Boletín Oficial
de la Provincia de Cáceres

N.º 234

Miércoles, 7 de Diciembre de 2016

Sección I – ADMINISTRACIÓN LOCAL

AYUNTAMIENTOS

BAÑOS DE MONTEMAYOR

BOP-2016-4969 ACUERDO definitivo de la Ordenanza municipal reguladora de la publicidad y rotulación.

ANUNCIO

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 la publicidad y rotulación en Baños de Montemayor, 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 LA PUBLICIDAD Y ROTULACIÓN EN BAÑOS DE MONTEMAYOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

El objeto de la presente ordenanza es la regulación del legítimo ejercicio de la actividad publicitaria visible desde los espacios públicos de modo que ésta se desarrolle dentro del respeto y mejora de los valores del paisaje urbano, del medio ambiente, del patrimonio histórico-artístico y natural, en suma, de la imagen del municipio de Baños de Montemayor.

La propia evolución del municipio, 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 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.

Esta nueva Ordenanza se ocupa no sólo de regular las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública sino de establecer además, como objetivo prioritario, la compatibilización de esta actividad con la protección y mejora de los valores del paisaje urbano y la imagen de la

trama urbana protegiendo, conservando y fomentando los valores artísticos, históricos, arqueológicos y culturales del patrimonio arquitectónico de la ciudad y sus elementos naturales o urbanos de interés. La Ordenanza establece limitaciones para evitar la proliferación indiscriminada de instalaciones publicitarias, controlando su número y unificando criterios mediante normalización y clasificación tipológica. En definitiva, la presente Ordenanza pretende regular la actividad publicitaria visible desde la vía pública, de forma coherente y actualizada, con la necesaria seguridad jurídica y preservando la imagen del municipio de Baños de Montemayor.

La Ordenanza se estructura en setenta artículos y una disposición final.

TÍTULO PRELIMINAR: DISPOSICIONES GENERALES.

CAPÍTULO 1. ÁMBITO DE APLICACIÓN, DEFINICIONES Y PROHIBICIONES.

Artículo 1.– Ámbito de aplicación.
1. La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano.
2. Queda sometida a las normas de esta Ordenanza toda rotulación o actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje los medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.
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. Queda igualmente fuera del ámbito de la ordenanza el reparto de prensa gratuita.
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.

Quedan fuera del ámbito de aplicación de esta ordenanza las instalaciones de carácter efímero como consecuencia de fiestas, actuaciones o eventos deportivos.

Artículo 2.– Instalación publicitaria.
Se considera «instalación publicitaria» a efecto de esta Ordenanza, a la portadora de los mensajes o comunicaciones y que está constituida por el conjunto de todos los elementos de sustentación, de soporte del mensaje, del propio mensaje, decorativos, de iluminación y cualquier otro que forme parte de la misma.

Artículo 3.– Espacio de la instalación.
Se considera «espacio de la instalación» a efecto de esta Ordenanza, al suelo, edificio, cajón de obra, andamio, cerramiento, toldo o cualquier otro elemento permanente o no en el tiempo, con destino o función propia, que además sirve de base a la instalación publicitaria; debiendo éstos contar con la pertinente autorización administrativa.

Artículo 4.– Planta baja.
Se considera «planta baja» a efecto de esta Ordenanza, la parte de superficie de la fachada que tenga esta denominación, de acuerdo con las Normas Urbanísticas existentes.
Las fachadas de las plantas subterráneas que a causa del desnivel de las vías públicas o del terreno, puedan quedar al descubierto, o las fachadas semisubterráneas construidas, se someterán en esta materia a las mismas disposiciones que las de la planta baja.

Artículo 5.– Medios de expresión publicitaria no autorizados.
1.- Se prohíbe expresamente:
a) La fijación de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas y otros procedimientos similares y la realización de inscripciones y dibujos con motivos publicitarios sobre pavimentos, muros (salvo si pertenecen al recinto del propio establecimiento a publicitar), 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, productos, promociones, etc. en vía pública 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) La publicidad situada en máquinas expendedoras que no puedan quedar ocultas al cierre del local.
La utilización de medios publicitarios sonoros está expresamente prohibida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, rigiéndose su régimen disciplinario y sancionador por la normativa

específica de protección del medio ambiente urbano frente a la contaminación acústica, si existiese.

La publicidad de un establecimiento no instalado en el municipio, salvo excepciones acordadas en pleno previamente.
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.

CAPÍTULO 2. TITULARIDAD.

Artículo 7.– Titulares.
Serán titulares de la licencia:
a) Las personas físicas o jurídicas que realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refieran los elementos publicitarios.
b) Aquellas personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.
c) Aquellas personas físicas o jurídicas que sean propietarios o poseedores del espacio o elemento en que se encuentran enclavadas las instalaciones publicitarias.

Artículo 8.– Responsabilidades.
La titularidad de la licencia comporta:
a) La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de las instalaciones publicitarias correspondientes.
b) La obligación del pago de los impuestos, precios públicos y cualesquiera otras cargas fiscales que graven las instalaciones publicitarias.
c) El deber de conservar y mantener las instalaciones publicitarias en perfectas condiciones de ornato y seguridad.
d) En la ejecución y montaje de las instalaciones se adoptarán cuantas medidas de precaución fueren necesarias al objeto de evitar riesgos, de acuerdo con lo establecido en las normas de higiene y seguridad en el trabajo que fueren de aplicación.

