

No. 01-2014

REFORMA A LA ORDENANZA QUE REGULA LA SEÑALETICA DE LOS BIENES INMUEBLES Y DEL MOBILIARIO URBANO DEL CANTÓN LOJA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Me permito poner a consideración del Cabildo Lojano la presente REFORMA A LA ORDENANZA QUE REGULA LA SEÑALETICA DE LOS BIENES INMUEBLES Y DEL MOBILIARIO URBANO DEL CANTON LOJA, la misma que la fundamento en base al informe presentado mediante oficio No. 011 PDOT-L 2013, del 21 de marzo del 2013, suscrito por el señor Ec. Víctor Hugo Pucha S. Mg. Sc. El mismo que fue analizado por la Comisión Especial que se conformó para analizar este tema cuyo texto íntegro me permito reproducir a continuación:

"...La ordenanza antes señalada, en el artículo 32 literal b) señala que "Para la colocación de carteleras o vallas publicitarias estáticas, la tasa correspondiente será de cien dólares americanos (\$100.00 USD), por cada metro cuadrado...", considerando la parte pertinente.

La tasa de la ordenanza anterior (abril 2006), Art. 2.51 literal a) dice: "Se toma como base el valor de 400 dólares (CUATROCIENTOS DÓLARES AMERICANOS), por la utilización de la vía pública, para un área de 9 m² o menos de valla publicitaria y por cada metro cuadrado más se pagará un monto estipulado en \$ 50 dólares (CINCUENTA DÓLARES AMERICANOS).

Si tomamos como ejemplo una valla publicitaria de 18 m², con la tasa anterior tendría un valor de: $400 + 450 = 850 + 102 \text{ (IVA)} = 952$. Este valor: $952/18 = \mathbf{52.88 \text{ dólares c/m}^2}$.

Con la tasa actual: $100 * 18 = 1.800 + 216 \text{ (IVA)} = 2.016$. Este valor: $2016/18 = \mathbf{112 \text{ dólares por c/m}^2}$.

Del resultado anterior se desprende, que en seis años, el valor se ha **incrementado en un 111.8%**.

De lo expuesto anteriormente, se puede agregar que sobre esta temática no existen muchos elementos técnicos que puedan servir como referentes de análisis, por el contrario ha sido poca y limitadamente cuantificada y analizada, por el hecho de ser un medio relativamente pequeño -en término de inversiones- en comparación con la televisión, revistas o periódicos. Vale resaltar que toda investigación de audiencia es difícil. Pero la medición de exterior presenta unas características que la hacen especialmente compleja. Los métodos de entrevistas preguntando por el recuerdo de la publicidad en este medio arrojan unos resultados muy inferiores a la realidad. Preguntar a los entrevistados por el número de vallas que ha visto durante la semana produce los

mismos resultados imprecisos que se obtendrán si la pregunta hiciera referencia al número de taxis visto el de farmacias encontradas a su paso.

Por lo antes señalado, los únicos indicadores que se pueden considerar para el análisis son los siguientes:

Población total involucrada,
Tasas vigentes en otros cantones del país,
Inversiones en bienes culturales realizadas en áreas específicas por la entidad que regula las tasas
Nivel socioeconómico local, y,
Tasas de inflación

La publicidad en el país ha sido siempre una alternativa importante y vital para el crecimiento de las empresas y por ello se invierten miles de dólares anualmente en los distintos medios. Y en vallas publicitarias no es menos, pues representa un excelente medio de gran impacto para la promoción de productos y servicios.

Respecto a las vallas publicitarias, la característica principal es que, durante años, han sido medios de comunicación alternativa en crecimiento principalmente en las últimas décadas.

Al relacionar los dos últimos párrafos con la población total involucrada, estaría claro que los cantones y ciudades con mayor población, contarían con tasas más altas en relación con los cantones y ciudades de menor población, considerando la cantidad de personas que pueden observar la publicidad; situación que no se da, tal como se expondrá a continuación.

