y el nombre de su titular.

ii. Para concesiones y otras modalidades de delegación: nombre y contactos de la entidad responsable del soporte publicitario; número o identificación del contrato, fecha de vencimiento, código de identificación del elemento publicitario.

**Artículo 2103.- Condiciones generales de la publicidad exterior.**- La publicidad exterior deberá cumplir con las normas administrativas previstas en este título y se sujetarán además a lo dispuesto en las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta normativa metropolitana bajo la denominación de *"Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito"*.

**Artículo 2104.- Planes de intervención en el espacio público.-**

1. Con el fin de regular la intervención en el espacio público de dominio público con publicidad de formato menor a 10 m<sup>2</sup>, podrán acordarse con particulares planes de intervención a iniciativa de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. Los planes de intervención deberán incluir las siguientes consideraciones:

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

2. Para efectos de la ejecución de los planes de intervención precitados, el Municipio de Distrito Metropolitano de Quito podrá suscribir contratos de concesión o bajo otras modalidades de delegación y participación del sector privado, conforme lo previsto en la ley, y para la explotación de publicidad exterior implantada en espacio público de dominio público y según el procedimiento previsto en la ley.

**Artículo 2105.- Formas de explotación comercial de la publicidad.**- La Publicidad Fija instalada en el espacio público de dominio público o la publicidad móvil y/o fija instalada en los activos de las empresas públicas metropolitanas, a la que se refiere esta normativa, podrá ser sujeto de explotación comercial y, como tal, responderá según el objeto del contrato del que se trate, a una doble cualidad: i) de forma de recaudo o; ii) de forma de pago.

i. Como forma de recaudo, los puntos de publicidad exterior serán susceptibles de ser subastados o su explotación comercial delegada a personas naturales o jurídicas; públicas, privadas o mixtas; nacionales o extranjeras, en cualquiera de las formas previstas en la legislación vigente. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y/o sus empresas públicas, bajo esta modalidad, podrán determinar que el pago de la contraprestación se realice en numerario o en especie.

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

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

La publicidad cuya explotación sea considerada forma de pago, estará sujeta a las Reglas Técnicas que constan detalladas en el Anexo del relacionado con las licencias metropolitanas, bajo la

denominación de “Reglas Técnicas para la instalación de Soportes Publicitarios y colocación de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito”.

**Artículo 2106.-** Los rótulos que se encuentran regulados específicamente por la Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas (LUAE) y las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único de esta normativa, se podrán ubicar en los usos de suelo autorizados por dicho licenciamiento.

Para la ubicación de rótulos adicionales no contemplados en la LUAE, se deberá obtener la correspondiente LMU (41), cumpliendo las Reglas Técnicas constantes en el Anexo Único.

**Artículo 2107.-** Con las excepciones contempladas en el artículo 2138<sup>166</sup> de este Capítulo, sobre la delegación de los puntos de publicidad, el órgano administrativo competente, encargado del espacio público, será la autoridad encargada de la administración de los parterres, parques, plazas y piletas, teniendo competencia exclusiva para la suscripción de convenios con particulares para el mantenimiento de dichos espacios públicos, autorizando la colocación de las menciones publicitarias de auspicio compartido de conformidad a las reglas técnicas contempladas en el Anexo Único de esta normativa.

**Artículo 2108.-** En los predios cuyo uso principal sea múltiple (M), en los que el retiro frontal aún no haya sido tratado como prolongación de la acera, a pedido del administrado y cumpliendo los demás requisitos normativos y reglas técnicas, la Administración Zonal competente, podrá otorgar una LMU (41-C) “Condicionada”, a la Publicidad Exterior fija de terceros.

La LMU (41-C) tendrá la vigencia y características especificadas en el artículo 2122<sup>167</sup> de esta normativa, con la salvedad de que en el caso de que, efectivamente, el retiro frontal se incorpore al espacio público, sin que se pueda alegar derecho adquirido por parte del administrado, la LMU (41-C) caducará de manera inmediata, y el elemento publicitario deberá ser retirado del espacio público.

**Artículo 2109.-** La Administración General proveerá los recursos necesarios para la implementación de lo establecido en esta normativa.

## SECCIÓN II

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

**Artículo 2110.- Acto administrativo de autorización.-**

1. La Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior es el acto administrativo con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular la utilización o aprovechamiento del espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros o publicidad exterior móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito.
2. En los casos previstos en el Parágrafo de esta Sección “Del Régimen Jurídico aplicable a la Publicidad Exterior de terceros colocada en Espacio Público de dominio público en el ejercicio de la actividad económica publicitaria”, el licenciamiento se entenderá otorgado de manera tácita al momento de la firma del contrato.

**Artículo 2111.- Título jurídico.**- El título jurídico que contiene el acto administrativo de autorización al que se refiere este Título se documentará bajo la denominación de "Licencia Metropolitana Urbanística de Publicidad Exterior", o por sus siglas LMU (41).

