



administración local

AYUNTAMIENTOS

ALCÁZAR DE SAN JUAN

Acuerdo del Pleno de fecha 30 de julio de 2024 del Ayuntamiento de Alcázar de San Juan por el que se aprueba definitivamente la Ordenanza municipal que regula la publicidad exterior.

Al no haberse presentado reclamaciones durante el plazo de exposición al público, queda automáticamente elevado a definitivo el Acuerdo plenario inicial aprobatorio de la Ordenanza municipal reguladora de Publicidad Exterior, cuyo texto íntegro se hace público, para su general conocimiento y en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

“ORDENANZA REGULADORA DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

Última actualización publicada en el BOP de Ciudad Real el 03/09/2001.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

La propia evolución de la ciudad, de la concepción social de la actividad publicitaria y de las costumbres de los ciudadanos exige a la administración municipal una actitud receptiva con las tendencias actuales y la adopción de medidas protectoras para unas zonas y vanguardistas e innovadoras en otras. En este sentido, el diseño de las diversas escenas urbanas puede dar lugar a la creación de zonas concretas en las que se permita una cierta concentración de elementos de información y publicidad luminosa, al considerar que la configuración de ámbitos como focos y escenas encendidas puede tener un efecto positivo para la imagen de la ciudad. Asimismo, la caracterización propia de determinadas áreas de la ciudad obliga a un planteamiento en consonancia con su entorno. Además, la protección del patrimonio histórico-artístico se ve reforzada por la exigencia de informe favorable de los órganos colegiados competentes en la materia, de forma que el régimen general de sus informes, preventivos y no vinculantes, adquiere, en los supuestos que se señalan, la condición de vincular la decisión del órgano competente para otorgar las licencias y autorizaciones. En definitiva, la nueva Ordenanza reguladora de la publicidad exterior, además de establecer el régimen aplicable a la actividad publicitaria privada visible desde la vía pública, se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica.

El contenido de la publicidad, como toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones, no es objeto de regulación por la Ordenanza al exceder de su ámbito competencial, limitándose a establecer los supuestos en los que, de acuerdo con la ley General de Publicidad, se prohíbe la emisión de mensajes y la utilización de medios publicitarios que atenten contra la dignidad de las personas y los valores constitucionales o que promuevan el consumo de determinadas sustancias adictivas. La Ordenanza se dirige a la regulación de la actividad privada de publicidad exterior, abarcando la que se lleva a cabo con medios publicitarios tradicionales y la que utiliza los nuevos medios publicitarios tecnológicamente más avanzados. Ante la proliferación de nuevas actuaciones publicitarias de carácter efímero, sin utilización de soportes fijos, se introduce, por primera vez, la posibilidad de autorizarlas de forma individual de acuerdo con el impacto y repercusión que

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wJ/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS QUADRERO GAMPORAL.02/Jul/2024 19:00:17
El documento consta de 85 páginas. Página 9 de 85



puedan originar en el entorno. Respecto al régimen jurídico de las autorizaciones y licencias se establece una distinción entre las actividades publicitarias que se realizan mediante la utilización de soportes con estructuras fijas que, en su mayoría, requieren para su instalación la redacción de un proyecto técnico y quedan sometidas a la obtención de licencia urbanística, de las sometidas a la obtención de una autorización administrativa. En virtud de esta distinción se establecen también los diferentes regímenes de infracciones y sanciones. La instalación de soportes publicitarios sometidos a la obtención de licencia urbanística se rige por las disposiciones de esta Ordenanza y por las de la Ordenanza de Tramitación de Licencias Urbanísticas. La licencia urbanística por la que se permite la realización de las obras para la instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior adopta la denominación de licencia publicitaria.

Cuando la instalación de los soportes se realice en dominio público se estará sujeto a concesión administrativa o licencia según el uso que se trate. Las actuaciones publicitarias, como las de carácter efímero, quedan sujetas a la concesión previa de autorización administrativa, tanto en el supuesto de realizarse en vías y espacios de titularidad y uso público como en otros lugares que, sin tener este carácter público, son visibles desde aquellos.

La naturaleza de las actuaciones en dominio público es discrecional al tratarse de actuaciones publicitarias visibles desde la vía pública que se ejecutan tanto en dominio público como en espacios privados de uso público o de uso privado con la finalidad de estimular la atención, de forma indiscriminada, de las personas que se encuentren o transitén por la vía pública. En consecuencia, el solicitante de la autorización carece del derecho preexistente a su obtención, siendo la regulación de los requisitos previos a cumplir y la valoración individualizada de su impacto el marco que define la concesión de la autorización.

Por otra parte, no se admite la posibilidad de utilizar vehículos o remolques como soportes publicitarios de carácter móvil, tengan como finalidad, o no, la transmisión de mensajes publicitarios, evitando con ello la proliferación de vehículos publicitarios, en todas sus modalidades, con un alto índice de contaminación visual en el entorno urbano. La especialidad de los elementos de señalización e identificación de establecimientos y actividades es objeto de regulación específica. Dentro de ella se establece, de forma independiente, las condiciones de las muestras, banderines y elementos análogos de los requisitos que deben cumplir los rótulos de identificación en coronación y en fachadas. La Ordenanza incluye de forma pormenorizada las características de la identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización, como los de carácter sanitario y turístico. Todas estas clases de carteles anunciadores, en los que se transmite la localización de los establecimientos y actividades, aunque no pueden considerarse como publicidad comercial propiamente dicha, contribuyen de forma determinante a la configuración de la mancha publicitaria de la ciudad, por lo que su regulación en esta Ordenanza queda plenamente justificada.

El nuevo texto se estructura en nueve títulos, que comprenden sesenta y cinco artículos, una disposición adicional, una disposición derogatoria y una final.

Los Títulos I y II contienen normas de carácter general en las que se determina el objeto de la Ordenanza, los medios de expresión publicitaria no permitidos, la calificación tipológica en la que se divide el suelo, las condiciones y características que deben cumplir toda clase de soportes y la protección del entorno y del patrimonio histórico de la ciudad.

Los Títulos III a VI se dedican a la regulación de los diferentes tipos de soportes publicitarios, sus características y emplazamientos. El Título VII contempla la regulación de los elementos de señaliza-



ción e identificación de establecimientos y actividades, estableciendo un régimen propio y diferenciado de la publicidad exterior. La tramitación de las autorizaciones y licencias se regula en Título VIII, en tanto que el régimen disciplinario y sancionador se regula en el Título IX.

TÍTULO I. DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL.

Artículo 1. Objeto y definiciones.

1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Alcázar de San Juan, teniendo en consideración los objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica y visual, el fomento de la utilización de fuentes de energía renovable y la reducción de la intrusión luminosa en el entorno doméstico.

2.- A efectos de esta Ordenanza se entiende por:

a) Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

b) Publicidad exterior: la que es visible desde las vías y espacios públicos 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.

c) Vía pública: todo espacio de titularidad pública por el que transitan o en el que permanecen los ciudadanos.

d) Acciones publicitarias efímeras: las que para su ejecución no requieren la utilización de soportes fijos, pudiendo consistir en actuaciones con actores y/o público, ejecutándose en la vía pública o en espacios de titularidad privada visibles desde la vía pública, con una duración inferior a seis horas diarias como máximo, durante 5 días consecutivos o alternos.

e) Licencia publicitaria: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior.

f) Autorización especial: autorización demanial que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria en dominio público municipal. Cuando se requiera la utilización de soportes con estructuras fijas deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

g) Autorización de actuación de publicidad exterior: Autorización administrativa especial que habilita a su titular para la realización de una actuación de publicidad exterior en suelo de titularidad privada cuando requiera la utilización de soportes o estructuras no fijas que por su características técnicas y de seguridad precisen de la redacción de un proyecto técnico o cuando concurran razones de interés general.

3.- No están sujetos a esta Ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuando se efectúen en vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares.

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wj/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADALVÍN CAMPORREAL, San Juan/2024/18/09/2024/18/09/2024
El documento consta de 85 páginas/s. Página 11 de 85



El reparto de prensa gratuita se regula por su normativa específica. Las actividades realizadas durante las campañas electorales se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.

La señalización de edificios y dotaciones, en la vía pública, realizada por empresas concesionarias en cumplimiento de sus obligaciones, no es objeto de regulación por esta Ordenanza.

Artículo 2. Medios de expresión publicitaria no autorizados.

1.- Se prohíbe expresamente.

a) La fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas, proyecciones y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones y dibujos con motivos publicitarios (salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras) sobre paramentos de edificios e instalaciones públicos, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, alumbrado, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público.

b) La colocación de carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos, nombres comerciales o de establecimientos, productos, promociones, etc. en vía pública (salvo lo dispuesto en el artículo 10 del Título III) y la utilización de las señales de circulación, de los báculos y columnas de alumbrado público y de los rótulos viarios con esta finalidad.

c) Reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario.

2.- Se prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, excepto la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros. En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios.

La instalación de publicidad en vehículos auto-taxis se regulará por su normativa municipal específica.

3.- La utilización de medios publicitarios sonoros está expresamente prohibida dentro del ámbito general de esta Ordenanza.