TÍTULO PRIMERO. MODALIDADES DE LAS INSTALACIONES PUBLICITARIAS Y SUS EMPLAZAMIENTOS.

CAPÍTULO 3. DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo 9.– Normas generales.
Las instalaciones publicitarias y sus emplazamientos deberán cumplir, en función de su modalidad, las determinaciones que a continuación se regulan.
No se autorizarán en ningún caso actuaciones que produzcan distorsiones perjudiciales para el edificio soporte, el paisaje urbano o natural, excepción hecha de las provisionales que utilicen lonas o cualquier otro elemento que hayan de ser colocados con motivo de las operaciones de restauración de fachadas, las cuales se ajustarán a las condiciones establecidas en esta Ordenanza. En cualquier licencia sujeta a esta Ordenanza se podrá imponer el uso de materiales, técnicas o diseños específicos si se considera necesario para lograr la debida integración en el ambiente urbano.
Igualmente, se denegarán las solicitudes de licencia cuando con la instalación propuesta se perjudique o comprometa el paso, la visibilidad del tráfico rodado o de los viandantes.

Artículo 10.– Publicidad en áreas o inmuebles protegidos.
Toda actuación que afecte a elementos catalogados o áreas declaradas de interés histórico, artístico, deberá poner especial énfasis para su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido, teniendo en cuenta lo expuesto en el artículo 19 de la Ley de Patrimonio Histórico Español. Se tendrá especial atención en el respeto a los valores paisajísticos, así como el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios sin que pueda llegar a ocultarse sus elementos decorativos y ornamentales.
De manera general, se prohíbe la publicidad en los monumentos declarados de Interés Cultural, y sus entornos de protección, así como en las proximidades de iglesias, ermitas o edificios singulares, en los que sólo se permitirá la rotulación considerada no publicitaria, en su caso.

CAPÍTULO 4. CATEGORÍAS Y MODALIDADES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS.

Artículo 11.–Categorías.
Se establecen las siguientes categorías:

a) Instalaciones provisionales. Son aquellas que se refieren a acontecimientos que suceden en un espacio delimitado de tiempo. Asimismo, los rótulos que se colocan en obras en curso de ejecución con el fin de mostrar la obra, sus ejecutores, importe, y en su caso características principales. También se incluirán en este apartado los carteles anunciadores a acontecimientos importantes que se lleven a cabo en la ciudad.
b) Instalaciones estables. Son aquellas que tienen carácter de permanencia, en sentido de mantenerse sin peligro de cambiar, caer o desaparecer.
b.1) Instalaciones publicitarias. Corresponde con los carteles o rótulos anunciadores de actividades con finalidad publicitaria. En este nivel existen múltiples tipos y corresponden con los que se ubican en los distintos elementos de mobiliario urbano, distinguiendo entre los de carácter público y los de carácter privado.
b.2) Instalaciones no publicitarias. Correspondiente a los rótulos que sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de la actividad mercantil, industrial, profesional, y que no tengan finalidad estrictamente publicitaria.
c) Rótulos móviles. Por último conviene reseñar las instalaciones publicitarias que aparecen en soportes movibles durante el horario comercial, y que se colocan habitualmente en espacios públicos, plazas y aceras, retirándose en las horas de descanso, en actividades relacionadas con el turismo, y que pueden suponer una agresión en el ámbito del Planeamiento Urbanístico o en inmuebles catalogados.
d) Carteles indicadores de establecimientos. Corresponde a los carteles que indican la dirección donde se ubica un establecimiento.

CAPÍTULO 3. EMPLAZAMIENTO Y NÚMERO DE PERMISOS.

Artículo 12.–Emplazamientos.
Las diferentes modalidades de instalaciones publicitarias referidas con anterioridad, estarán permitidas de acuerdo a su lugar de ubicación según el siguiente criterio:
–Provisionales: En todo el ámbito de aplicación de la Ordenanza.
–Estables publicitarios: Se prohíbe la publicidad en los monumentos declarados de Interés Cultural, y sus entornos de protección, así como en las proximidades de ermitas o edificios singulares, en los que sólo se permitirá la rotulación considerada no publicitaria.
–Estables no publicitarios: En todo el ámbito de aplicación de la ordenanza, y de acuerdo con las condiciones expresada en la Ley del Patrimonio referidas a los Bienes de Interés Cultural y entornos de protección.
–Móviles: Se prohíbe su instalación en espacios públicos en todo el ámbito de la zona histórica o en locales situados en inmuebles catalogados, pudiendo obtenerse permiso en el área de la Avenida de Las Termas o en zonas del pueblo que no el constituyan área histórica.