Al analizar las tasas vigentes en otros cantones con alta población, a fin de contrastar la relación población y observación de la publicidad, tenemos en primer lugar a Guayaquil, según el Censo de Población 2010, tiene 2.350.915 habitantes; Quito con 2.239.191 habitantes; Cuenca con 505.585 habitantes; y, Loja con 180.617 habitantes. En este mismo orden si señalamos las tasas de cobro vigentes tenemos: Para Guayaquil, una tasa de 57.40 dólares por metro cuadrado en la vía pública; para Quito 43,80 dólares por metro cuadrado; para Cuenca 56.64 dólares por metro cuadrado por uso de vía pública; y, para Loja, 112 dólares por metro cuadrado.

Como podemos darnos cuenta, al relacionar con la tasa que cobran en la ciudad de Cuenca (\$56.64) que es la más alta dentro de la ciudades con mayor población que Loja, la tasa vigente por este concepto en la ciudad de Loja es mayor en un 97,7%.

El otro indicador, las inversiones en bienes culturales que realiza cada ciudad, también guardan relación con el tamaño de la población, en ese sentido, las principales ciudades del país cuentan con mayor patrimonio cultural, y si se tomaría como referente esta lógica, deberían cobrar tasas mayores por este concepto; como se mencionó anteriormente, y no se da esta relación.

Desde el punto de vista del nivel socioeconómico local, las grandes ciudades cuentan con mayores recursos financieros disponibles ya sea desde el Gobierno como desde el sector privado. Esto hace que los niveles de empleo y por ende de vida, sean superiores a los de las ciudades periféricas, tal es así, que estos centros se convierten en grandes atractivos para que la población económicamente productiva emigre, con tasas de migración en el país altas.

Por otro lado, al analizar desde la perspectiva de la oferta y demanda, las inversiones privadas en el tema en análisis, también guardan relación con el tamaño de población, en las grandes ciudades, existen una gran cantidad de empresas medianas y grandes. En esa relación existen inversionistas dedicados a fomentar empresas de "vallas publicitarias" muy fuertes, que pueden captar mercado incluso a nivel nacional; fenómeno que no se da con los empresarios ubicados en las ciudades pequeñas. Esto lógicamente genera un tipo de competencia desleal, con ventajas a las grandes empresas.

Finalmente, si consideramos la tasa de inflación, debemos partir señalando que en el país circula el dólar, y dentro del contexto internacional constituye una "moneda dura", por cuanto su índice de inflación es moderada. Tal, es así, que durante el año 2011 el índice de inflación promedio en el país fue del 2.08%; en el año 2012 fue del 2.45%; y, hoy está con el 2.62%.

Como conclusión, por lo antes expuesto, considero que es alto el incremento de cobro de la tasa de "vallas publicitarias", al relacionar el año 2006 con el año 2012, existe un incremento del 112%; y, si relacionamos con otros cantones también supera el 100%. Además, el nivel de inversión es marginal; y, las tasas promedio de inflación en el país en los últimos años son del 2.62%. En ese sentido, si consideramos el valor consignado por metro cuadrado al año 2006, fue del \$ 52.88, su incremento debe oscilar entre un 15 a 20 por ciento como máximo...".

Ing. Jorge Bailón Abad
ALCALDE DEL CANTON LOJA

EL I. CONCEJO MUNICIPAL DE LOJA

CONSIDERANDO:

Que, con fecha 14 de junio de 2012, se sanciona la Ordenanza que regula la señalética de los Bienes Inmuebles y del Mobiliario Urbano del cantón Loja.

Que, según se desprende del informe presentado sobre el análisis a la Ordenanza que regula la señalética de los bienes inmuebles y del mobiliario urbano del cantón Loja, especialmente, en lo que se refiere a la tasa anual por concepto de colocación de señalética en el cantón Loja, esta no se encuentra acorde con la realidad local toda vez que se ha incrementado en un 112% si se relaciona al valor que se venía cobrando desde el año 2006 con el valor que se encuentra vigente a la presente fecha.

Que, en este orden de cosas, y tomando en cuenta los parámetros económicos que muy bien se describen en el informe presentado, el incremento a la tasa anual por concepto de colocación de señalética en el mobiliario urbano en el cantón Loja debería oscilar entre un 15% o 20% como máximo.

Que, el literal e) del Art. 60 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, confiere potestad privativa al Alcalde o Alcaldesa para presentar proyectos de ordenanzas tributarias que creen, modifiquen, exoneren o supriman tributos en el ámbito de las competencias correspondientes a su nivel de gobierno.