4.- En suelo rústico se prohíbe la colocación y el mantenimiento de anuncios, carteles, vallas publicitarias o instalaciones de características similares, salvo los oficiales y los que reúnan las características fijadas por la Administración en cada caso competente que se sitúen en carreteras o edificios o construcciones y no sobresalgan, en este último supuesto, del plano de la fachada. Artículo 16, f, del Reglamento de Suelo Rústico de Castilla-La Mancha.

5.- Se podrá disponer la retirada inmediata de forma cautelar de la publicidad que vulnere los principios establecidos en el artículo 3 de la ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con independencia de los procedimientos sancionadores y restantes actuaciones que tramiten los órganos competentes en materia de publicidad.

Artículo 3. Otros medios de expresión publicitaria.

1.- Con carácter experimental se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta Ordenanza para su realización de forma temporal, incluso en el dominio público municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

En todas las actuaciones experimentales deberán reservarse espacios para la promoción de la ciudad de Alcázar de San Juan o de acontecimientos en los que participe directamente. La determinación de los espacios, contenidos y formatos promocionales se coordinará por el órgano competente para otorgar la autorización de la actuación experimental y requerirá su conformidad en la que figurarán las características de la acción de promoción.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



2.- Para autorizar las acciones publicitarias efímeras, definidas en el artículo 1.2, d), se tendrá en consideración su impacto y repercusión en el paisaje urbano.

Artículo 4. Ámbitos territoriales de actuación.

1.- Se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal, adoptando la terminología del Plan General de Ordenación Urbana.

Zona 1: Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable. Rústico.

Zona 2: Comprende el suelo clasificado como urbano consolidado, de uso industrial.

Zona 3. Comprende en resto de suelo urbano consolidado.

Zona 4. Comprende el suelo clasificado como urbanizable y suelo urbano no consolidado.

TÍTULO II. SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS.

Artículo 5. Clases y características de los soportes publicitarios.

1.- Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí.

a) En relación a los materiales utilizados se distingue entre:

Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.

Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de textura flexible o blanda.

b) En relación a la luz se distingue entre:

Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.

Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.

Soportes luminosos o retroiluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior.

c) En relación a su instalación se distingue entre:

Soportes fijos: además de los soportes regulados en esta Ordenanza, se entiende por fijos los soportes que para su montaje o utilización precisen de la realización de obras en el terreno o paramento sobre el que se instalen.

Soportes móviles: los que para su montaje o utilización precisen instalaciones o estructuras eventuales, desmontables o portátiles.

2.- Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sus-tentación, así como su conjunto, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad precisas para el desarrollo de su función.

3.- Los soportes rígidos que se destinen a recibir papel pegado, cartones, vinilos o similares, de-berán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La pro-fundidad total de estos soportes cuando sean opacos o iluminados, incluido dicho marco, no sobrepasa-rá los treinta centímetros (30 cm.). La profundidad total de los soportes rígidos luminosos o retroilumi-nados así como los que utilizan tecnología de iluminación digital o similar, no sobrepasará los cuarenta y cinco centímetros (45 cm.). Las lonas flexibles de publicidad podrán ir ancladas directamente a la pared y deberá garantizarse que tanto el soporte como los anclajes aguantarán la fuerza del viento y la tensión.

4.- En ningún caso se podrán incorporar elementos sonoros ni corpóreos a los soportes.

Artículo 6. Emplazamientos y superficie publicitaria.

1.- Emplazamiento publicitario es cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta Ordenanza. Cada emplazamiento es único y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación pu-blicitaria.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



2.- La superficie publicitaria permitida en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, condiciones de la iluminación, ubicación y tipología zonal. Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, la superficie publicitaria o de identificación del establecimiento estará contenida en un soporte externo o irá anclada a la fachada en el caso de lonas tensadas.

Artículo 7. Condiciones de iluminación.

1.- Se fijan las siguientes condiciones de la iluminación para los soportes con iluminación.

a) La instalación eléctrica cumplirá las determinaciones establecidas por el Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión, aprobado por Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto. Las condiciones técnicas de diseño, ejecución y mantenimiento, cumplirán con los requisitos establecidos en el Reglamento de Eficiencia Energética en instalaciones de alumbrado exterior, aprobado por D.D. 1890/2008, de 14 de noviembre.

b) No se permitirá la iluminación de soportes publicitarios utilizando energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna. Se utilizará, preferentemente, dispositivos de ahorro energético y fuentes de energía renovables.

c) Se utilizarán preferentemente luminarias no contaminantes y lámparas eficientes de bajo consumo.

d) Los soportes con iluminación contarán con un sistema de brillo e intensidad de luz con regulación automática en función de la iluminación exterior.

2.- La eficiencia energética, niveles de iluminación, resplandor lumínoso nocturno, luz intrusa o molesta se estará a lo indicado en el Reglamento de Eficiencia Energética en instalaciones de alumbrado exterior y sus instrucciones técnicas complementarias, según el R.D. 1890/2008, de 14 de noviembre.

En todo caso se deberán cumplir los valores máximos de luminancia de rótulos y anuncios luminosos, establecidos para cada zona E1, E2, E3 y E4 de la tabla 3 de la Instrucción Técnica Complementaria ITC-EA-03 del R.D. 1890/2008, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Eficiencia Energética en instalaciones de alumbrado exterior.

3.- En el supuesto de que los mensajes publicitarios transmitidos mediante imágenes puedan afectar al tráfico rodado será preceptivo el informe favorable del servicio municipal competente en materia de movilidad.

4.- La Junta de Gobierno de la Ciudad de Alcázar de San Juan u órgano en quien delegue podrá establecer los ámbitos concretos de la ciudad, con independencia de la zona en la que se encuentren, en los que se puedan exceptuar los valores máximos de luminancia y los horarios de funcionamiento con la finalidad de crear focos y escenas encendidas en los que se pueda intensificar la instalación de soportes publicitarios luminosos y la concentración de elementos de información.

Artículo 8. Protección del entorno.

1.- Cualquier actuación publicitaria deberá realizarse de forma que su impacto visual y ambiental sea mínimo. Por ello, no podrá producir daños en el entorno, ni será autorizable su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamiento de tierras o escombros, modificación de elementos arquitectónicos, etc.

2.- No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural ni las que por su ubicación o diseño puedan perjudicar o comprometer la adecuada visibilidad de los viandantes, del tráfico rodado y de su señalización. No se considerará perjudicial, por su carácter temporal y vinculación a la duración de obras autorizadas, la



instalación de soportes flexibles sobre estructuras de andamios cuando se ajusten a las condiciones del artículo 25 de esta Ordenanza y cuenten con la preceptiva licencia publicitaria.

3.- Cuando por los servicios técnicos municipales se considere necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria en el ambiente urbano, se podrá exigir, previa justificación, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos.

4.- La gestión de los residuos generados deberá realizarse de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal y autonómica reguladora de la generación, tratamiento y eliminación de residuos. En cada uno de los proyectos técnicos de solicitud de las licencias publicitarias y de identificación se establecerán las medidas de reciclado y reutilización de los materiales que se vayan a llevar a cabo.

Artículo 9. Protección del Patrimonio.

Se prohíbe, con carácter general, la instalación de publicidad en los Bienes declarados de Interés Cultural y en sus entornos de protección, al igual que en los edificios, parques y jardines, establecimientos comerciales y elementos urbanos incluidos en los Catálogos de Protección. En todo caso se estará a lo dispuesto en la Ley de Patrimonio Cultural de Castilla-La Mancha, en el Plan General de Ordenación Urbana de Alcázar de San Juan y en el Catálogo de Edificación Protegida.

TÍTULO III. PUBLICIDAD EN DOMINIO PÚBLICO.

Artículo 10. Publicidad en dominio público.

1.- La publicidad que se instale en los vehículos municipales destinados al transporte público de viajeros; los soportes instalados en parcelas y edificios municipales de uso dotacional y los soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo los flexibles sobre estructuras de andamios con motivo de realización de obras, será objeto de concesión administrativa y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

2.- La instalación de elementos de identificación en coronación de los edificios está permitida en los edificios de uso dotacional y se regirá por lo dispuesto en el Capítulo I del Título VII de la Ordenanza.

3.- De conformidad con el Reglamento de Bienes de las Corporaciones Locales, la publicidad en la vía pública se considerará, según los casos, uso común especial o uso privativo.

El uso común especial normal de los bienes de dominio público se sujetará a licencia, ajustada a la naturaleza del dominio.

El uso privativo o el uso anormal de los bienes de dominio público estará sujeto a concesión administrativa.

En ningún caso se otorgará autorización o concesión administrativa por tiempo indefinido.

La autorización o concesión municipal contendrá claramente su ubicación, características técnicas y demás condiciones que preceptivamente deban cumplir.

El otorgamiento de concesiones sobre bienes de dominio público se efectuará en régimen de concurrencia. Podrá acordarse el otorgamiento directo en los supuestos previstos en el artículo 137.4 de la Ley 33/2003 de Patrimonio de las Administraciones públicas, cuando se den circunstancias excepcionales, debidamente justificadas, o en otros supuestos establecidos en las leyes.

