[LIBRO V 455](#_Toc490813818)

[DEL MANEJO Y GESTIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO 455](#_Toc490813819)

[TÍTULO I 455](#_Toc490813820)

[DE LA OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO 455](#_Toc490813821)

[Artículo. 612. Del Espacio Público.- 455](#_Toc490813822)

[Artículo. 613. Componentes y elementos del espacio público.- 455](#_Toc490813823)

[Artículo. 614. Facultad de planificación y gestión sobre el espacio público.- 457](#_Toc490813824)

[Artículo. 615. Accesibilidad al espacio público.- 457](#_Toc490813825)

[CAPÍTULO I 458](#_Toc490813826)

[DEL USO DEL ESPACIO PÚBLICO PARA PUBLICIDAD EXTERIOR 458](#_Toc490813827)

[Artículo. 616. Objeto.- 458](#_Toc490813828)

[Artículo. 617. Ámbito de aplicación.- 458](#_Toc490813829)

[Artículo. 618. Definiciones.- 458](#_Toc490813830)

[Artículo. 619. Uso de simbología.- 460](#_Toc490813831)

[CAPÍTULO II 461](#_Toc490813832)

[DE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS 461](#_Toc490813833)

[Artículo. 620. De los Órganos Administrativos.- 461](#_Toc490813834)

[Artículo. 621. De las atribuciones de los Órganos Administrativos.- 461](#_Toc490813835)

[Artículo. 622. Elementos excluidos de la publicidad exterior.- 462](#_Toc490813836)

[CAPÍTULO III 462](#_Toc490813837)

[DE LAS TIPOLOGÍAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR 462](#_Toc490813838)

[Artículo. 623. Tipologías de Rótulos Publicitarios.- 462](#_Toc490813839)

[Artículo. 624. Tipo A (paleta en acera).- 462](#_Toc490813840)

[Artículo. 625. Tipo B (paleta en parterre).- 463](#_Toc490813841)

[Artículo. 626. Tipo C (valla en parterre).- 464](#_Toc490813842)

[Artículo. 627. Tipo D Valla en propiedad privada instalada en edificación terminada.- 465](#_Toc490813843)

[Artículo. 628. Tipo D Valla en propiedad privada instalada sin edificación terminada (Predio Vacío).- 466](#_Toc490813844)

[Artículo. 629. Tipo E Macrovallas.- 466](#_Toc490813845)

[Artículo. 630. Tipo F (Gigantografías).- 467](#_Toc490813846)

[Artículo. 631. Tipo G1 (Varios).- 468](#_Toc490813847)

[Artículo. 632. Tipo G2 Rótulo sobre paso peatonal.- 468](#_Toc490813848)

[Artículo. 633. Tipo G3 Rótulo con sistema de aireación.- 469](#_Toc490813849)

[Artículo. 634. Tipo G4 (Publicidad a través de Medios Videográficos o de Proyección).- 470](#_Toc490813850)

[Artículo. 635. Tipo H (Mobiliario Urbano-Paraderos).- 470](#_Toc490813851)

[CAPÍTULO IV 470](#_Toc490813852)

[DE LA INSTALACIÓN DE LA PUBLICIDAD 470](#_Toc490813853)

[Artículo. 636. De la instalación.- 470](#_Toc490813854)

[Artículo. 637. De la estructura.- 471](#_Toc490813855)

[Artículo. 638. Instalación en edificaciones.- 471](#_Toc490813856)

[CAPÍTULO V 471](#_Toc490813857)

[DE LAS TASAS 471](#_Toc490813858)

[Artículo. 639. Hecho generador.- 471](#_Toc490813859)

[Artículo. 640. Sujeto pasivo.- 471](#_Toc490813860)

[Artículo. 641. Exigibilidad de la obligación.- 471](#_Toc490813861)

[Artículo. 642. De la tasa.- 472](#_Toc490813862)

[Artículo. 643. Exenciones.- 472](#_Toc490813863)

[Artículo. 644. Recaudación de la tasa.- 473](#_Toc490813864)

[Artículo. 645. Potestad Coactiva.- 473](#_Toc490813865)

[Artículo. 646. Fondo de recuperación del espacio público.- 473](#_Toc490813866)

[CAPÍTULO VI 473](#_Toc490813867)

[DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL CENTRO HISTÓRICO Y ÁREAS PATRIMONIALES - TIPO I.1 473](#_Toc490813868)

[Artículo. 647. Dimensión y diseño.- 474](#_Toc490813869)

[Artículo. 648. De la publicidad exterior en la delimitación del Centro Histórico.- 474](#_Toc490813870)

[Artículo. 649. Del número de Publicidad.- 474](#_Toc490813871)

[Artículo. 650. Razón Social.- 474](#_Toc490813872)

[Artículo. 651. Tipo de letra y tamaño.- 474](#_Toc490813873)

[Artículo. 652. Materiales a utilizar.- 474](#_Toc490813874)

[Artículo. 653. Iluminación.- 475](#_Toc490813875)

[Artículo. 654. Prohibición de utilizar materiales distintos a los señalados.- 475](#_Toc490813876)

[Artículo. 655. Requisitos.- 475](#_Toc490813877)

[Artículo. 656. Vigencia de los permisos.- 476](#_Toc490813878)

[Artículo. 657. Revocatoria del permiso en el Centro Histórico.- 476](#_Toc490813879)

[Artículo. 658. Cambio de diseño.- 476](#_Toc490813880)

[CAPÍTULO VII 477](#_Toc490813881)

[DE LAS PROHIBICIONES EN GENERAL 477](#_Toc490813882)

[Artículo. 659. Prohibiciones.- 477](#_Toc490813883)