Artículo 13.–Número de permisos.
Dada la naturaleza de la economía del municipio, se fija como número máximo de permisos para disponer carteles anunciadores y publicitarios los siguientes:

Tipo 1. Balnearios: 2 carteles publicitarios sin límite de indicativos.
Tipo 2. Alojamientos y restaurantes: 1 cartel publicitario sin límite de indicativos.
Tipo 3. Otras empresas: 2 carteles indicativos.

En todo caso, la preferencia en la disposición de indicaciones en los totems, que tendrán una capacidad determinada, lo establecerá el pleno municipal determinando el tipo de establecimiento (siendo los de tipo 1 los mas prioritarios, y los de tipo 3 los menos prioritarios), el número de indicaciones que dispone dicho establecimiento por todo el pueblo (teniendo mas prioridad los que menos indicaciones tengan), y la dificultad de llegar al establecimiento.
No se considerará como cartel publicitario los identificativos situados en la propia fachada del establecimiento, y en el caso de que un establecimiento disponga de más de una denominación con el mismo nombre (restaurante y hotel, por ejemplo), se le considerará como un único establecimiento del tipo mas favorable.

TÍTULO SEGUNDO.
CARACTERÍSTICAS DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS.

CAPÍTULO 1. COLGADURAS EVENTUALES Y OTROS SOPORTES NO RÍGIDOS.

Artículo 14.–Definición y ubicación.
Son instalaciones publicitarias referidas exclusivamente a eventos o actos importantes que se desarrollan en la ciudad.
Estos elementos sólo podrán instalarse con las condiciones que se establezcan, siendo cada caso estudiado en el Ayuntamiento

Artículo 15.–Características materiales.
Se realizarán en instalaciones de carácter efímero, sobre telas, lonas o similares, incluso sobre plásticos no rígidos, siempre que sean con textura mate (no brillante). La forma deberá ser rectangular, sin tapar elementos ornamentales o edificios de intereses especial.
Queda prohibida la utilización de esta modalidad de instalaciones con la finalidad principal de exhibición de publicidad comercial. Los patrocinadores de los actos publicitados, tendrán reservado un área máxima del 25 por 100 de la superficie total de la colgadura, que se dispondrá en el la franja inferior de la misma.

CAPÍTULO 2. RÓTULOS DE NEGOCIOS INMOBILIARIOS Y OBRAS EN CONSTRUCCIÓN.

Artículo 16.- Definición.
Son instalaciones publicitarias cuya finalidad es indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas que tengan título legal suficiente sobre las mismas o dar a conocer la clase de obra de que se trata, sus ejecutores, etc. No podrán sobresalir del plano de la valla o andamiaje autorizado en la licencia y se regirán por las especificaciones de la ficha técnica correspondiente.

Artículo 17.– Características de rótulos de negocios inmobiliarios.
La publicidad de promoción inmobiliaria y de venta de edificios se podrá realizar mediante un único cartel de dimensión de 100 por 60 centímetros máximo. Se realizará en materiales no rígidos, como lonas, telas, fibras o plásticos mate. El mensaje sólo podrá consistir en la información relativa al logotipo de la agencia, el teléfono de contacto y el objeto del anuncio. Se ubicarán en los huecos arquitectónicos del local o edificio en cuestión.
Los sistemas de fijación de carteles con adhesivos han de permitir la fácil retirada, sin dejar restos adheridos a la fachada ni deteriorarla, evitándose la imprimación de colas directamente sobre el paramento.

Artículo 18.–Rótulos de obra.
En toda obra de construcción, edificación o urbanización, será preceptiva la colocación de un rótulo con dimensiones y características descritas en las fichas anexas, será visible desde la vía pública y en el mismo se incluirá el número y la fecha de la licencia urbanística u orden de ejecución, tratándose de una obra pública exenta de ésta, del acuerdo de aprobación del correspondiente proyecto, así como los datos referentes al
promotor, técnicos, contrata y subcontrata si las hubiera, en obras públicas se podrá incluir el importe de la inversión.
Serán instalaciones publicitarias rígidas y duraderas, no deteriorables durante el plazo de ejecución de las obras. En caso de adosarse a la fachada, la forma deberá ser rectangular, adaptándose al lenguaje arquitectónico del edificio, sin tapar elementos ornamentales como cornisas o impostas. Sus dimensiones serán de 1,50 x 1 metro, de color blanco con letras en negro y un tamaño mínimo de 6 cms. No se podrán disponer de forma perpendicular a la fachada.
En casos de derribo de fachada, o de realización de obras en solares o espacios urbanos, tales como calles, plazas, parques y jardines, se permitirá la instalación de soportes exentos a fachada. En caso de ubicase delante de la fachada o solar la forma deberá ser rectangular, fijada sobre dos soportes, siendo las dimensiones máximas autorizables de 150 centímetros.

Se situarán de manera que no se entorpezca el paso de peatones ni de vehículos, y no obstaculicen vistas.

Artículo 19.- Lonas sobre andamiajes en edificios en obras.
Las lonas que cubren los andamiajes de edificios en construcción o reforma podrán contar con publicidad. En este caso deberán solicitar previamente licencia y abonar las pertinentes tasas.
CAPÍTULO 3. CARTELES EN MOBILIARIO URBANO. ANUNCIOS PUBLICITARIOS.