La licencia o autorización del uso especial de los bienes de dominio público podrá ser revocada por razones de interés público y en general sin derecho a indemnización cuando resulte incompatible con condiciones generales aprobadas con posterioridad, produzcan daños en el dominio público, impidan su utilización para actividades de mayor interés público o menoscaben el uso general todo ello de conformidad con lo establecido en el artículo, declarado básico por el apartado quinto de su disposi-

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wJ/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADALVÍN, CAMPORREAL, Alcalde de Alcázar de San Juan. Firma digitalizada. Fecha: 02/10/2024 18:00:17. C.S.v.: 15252635436772735117
El documento consta de 85 páginas. Página 15 de 85



ción final segunda, 92.4 de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

Las concesiones de uso privativo o aprovechamiento especial del dominio público podrán otorgarse con contraprestación o condición o estar sujetas a tasa por utilización privativa o aprovechamiento especial de bienes de dominio público.

Artículo 11. Autorizaciones especiales.

1.- Las actuaciones puntuales que, justificadamente, puedan tramitarse como patrocinio de actividades y acontecimientos desarrollados por el Ayuntamiento de Alcázar de San Juan, sus organismos autónomos, entes y empresas municipales podrán ser objeto de autorización o concesión demanial en la que se establecerá las condiciones de la explotación publicitaria en dominio público municipal con carácter temporal.

2.- Se podrá autorizar la utilización de los báculos y columnas de alumbrado público, como soporte divulgativo o informativo, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia así como para actuaciones de patrocinio. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral.

3.- Con ocasión de acontecimientos relevantes de carácter cultural, deportivo, social y otros de singular importancia se podrán realizar proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios de titularidad pública. El plazo máximo de las proyecciones será de cinco días consecutivos pudiendo superar, excepcionalmente, los límites de luminancia establecidos en el artículo 7. Las proyecciones deberán contar con autorización municipal previa.

4.- Las actuaciones experimentales y efímeras, establecidas en el artículo 3, cuando se ejecuten en dominio público municipal requieren para su realización la previa obtención de autorización o concesión demanial en la que se establecerá las condiciones de la explotación publicitaria y de la acción de promoción en el supuesto de las experimentales.

Artículo 12. Actuaciones no permitidas.

Excepto en los supuestos regulados en los dos artículos anteriores, se prohíbe la utilización del dominio público con fines publicitarios y la explotación publicitaria en las parcelas y edificios de uso dotacional.

TÍTULO IV. PUBLICIDAD EN EDIFICIOS.

Artículo 13. Tipos de instalaciones en edificios.

1.- A efectos de esta Ordenanza, se distinguen dos clases de soportes, los publicitarios y los de identificación o señalización de actividades y establecimientos.

2.- Los edificios podrán ser utilizados como emplazamientos para la instalación de los siguientes soportes publicitarios:

- a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios.
- b) Publicidad en paredes medianeras.
- c) Superficies publicitarias sobre fachadas.

3.- Los elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos instalados en edificios se regulan en el Título VII de esta Ordenanza.

CAPÍTULO I. RÓTULOS DE PUBLICIDAD EN CORONACIÓN DE EDIFICIOS.

Artículo 14. Ámbitos de aplicación.

1.- Se admite la colocación de rótulos de publicidad en coronación de edificios residenciales en

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wJ/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADARRAMA CAMPORREAL. Firma: 180210/2024/120017
El documento consta de 85 páginas/s. Página 16 de 85



los siguientes ámbitos:

En todas las zonas 2 y 3.

Artículo 15. Características.

1.- Sólo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada fachada de los edificios, que se podrá emitir con efectos visuales siempre que no produzca destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea.

2.- Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas con elementos sueltos -letras y logotipos- de forma que, tanto de día como de noche, se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen, así como la del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminadas, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

3.- Sólo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiendo ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, cajetas de ascensores, tendederos o antenas.

4.- Las condiciones de iluminación se regirán por lo establecido en el artículo 7, sin que se admita la luz emitida por proyección.

5.- Los soportes publicitarios no alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

Artículo 16. Condiciones de la instalación.

1.- La ubicación y dimensiones de los rótulos publicitarios se ajustarán a las siguientes condiciones:

a) Deberán retranquearse como mínimo medio metro desde el plano de fachada.

b) En los edificios entre medianeras, deberán retranquearse tres metros de las mismas.

c) Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la del edificio con un máximo de dos metros (2,00 m.), medidos desde la línea de remate del peto de protección o barandal si éstos fueran opacos.

d) La superficie publicitaria total será como máximo de cuarenta metros cuadrados (40 m²).

e) Los soportes luminosos requerirán para su instalación la conformidad de los propietarios, inquilinos, arrendatarios o en general de los usuarios de los locales con huecos situados a menos de 10 m del anuncio o 20 m si lo tuviera enfrente.

f) Se considerará como superficie publicitaria el rectángulo virtual que comprenda la totalidad de los elementos del mensaje. La superficie opaca del rótulo no podrá sobrepasar el veinte por cien (20%) del total de la superficie publicitaria, y las instalaciones carecerán de fondos visibles durante el día.

2.- El órgano municipal competente podrá imponer nuevas medidas correctoras para garantizar la inocuidad y seguridad de la instalación.

CAPÍTULO II. PUBLICIDAD EN MEDIANERAS.

Artículo 17. Medianeras.

1.- A efectos de esta Ordenanza se entiende por medianera o muro colindante con otra edificación, las superficies verticales ciegas de los edificios que se sitúan sobre los linderos de la parcela que



no reúnen la condición de alineación oficial. Por tanto, quedan incluidas tanto las que quedan al descubierto de forma temporal y circunstancial con un carácter provisional, como las que, por aplicación de las condiciones del planeamiento, quedan al descubierto con duración indefinida al no colindar la edificación existente con la pared medianera o al exceder su superficie de la edificación colindante.

2.- Las fachadas ciegas de edificios de uso residencial existentes en el momento de la entrada en vigor de la Ordenanza y que, por aplicación de las condiciones del planeamiento, se sitúan en la alineación oficial o colindan con terrenos no susceptibles de ser edificados, se asimilarán a las condiciones reguladas para las medianeras en el presente Capítulo a los solos efectos de su adecuación y explotación publicitaria.

Artículo 18. Ámbitos de aplicación.

1.- Se admite la colocación de soportes publicitarios en las medianeras situadas en los siguientes ámbitos:

En todas las zonas 2 y 3.

Artículo 19. Características.

1.- Para conceder la licencia publicitaria se requerirá un estudio de adecuación constructiva y compositiva para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse una actuación de larga duración e integrada en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas, constructivas y medioambientales del conjunto. Las obras de adecuación se autorizarán en la licencia publicitaria pudiéndose establecer condiciones adicionales respecto a los materiales, colores y motivos cuando las características del entorno lo requieran.

2.- Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea interior o proyectada, con una sola línea de proyectores o focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de metro y medio (1,5 m.), siempre que disten más de 15 metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

3.- La superficie publicitaria máxima a instalar no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la totalidad de la pared medianera, no pudiendo superar los treinta metros cuadrados (30 m²).

CAPÍTULO III. PUBLICIDAD SOBRE FACHADAS.

Artículo 20. Clases de soportes.

Se podrán instalar los siguientes tipos de soportes publicitarios:

- a) Soportes rígidos anclados al paramento.
- b) Soportes flexibles que cubran temporalmente el paramento.

Asimismo, en las fachadas de los edificios se podrán instalar anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.

Artículo 21. Ámbito de aplicación.

1.- Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios, las fachadas ciegas de edificios de uso exclusivo terciario e industrial, situados en las zonas 2 y 3, a partir de la primera planta, incluida esta, y hacia la parte superior del edificio.

No se consideran fachadas ciegas, a efectos de esta Ordenanza, las construidas con paramentos translúcidos y aquellas que contengan aberturas, considerando como tales los huecos, lucernarios, ventanas -practicables o no-, superficies acristaladas, lamas y, en general, toda zona susceptible de facil-



tar la entrada de aire. Los macizos de fábrica y superficies entre huecos de fachada no se consideran fachada ciega a efectos de su explotación publicitaria.

2.- En los edificios destinados a museos, bibliotecas o análogos en el desarrollo de actividades culturales o de singular interés público, con independencia de su nivel de catalogación se podrán anunciar sus exposiciones o actividades temporales mediante la instalación de soportes flexibles tales como banderolas. Cuando las características del edificio lo requieran se podrán instalar soportes con esta finalidad en el cerramiento de la parcela o en el espacio libre de la misma.

3.- Los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas se podrán instalar en la fachada de edificios situados en todas las zonas establecidas en la Ordenanza.

4.- La publicidad en escaparates de locales comerciales o de actividad será permitida siempre que se sitúen en la planta baja y que se trate de publicidad propia de la actividad que se desarrolle en el local.

Artículo 22. Condiciones.

1.- La superficie máxima publicitaria de los soportes rígidos y de los soportes flexibles no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la del paramento o fachada susceptible de instalación.

2.- Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea interior o proyectada con una sola línea de focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de 150 centímetros (150 cm.), siempre que disten más de quince metros (15 m.) de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

3.- Para la autorización de estos soportes se exigirá una memoria o proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno.

Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación o la necesidad de proyecto.

4.- Los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas se instalarán en los huecos de fachada de los edificios, sin sobresalir de los mismos, en el plano paralelo a la fachada sin volar sobre la vía pública. En cada vivienda o local que se anuncie se podrá instalar un número máximo de dos carteles. Las condiciones de la instalación deberán cumplir todas las normas de seguridad para evitar posibles daños a terceros.