[Artículo. 660. Prohibición para la fijación de carteles.- 478](#_Toc490813884)

[CAPÍTULO  VIII 479](#_Toc490813885)

[DE LA CONCESIÓN PARA USO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS 479](#_Toc490813886)

[Artículo. 661. De los contratos de concesión.- 479](#_Toc490813887)

[Artículo. 662. Requisitos Específicos.- 479](#_Toc490813888)

[Artículo. 663. Cláusula Especial.- 479](#_Toc490813889)

[CAPÍTULO IX 480](#_Toc490813890)

[NORMATIVA TÉCNICA PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR – TIPO I.2 480](#_Toc490813891)

[Artículo. 664. Reglas Técnicas.- 480](#_Toc490813892)

[Artículo. 665. Del espacio de dominio público.- 481](#_Toc490813893)

[Artículo. 666. Del espacio de servicio general.- 481](#_Toc490813894)

[Artículo. 667. Referente para medir la altura del medio publicitario.- 481](#_Toc490813895)

[CAPÍTULO X 481](#_Toc490813896)

[DE LA PUBLICIDAD MÓVIL 481](#_Toc490813897)

[Artículo. 668. Tipo G5 Publicidad en medios de transporte público.- 481](#_Toc490813898)

[Artículo. 669. Publicidad en taxis y vehículos particulares.- 482](#_Toc490813899)

[Artículo. 670. Publicidad en vehículos de cargas.- 482](#_Toc490813900)

[Artículo. 671. Publicidad en medios de transporte aéreo.- 482](#_Toc490813901)

[CAPÍTULO XI 482](#_Toc490813902)

[DE LAS GARANTÍAS Y CONTROL 482](#_Toc490813903)

[Artículo. 672. Garantías.- 482](#_Toc490813904)

[Artículo. 673. Revocatoria.- 483](#_Toc490813905)

[Artículo. 674. Control.- 483](#_Toc490813906)

[SECCIÓN PRIMERA 484](#_Toc490813907)

[Ámbito Y Fines 484](#_Toc490813908)

[Artículo. 675. Ámbito.- 484](#_Toc490813909)

[Artículo. 676. Fines.- 484](#_Toc490813910)

[SECCIÓN SEGUNDA 484](#_Toc490813911)

[De La Construcción y Mantenimiento de Cerramientos y Predios 484](#_Toc490813912)

[Artículo. 677. Obligatoriedad de la construcción y mantenimiento de cerramientos y de los predios.- 484](#_Toc490813913)

[Artículo. 678. Reglas Técnicas.- 484](#_Toc490813914)

[Artículo. 679. De la autorización para construir cerramientos.- 485](#_Toc490813915)

[SECCIÓN TERCERA 485](#_Toc490813916)

[Del Procedimiento para Inicio de Construcción y Mantenimiento 485](#_Toc490813917)

[Artículo. 680. Notificación general.- 485](#_Toc490813918)

[Artículo. 681. Notificación Preventiva.- 485](#_Toc490813919)

[Artículo. 682. Notificación de inicio de proceso.- 486](#_Toc490813920)

LIBRO V

DEL MANEJO Y GESTIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

TÍTULO I

DE LA OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

1. Del Espacio Público.-

Constituye el escenario de la interacción social cotidiana y en cuyo contexto los ciudadanos ejercen su derecho a la ciudad. Incorporará elementos urbanísticos, arquitectónicos, paisajísticos y naturales, y permitirá la relación e integración de las áreas de acceso universal.

1. Componentes y elementos del espacio público.-

Constituyen componentes del espacio público los siguientes:

1. **El espacio público de conectividad.-** Áreas integrantes de los sistemas de circulación peatonal y vehicular, constituidas por los componentes de los perfiles viales tales como derechos de vía, aceras, fachadas, terrazas que sirvan como soporte para implantación de publicidad o infraestructura pública de telecomunicaciones o similares y que sean de acceso visual a los ciudadanos, zonas de mobiliario urbano, ductos, túneles, pasos peatonales, puentes peatonales, escalinatas, bulevares, alamedas, rampas para discapacitados, andenes, malecones, parterres, cunetas, ciclo vías, estacionamientos para bicicletas, estacionamientos para motocicletas, estacionamientos bajo espacio público, zonas de estacionamiento, reductores de velocidad, calzadas y carriles. Los componentes de los cruces o intersecciones tales como: esquinas, redondeles, puentes vehiculares, túneles y viaductos;
2. **El espacio público de encuentro, recreación y de servicio.-** Áreas articuladoras del espacio público y de encuentro, tales como áreas verdes recreativas, parques urbanos, plazas, plazoletas, escenarios deportivos, escenarios culturales y de espectáculos al aire libre y zonas de cesión gratuita a la Municipalidad;
3. **El espacio público para la conservación y preservación.-** Espacios o hitos que tengan un gran valor urbanístico, arquitectónico, histórico, 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, fuentes ornamentales y zonas arqueológicas.
4. **Propiedad privada con vocación ambiental, paisajística y ecológica.-** Áreas privadas que por su localización y condiciones ambientales, paisajísticas, ecológicas y con potencial ecológico, incorporen cubiertas, fachadas, paramentos, pórticos, retiros frontales, cerramientos. Su uso será regulado por la normativa cantonal sin que esto en ningún caso, constituya pérdida del derecho real de dominio.
5. **La propiedad privada susceptible de instalación de publicidad exterior.-** Espacios privados visibles desde el espacio público de dominio público correspondiente a predios edificados o sin edificar de propiedad privada, incluido edificaciones en proceso de construcción u obras de mantenimiento en los que es factible la instalación de publicidad exterior.
6. **Elementos complementarios.-** Además se entenderán partes integrantes los siguientes elementos:
   * La vegetación natural e intervenida; Vegetación herbácea o césped, jardines, arbustos, setos o matorrales, árboles o bosques;
   * Los elementos de infraestructura de redes de servicios y conectividad, tales como ductería subterránea, acometidas, cableado aéreo y subterráneo, el mobiliario urbano y la señalización para información vial, turística, de seguridad entre otros:
   * 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 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.
   * 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 señalización urbana como de nomenclaturas domiciliaria.
   * Los elementos de Publicidad pública o privada como: Vallas, paneles, paletas, pantallas led, entre otros.
7. Facultad de planificación y gestión sobre el espacio público.-