Artículo 20.–Definición.
Es la instalación publicitaria en la que el mensaje se desarrolla mediante sistemas de reproducción gráfica sobre papel u otras materias de escasa consistencia y corta duración, y que requiere para su exhibición un elemento de apoyo material.
Esta modalidad publicitaria sólo se autorizará en el mobiliario urbano que admita superficie destinada a esta finalidad, tales como: marquesinas de protección de las paradas de autobuses, cabinas telefónicas, paneles de información y cualquier otro elemento similar a los anteriores o en aquellos elementos especialmente diseñados para ello, quedando prohibida la utilización de báculos de iluminación.
Las pantallas de publicidad fija o las de publicidad variable, que son las instalaciones publicitarias en las cuales el mensaje variable se realiza por medios mecánicos o electrónicos, se podrán instalar en los espacios públicos fijados por el Ayuntamiento.

Artículo 21.–Condiciones generales.
1.- La instalación de carteles publicitarios en el mobiliario urbano de servicio público, como marquesinas de autobuses, cabinas telefónicas o báculos de alumbrado público, se autorizará mediante la preceptiva licencia municipal.
2.- La actividad publicitaria en las pantallas de publicidad fija o variable ubicadas en la vía pública sólo se podrá autorizar mediante concesión administrativa sujeta a los pliegos de condiciones, excepto en el mobiliario urbano de servicio público, como marquesinas de autobuses, cabinas telefónicas, que se podrá autorizar mediante licencia.
3.- Los pliegos de condiciones determinarán, además del diseño, dimensiones, características, lugares de instalación y otras condiciones que en cada caso procedan, los porcentajes de reserva de espacio o de tiempo que tendrán que quedar a disposición del Ayuntamiento para los avisos o anuncios de publicidad institucional que considere convenientes.

CAPÍTULO 4. RÓTULOS EN BANDEROLA RÍGIDOS O FLEXIBLES.

Artículo 22.–Definición.
Se entiende por banderola los anuncios del establecimiento perpendiculares al plano de fachada.
Podrán ser autorizados por el Ayuntamiento previa solicitud acompañada de diseño que indique dimensión, forma, color, material y sistema de anclaje.

Artículo 23.–Ubicación.
Sólo podrán colocarse a una altura mínima sobre rasante oficial de 2,25 metros, con un saliente máximo de 80 cms.
En calles de ancho menor de 5m., o en ausencia de aceras se prohibirán en absoluto, salvo que dicho vial tenga carácter peatonal.
Podrán situarse en plantas altas o en la cubierta de edificios de propiedad única o destinados a un único uso (hoteles, naves, edificios comerciales, etc).
En el ámbito de la zona histórica se prohíbe cualquier tipo de rótulo, anuncio o banderola en plantas distintas a la baja salvo en el caso de edificios institucionales.

Artículo 24.–Características materiales de los rótulos en banderola rígidos en el ámbito de la zona histórica y edificios catalogados.
En caso de incluir una placa para la colocación del rótulo u otro elemento gráfico, ésta podrá ser metálica esmaltada o lacada, en hierro, latón o bronce, de metacrilato o vidrio de seguridad, madera u otros materiales acordes.
Se prohíben expresamente los rótulos en banderola de plástico y los luminosos. Los rótulos en banderola tampoco podrán ser iluminados con focos exteriores.
Los rótulos en banderola en este ámbito tendrán un diseño y colores cuidados, buscándose su integración en el entorno y su calidad, la cual será valorada por el pleno, que podrá informar desfavorablemente su autorización por razones estéticas.

Artículo 25.- Características materiales de los rótulos en banderola rígidos fuera del ámbito de la zona histórica o edificios catalogados.
Podrán ser fabricados en los materiales citados en el artículo anterior, o en plástico u otros metales distintos de los mencionados, pudiendo contar con iluminación interna o con focos exteriores. La iluminación en estos casos podrá contar con efectos de luz, movimiento o intermitencias.

Artículo 26.- Características materiales de los rótulos en banderola flexibles en cualquier ámbito.

Se podrán instalar rótulos en banderola realizados en lonas y materiales textiles que se ajusten a las características del artículo 23 y sujetados a la fachada del establecimiento tanto por su parte superior como por su parte inferior.
El diseño y colores de esta clase de rótulos en el ámbito de la zona histórica e inmuebles catalogados buscarán la calidad y su integración el entorno, lo cual será valorado por el pleno municipal, que podrá informar desfavorablemente su autorización por razones estéticas.
En el ámbito de la ciudad histórica o en inmuebles catalogados los soportes metálicos de estos rótulos serán en bronce, latón o hierro. Fuera de estos ámbitos estos rótulos podrán ser también de telas plastificadas y sus soportes podrán ser de otros materiales

Artículo 26.–Publicidad de marcas comerciales.
Queda prohibida la utilización de esta modalidad de instalaciones como soportes publicitarios exclusivos de las marcas comerciales, es decir, cuando la superficie ocupada por el logotipo o marca comercial rebase el 25 por 100 de la superficie disponible total del rótulo en banderola.