TÍTULO V. PUBLICIDAD EN OBRAS.

Artículo 23. Clases de soportes en obras.

En las obras serán autorizables los siguientes tipos de soportes.

- a) Soportes rígidos.
- b) Soportes flexibles sobre estructura de andamio.

Artículo 24. Ámbito de aplicación.

1.- En todas las zonas establecidas en la presente Ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán, de acuerdo con las normas urbanísticas del PGOU, las de nueva edificación en todas sus variantes, y las de reestructuración general y total; las de demolición total, restauración de fachadas y urbanización, incluso en edificios u otros elementos catalogados con independencia de su nivel de protección.

2.- Para la instalación de publicidad, las obras y el vallado, en su caso, deberán contar con las licencias y autorizaciones en vigor que sean legalmente exigibles. La publicidad será autorizada, como



máximo, durante el periodo de vigencia de éstas salvo en el supuesto de los soportes flexibles sobre estructura de andamio.

3.- Queda prohibida la instalación de publicidad antes del inicio de las obras, durante el tiempo en que se encuentren paralizadas o una vez finalizadas las mismas. Por el interesado deberá comunicarse las fechas de inicio, de terminación de las obras y, en su caso, de paralización de las mismas, con el fin de adaptar la vigencia de la licencia publicitaria.

Artículo 25. Condiciones de los soportes.

1.- Los soportes publicitarios rígidos en obras, tipo carteleras retroiluminadas o iluminadas y opacas, deberán instalarse en la alineación oficial o en el cerramiento de la obra, en caso de estar autorizado, sin volar sobre la vía pública. Su altura máxima será de cinco metros y medio (5,50 m.) sobre la rasante del terreno en la alineación oficial y la superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m²) por cada cien metros (100 m.) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

2.- Los soportes publicitarios flexibles sobre estructuras de andamio cubrirán la totalidad de la superficie del andamio teniendo como limitación la altura del edificio y la longitud de fachada. En la parte inferior de la lona se reservará una franja corrida a lo largo de toda la lona de 250 centímetros de altura, en la que figurarán los elementos de identificación de los establecimientos existentes en el edificio cuya localización quede afectada por la instalación del soporte, las de la empresa publicitaria y de las restantes empresas participantes en las obras, quedando prohibida la colocación de otros soportes rígidos o flexibles. De forma excepcional, por razón de interés general, por acontecimientos singulares para la ciudad o análogos, la publicidad deberá quedar integrada en la imagen del edificio o del entorno y se podrá invertir el orden anterior de forma que la publicidad quede instalada en la franja corrida de 250 cm de altura a lo largo de toda la lona.

3.- En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación reguladas en el artículo 7.

TÍTULO VI. PUBLICIDAD EN SOLARES, TERRENOS SIN USO Y ESPACIOS LIBRES EN PARCELAS.

Artículo 26. Definiciones y ámbitos de aplicación.

1.- A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por solar la parcela apta para ser edificada, por terreno sin uso aquella parcela que esté vacante y sin urbanizar, y por espacio libre de la parcela aquel que esté sin construir dentro de una parcela parcialmente construida.

2.- Los solares, terrenos sin uso y espacios libres de la parcela susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios son los situados en las zonas 2 y 3. En la zona 4 se sometería a lo dispuesto en el artículo 172 del Texto Refundido de la Ley de Ordenación del Territorio y de la Actividad Urbanaística de Castilla-La Mancha, dicho artículo regula textualmente: “Artículo 172. El régimen de autorización provisional de actividades. 1. Cuando no estén prohibidos por el planeamiento territorial o urbanístico y no dificultaren la ejecución de este, podrán autorizarse en el suelo rural, en el urbanizable y en el urbano no consolidado sujeto a actuación urbanizadora, mediante licencia urbanística y previo informe favorable de la Comisión Regional o Provincial de Ordenación del Territorio y Urbanismo, usos u obras justificadas de carácter provisional y desmontables”.

Artículo 27. Condiciones de los soportes.

1.- Los soportes publicitarios incluido el cartel no superarán los ocho con veinte metros (8,20 m.) de altura sobre la rasante del terreno, sin sobrepasar esta altura en ningún punto. La altura mínima de paso bajo el elemento publicitario cuando el cartel publicitario no llegue hasta el suelo es de 2,20 m en zonas de paso peatonal.

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wJ/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADALVÍN, Cédula de San Juan: 28210/2024/19/00176
El documento consta de 85 páginas/s. Página 20 de 85



2.- Se podrán instalar sobre el cerramiento del solar previamente realizado, en la alineación oficial y sin volar sobre la vía pública, o bien sobre el terreno.

4.- En espacios libres de parcela de la zona 3 solo se podrá instalar un soporte publicitario por parcela. La superficie publicitaria máxima no podrá exceder de 6,00 m de altura (sin contar los postes de soporte) y 8,00 m de ancho. Los soportes luminosos situados en espacios libres de parcela requerirán para su instalación la conformidad de los propietarios, inquilinos, arrendatarios o en general de los usuarios de los locales con huecos situados a menos de 10 m del anuncio o 20 m si lo tuviera enfrente.

5.- En espacios libres de parcela de la zona 2 solo se podrán instalar grupos de soportes publicitarios separados al menos 80 m entre ellos. Cada grupo de soportes podrá tener una superficie máxima de 192 m². La superficie publicitaria máxima de cada soporte no podrá exceder de 6,00 m de altura (sin contar los postes de soporte) y 8,00 m de ancho. La separación entre soportes publicitarios deberá de ser de 10 cm como mínimo.

6.- En la zona 3, si la longitud de la superficie publicitaria ocupa más del sesenta por cien (60%) de la línea de fachada, los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

7.- En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 7.

TÍTULO VII. ELEMENTOS DE SEÑALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES Y ESTABLECIMIENTOS.

Artículo 28. Características generales de los elementos de identificación.

1.- Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios, a la que se dedique.

2.- Su instalación no podrá alterar las características arquitectónicas de los edificios ni de sus huecos de fachada y carpinterías. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas y constructivas del edificio y del ambiente urbano en que se instalen.

3.- Las condiciones generales de iluminación se regulan en el artículo 7 de la Ordenanza debiendo cumplir, además, las especialidades que se establecen para cada tipo de soporte en este Título, prohibiéndose la instalación de elementos de identificación y señalización luminosos con mensaje móvil o variable.

En el caso de iluminación proyectada, la línea de proyectores situada en la parte superior del soporte no podrá sobresalir más de ochenta centímetros (80 cm.) de la fachada del local.

CAPÍTULO I. MUESTRAS, BANDERINES, TOLDOS Y ELEMENTOS ANÁLOGOS.

Artículo 29. Muestras.

Son los carteles paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en las plantas baja y superiores donde existan locales de actividades en los edificios, pudiendo ser opacas y contar con iluminación. También se podrán situar como coronación de los edificios en zonas de uso no residencial.

Para la instalación de muestras en edificios incluidos en los Catálogos de Protección se estará a lo dispuesto en la Ley de Patrimonio Cultural de Castilla -La Mancha, en el Plan General de Ordenación Urbana de Alcázar de San Juan y en el Catálogo de Edificación Protegida.

Artículo 30. Muestras opacas.

1.- Son condiciones comunes a la instalación de muestras opacas en todas las zonas, las siguientes:

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



a) En planta baja, sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir éstos, podrán ocupar una franja corrida de anchura inferior a noventa centímetros (90 cm.) con un saliente de hasta diez centímetros (10 cm.). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm.) del hueco de acceso al portal del edificio, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.

b) En las plantas de los edificios las muestras podrán ocupar únicamente una faja de 70 cm de altura adosada a los antepechos de los huecos y deberán ser independientes para cada hueco, no pudiendo reducir la superficie de iluminación de los locales.

c) En edificios de uso residencial o exclusivo en el que se encuentren implantadas actividades en planta de pisos, amparadas en licencia, se permite la colocación de la identificación de la actividad en el cristal interior de los huecos del local, con una altura de hasta cincuenta centímetros (50 cm.) y ancho igual al del hueco, mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

d) En las jambas de los portales se podrán situar placas que ocupen una dimensión máxima de un cuadrado de veinticinco centímetros (25 cm.) de lado y dos milímetros (2 mm.) de grosor.

e) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima de 40 cm y 5 centímetros de grosor.

f) En zonas de uso residencial podrán colocarse anuncios como coronación de los edificios que podrán cubrir toda la longitud de la fachada con una altura no superior al décimo de la que tenga la finca, sin poder exceder de 2 metros, y siempre que esté ejecutada con letra suelta.

g) En los edificios exclusivos con uso de espectáculos, comercial o industrial, en la parte correspondiente a la fachada podrán instalarse con mayores dimensiones, siempre que no cubran elementos decorativos o huecos o descompongan la ordenación de la fachada.

Artículo 31. Muestras con iluminación.

Son condiciones comunes a la instalación de muestras con iluminación en todas las zonas, las siguientes:

a) En planta baja, sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir éstos, podrán ocupar una franja corrida de anchura inferior a noventa centímetros (90 cm.) con un saliente máximo al plano de fachada de diez centímetros (10 cm.). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm.) del hueco de acceso al portal del edificio, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.

b) Se situarán a una altura superior a tres metros sobre la rasante de la calle o terreno.

c) Requerirán para su instalación la conformidad de los inquilinos, arrendatarios o en general de los usuarios de los locales con huecos situados a menos de diez metros (10 m del anuncio o veinte metros (20 m) si lo tuviera enfrente.