Las Direcciones de Gestión de Ordenamiento Territorial y Patrimonio ejercerán la facultad de planificación, gestión y aprovechamiento del espacio público, de manera adecuada y eficaz con el fin de alcanzar y fortalecer los objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y demás normativa complementaria.

1. Accesibilidad al espacio público.-

El espacio público determinado en esta Ordenanza así como las intervenciones que sobre él se realicen, deben planearse, diseñarse, construirse y adecuarse de tal manera que facilite la accesibilidad a las personas con movilidad reducida o cuya capacidad de orientación se encuentre disminuida por la edad, analfabetismo, limitación o enfermedad, y que permita la circulación de medios de transporte alternativo no motorizados, de conformidad con las Normas de Arquitectura y Urbanismo y demás normas específicas sobre la materia.

Los parques, zonas verdes, vías, parterres y demás espacios que tengan carácter de bienes de uso público no podrán ser cercados, amurallados o cerrados en forma tal que priven a la población de su uso, disfrute visual y libre tránsito, sin autorización municipal.

La publicidad e infraestructura instalada sobre bienes particulares deberán observar las regulaciones de la presente Ordenanza.

TÍTULO II

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

CAPÍTULO I

DEL USO DEL ESPACIO PÚBLICO PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

1. Objeto.-

El Título de la Publicidad Exterior, tiene por objeto regular las instalaciones y el ejercicio de la actividad publicitaria exterior, cualquiera que sea el medio o sistema utilizado para la trasmisión del mensaje, con el fin primordial de que la colocación de la publicidad exterior no atente contra la seguridad de las personas, de los bienes y del ambiente; realizando mantenimientos que mejoren el ornato y el paisaje en las áreas públicas y privadas del Cantón Riobamba.

1. Ámbito de aplicación.-

Este Título es de aplicación obligatoria para la instalación de la publicidad exterior realizada por personas naturales y/o jurídicas, nacionales y/o extranjeras, en las áreas públicas o privadas dentro de la circunscripción territorial del Cantón Riobamba.

1. Definiciones.-

Para una mejor comprensión y aplicación, se determinan las siguientes definiciones:

**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.

**Publicidad Exterior:** 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, circulen por la vía pública, en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o transiten por lugares o espacios de utilización común.

**Espacio de servicio general**: Es toda área edificada o sin edificar (pública o privada) destinada al uso o disfrute general.

**Letrero Electrónico**: Es una superficie de dimensiones variables no mayores a quince metros cuadrados, 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.

**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.

**Medio de transporte**: Es todo vehículo destinado a la transportación de personas, bienes y/o productos.

**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.

**PCC**: Punto de comienzo de la curva es el origen o inicio de una curva en cualquier vía.

**Paletas**: Elemento que contiene publicidad temporal, permanente o pantallas leds**.**

**Pantalla**: Superficie que sirve para proyectar sobre ella imágenes con publicidad u otras actividades, que no podrá tener dimensiones mayores a veinte metros cuadrados incluido el marco estructural.

**PTC**: Punto de término de la curva.

**Publicidad exterior:** Es aquella que es visible desde el espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, circulen por la vía pública, en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o transiten por lugares o espacios de utilización común.

**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 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.

**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.

**Translúcido**: Cuerpo a través del cual pasa la luz y que permite ver a través de él, la publicidad.

**Tótem**: Emblema tallado, pintado y/o construido sobre una estructura auto portante, 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.

**Valla publicitaria**: Es un anuncio montado sobre soportes estructurales de implantación estática, auto portante, susceptible de albergar y trasmitir 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.

1. Uso de simbología.-

Se utilizará las siguientes simbologías en el desarrollo del presente Libro, como unidad de medida:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Unidad de Medida** | **Símbolo** | **Magnitud derivada** |
| Metro | m | Longitud |
| Metro cuadrado | m2 | Superficie |
| Hectárea | ha | Superficie |
| Centímetros cuadrados | cm2 | Superficie |
| Centímetros | cm | Longitud |
| Milímetro | mm | Longitud |

CAPÍTULO II

DE LOS ÓRGANOS ADMINISTRATIVOS

1. De los Órganos Administrativos.-

La Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial y la Dirección de Gestión de Patrimonio del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba, en función de las necesidades de crecimiento y ordenamiento urbanístico del Cantón, son los órganos administrativos encargados para técnicamente determinar y sugerir por escrito al Alcalde o Alcaldesa, las nuevas zonas permitidas para la instalación de elementos publicitarios.

1. De las atribuciones de los Órganos Administrativos.-

La Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial, 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 del Cantón Riobamba.

A la Dirección de Gestión de Patrimonio, le corresponde otorgar este tipo de autorizaciones al interior de la delimitación del Centro Histórico, sitios, bienes y áreas patrimoniales del Cantón.

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 la Dirección de Gestión Financiera. En caso de haberse instalado la publicidad exterior sin la autorización correspondiente, el infractor será sancionado conforme establece la presente Ordenanza.