Por lo que en uso de las facultades que la Constitución y la ley le confieren,

EXPIDE:

La presente **REFORMA A LA ORDENANZA QUE REGULA LA SEÑALÉTICA DE LOS BIENES INMUEBLES Y DEL MOBILIARIO URBANO DEL CANTÓN LOJA**

Artículo 1.- Sustitúyase el texto del artículo 32 por el siguiente:

Art. 32.- Las tasas.- Las tasas anuales por concepto de colocación de señalética en el mobiliario urbano, serán las siguientes:

- a. Para la colocación de paletas la tasa será de doscientos cuarenta dólares americanos (USD 240,00), por cada una. La distancia entre paleta y paleta no será menor a un radio de cien metros.
- b. Para la colocación de carteleras o vallas publicitarias estáticas, la tasa correspondiente será de sesenta dólares americanos (USD 60.00) por cada metro cuadrado o fracción de metro cuadrado; y, para la colocación de carteleras, pantallas o vallas publicitarias

dinámicas, la tasa correspondiente será de ciento veinte dólares americanos (USD 120,00) por cada metro cuadrado o fracción de metro cuadrado. Dentro de la zona urbana no se podrán ubicar vallas mayores a dieciocho metros cuadrados; y, en las vías intercantonales e interparroquiales fuera del área urbana no se autorizarán vallas mayores a sesenta metros cuadrados. La distancia mínima entre carteleras o vallas publicitarias será de quinientos metros en un mismo sentido y de doscientos cincuenta metros con las de sentido contrario.

- c. Para los otros casos de inmobiliario urbano, la tasa será de treinta dólares americanos (USD 30,00), por un área de hasta tres metros cuadrados, con un adicional de seis dólares americanos (USD 6,00) por cada metro cuadrado; se exceptúan de este pago al mobiliario urbano establecido en el literal e) del Artículo 28. La distancia entre cada publicidad en las paradas de buses, áreas verdes y parques no será menor de treinta metros.

Es dado en el salón de sesiones del Concejo Municipal de Loja, a los nueve días del mes de enero del año dos mil catorce.

Ing. Jorge Bailón Abad
ALCALDE DE LOJA

Dr. Fabricio Loján González
SECRETARIO GENERAL

RAZÓN: Dr. Fabricio Loján González, Secretario General del Concejo Municipal de Loja, CERTIFICA: que la **REFORMA A LA ORDENANZA QUE REGULA LA SEÑALETICA DE LOS BIENES INMUEBLES Y DEL MOBILIARIO URBANO DEL CANTON LOJA;** fue discutida y aprobada en las sesiones ordinarias del Concejo Municipal celebradas el catorce de noviembre del año dos mil trece y nueve días del mes de enero del dos mil catorce, en primer y segundo debates, respectivamente; siendo aprobado su texto en la última fecha; el mismo que es enviado al señor alcalde, Ing. Jorge Bailón Abad; en tres ejemplares para la sanción u observación correspondiente de conformidad al Artículo 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Loja, a los trece días del mes de enero del año dos mil catorce.

Fabricio Loján González
SECRETARIO GENERAL

ING. JORGE BAILON ABAD, ALCALDE DE LOJA.-

Al tenor del artículo 322 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, por haberse cumplido el procedimiento establecido en el mencionado Código Orgánico, SANCIONO expresamente su texto y dispongo su promulgación para

conocimiento del vecindario lojano.- Loja, a los trece días del mes de enero del año dos mil catorce.

Ing. Jorge Bailón Abad
ALCALDE DE LOJA

Proveyó y firmó la ordenanza que antecede el Ing. Jorge Bailón Abad, Alcalde de Loja; ordenándose la ejecución y publicación en el Registro Oficial de la **REFORMA A LA ORDENANZA QUE REGULA LA SEÑALÉTICA DE LOS BIENES INMUEBLES Y DEL MOBILIARIO URBANO DEL CANTÓN LOJA**, a los trece días del mes de enero del año dos mil catorce. LO CERTIFICO.

Dr. Fabricio Loján González
SECRETARIO GENERAL