Artículo 32. Banderines y banderolas.

1.- Son los carteles perpendiculares al plano de fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido o flexible. Estarán situados a una altura mínima de doscientos veinticinco centímetros (225 cm.) sobre la rasante de la acera o terreno, salvo los luminosos que irán situados a una altura superior a trescientos centímetros (300 cm.) sobre la rasante de la calle o terreno. El saliente máximo será igual al fijado para los balcones. Su dimensión vertical máxima será de noventa centímetros (90 cm.). El grosor máximo de los banderines opacos e iluminados será de cinco centímetros (5 cm.) y el de los luminosos de quince centímetros (15 cm.).

2.- Para la instalación de banderines en edificios incluidos en los Catálogos de Protección se estará a lo dispuesto en la Ley de Patrimonio Cultural de Castilla -La Mancha, en el Plan General de Ordenación Urbana de Alcázar de San Juan y en el Catálogo de Edificación Protegida.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



- 3.- En las plantas de pisos únicamente se podrán situar en los antepechos.
- 4.- En las zonas de edificación no residencial se permitirán los banderines verticales de altura superior a 90 cm, con un saliente igual al señalado para marquesinas en el P.G.O.U de Alcázar de San Juan.
- 5.- Los banderines luminosos, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situados a una cota superior a 3 metros sobre la cota del terreno o de la acera. Requerirán para su instalación la conformidad de los inquilinos, arrendatarios o usuarios de los locales situados a menos de 20 metros del anuncio.
- 6.- En todas las zonas deberán cumplir las siguientes determinaciones específicas:
- a) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera, haciendo referencia únicamente a la actividad y nombre del establecimiento.
 - b) No se instalarán banderines luminosos a menos de diez metros (10 m) de los huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m) si las luces son rectas.
- Podrá excepcionarse el cumplimiento del régimen de distancias establecido en el párrafo anterior en aquellos supuestos en los que no sea posible su cumplimiento y concurran circunstancias que hagan necesaria su identificación al prestar un servicio de carácter social, sanitario, cultural, etcétera.

Artículo 33. Toldos y otros elementos flexibles.

Se permite el anuncio del nombre del establecimiento en la falda de los toldos y en la franja inferior del elemento flexible que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. En planta de pisos no tendrán una anchura mayor que la del hueco, recogiéndose en el interior del mismo.

Los toldos se realizarán con materiales flexibles, no admitiéndose rígidos, rectos o fijos.

Artículo 34. Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización.

1.- Para señalizar las oficinas de farmacia y otros centros y establecimientos de carácter sanitario a los que se refiere el Real Decreto 1277/2003, de 10 de octubre, por el que se establecen las bases generales sobre autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios; las dependencias de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y de Protección Civil así como otros establecimientos con especiales exigencias de señalización se podrán instalar soportes luminosos con independencia de las zonas en las que se sitúen.

2.- Para identificar las oficinas de farmacias se instalarán cruces de malta o griegas de color verde que deberán cumplir las condiciones señaladas para la instalación de las muestras y banderines con las siguientes especialidades:

a) El bastidor tendrá una dimensión máxima de ciento veinticinco centímetros (125 cm.) tanto si se coloca como banderín o muestra sobre la fachada. El saliente del soporte será de treinta centímetros (30 cm.).

b) Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario de la farmacia -12H o 24H- por sobrepasar los establecidos con carácter general, sin que puedan contener ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.

c) Se colocarán sobre la fachada propia del local como muestra o banderín. Solo se permitirá la instalación de una muestra y un banderín por fachada del local. En supuestos excepcionales por la dificultad de visualizar el local desde la vía pública, se podrá colocar un banderín en la fachada o en el



espacio libre de parcela del propio edificio o de otro edificio distinto al del local, con el consentimiento de los propietarios, en cuyo caso el bastidor será como máximo de noventa centímetros (90 cm.).

d) Los huecos de ventanas existentes en el mismo edificio en el que se encuentre instalada la oficina de farmacia no deben considerarse incluidos en el régimen de distancia de las luces rectas y oblicuas establecido en el artículo 33.4. b) para los banderines con iluminación. Se evitará la contaminación lumínica a través de los huecos de ventana de otras piezas del edificio y, en caso de los soportes con iluminación digital, su haz de luz deberá orientarse en sentido descendente.

e) La altura de más de tres metros (3 m.) establecida en el artículo 33.1 para los banderines luminosos es de aplicación a las cruces de farmacia incluidos aquellos supuestos que supongan colocarlas fuera de la fachada propia del local elevándolas hasta completar la altura exigida.

3.- Los elementos de identificación de otros servicios de carácter sanitario, de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, de Protección Civil, así como otros con especiales exigencias de señalización por el servicio que prestan, cumplirán las condiciones señaladas para las oficinas de farmacia adaptadas a sus propias características. En todo caso serán muestras o banderines con iluminación fija y no intermitente o destellante sin mensajes luminosos en movimiento y su color y forma serán los que se establezcan como distintivos corporativos en su normativa específica o mediante acuerdo o convenio entre el Ayuntamiento y las entidades más representativas de cada uno de los sectores con especiales exigencias de señalización.

4.- Para los establecimientos destinados al uso de servicios terciarios de hospedaje se establece un régimen de señalización especial acorde con la función social que desempeñan y su participación en el fomento del ámbito turístico-cultural de la ciudad.

La identificación de las actividades y establecimientos situados en edificios catalogados con niveles 1 y 2 de protección deberán contar con informe favorable de las comisiones competentes en protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

Las condiciones de señalización de las actividades de hospedaje se establecen con carácter general a continuación sin perjuicio de que, mediante la suscripción de Convenios se fijen las características concretas de color, materiales, diseño y similares en función de la ubicación, condiciones de protección del edificio, marca comercial, etc.

a) En edificios de uso exclusivo de servicios terciarios de hospedaje se podrán instalar banderines o banderolas de doscientos centímetros (200 cm.) de altura o hasta un máximo de altura igual a la mitad de la del edificio, con un saliente de ochenta centímetros (80 cm.).

b) En el supuesto de edificios de uso residencial en los que se encuentren implantadas, en planta de pisos, actividades comprendidas en el uso de servicios terciarios de hospedaje, amparadas en licencia, se podrán instalar banderines o banderolas en fachada de los edificios con las condiciones señaladas en el apartado anterior. En el supuesto de su implantación aislada las condiciones de los banderines o banderolas de identificación se ordenarán para cada edificio en particular mediante la presentación de un proyecto arquitectónico de la fachada sin que, en ningún caso, su altura pueda exceder de la del alto del hueco de fachada correspondiente y un saliente máximo de ochenta centímetros (80 cm.), instalándose un banderín por establecimiento.

CAPÍTULO II. OTROS ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN.

Artículo 35. Hitos comerciales identificativos.

En parcelas con edificios de uso exclusivo no residencial situados en la zona 2 se podrán instalar hitos comerciales identificativos en el espacio libre de la parcela. Su altura será como máximo de



doce metros (12 m.) hasta la base del cartel si lo tuviera, pudiendo ser el cartel de dimensiones máximas de 10 m de anchura por 5 m de altura.

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación y de la zona sin que su instalación pueda suponer, en ningún caso, un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes, vías de circulación y peatones.

TÍTULO VIII. RÉGIMEN DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

CAPÍTULO I. DE LAS FORMAS DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

Artículo 36. Objeto, contenido y tipos de intervención.

1.- La realización de cualquier clase de actividad, acción o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística, autorización administrativa, concesión administrativa, presentación de la declaración responsable o comunicación previa, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

2.- En todo caso, la administración municipal podrá exigir la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés general o de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben por disposiciones de carácter general.

3.- La actividad publicitaria de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrolle mediante la instalación de soportes con estructuras y materiales que puedan estar anclados al pavimento, instalados sobre fachadas, ser autoportantes o cualquier otra modalidad, así como cuando requieran por sus características técnicas y de seguridad la redacción de un proyecto técnico.

Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en esta Ordenanza y con las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas en atención al uso afectado y al ámbito de aplicación de dicha normativa, así como en la legislación urbanística de Castilla-La Mancha.

4.- Si la actuación publicitaria se realiza en suelo de titularidad pública, el uso común especial normal de los bienes de dominio público se sujetará a licencia (autorización), ajustada a la naturaleza del dominio, de acuerdo con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.

Si la actuación publicitaria se realiza en suelo de titularidad pública, el uso privativo o el uso anormal de los bienes de dominio público estará sujeto a concesión administrativa, de acuerdo con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.

5.- El régimen de las actuaciones de publicidad exterior efímeras será el siguiente:

a) Si la actuación publicitaria se realiza en suelo de titularidad privada y uso público debido a su incidencia y repercusión en el entorno urbano queda sujeta a autorización de actuación de publicidad exterior al concurrir razones de interés general de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

b) Si la actuación publicitaria se realiza en suelo de titularidad y uso privado:

1. Si requiere la utilización de estructuras o soportes que por sus características técnicas y de seguridad precisen de la redacción de un proyecto técnico, será necesaria la obtención previa de la autorización de actuación de publicidad exterior, debiendo cumplirse las condiciones técnicas exigidas



para las licencias urbanísticas.