1. Elementos excluidos de la publicidad exterior.-

Se excluyen de la publicidad exterior los siguientes elementos:

1. Los signos o señales públicas de tráfico para seguridad, control de información, así como los de señalización de emplazamiento de lugares de interés turístico;
2. 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;
3. La pintura mural que tenga valor artístico, calificada como tal por la Dirección de Educación, Cultura, Deportes y Recreación; y,
4. 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

1. Tipologías de Rótulos Publicitarios.-

Las tipologías de rótulos publicitarios son reguladas en la presente Ordenanza de acuerdo al tamaño, ubicación y características.

1. 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.

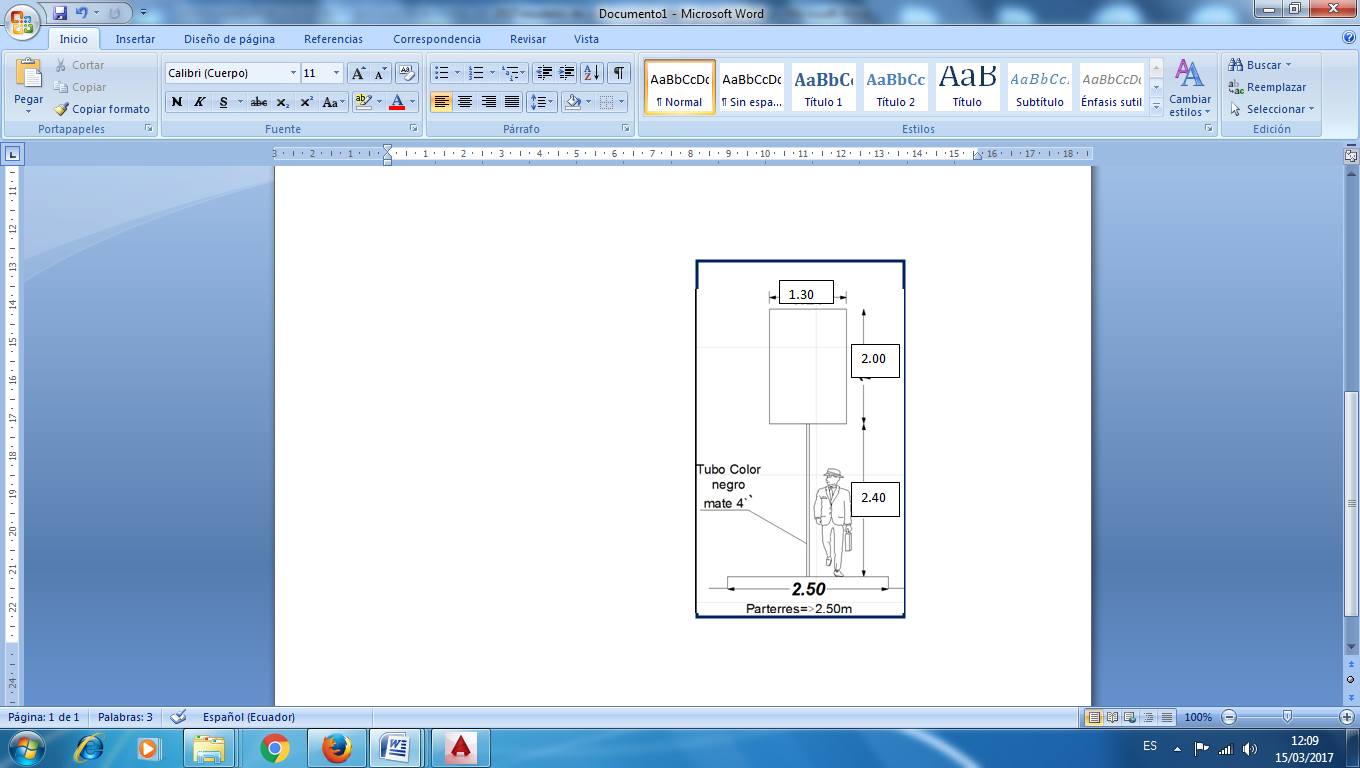
Las características de la publicidad de la tipología A, son las siguientes:

1. 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;
2. 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;
3. 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 Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial y/o Dirección de Gestión de Patrimonio de ser el caso; y,
4. En caso de paletas con pantalla LED, el área de exposición podrá tener dimensiones de 1,30 m. de base por 2,00 m. de altura; o, 2,00 m. de base por 1,30 m. de altura, cuyo soporte será una columna de estructura metálica rectangular de 200 mm. por 100 mm.
5. Tipo B (paleta en parterre).-

Las características de publicidad de tipo B serán las siguientes:

1. 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;
2. 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;
3. 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;
4. En caso de paletas con pantalla LED, el área de exposición podrá tener dimensiones de 1,30 m. de base por 2,00 m. de altura; o, 2,00 m. de base por 1,30 m. de altura, cuyo soporte será una columna de estructura metálica rectangular de 200 mm. por 100 mm.

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 del Subproceso de Control Territorial y Uso de Suelo de la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba.

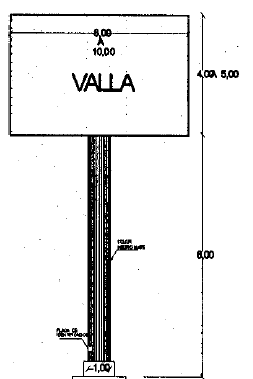
****

**(PALETA EN ACERA Y PARTERRES)**

1. Tipo C (valla en parterre).-

Las características de publicidad de tipo C serán las siguientes:

1. Formada por un letrero que puede fluctuar entre 8 y 10 m. de base y de 4 a 5 m. de altura, con una 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;
2. 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;
3. 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 del Subproceso de Control Territorial y Uso de Suelo de la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial;
4. Con relación a estructuras de rotulo tipo B (paleta) se guardará distancia de 100 m.; y,
5. La ubicación de los rótulos se realizará de tal forma que se preserven hombros o banquinas, pendiente y espaldones, tuberías de drenaje y agua potable, soporte de señales y luces, vegetación y defensa y elementos artísticos, conmemorativos u otros similares.