CAPÍTULO 5. RÓTULOS DE ESTABLECIMIENTOS ADOSADOS A LA FACHADA.

Artículo 27.–Definición.
Es aquella instalación no publicitaria alusiva a la actividad y denominación del establecimiento allí ubicado, razón social así como delegación o servicio oficial que represente y que no se sitúa adosado o paralelo a la fachada del establecimiento. También se admitirá como válido la instalación dispuesta dentro del perímetro del propio establecimiento, ya sea en valla, muro de ladrillo, etc.

Artículo 28.–Ubicación de rótulos en el ámbito de la zona histórica e inmuebles catalogados.
Se autorizan los siguientes tipos de rótulos de locales comerciales en planta baja, previa solicitud acompañada de diseño que indique dimensión, forma, color, material y sistema de anclaje en las siguientes ubicaciones:
En una franja encajada bajo el dintel del hueco de fachada, remetida respecto a la cara exteriordel recercado o del muro. Esta franja o banda no podrá tener una anchura superior a 0,50 metros.

En placas adosadas a muros de fachada, o dentro del recinto, sin restringir las dimensiones (que se estudiarán en cada caso, estudiando el impacto visual).

Artículo 29.–Características materiales en el ámbito de la zona histórica o inmuebles catalogados.

1.- En el caso de rótulos colocados bajo el dintel del hueco de la puerta del establecimiento podrá ejecutarse en madera pintada, chapa metálica, en bronce, latón o hierro, esmaltada o lacada, vidrio, metacrilato o piedra. Tanto el material como el diseño será acorde con el edificio y el entorno inmediato, prohibiéndose explícitamente otros materiales plásticos, el acero inoxidable, el aluminio o acabados metalizados brillantes.
El rótulo con la denominación del establecimiento, actividad u otros aspectos se inscribirá en esa franja, pudiendo ejecutarse mediante letras de relieve de bronce o latón, grabadas o pintadas sobre vidrio, formadas en pletina, grabados en bajo relieve u otras soluciones acordes con el entorno. Se usará el color bajo el criterio general de sobriedad y sencillez. No podrán tener iluminación externa o con focos exteriores.
En casos particulares podrán autorizarse rótulos de letras sueltas en hierro forjado, latón o bronce.
En cualquier tendrán que ser informados favorablemente por el pleno.
2.- En caso de placas adosadas a muros de fachada, estas placas tendrán una forma acorde con la composición de fachada, no pudiendo tener una anchura superior a 2/3 de la anchura del machón, ni una altura superior a 1/3 de su altura. Estarán separadas de la cara exterior del machón al menos 2,5 cms. y se sujetarán al mismo mediante grapas o patillas.
Las placas podrán ser de metacrilato o de vidrio transparente, traslúcido u opaco, tanto liso como grabado; de chapa metálica esmaltada o lacada en bronce, latón o hierro; de piedra o de madera. Se prohíben otros materiales plásticos, el acero inoxidable, el aluminio y otros acabados metalizados brillantes. No podrán disponer de iluminación interna o con focos exteriores. Los escaparates tampoco podrán tener lámparas fluorescentes de color.
Podrán autorizarse rótulos de letras sueltas en hierro forjado, latón o bronce colocadas en la fachada del edificio sin iluminación de ninguna clase.

CAPÍTULO 6. RÓTULOS EN TOLDOS

Artículo 30.–Definición.
Recibe esta denominación la instalación no publicitaria constituida por un mensaje sobre un toldo. Se define por toldo, aquel elemento saliente respecto del plano de fachada y anclado a ella, colocado exclusivamente en terrazas y/o en huecos para protección del sol o de la lluvia, constituido por una estructura plegable, en ningún caso fija o rígida, revestida de lona o tejidos similares.

Artículo 31.–Características generales de los toldos.
Los toldos móviles estarán situados a una altura mínima sobre la rasante de la acera de 225 cms. en todos sus puntos, incluso los de estructura. Su saliente respecto a la alineación

exterior no podrá ser superior a la anchura de la acera menos sesenta centímetros, sin sobrepasar los tres metros, y respetando en todo caso el arboledo existente.
En el ámbito de la zona histórica no será posible su disposición salvo motivos justificados y aprobados por el pleno municipal.

Artículo 32.–Ubicación del mensaje publicitario.
En general no se permite la publicidad en los toldos y sólo figurará en él el nombre del establecimiento.

CAPÍTULO 7. PLACAS DE IDENTIFICACIÓN

Artículo 33.–Definición.
Son aquellas instalaciones constituidas por un soporte rígido, generalmente rectangular, plano y sin relieve, realizado en materiales nobles y adosado a la edificación, con carácter informativo de las actividades que se desarrollan en la misma.

Artículo 34.–Ubicación y disposición.
Sólo serán autorizables en la planta baja de la edificación, salvo casos justificados aprobados por el pleno, y con las condiciones que a continuación se expresan:
Se situarán junto a la puerta principal de la edificación. En caso de existir varias placas se deberán colocar en vertical, formando un conjunto armónico.
No se podrán fijar sobre puertas, portones y en general carpinterías protegidas o con valor intrínseco.
No se situarán por encima de la altura del dintel del hueco arquitectónico de acceso al edificio o local, ni por debajo de 1, 2 metros medido desde el nivel de suelo del citado acceso.