2. Si la citada actuación requiere la utilización de estructuras o soportes que no precisan la presentación de un proyecto técnico será necesario suscribir una declaración responsable.

3. Si la actuación publicitaria referida requiere exclusivamente la utilización de medios personales, será necesario presentar una comunicación previa.

Tanto la declaración responsable como la comunicación previa de dichas actuaciones de publicidad exterior deberán presentarse en impresos normalizados con una antelación mínima de un mes a la fecha prevista para su realización, para que pueda comprobarse la compatibilidad de dichas actuaciones con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad, así como su concurrencia con otras actividades previstas en el emplazamiento.

6.- La realización de las actuaciones publicitarias experimentales en suelo de titularidad privada, debido a su impacto y repercusión en el paisaje y entorno urbanos, quedan sujetas a autorización de actuación de publicidad exterior al concurrir razones de interés general, requiriéndose informe previo favorable de los Servicios Técnicos Municipales cuando por la trascendencia de la actuación y a juicio del órgano municipal competente pueda llegar a precisarse. Si requiere la utilización de estructuras o soportes que por sus características técnicas y de seguridad precisen de la redacción de un proyecto técnico, deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

7.- La realización de las actuaciones publicitarias de patrocinio municipal en suelo de titularidad privada quedan sujetas a autorización de actuación de publicidad exterior al requerir la utilización del logotipo o marca del Ayuntamiento.

8.- Las actuaciones publicitarias en dominio público reguladas en el artículo 11 de la Ordenanza estarán sujetas a autorización demanial de acuerdo con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales. En el caso de que para su realización requieran la utilización de estructuras o soportes descritos en el apartado 3 deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

9.- Las siguientes instalaciones no requerirán la previa obtención de licencia, autorización, declaración responsable ni comunicación previa:

a) Instalación de los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.

b) Instalación de los elementos de identificación en el cristal interior de los huecos de fachada de edificios de uso no residencial mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

c) Instalación de las muestras en el cristal interior de los huecos de fachada de planta baja y primera mediante grabación, serigrafía elemento transparente superpuesto o similar.

d) Instalación de soporte y la exhibición de la identificación del establecimiento en el ejercicio de su actividad.

Artículo 37. Vigencia de las licencias, autorizaciones y de las actuaciones de publicidad.

1.- Por su especial naturaleza y su trascendencia en el paisaje urbano, las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias y otros elementos regulados en el Capítulo II del Título VII de esta Ordenanza, tienen carácter temporal, siendo su plazo de vigencia de diez años desde la fecha de su concesión.

2.- La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo la licencia para instalación de soportes flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras cuya duración inicial será, como máximo, de 6 meses prorrogables, por una



sola vez, por el mismo plazo inicial.

3.- La vigencia de las autorizaciones, declaraciones responsables y comunicaciones previas estará vinculada al plazo de duración que se establezca en cada una de las siguientes actuaciones:

a) Actuaciones publicitarias experimentales: su duración se determinará en cada supuesto concreto fijándose por el órgano municipal competente en función del periodo de tiempo necesario para obtener los datos suficientes que permitan evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

b) Actuaciones de patrocinio: su duración se determinará en cada supuesto concreto de acuerdo con la duración del acontecimiento o actividad municipal que patrocinen.

c) Acciones publicitarias efímeras: se estará en función del plazo de ejecución que no podrá exceder de 6 horas diarias, pudiéndose realizar, como máximo, durante 5 días consecutivos o alternos.

d) Proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios públicos: se autorizarán de acuerdo a la duración del acontecimiento que promocionen con un máximo de 5 días consecutivos.

5.- Las licencias y autorizaciones publicitarias quedarán sin efecto si se incumpliesen cualquiera de las condiciones o prescripciones bajo las que fueron concedidas.

Artículo 38. Prórroga de las licencias.

1.- Las licencias publicitarias se podrán prorrogar por un plazo igual al inicialmente acordado.

2.- Las prórrogas se concederán expresamente por el órgano municipal competente. Se solicitarán por su titular con anterioridad a la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG.

b) Certificado de facultativo competente en el que conste que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.

c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido, en su caso, para la concesión de la licencia.

d) Acreditación del pago de las tasas correspondientes.

En caso de no ser presentados los documentos anteriores o éstos presentaran deficiencias, se otorgará un plazo diez días para que se subsane la deficiencia o se presente la nueva documentación requerida, con advertencia de que, si así no se hiciera, se le tendrá por desistido de su petición.

Si una vez comprobadas las instalaciones se advirtieran deficiencias o incumplimiento de las condiciones y prescripciones bajo las que se concedió, no procederá la concesión de la prórroga solicitada.

La resolución por la que se deniegue la prórroga de la licencia contendrá también la orden de desmontaje y retirada de la instalación publicitaria en los términos establecidos en el artículo 53 de la Ordenanza. La retirada deberá realizarse en el plazo máximo de 5 días a contar desde la recepción de la notificación. En el supuesto de no realizarlo por sí mismo se podrá retirar mediante ejecución sustitutoria a su cargo.

Artículo 39. Transmisión de las licencias y autorizaciones.

1.- La licencia publicitaria para el ejercicio de la actividad publicitaria será transmisible, pero tanto el antiguo como el nuevo titular deberán notificarlo al Ayuntamiento, en el plazo máximo de un mes desde la transmisión, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia. A la notificación, se acompañará copia de la licencia que se pretende transmitir, quedando condicionada a que el adquirente se halle al corriente de sus obligaciones fiscales con el Ayuntamiento.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



2.- No serán transmisibles las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior, tanto las de patrocinio, las de carácter experimental como las efímeras, por vincular directamente al titular con la actuación a realizar.

CAPÍTULO II. PROCEDIMIENTO.

Artículo 40. Procedimiento de tramitación de las licencias y autorizaciones.

1.- Las solicitudes de licencias urbanísticas publicitarias regulados en el Título VII, y las autorizaciones contempladas en esta Ordenanza que para su realización requieran la utilización de estructuras y soportes fijos con proyecto técnico, se tramitarán conforme a las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas en atención al uso afectado y al ámbito de aplicación de dicha normativa.

2.- Las solicitudes de autorización previstas en esta Ordenanza que no requieran la utilización de estructuras y soportes fijos se tramitarán conforme al procedimiento establecido en la Ley 39/2015, de 01 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial que pudiera ser de aplicación.

Artículo 41. Iniciación.

Los procedimientos de tramitación de las licencias urbanísticas publicitarias así como de las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior reguladas en la presente Ordenanza, se iniciarán mediante la presentación de la solicitud en impreso normalizado, acompañada de una memoria explicativa, en la que se expongan todos los extremos relativos al desarrollo de la actuación que se pretenda, tales como el medio de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas y de iluminación, especialmente, las relativas al cumplimiento de los valores máximos de luminancia, dimensiones, determinación de las características del emplazamiento, horarios, determinación de la ocupación de dominio público, y demás características de la actividad publicitaria y de identificación de las actividades y establecimientos, aportándose cuantos permisos o autorizaciones sean necesarios de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación.

Artículo 42. Documentación.

1.- Cuando se trate de instalaciones publicitarias que requieran proyecto técnico deberá aportarse, además de la documentación indicada en el artículo anterior la siguiente:

- a) Proyecto técnico suscrito por técnico competente.
- b) Dirección facultativa.
- c) Certificado de la dirección facultativa en el que conste que los soportes con iluminación cumplen los valores máximos de luminancia establecidos en el artículo 7 de la Ordenanza.
- d) Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros y soporte digital JPG de forma que permita su perfecta identificación.
- e) Autorización del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres meses.
- f) Para las solicitudes de publicidad en obras, fotocopia de la licencia de obras u orden de ejecución para aquellos casos en los que la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén efectuando o vayan a efectuarse las obras. En su defecto, el peticionario podrá aportar los datos concretos del expediente que contenga la resolución de forma que permita su localización y comprobación.
- g) Alineación oficial en las solicitudes de licencia de publicidad en solares y terrenos sin uso cuando la instalación pretenda ubicarse en suelo urbano consolidado.
- h) Documento justificativo del pago de la tasa por prestación de servicios urbanísticos y del im-

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wj/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADARRAMA CAMPORREAL el 02/10/2024 19:00:17
El documento consta de 85 páginas. Página 28 de 85



puesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras.

La documentación relativa a la instalación y su emplazamiento, deberá acompañarse de un soporte informático en CD donde figure digitalizada.

2.- En el supuesto de soportes en obras, deberá comunicarse la fecha de inicio de las obras conforme a las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas en atención al uso afectado y al ámbito de aplicación de dicha normativa y en la normativa urbanística, a efectos de iniciar el computo del plazo correspondiente. Los soportes publicitarios autorizados solo se podrán instalar cuando las obras estén en curso de realización.

3.- Una vez concluida la instalación deberá aportarse declaración de la dirección facultativa, en la que conste que la misma se ha realizado de acuerdo con el proyecto técnico presentado y con cumplimiento de la normativa de aplicación.

Artículo 43. Resolución y silencio administrativo.