1. 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:

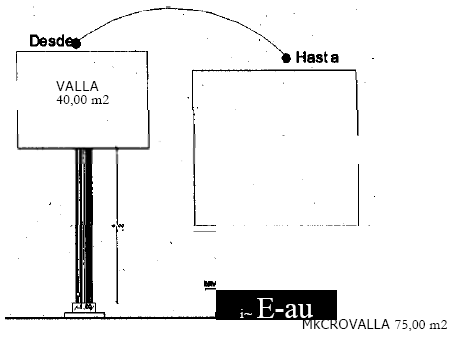
1. Formada por un letrero que puede fluctuar entre 8 y 10 m. de base y de 4 a 5 m. de altura, con un área de exposición fija máxima de 40 m2, el cual puede tener dos caras, anclado a la edificación con un sistema de sujeción que no afecte la estabilidad de ésta;
2. La altura que alcance la estructura en conjunto con la edificación, no podrá exceder el límite establecido en las normas de edificación del sector;
3. 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;
4. 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,
5. La distancia entre vallas tipo D-E y E-E será de 500 m.
6. 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:

1. Formada por un letrero que puede fluctuar entre 8 y 10 m. de base y de 4 a 5 m. de altura, con una 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;
2. 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;
3. Su instalación no debe afectar el derecho de vista de los vecinos más próximos;
4. Se prohíbe su instalación en zonas residenciales;
5. Deben guardar los retiros exigibles para el sector de planeamiento en donde se va a implantar la estructura publicitaria; y,
6. 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.
7. Tipo E Macrovallas.-

Las características de publicidad de tipo E serán las siguientes:

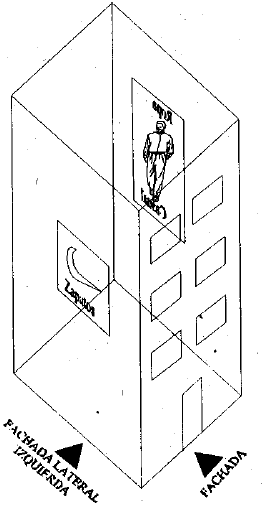
1. Sólo se permitirá su instalación fuera del límite urbano de la cabecera cantonal de Riobamba y fuera de los centros poblados de las cabeceras parroquiales;
2. Estructura formada por un letrero con un área de exposición de entre 40 m2 y 75 m2 el cual puede tener dos caras. Cuando el área de exposición 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;
3. 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;
4. Si se ubican en carreteras, se podrán instalar respetando la franja de servidumbre, dentro de la circunscripción territorial del Cantón Riobamba, previo informe de la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial, manteniendo una distancia de 45 m., con respecto al eje de la vía y cumpliendo las demás normas establecidas en la presente Ordenanza;
5. Excepcionalmente y previo informe técnico favorable de la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial 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,
6. La ubicación de los rótulos se realizará de tal forma que se preserven hombros o banquinas, pendiente y espaldones, tuberías de drenaje y agua potable, soporte de señales y luces, vegetación y defensa.



1. Tipo F (Gigantografías).-

Las características de publicidad de tipo F serán las siguientes:

1. Exposición publicitaria con dimensiones iguales y no mayores a 80 m2.
2. Se pueden fabricar en tela, plásticos o materiales sintéticos.
3. 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;
4. 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,
5. Bajo ningún concepto se podrán instalar en edificios habitados.



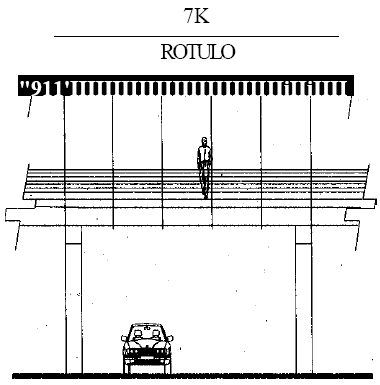
1. Tipo G1 (Varios).-

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 Riobamba.

1. Tipo G2 Rótulo sobre paso peatonal.-

Las características de publicidad de tipo G2 serán las siguientes:

1. Su instalación debe ser en la parte superior del paso peatonal, es decir, sobre la cubierta del mismo;
2. 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.;
3. 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;
4. Para la autorización en este tipo de espacio aéreo, el o la interesada deberá suscribir un compromiso con el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba, mediante el cual asume el cuidado, limpieza, iluminación y mantenimiento del paso peatonal, cuya fiscalización estará a cargo de la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial; y,
5. 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.



1. Tipo G3 Rótulo con sistema de aireación.-

Las características de publicidad de tipo G3 serán las siguientes:

1. 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;
2. Se podrán ubicar en parterres o aceras, sin obstruir ingresos/salidas de edificios, viviendas, de emergencia, o afectar el tránsito de personas o vehículos;
3. 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;
4. Deben tener mecanismos de sujeción que eviten movimientos oscilatorios que puedan afectar a persona, o bienes públicos o privados en su entorno;
5. No se podrán llenar de gases inflamables;
6. En el caso de predios con edificaciones terminadas o en proceso, no se podrán instalar; y,
7. Su instalación será de carácter temporal, con una duración máxima de 30 días.
8. Tipo G4 (Publicidad a través de Medios Videográficos o de Proyección).-

Las características de publicidad de tipo G4 serán las siguientes:

1. 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;
2. 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 Riobamba;
3. El tamaño de la pantalla de proyección o la superficie de exposición no podrá exceder de 40 m2;
4. Las proyecciones sobre pared o sobre pantallas especiales no podrán tener sistemas de audio; y,
5. 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.
6. 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

1. 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.