Artículo 35.–Características generales.
No se aceptará más de una placa por oficina o establecimiento, ni la repetición de mensajes, salvo que existan varias entradas al edificio por diferentes calles.
No podrán utilizarse como propaganda de productos y marcas comerciales, salvo los logotipos identificativos de la actividad.

Artículo 36.–Características materiales.
Las placas de identificación deberán estar fabricadas en un único material , ya sea metálico, pétreo, de origen vegetal, o en metacrilato.
Se compondrán de un marco o bastidor de fijación al soporte de tubo de acero galvanizado de 2,5 por 3,5 centímetros, oculto, sobre el que se dispondrán las placas y el cerco de remate y

fijación de las mismas, con un canto máximo de 4 centímetros realizado en acero inoxidable raspado, con fijación oculta al soporte mediante tornillos.
Cuando hagan referencia a entidades o profesionales, su dimensión máxima será de 50 cms.
Cuando se trate de instituciones públicas, entidades de servicios públicos su dimensión máxima será de 80 cm. de lado.

CAPÍTULO 8. MONOLITOS INSTITUCIONALES, HITOS COMERCIALES Y POSTES DE PUBLICIDAD.

Artículo 37.– Características generales de los monolitos institucionales e hitos comerciales.
En edificios de uso exclusivo no residencial (aunque podría permitirse con el permiso de la Comunidad de Vecinos) se podrán instalar hitos comerciales o monolitos institucionales identificativos en el espacio libre de parcela, dentro de la alineación oficial. Su altura será como máximo de un tercio de la altura del edificio, con un máximo de 5 metros si es de más de 3 alturas, o un máximo de la mitad de la altura del edificio, si la altura es menor a cuatro alturas, con un máximo de 3 metros.
Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación 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 y vías de circulación de vehículos.

Artículo 38. .– Postes de publicidad.
Se establecen dos tipos:
- Indicativos. Se podrán instalar postes de publicidad en suelos de titularidad municipal. Los postes indicadores se realizarán a semejanza de los homologados por la Dirección General de Turismo, y aprobados por el Ayuntamiento, además nunca tendrán una dimensión mayor de 120x30 cm. El color de fondo dependerá del tipo de establecimiento y se dispondrá, además del nombre, el distintivo del tipo de establecimiento, si existiese. Se permitirá, además, disponer del emblema del Baños de Montemayor, o del Valle del Ambroz, en el lugar que considere el pleno municipal en su caso.

- Publicitarios. Se podrán instalar postes de publicidad en suelos de titularidad municipal. Las dimensiones nunca podrán ser superiores a 150 x 100 cm, si bien pueden ser superiores si el pleno municipal así lo considera. También será consideración del pleno aceptar el diseño y los colores a utilizar, que deberán ser armónicos con el entorno en todo caso.

CAPÍTULO 9. RÓTULOS DE PUBLICIDAD EN CORONACIÓN DE EDIFICIOS.

Artículo 39. – Ámbito de aplicación.
Se admite la colocación de rótulos de publicidad en coronación de edificios fuera del ámbito de la zona histórica o de edificios catalogados.

Artículo 40. – Características generales.
1.- Sólo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada edificio, que se podrá emitir con efectos visuales, debiendo cumplir con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea.
2.- Las superficies publicitarias en coronación de edificios podrán estar construidas con elementos sueltos — letras y logotipos — o bien estar estos elementos situados sobre un soporte. Respetarán 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.
4.- La instalación eléctrica cumplirá las determinaciones establecidas por el Reglamento Electrónico para Baja Tensión. No se permitirá la iluminación utilizando la energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna. Se utilizarán, siempre que la instalación lo permita, dispositivos de ahorro energético. La iluminación proyectada deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de la luz no podrá superar los límites de la superficie publicitaria y tendrá un efecto de desvanecimiento. Se utilizarán preferentemente luminarias no contaminantes.

Artículo 41.- 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 de la del edificio con un máximo de tres metros y medio 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 treinta metros cuadrados.
e) La iluminación no podrá causar molestias en ningún caso a las viviendas próximas.
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 del total de la superficie publicitaria.

TÍTULO III. LICENCIAS

CAPÍTULO 1. RÉGIMEN JURÍDICO

Artículo 42.–Régimen jurídico.
El régimen jurídico aplicable se regirá por los principios que establece la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, la normativa urbanística, la legislación especial y demás disposiciones normativas que sean de aplicación.

Artículo 43.–Actos sujetos a licencia.
Estarán sujetas a previa licencia municipal, sin perjuicio de las autorizaciones que fuere procedente obtener con arreglo a otras legislaciones específicas sectoriales aplicables y de acuerdo al procedimiento ordinario, toda actividad o instalación publicitaria perceptible desde la vía pública de los elementos descritos en el título primero.
Las de esta naturaleza que se otorguen quedarán sujetas durante toda su vigencia a una relación permanente con la administración municipal, la cual podrá exigir en cada momento la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés público o la imposición de modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben.
Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad y ornato público, pudiendo ordenarse por el ayuntamiento la ejecución de las medidas necesarias para conservar las condiciones mencionadas.