1.- Transcurrido el plazo para el otorgamiento de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación reguladas en el Título VII, sin dictarse resolución expresa, el interesado podrá entender otorgada la licencia por silencio administrativo, salvo en los supuestos excepcionales previstos en la normativa urbanística y medioambiental.

2.- En ningún caso podrán adquirirse por silencio administrativo facultades contrarias a las determinaciones establecidas en esta Ordenanza, en la normativa urbanística, técnica o ambiental que sean de aplicación.

CAPÍTULO III. OTRAS DISPOSICIONES SOBRE LAS AUTORIZACIONES Y LICENCIAS.

Artículo 44. Seguro de responsabilidad civil.

Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera licencia urbanística por implicar la realización de obras o instalaciones, deberá el titular, antes de retirar la licencia, aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

Asimismo, cuando la actuación publicitaria requiera la obtención de autorización deberá aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el plazo de realización de la acción publicitaria de que se trate.

Para las instalaciones que se especifican, se establecen los siguientes importes los cuales, en los supuestos de actuaciones publicitarias experimentales y efímeras y las especiales reguladas en el artículo 11, tienen carácter mínimo por lo que podrán incrementarse motivadamente de acuerdo con la peligrosidad que suponga para el tráfico rodado, viandantes, e instalaciones, la intensidad de la utilización del dominio público en función de la superficie ocupada y de la duración de la actuación y las consecuencias que para el entorno urbano puedan derivarse de su realización, así como por cualquier causa que justificadamente pudiera motivar dicho incremento.

Actuaciones publicitarias efímeras por actuación: 300.000 euros.

Instalaciones y soportes publicitarios: 300.000 euros.

Actuaciones especiales del artículo 11 y las experimentales por actuación: 300.000 euros.

Artículo 46. Exacciones.

Las actividades reguladas en la presente Ordenanza estarán sujetas al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales, tanto en la solicitud inicial de la autorización o licencia como, en su caso, en la petición de la concesión de prórroga.

CAPÍTULO IV. CONSERVACIÓN DE LA INSTALACIÓN.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.

Sede electrónica <http://sede.dipucr.es>



Artículo 47. Identificación de la instalación.

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el nombre de la empresa de publicidad titular de la licencia. No se podrán colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los soportes.

En el supuesto de los rótulos en coronación la identificación deberá incluirse en el rectángulo virtual sin computar a efectos de superficie publicitaria con una superficie máxima del 10%.

Artículo 48. Deber de conservación y retirada de instalaciones.

1.- Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos de mantenimiento y limpieza así como las obras de reparación que sean precisas para su adecuada conservación, incluso cuando se deriven de actos vandálicos o de pintadas sobre cualquier parte de la instalación publicitaria.

2.- Una vez finalizada la vigencia de las licencias o autorizaciones concedidas o una vez produciendo el cese de la actividad, los titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán proceder a su desmontaje y retirada total de los elementos integrantes de las mismas.

Artículo 49. Orden de ejecución.

El órgano municipal competente podrá ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el artículo anterior.

A estos efectos, se concederá al propietario o titular de las instalaciones publicitarias un plazo de entre 8 y 15 días, en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizar las obras o actuaciones en dichos plazos, en cuyo caso se podrá conceder un plazo mayor.

El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para adoptar cualquiera de estas medidas:

- a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación.
- b) Imposición de las sanciones previstas en la Ley 1/2023 de 28 de febrero de Ordenación del Territorio y actividad urbanística.
- c) Imposición de multas coercitivas, en el caso de que la orden de ejecución no se cumpla en los plazos establecidos de conformidad con la Ley 39/2015 de Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 50. Régimen de actuaciones inmediatas.

Si por los servicios municipales se apreciara la existencia de un peligro grave e inminente para la seguridad de las personas o los bienes se tomarán las medidas necesarias para evitarlo, sin que sea precisa resolución administrativa previa, que se adoptará con posterioridad.

Dichas medidas serán las que técnicamente se consideren imprescindibles para evitar el peligro inmediato pudiendo consistir en apeos, apuntalamientos, desmontajes, u otras análogas, debiendo observarse el principio de intervención mínima.

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del titular de la licencia, de la empresa publicitaria, de la entidad o persona cuyo servicio o producto se anuncie o del titular del terreno o edificio en el que esté instalado el soporte.

TÍTULO IX. RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y SANCIONADOR.

CAPÍTULO I. INSPECCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.

**Artículo 51. Servicios de inspección.**

El ejercicio de las funciones de inspección y comprobación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ordenanza corresponderá a los servicios técnicos, a la inspección municipal del órgano municipal competente así como a los agentes del Cuerpo de Policía Municipal, como encargados de la vigilancia del cumplimiento de la normativa municipal.

Artículo 52. Protección de la legalidad.

1.- Cuando la instalación de soportes, sujetos a intervención municipal, se realice sin licencia urbanística publicitaria o de identificación, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, se adoptarán las medidas contempladas en la Ley 1/2023 de 28 de febrero, Ordenación del Territorio y de la Actividad urbanística, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes. Cuando la actuación publicitaria esté sujeta al cumplimiento de las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas y se desarrolle sin autorización de publicidad exterior, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, se adoptarán las medidas señaladas anteriormente.

2.- La utilización del dominio público municipal sin la previa obtención de autorización administrativa dará lugar al ejercicio de las facultades y prerrogativas para la defensa del patrimonio municipal de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

3.- Cuando la actuación publicitaria se realice sin presentar la declaración responsable o comunicación previa se adoptarán las medidas previstas en el artículo 69 de la Ley 39/2015 de Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 53. Restablecimiento de la legalidad.

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y el ejercicio de las facultades y prerrogativas en defensa del patrimonio municipal son independientes de la imposición de sanciones que procedan por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza y en la legislación urbanística y patrimonial.

La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia al infractor de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con el resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

Transcurridos los plazos sin que el interesado lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente acordará la retirada o desmontaje de la instalación publicitaria con reposición de la situación alterada a su estado originario, siendo a cargo del interesado el coste de todas las medidas adoptadas.

Cuando la actuación publicitaria se desarrolle mediante actores y/o público en general, sin la debida autorización, se podrá realizar la retirada inmediata del material publicitario utilizado. Asimismo, cuando la publicidad vulnere la prohibición establecida en el artículo 2.4 de la Ordenanza se podrá realizar su inmediata retirada.

CAPÍTULO II. INFRACCIONES Y SANCIONES.**Artículo 54. Régimen Jurídico aplicable a las infracciones.**

1.- Tendrán la consideración de infracciones, las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente Ordenanza, así como las que estén tipificadas en la normativa urbanística y en la del patrimonio de las administraciones públicas.

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



2.- Cuando la actividad publicitaria se realice sin licencia urbanística publicitaria o de identificación, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, le será de aplicación lo dispuesto en la Ley 1/2023 de Ordenación del Territorio y la actividad Urbanística sin perjuicio de que en los preceptos de esta Ordenanza se realice una identificación más concreta de la conducta infractora prevista en el artículo 184 de la misma ,determinación más precisa de las sanciones, introduciendo las correspondientes especificaciones y graduaciones.

3.- Cuando la actividad publicitaria utilice el dominio público local sin la previa autorización administrativa se aplicará el régimen sancionador contemplado en el Título IX de la ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas. Si la actividad realizada afectase a un ámbito o bien declarado de interés cultural o protegido se aplicará lo dispuesto en la Ley 9/2020 de Patrimonio de la Junta de Castilla-La Mancha.

4.- Cuando la actividad publicitaria vulnere lo dispuesto en la normativa relativa a parques y jardines, a movilidad, a limpieza viaria y a contaminación medioambiental se le aplicará el régimen sancionador previsto en aquellas y, en su defecto, se estará a lo dispuesto en la presente Ordenanza.

5.- A la ejecución de actuaciones publicitarias sin la presentación de comunicación previa, declaración responsable o sin la obtención de la previa autorización de actuación de publicidad exterior le será de aplicación el régimen sancionador establecido en esta Ordenanza.

Artículo 55. Clasificación de infracciones.

Las infracciones se clasifican en muy graves, graves y leves.

Artículo 56. Infracciones muy graves.

Se considerarán infracciones muy graves:

a) La instalación de soportes publicitarios, sin la correspondiente licencia, autorización o presentación de declaración responsable, o sin ajustarse a las condiciones establecidas en las mismas, en ámbitos incluidos en la zona 1 establecidas en el artículo 4 de esta Ordenanza.

b) La inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable o a una comunicación previa.

c) La instalación de soportes publicitarios o de identificación en edificios catalogados con nivel 1.

d) La instalación de soportes publicitarios o de identificación, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, en edificios catalogados con nivel 2 de protección y con nivel 3 de protección parcial, relativa a la fachada.

e) La instalación de soportes con una superficie publicitaria igual o superior al doble de la permitida en la correspondiente licencia publicitaria.

f) La colocación de publicidad o de elementos de identificación directamente sobre los edificios sin utilización de soportes externos cuando produzca daños muy graves a los mismos por el deterioro causado o se trate de edificios catalogados.

g) El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del paisaje urbano mediante: la tala de árboles sin autorización, la modificación irreversible o la alteración de elementos naturales o arquitectónicos.

h) La segregación de los emplazamientos a efectos de su explotación publicitaria.

i) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria, sin la correspondiente presentación de comunicación previa, declaración responsable o sin la obtención de autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en las mismas, que impida a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos su utilización.

j) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria que impida o suponga una grave y

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wJ/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADARRAMA CAMPORREAL, San Juan de la Cañada, 18, 120017, Madrid
El documento consta de 85 páginas. Página 32 de 85



relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.

k) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.

l) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos sean muebles o inmuebles.