1. De la estructura.-

La estructura de sustentación estará diseñada por un profesional en la materia en los términos establecidos en la presente Ordenanza**.**

1. Instalación en edificaciones.-

Se admite la colocación de rótulos publicitarios en los edificios, en sujeción a las siguientes disposiciones:

1. En fachadas, se admite la colocación de elementos publicitarios en edificios de propiedad privada que no estén calificados como patrimonio cultural del Cantón Riobamba, o que se encuentren al interior del área de delimitación del Centro Histórico, con la condición general de que aquellos no afecten la iluminación y ventilación de los locales y espacios habitables. No se permitirá bajo ningún concepto pintar directamente anuncios publicitarios o comerciales sobre las fachadas, culatas o estructuras exteriores de los edificios privados; y,
2. La instalación de publicidad exterior permitida será adherida a una superficie plana de la edificación y sin sobresalir más de 20 cm. de la superficie de la fachada y con un área no mayor de 1,80 m. de largo por 90 cm. de ancho.

CAPÍTULO V

DE LAS TASAS

1. Hecho generador.-

El hecho generador de la tasa constituye la utilización o el aprovechamiento del espacio público para la difusión de Publicidad Exterior en la jurisdicción territorial del Cantón Riobamba.

1. 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.

1. 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.

1. 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 Riobamba de acuerdo al siguiente cuadro:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TIPO DE PUBLICIDAD** | **TIPO** | **% REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFICADA POR m2 DE SUPERFICIE** |
| Paleta en acera y parterre | A-B | 10 |
| Valla en parterre | C | 10 |
| Valla en propiedad privada | D | 3 |
| Macrovallas | 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 o de Proyección | 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 |

1. Exenciones.-

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

1. Los organismos públicos que instalen o coloquen, específicamente, señalización de tránsito e información turística;
2. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba y sus empresas públicas; y,
3. Los rótulos en el Centro Histórico e inmuebles inventariados que mantengan la norma fijada en la presente Ordenanza.
4. Recaudación de la tasa.-

El pago de la tasa correspondiente se efectuará a través de ventanilla o los puntos de recaudación establecidos por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba.

1. 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 cobrados coactivamente una vez que se hayan vuelto exigibles.

1. 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:

1. Fortalecimiento del sistema de control de la Publicidad Exterior por parte del órgano competente del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba;
2. Adquisición del equipo necesario para el monitoreo de la Publicidad Exterior en el territorio del Cantón Riobamba;
3. Actualización de censos de la Publicidad Exterior en el Cantón Riobamba; y,
4. 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 ÁREAS PATRIMONIALES - TIPO I.1

1. Dimensión y diseño.-

En los inmuebles ubicados dentro del Centro Histórico y áreas patrimoniales, la instalación de publicidad exterior permitida será siempre empotrada en una 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 Dirección de Gestión de Patrimonio.

1. 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 otorgado por la Dirección de Gestión de Patrimonio.

1. 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.

1. 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.

1. Tipo de letra y tamaño.-

Los rótulos están conformados por letras independientes que forman el nombre del comercio, las letras en tipografía Swiss 721 Condenseda, Arial o similares, tipo imprenta de 16 cm. de alto.

1. 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 obscuro 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 epóxico a la pared ya sea ésta de adobe, ladrillo o piedra.

1. Iluminación.-

Los rótulos podrán ser únicamente iluminados con orientación descendente, previo permiso y revisión de la Dirección de Gestión de Patrimonio.

Se prohíbe la iluminación de soportes publicitarios durante las horas en las que haya luz natural suficiente.

1. 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.

1. Requisitos.-

Para obtener el permiso de instalación de publicidad exterior en la delimitación del Centro Histórico de la ciudad de Riobamba y edificaciones inventariadas aisladas, los interesados deben presentar los siguientes requisitos:

1. Formulario solicitud dirigida al Director de Gestión de Patrimonio 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;
2. Copia de la patente Municipal;
3. Certificado de no adeudar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba; y,
4. Autorización del propietario del inmueble en el que se vaya a realizar la instalación, con reconocimiento de firma y rubrica por autoridad competente. En caso de propiedad horizontal la autorización notariada de sus copropietarios (100% de alícuotas).
5. Vigencia de los permisos.-

El permiso otorgado tiene una vigencia máxima de un año renovable o el tiempo menor por la revocatoria del mismo.

1. Revocatoria del permiso en el Centro Histórico.-

El Director de Gestión de Patrimonio, podrá revocar el permiso de instalación de publicidad exterior en la delimitación del Centro Histórico, en los siguientes casos:

1. Cuando se haya cambiado el diseño sin autorización del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba;
2. Por caducidad del permiso sin haber renovado;
3. Por afectación al bien patrimonial; y,
4. Otras causas debidamente justificadas que pudieran considerarse modificaciones sustanciales a la norma vigente.
5. 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:

1. Solicitud de cambio de diseño del rótulo publicitario; dirigido al Director de Gestión de Patrimonio;
2. Copia de permiso vigente;
3. Diseño a implementarse; y,
4. Certificado de no adeudar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba.