**Artículo 2112.- Alcance de la LMU (41).**-

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

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

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

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

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

**SECCIÓN III**  
**SUPUESTOS DE SUJECIÓN Y DE EXENCIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA**  
**URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

**Artículo 2113.- Administrados obligados a obtener la LMU (41) y exenciones.**- Están obligados a obtener la LMU (41) todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, y las comunidades que utilicen o aprovechen el espacio público para colocar publicidad exterior fija propia o de terceros y publicidad exterior móvil propia o de terceros dentro de la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito. Se exceptúan las dependencias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y del Estado, cuyo objeto sea la divulgación de mensajes institucionales con fines informativos, los cuales adecuarán sus actuaciones respetando las prohibiciones expresas que constan en esta normativa y a las normas administrativas y Reglas Técnicas previstas en el Anexo, con el objetivo de garantizar la seguridad de las personas, bienes y ambiente; y, coadyuvar con sus actuaciones al orden público y la convivencia ciudadana

No requerirá de la LMU (41):

a. La publicidad realizada al interior de espacios privados siempre que no sea visible desde el espacio público;  
b. La publicidad que se realice al interior de todo tipo de automotores;  
c. La publicidad exterior fija, referida exclusivamente a la ubicación de un rótulo, colocada

en el espacio público de dominio privado que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento sea este fijo o móvil, que se encuentra regulada específicamente por la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE). Otros elementos de divulgación, difusión y/o promoción de la actividad económica vinculada al establecimiento que ocupen espacio público de dominio público se sujetarán a las normas que regulan la materia;

**d.** La colocación de un solo elemento publicitario, de hasta 6 m<sup>2</sup>, que identifique el proyecto arquitectónico y que contenga información respecto al número de registro de aprobación de planos y de la licencia metropolitana urbanística, así como el nombre del profesional responsable de la obra;

**e.** La publicidad electoral en procesos electorales de consulta popular u otros, vinculados a la actividad política, que cuente con autorización del propietario del bien inmueble en el que se va a instalar, y que se encuentra regulada por la normativa nacional en materia electoral y conforme el ordenamiento jurídico metropolitano;

**f.** La publicidad exterior en el Centro Histórico, que se encuentra regulada por el ordenamiento jurídico metropolitano particular; y,

**g.** Las actuaciones publicitarias no convencionales autorizadas por el órgano competente.

#### SECCIÓN IV

### COMPETENCIA EN MATERIA DE LA LICENCIA METROPOLITANA URBANÍSTICA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

**Artículo 2114.- Autoridad Administrativa Otorgante de la LMU (41).**- Son órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, para el otorgamiento de la LMU (41):

**a.** El órgano rector del Territorio, Hábitat y Vivienda del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito será competente para otorgar la autorización correspondiente a las actuaciones publicitarias no convencionales, dentro del procedimiento especial;

**b.** Las Administraciones Zonales, en su respectiva circunscripción territorial, serán competentes para otorgar la LMU (41), cuando se trate del procedimiento simplificado; y,

**c.** La autoridad administrativa competente para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas para la prestación del servicio de transporte en el Distrito Metropolitano de Quito será competente para otorgar autorizaciones relativas a la publicidad exterior móvil y la publicidad exterior fija en parqueaderos, estaciones y terminales del sistema de transporte público, en sujeción a lo establecido en el Anexo del presente Capítulo.

**Artículo 2115.- Órganos competentes para el ejercicio de la potestad de control.-**

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

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

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

4. Para el ejercicio de la potestad de inspección, la Autoridad Administrativa Otorgante y la Agencia Metropolitana de Control podrán contar con el auxilio de las Entidades Colaboradoras, bajo la modalidad de contrato administrativo o por el sistema de libre concurrencia. Las Entidades Colaboradoras únicamente ejercerán funciones auxiliares de

comprobación del cumplimiento de normas administrativas y de las Reglas Técnicas, a través de emisión de informes y certificados de conformidad producto de inspecciones o verificaciones.

## SECCIÓN V

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

#### **Artículo 2116.- Categorización de las actuaciones de Publicidad Exterior para determinar el procedimiento administrativo de licenciamiento.-**

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

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

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

Cualquier otra actuación de publicidad exterior no prevista en esta Sección y que no implique afectación a la salud de las personas, bienes o ambiente, tales como la contenida en globos aerostáticos o similares, la que porten bicicletas o sillas de ruedas no motorizadas, la de difusión de actividades o eventos, o similares se sujetarán al procedimiento administrativo simplificado.

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

#### **PARÁGRAFO I**

#### **LICENCIAMIENTO SUJETO AL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SIMPLIFICADO**

**Artículo 2117.- Trámite.-** El procedimiento administrativo simplificado estará sujeto al régimen general de licenciamiento, únicamente con las variaciones previstas en esta Sección. En cualquier caso, de ser necesario, el flujo de los procedimientos se organizará mediante instrucciones contenidas en la correspondiente Resolución Administrativa.

#### **Artículo 2118.- Otorgamiento automático de la LMU (41).-**

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

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

2. Se informará al administrado en el acto de entrega del formulario de solicitud de la LMU (41), el cumplimiento de las condiciones establecidas en el numeral precedente y continuará con el procedimiento de emisión de la LMU (41).
3. Si el administrado no hubiese cumplido las condiciones previstas en el numeral 1 de este artículo, es responsabilidad del funcionario asignado al trámite explicar las razones e informar al administrado las acciones que deba tomar para obtener la LMU (41).

**Artículo 2119.- Responsabilidad y alcance específico de la LMU (41) en el procedimiento simplificado.-**

1. La Autoridad Administrativa Otorgante emitirá la LMU (41) con la constatación del cumplimiento de los requisitos formales para su otorgamiento.
2. La emisión de la LMU (41) en el procedimiento administrativo simplificado no supone opinión alguna del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito sobre el cumplimiento de los requisitos materiales, sean éstos normas administrativas o Reglas Técnicas, para el ejercicio de la actuación de publicidad exterior de la que se trate.
3. La verificación de los requisitos materiales para el ejercicio de la actividad, acción o actuación de publicidad exterior se efectuará con posterioridad al otorgamiento de la LMU (41).
4. El titular de la LMU (41) es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud. La información sobre cuya base se emite la autorización administrativa se presume verídica hasta que se constate a través de inspecciones o verificaciones.
5. Las LMU (41) emitidas deberán ser inscritas en el Registro General de Licencias.