Artículo 57. Infracciones graves.

Se consideran infracciones graves:

a) La realización de actividades publicitarias sin la correspondiente presentación de comunicación previa, declaración responsable, o sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas, cuando no se consideren como infracciones muy graves.

b) La instalación de los elementos de identificación de actividades y establecimientos sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas.

c) La instalación de soportes con una superficie publicitaria que exceda de la permitida en la correspondiente licencia publicitaria hasta el doble de la misma.

d) La falta de mantenimiento de las instalaciones en los términos establecidos en la Ordenanza cuyo deterioro y falta de ornato suponga un menoscabo del entorno y del paisaje urbano.

e) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones cuando generen molestias a los vecinos, conductores y transeúntes.

f) La instalación o mantenimiento de los soportes publicitarios en obras sin haberse iniciado o después de haber finalizado las mismas.

g) La nueva instalación de soportes flexibles sobre estructuras de andamios sin que haya transcurrido el plazo fijado en el artículo 37.2 de esta Ordenanza.

h) La instalación de soportes publicitarios en solares, terrenos sin uso o espacios libres de parcela, volando sobre la vía pública.

i) La realización de cualquier acto que dañe a las especies vegetales o arbóreas instaladas en suelo público o privado, tales como podas sin autorización, con especial atención al arbolado de alienación. Existe una vinculación entre la realización de un acto lesivo para las especies vegetales y arbóreas y los soportes publicitarios cuando por su crecimiento y porte afectan o dificultan la visualización de los soportes publicitarios y del resultado del acto lesivo queda expedita la visualización de toda la superficie publicitaria instalada.

j) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez que la licencia ha perdido su eficacia.

k) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando cause molestias a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos o impidan el normal funcionamiento de los servicios públicos.

l) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando cause daños en los espacios públicos, en sus instalaciones y elementos o en los equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.

m) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentación aportados para la obtención de la correspondiente licencia o autorización.

n) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente Ordenanza.

ñ) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por la Administración Municipal



en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.

o) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o a los agentes del Cuerpo de la Policía Municipal que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.

p) La falta de identificación de los soportes publicitarios.

Artículo 58. Infracciones leves.

Se consideran infracciones leves:

a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.

b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.

c) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones publicitarias y de identificación de establecimientos con iluminación.

d) La falta de presentación de la declaración de la dirección facultativa de adecuación de la instalación al proyecto autorizado y a la normativa de aplicación.

e) La falta de comunicación de la finalización de las obras en caso de producirse con anterioridad a la finalización prevista en la licencia publicitaria.

f) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil en los importes establecidos en el artículo 46.

g) La colocación de anuncios individuales de venta y alquiler de pisos y locales incumpliendo las condiciones establecidas en el artículo 22.4.

h) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

Artículo 59. Prescripción de las infracciones y sanciones.

Las infracciones y sanciones prescribirán en aplicación de la normativa aplicable de acuerdo con su naturaleza jurídica según lo establecido en el artículo 54 de la Ordenanza.

Artículo 60. Sujetos responsables.

Serán sujetos responsables de las infracciones, las personas físicas o jurídicas que realicen las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ordenanza y en la normativa de aplicación, las personas físicas o jurídicas promotoras del producto o servicio que se publicite y el propietario del suelo o del inmueble en el cual se haya cometido la infracción cuando haya tenido conocimiento de las instalaciones o actividades infractoras. Salvo prueba en contrario, se presumirá la existencia de conocimiento cuando por cualquier acto se haya cedido el uso del suelo o de la edificación para la realización de cualquier clase de actividad publicitaria.

Las multas que se impongan a los distintos responsables por una misma infracción tendrán entre sí carácter independiente.

Artículo 61. Sanciones.

La comisión de las infracciones dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

1.- Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora del patrimonio de las administraciones públicas y del patrimonio histórico se sancionarán de conformidad con lo dispuesto en las mismas.

2.- Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán conforme al artículo 184 Ley 1/2023 de Ordenación del Territorio y la actividad Urbanística en aplicación de lo dispuesto en el con las siguientes multas:

Documento firmado electrónicamente en el marco de la normativa vigente. Puede comprobarse su autenticidad insertando el CVE reflejado al margen en la sede electrónica corporativa expresada.



- a) Infracciones leves: Multa de 600 a 6.000 euros.
- b) Infracciones graves: Multa de 6.001 a 150.000 euros.
- c) Infracciones muy graves: Multa de más de 150.000 euros.

3.- Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente Ordenanza se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, con las siguientes multas:

- a) Infracciones muy graves: de 1.501 euros hasta 3.000 euros.
- b) Infracciones graves: de 751 euros hasta 1.500 euros.
- c) Infracciones leves: hasta 750 euros.

Artículo 62. Graduación de las sanciones.

Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá al importe de los daños causados; su incidencia en el patrimonio histórico, artístico y natural de la ciudad; la naturaleza de la infracción; la intensidad en la perturbación ocasionada en el paisaje urbano; la intensidad de la perturbación oca-sionada en la utilización del espacio público; la localización según la calificación tipológica del suelo establecida en el artículo 4; la reiteración y grado de culpabilidad; la reincidencia en la comisión de otra infracción de la misma naturaleza en el término de un año, el posible beneficio económico del infractor y demás circunstancias concurrentes.

Artículo 63. Procedimiento sancionador.

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en la presente Or-denanza se tramitarán de conformidad con lo previsto en lo dispuesto en la Ley 1/2023 de Ordenación del Territorio y de la Actividad Urbanística, Ley 7/1985 de Bases de Régimen Local y supletoriamente por la ley 39/2015 de Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 64. Medidas cautelares.

En cualquier momento del procedimiento sancionador, el órgano municipal competente para su iniciación, por propia iniciativa o a propuesta del instructor, podrá adoptar las medidas cautelares que resulten necesarias para garantizar el buen fin del procedimiento, asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer o evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción.

Artículo 65. Multas coercitivas.

1.- Si los infractores no procedieran al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la pre-sente Ordenanza, sin perjuicio de la sanción que se pudiera imponer, el órgano competente podrá acordar la imposición de multas coercitivas con arreglo a los artículos 103 de la Ley 39/2015 de Proce-dimiento Administrativo Común, una vez transcurridos los plazos establecidos en el requerimiento co-respondiente.

La cuantía de cada una de las multas no superará un tercio de la multa fijada por infracción co-metida, con límite máximo de tres mil euros (3.000 euros).

2.- En el supuesto de que no se lleven a cabo las obligaciones establecidas en la presente Orde-nanza, podrá procederse a la ejecución subsidiaria por cuenta del infractor y a su costa.

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA. CONVENIOS.

En el ámbito de la presente Ordenanza el Ayuntamiento podrá, mediante la formalización de convenios o realización de programas con Organismos Públicos, Entidades, Colegios o Asociaciones Pro-fesionales representativos de determinados sectores de actividad con características especiales de im-plantación, acordar la utilización de imágenes corporativas o por prestación de servicios comunes, es-tablecer condiciones particulares para la determinación del plazo voluntario de adecuación a las con-



diciones establecidas, la homologación o determinación de las características técnicas y estéticas de los elementos de identificación y señalización de actividades y establecimientos, tales como los servicios de carácter sanitario, farmacéutico, de hospedaje, bancario y otros.

La regulación contenida en la presente Ordenanza respecto a las condiciones de iluminación, emplazamientos, superficie publicitaria, características y condiciones de los soportes constituye las condiciones mínimas que habrán de tenerse en cuenta en la realización de los mencionados convenios o programas. Los criterios referenciales para su elaboración son, entre otros, la defensa de los valores del paisaje urbano y la reducción de la contaminación lumínica.

DISPOSICIÓN ADICIONAL SEGUNDA. Se faculta a la Alcaldía o Concejalía Delegada del Área de Urbanismo para interpretar y Resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación y para que dicte las resoluciones complementarias necesarias para el desarrollo y cumplimiento de la misma.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Queda derogada la Ordenanza actual publicada en el BOP de Ciudad Real nº 105 del 03/09/2001.

DISPOSICIÓN FINAL. La presente Ordenanza entrará en vigor a partir del día siguiente de la publicación completa de su texto en el Boletín Oficial de la Provincia, de conformidad con lo establecido en el artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y haya transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de dicha Ley.”

Contra el presente Acuerdo, se podrá interponer recurso contencioso-administrativo, ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a la publicación del presente anuncio, de conformidad con el artículo 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

La Alcaldesa-Presidenta, Rosa M^a Melchor Quiralte.

Anuncio número 3653

Documento firmado electrónicamente. Código Seguro de Verificación: DSGZETTTb3US+wJ/vUX4d
Firmado por Jefe de Sección del B.O.P. JUAN LUIS GUADARRAMOS CAMPORREALCAZAR de San Juan. 2024/09/21 10:18:00 C.S.V.: 15252635436727235117
El documento consta de 85 páginas/s. Página 36 de 85