CAPÍTULO VII

DE LAS PROHIBICIONES EN GENERAL

1. Prohibiciones.-

Se prohíbe de manera general:

1. La publicidad exterior que, por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, confusión, o desordenes públicos;
2. La que utilicen al ser humano de manera que degrade su dignidad o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución;
3. Los mensajes publicitarios que produzcan encandilamiento, fatiga, molestias visuales o que induzcan a confusión con señales de tránsito;
4. La publicidad engañosa, que incluida su presentación induzca a errores a su destinatario;
5. La publicidad de bebidas alcohólicas y tabacos de conformidad a lo dispuesto en la Ley y Reglamento de Defensa del Consumidor;
6. El uso de materiales disonantes tales como neón, fluorescentes, colores fuertes que distorsionen la arquitectura original de las edificaciones;
7. Publicidad exterior en los árboles o lugares que entorpezca el disfrute y apreciación del paisaje natural;
8. Publicidad exterior en los postes y torres destinadas a la provisión de servicios públicos, tales como agua, luz, teléfonos, etc.;
9. La publicidad exterior pintada, dibujada o escrita directamente en paredes, ventanas o puertas de edificios, muros o cercas;
10. Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos;
11. Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso;
12. La instalación de pancartas, guindolas o letreros fabricados en tela, plástico o cualquier otro elemento colocadas atravesando la vía pública;
13. Mensajes publicitarios o de razón social que sobresalgan de la línea de fábrica de forma perpendicular a los frentes de lotes o fachadas, de las edificaciones, exceptuando señales de tránsito y nomenclatura de la ciudad y las expresamente autorizadas en esta Ordenanza;
14. Publicidad sonora que se perciba desde el espacio público, debiéndose para el efecto someterse a la Ordenanza respectiva;
15. La publicidad exterior tipo bandera o en voladizos o salientes de la fachada, salvo los permitidos por el tipo G1;
16. En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma;
17. En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aún cuando sean removibles;
18. Pintar directamente anuncios publicitarios, comerciales o políticos sobre las fachadas, culatas, o estructuras exteriores de los edificios privados, marquesinas, muros, cerramientos de cualquier tipo, puertas y en áreas públicas;
19. En las zonas especiales de seguridad civil y militar, en el área de influencia de los terminales terrestres, así como instalaciones militares, sólo se podrán instalar rótulos tipo A y B;
20. Conservar publicidades que se hallen deterioradas o en mal estado;
21. Modificar sin previo aviso las características constructivas del rótulo originalmente aprobadas, aún en el caso de que dichos cambios cumplan con las normas de esta Ordenanza y demás cuerpos normativos sobre la materia; y,
22. No se admitirá la instalación de toldas publicitarias o de protección (en el caso de construcciones), que ocupen el espacio público y obstruyan el tránsito peatonal o vehicular.
23. 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:

1. Edificaciones públicas e inmuebles donde funcione un Organismo Electoral;
2. Los templos, clínicas, hospitales y asilos;
3. Los monumentos públicos y en los árboles de las avenidas o parques;
4. Los sitios públicos cuando impidan o dificulten el libre tránsito de personas y vehículos;
5. Los lugares públicos destinados a actividades infantiles;
6. Los centros educativos;
7. Los bienes públicos y los bienes objeto de servicios públicos;
8. 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;
9. No se permite la instalación de publicidad exterior tipo C, D, E, F, G, H en espacios públicos y/o privados localizados al interior del anillo formado por las avenidas Av. Circunvalación, Av. Monseñor Proaño, Av. 9 de Octubre y Av. Héroes de Tapi; y,
10. 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 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba podrá instalar publicidad de los tipos señalados en el literal anterior, previo informe de las Direcciones de Gestión afín a la publicidad.

CAPÍTULO  VIII

DE LA CONCESIÓN PARA USO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

1. 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 Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba y los interesados, para lo cual, Procuraduría Institucional procederá a elaborar y legalizar contratos de concesión, previo el trámite correspondiente en la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial.

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.

1. 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.

1. 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 – TIPO I.2

1. Reglas Técnicas.-

Tiene como finalidad, determinar en detalle los materiales a utilizar.

1. Los soportes serán pintados de color negro mate anticorrosivo;
2. Todos los tipos de rótulos publicitarios deben tener adheridos en la parte inferior del soporte, a una altura fácilmente visible para los controles que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Riobamba realice una placa de identificación en la que de acuerdo a los siguientes aspectos detallen los datos del permiso otorgado;
3. Medidas: 25 cm. por 15 cm.;
4. Color blanco de fondo y letras azules;
5. Material duradero;
6. Datos;
7. Nombre de la Empresa propietaria de la estructura;
8. Dirección y teléfonos de la empresa;
9. Código de ubicación;
10. Nombre del propietario del predio (en caso de ubicarse en propiedad privada);
11. 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;
12. Se puede utilizar algún mecanismo que permita girar el letrero (exceptuando los tipos C, D y E) o presentar la información de manera electrónica;
13. En caso de poseer sistema eléctrico y de iluminación, estos deberán contar con la correspondiente acometida y medidor de consumo eléctrico;
14. 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;
15. 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 m. del nivel de piso más próximo; y,
16. 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.
17. 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.

1. 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.

1. 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

1. 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:

* 1. En los buses de dos y tres puertas, la publicidad exterior se ubicará en el lado izquierdo y derecho; y,
  2. 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.
  3. En furgonetas, microbuses, buses escolares y remolques, se realizará mediante láminas de vinil o autoadhesivo translúcido u otro medio que permita la visualización desde el interior del vehículo hacia el exterior

1. Publicidad en taxis y vehículos particulares.-

En taxis y vehículos particulares:

* 1. Se realizará mediante láminas adhesivas colocadas sobre un soporte de acrílico, sujetado en la parte superior del vehículo con o sin iluminación;
  2. 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,
  3. 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.