CAPÍTULO 2. PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA.

Artículo 44.–Tramitación.
1.- Para la tramitación del expediente de solicitud de licencia a que se refiere esta Ordenanza será preceptivo la presentación en Registro de la siguiente documentación, con carácter general:
a) Instancia según modelo, debidamente cumplimentada adjuntándose a la misma los documentos requeridos según la modalidad de instalación, que podrán ser los siguientes:
b) Croquis orientativo de medidas, colores y formas, salvo que sea para un cartel indicativo, así como una propuesta de localización en todo caso.
2.- En el caso de rótulos de establecimientos, rótulos rígidos de obra, carteles en mobiliario urbano y publicidad en lonas sobre andamiajes, se deberán adjuntar, además, fotografías actuales a color.

CAPÍTULO 3. VIGENCIA DE LAS LICENCIAS.

Artículo 45.- Contenido de la licencia.
El documento de concesión de licencia indicará la modalidad publicitaria, titular, número de elementos y características (dimensiones, texto del anuncio, materiales, etc.).

Artículo 46.– Plazo.
Las licencias sujetas a esta Ordenanza tendrán el plazo de vigencia indefinido, pudiendo ordenarse su retirada por cierre del establecimiento, cambio de ordenanza, o por un motivo debidamente justificado.

Artículo 47.–Plazo de ejecución.
La instalación del anuncio deberá ejecutarse en el plazo de tres meses desde la concesión de licencia, transcurridos los cuales sin ejecutarse ésta procederá la caducidad de la licencia.

Artículo 48.–Retirada de la instalación.
Transcurrido el periodo de vigencia de la licencia, deberá el titular retirar la instalación a su costa. Dicha circunstancia podrá hacerse constar en el documento de otorgamiento de licencia. En caso de no hacerlo el Ayuntamiento, podrá retirarlo imputando los costes al titular.

CAPÍTULO 4. TRANSMISIBILIDAD DE LAS LICENCIAS

Artículo 49.–Transmisibilidad de las licencias.
Las licencias serán transmisibles a terceros siempre que dicha transmisión fuere autorizada por la Administración a petición por escrito del titular transmitente, salvo que en su otorgamiento se disponga la no transmisibilidad.
El antiguo y el nuevo titular deberán comunicarlo por escrito al Ayuntamiento adjuntando la documentación correspondiente, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia.

TÍTULO IV. MEDIDAS DISCIPLINARIAS

CAPÍTULO 1. INFRACCIONES

Artículo 50.–Definición.
Constituirán infracciones de la presente Ordenanza las acciones u omisiones que vulneren las prescripciones contenidas en las mismas y las contenidas en la Normativa Urbanística que sea de aplicación.

Artículo 51.–Responsables.
De las infracciones de esta Ordenanza serán responsables:
1. La empresa publicitaria titular de la instalación.
2. El beneficiario del mensaje.
3. El titular o en su caso el ocupante del espacio o elemento en que se haya efectuado la instalación.

Artículo 52.–Sanciones.
Toda infracción de esta Ordenanza llevará consigo la imposición de sanciones a los responsables así como la obligación de resarcimiento de daños e indemnización de los perjuicios a cargo de los mismos, todo ello con independencia de las medidas previstas en el presente título.

Artículo 53.–Tipo de infracciones.
Se clasifican según la gravedad en: Leves y graves.
1. Se conceptuarán como infracciones leves, aquéllas en las que en el procedimiento sancionador se demuestre la escasa entidad del daño producido a los intereses generales y aquéllas que no tengan el carácter de grave.
2. Se conceptuarán como infracciones graves:
a) Efectuar las instalaciones careciendo de la licencia municipal.
b) No ajustarse a la licencia concedida ni a la normativa reguladora.
c) El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de seguridad.
d) El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de ornato, incidiendo negativamente de una forma manifiesta en el entorno.

Artículo 54.- Atenuantes de la responsabilidad.
Se considerará circunstancia atenuante de la responsabilidad de los autores de una infracción el haber procedido el responsable a la legalización, rectificación correspondiente y/o en su caso a la retirada de la instalación publicitaria antes de la iniciación de la actuación sancionadora.

Artículo 55.- Agravantes de la responsabilidad.
Se considerarán circunstancias agravantes de la responsabilidad de los autores de una infracción:
1. El haber alterado los supuestos de hecho que presuntamente legitimasen la actuación o mediante falsificación de los documentos en que se acreditase el fundamento legal para la obtención de la licencia.
2. La reiteración y la reincidencia.

3. Si como consecuencia de la instalación resultasen daños o perjuicios a otros particulares o al patrimonio histórico.

Artículo 56.–Prescripción de las infracciones.
1. Las infracciones en las que se incurra por incumplimiento de la presente Ordenanza se considerarán derivadas de una actividad continuada y su plazo de prescripción comenzará desde la finalización de la actividad o desde el último acto con el que la infracción se consuma, que a estos efectos será cuando sea retirada la instalación publicitaria.
2. Las infracciones leves prescribirán al año, y las graves prescribirán a los cuatro años.