1. Publicidad en vehículos de cargas.-

En vehículos de carga (servicio público y/o privado):

1. La colocación y mantenimiento de la publicidad no podrá interferir con los índices operativos del vehículo establecidos por el órgano competente del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón de Riobamba; y,
2. En el caso de los vehículos de carga privados, esta publicidad será exclusivamente vinculada a la actividad comercial que desarrolle dicho vehículo.
3. 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 Riobamba, serán normados, en coordinación con la Aviación Civil, atendiendo a las necesidades de la gestión.

CAPÍTULO XI

DE LAS GARANTÍAS Y CONTROL

1. Garantías.-

Las empresas o personas naturales que construyan e instalen rótulos publicitarios, están obligadas a contratar, mantener en vigencia y presentar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba 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.

1. Revocatoria.-

La Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial y/ o la Dirección de Gestión de Patrimonio, 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 Riobamba se requieran ejecutar obras públicas que afecten su ubicación.

1. Control.-

El control al cumplimiento de las disposiciones establecidas en el Título II, Libro V de este Código es de responsabilidad de la o el Líder del Subproceso de Control Territorial y Uso de Suelo de la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial y/o la Dirección de Gestión de Patrimonio, en el ámbito de sus atribuciones, 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, sin perjuicio de la facultad de control que de oficio también le corresponde al Comisario Municipal.

TÍTULO III

DEL MANTENIMIENTO Y LA CONSTRUCCIÓN DE CERRAMIENTOS EN LOS PREDIOS DEL CANTÓN RIOBAMBA.

SECCIÓN PRIMERA

Ámbito Y Fines

1. Ámbito.-

La presente Ordenanza rige para todo predio ubicado en el perímetro urbano de la ciudad de Riobamba y áreas consolidadas de cabeceras parroquiales rurales.

1. Fines.-

Los fines del presente título son:

1. Mejorar la imagen urbana y ornato de la ciudad Riobamba;
2. Aportar a la seguridad ciudadana, contribuyendo a la disminución de la delincuencia;
3. Evitar la contaminación ambiental por la presencia de botaderos de basura en los lotes sin cerramientos y sin mantenimiento;
4. Controlar el establecimiento de focos infecciosos y proliferación de plagas en predios abandonados;

SECCIÓN SEGUNDA

De La Construcción y Mantenimiento de Cerramientos y Predios

1. Obligatoriedad de la construcción y mantenimiento de cerramientos y de los predios.-

Toda persona natural o jurídica que conste como propietaria o poseedor en el catastro municipal del área urbana y áreas consolidadas de las cabeceras parroquiales rurales del cantón Riobamba, está obligada a construir los cerramientos y/o mantenerlos en buen estado sin importar que el predio se encuentre edificado o sin edificar.

De igual manera es obligación de los propietarios o poseedores de predios sin edificar que se encuentren dentro del perímetro urbano del cantón Riobamba y áreas consolidadas de cabeceras parroquiales rurales, mantener los lotes libres de maleza y escombros de todo predio.

1. Reglas Técnicas.-

* Todo cerramiento frontal se construirá de conformidad a línea de fábrica.
* Los cerramientos deberán ser construidos con materiales duraderos, como mallas metálicas ancladas a muros de soporte, ladrillo o bloque en cuyo caso deberán ser enlucidos en la parte que da a la vía, a una altura de 2,50 metros.
* No se admitirá cerramientos con materiales como la caña, madera, rodilla, alambres de púas u otros materiales para cerramientos que no garanticen estabilidad de los mismos y seguridad para los ciudadanos.

1. De la autorización para construir cerramientos.-

Para la construcción de cerramientos prediales los propietarios deben obtener la Licencia de Edificación de Obras Menores, que se tramitará mediante proceso simplificado en la Dirección de Gestión de Ordenamiento Territorial.

SECCIÓN TERCERA

Del Procedimiento para Inicio de Construcción y Mantenimiento

1. Notificación general.-

La Dirección de Gestión de la Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba informará a los propietarios de los predios sin cerramiento y sin mantenimiento a través de la página web institucional y en un diario de amplia circulación cantonal de la obligación de realizar el cerramiento y mantenerlo en buen estado. Para el efecto pondrá también en conocimiento de los propietarios por los mismos medios el formulario para obtener la Licencia de Edificación de Obras Menores con la que se autorizará la construcción del cerramiento.

1. Notificación Preventiva.-

La Jefatura de Avalúos y Catastros en el mes de enero de cada año, notificará en forma general a todos los propietarios de los predios a través de la página web institucional y en un periódico de amplia circulación del Cantón Riobamba la obligación de construir el cerramiento o la obligación de realizar el mantenimiento del predio, en un plazo no mayor a 180 días para la construcción del cerramiento y de 45 días para realizar el mantenimiento contabilizados desde la fecha de la respectiva notificación.

1. Notificación de inicio de proceso.-

En el caso de existir denuncia o si se verificara la existencia de un predio sin cerramiento o un predio sin mantenimiento, la Comisaría de Construcciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba procederá a notificar por escrito al propietario que será el que conste en el catastro municipal, en un plazo no mayor a cuarenta y ocho horas, con el fin de que inicie la construcción del cerramiento o en su caso el mantenimiento del mismo, en un plazo no mayor a 90 días.

Si la notificación no se la puede hacer en el domicilio del propietario, se deberá colocar en el predio un cartel visible desde el espacio público, con la leyenda “PREDIO NO EDIFICADO, SUJETO A CONTROL”, además constarán los siguientes datos: Fecha de notificación, nombre del propietario, fecha de vencimiento del plazo para la construcción del cerramiento o plazo para el mantenimiento.