CAPÍTULO 2. DETERMINACIÓN DE LA CUANTÍA DE LAS SANCIONES.

Artículo 57. – Cuantía de las sanciones.
Serán sancionados con multas de hasta 300 €, cuando dicha instalación sea legalizable, además de la obligatoriedad de acarrear los costes de desmontaje del elemento.
Cuando las instalaciones publicitarias no fueran legalizables, se sancionarán a quienes las efectúen con multa de hasta 600 €, además de la obligatoriedad de acarrear los costes de desmontaje del elemento.
La cuantía de la sanción se reducirá o aumentará en función de las atenuantes o agravantes que sean de aplicación.

CAPÍTULO 3. ACCIÓN SUSTITUTORIA.

Artículo 66.–Ejecución.
Ordenada la retirada de las instalaciones, en caso de incumplimiento por su responsable en el plazo indicado, la Administración podrá ejecutar la retirada subsidiaria de las instalaciones publicitarias afectadas. En la retirada se realizará diligencia haciendo constar nombre y apellidos del propietario o titular, D.N.I. y/o razón social si se trata de una empresa, domicilio de éste/a, calle y número donde se ha practicado la retirada y tipo de elemento retirado, facilitando una copia al interesado siempre que éste esté presente en la ejecución subsidiaria.

Artículo 67. – Elementos retirados.
Realizada la ejecución o reposición subsidiaria, se concederá a los titulares de los elementos un plazo de diez días para que presenten escrito en el que manifiesten su voluntad expresa de hacerse cargo de los elementos retirados, mediante su recogida de los almacenes municipales en el día y hora que se fije.

Artículo 68. – Instalaciones sin licencia sobre suelo público.Las instalaciones publicitarias sin licencia sobre suelo público, de carácter demanial o patrimonial, no necesitarán requerimiento previo y serán retiradas por los servicios municipales, con repercusión de los gastos al interesado.

Artículo 69. – Gastos de la acción sustitutoria.
La acción sustitutoria por parte de la Administración, conllevará la repercusión de los gastos por ejecución y almacenaje al responsable de las instalaciones.
Los elementos trasladados a los almacenes municipales devengarán una tasa de almacenaje de 3,61 euros por metro cuadrado o fracción de ocupación, con un coste mínimo de 36,06 euros. Estos precios podrán serán renovados anualmente por acuerdo del pleno del Excmo. Ayuntamiento.

TÍTULO III. ADAPTACIONES A LA ORDENANZA

CAPÍTULO 1. PLAZOS DE ADAPTACIÓN DE LAS INSTALACIONES

Artículo 70. – Plazos.
Se dará un plazo de 3 meses, a contar desde el día siguiente de la resolución del pleno en la que se le da permiso para la instalación, con el fin de llevar a cabo las tareas de montaje y/o desmontaje, según el caso.

Con carácter excepcional, aquellos elementos que, a consideración del pleno municipal, a pesar de incumplir la ordenanza, no significasen un impedimento para disponer otros elementos por encontrarse en una zona ajena a otras peticiones, o no tuviesen un impacto visual significativo, podrán mantenerse en su ubicación, si bien dichos elementos pasarán a denominarse elementos fuera de ordenación, y, como tal, están destinados a ser retirados, y no podrán realizarse tareas de arreglo, mejora o reubicación, de modo que, cuando el estado del mismo sea considerado indecoroso, deberá ser retirado sin posibilidad de ser repuesto. Esta permisión se acotará a un máxima de un cartel por establecimiento.

En el caso de que alguna tarea consista en el desplazamiento de alguna instalación que cumple la normativa, los gastos de desmontaje y montaje los llevará a cabo el Ayuntamiento. En el caso de que la tarea consista en desmontar una instalación que incumple con la ordenanza, para disponer otra distinta, los gastos no podrán ser imputable en ningún caso al Ayuntamiento.

Artículo 70. – Solicitudes.
Se concede un plazo de 1 mes para realizar las solicitudes pertinentes dirigidas al Ayuntamiento de Baños de Montemayor, y la mesa de valoración se reunirá 2 días laborables después de finalizar el plazo de peticiones con el fin de resolver la totalidad de propuestas.

Las propuestas que lleguen una vez finalizado ese plazo, se estudiarán una vez resultas las iniciales, teniendo que adaptarse a los lugares que queden libres tras la resolución de la mesa de valoración inicial.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

A partir de la entrada en vigor de esta Ordenanza quedan derogadas cuantas disposiciones municipales se opongan a la misma.
Quedan vigentes todas las disposiciones municipales en todo aquello que no contradigan expresamente a lo establecido en esta Ordenanza.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta Ordenanza entrará en vigor transcurrido un mes desde su publicación íntegra en el Boletín Oficial de la Provincia.

Contra el presente Acuerdo, se interpondrá recurso contencioso-administrativo, ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura con sede en Cáceres, 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.

En Baños de Montemayor, a 28 de Noviembre de 2016

EL ALCALDE,
Óscar Mateos Prieto