

REF.: Aprueba Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad, comuna de Santo Domingo,

DECRETO ALCALDICIO N° 03797

SANTO DOMINGO, 29/12/2025

VISTOS

1. Las atribuciones contenidas en el Artículo 63 y demás normas pertinentes de la Ley N°18.695, Orgánica Constitucional de Municipalidades;
2. La sentencia de proclamación de Alcaldes dictada por el Tribunal Electoral Regional de Valparaíso, Rol N° 280-2024, numeral 2º) número 37), de fecha 30 de noviembre de 2024, que declara como alcalde definitivamente electo en la comuna de Santo Domingo al Sr. Fernando Rodríguez Larraín;
3. El Decreto Alcaldicio N° 3492, de fecha 09 de diciembre de 2024, por el cual el Sr. Fernando Rodríguez Larraín asume como Alcalde de la Ilustre Municipalidad de Santo Domingo, por el período 2024-2028;
4. El Acuerdo de Concejo N°244 Sesión Ordinaria N°037-2024/2028 del día miércoles 10 de diciembre de 2025, en donde se aprueba el texto propuesto de la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad, de la comuna de Santo Domingo.

CONSIDERANDO

1. La necesidad de contar con una Ordenanza de Publicidad y Propaganda, por mandato legal según lo dispuesto en el artículo tercero de las disposiciones transitorias de la Ley N°21.473 sobre Publicidad Visible desde Caminos, Vías o Espacios Públicos.
2. La obligación de regular parámetros, requisitos, limitaciones, prohibiciones, sanciones y control sobre publicidad visible desde los caminos, vías o espacios públicos de la comuna de Santo Domingo, acorde a la planificación urbana, la normativa comunal, el buen uso de los espacios públicos, la seguridad vial y protección de las áreas turísticas, culturales y patrimoniales. Asimismo, esta ordenanza busca promover el desarrollo armónico del territorio mediante la promoción de un concepto visual identitario aplicable a la publicidad y propaganda.
3. La comisión N°17 de la Secretaría Comunal de Planificación realizada el día 18 de noviembre de 2025, para exponer los alcances técnicos y legales de la Ordenanza.

4. El Acuerdo de Concejo N°244 Sesión Ordinaria N°037-2024/2028 del día miércoles 10 de diciembre de 2025, en donde se aprueba el texto propuesto de la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad, de la comuna de Santo Domingo.

DECRETO

1. **APRUÉBASE**, la Ordenanza sobre Propaganda y Publicidad, de la comuna de Santo Domingo, de acuerdo al siguiente texto:

ORDENANZA SOBRE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD DE LA COMUNA DE SANTO DOMINGO

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1° OBJETIVO DE LA ORDENANZA

La presente ordenanza tiene por objetivo regular el ejercicio de la actividad de publicidad y propaganda de la comuna de Santo Domingo, que sea vista u oída desde el bien nacional de uso público, ya sea que esta se encuentre en los espacios públicos o en propiedad privada, con la finalidad de definir, establecer requisitos, procedimientos, plazos, prohibiciones, y sanciones de conformidad a la normativa vigente aplicable a esta materia, a fin de velar por la seguridad vial y de minimizar el impacto que dichos elementos generan en su entorno. Asimismo, esta ordenanza busca promover el desarrollo armónico del territorio mediante la promoción de un concepto visual identitario aplicable a la publicidad y propaganda.

ARTÍCULO 2° ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente ordenanza, se aplicará a toda publicidad, propaganda o elemento publicitario que se emplace o realice dentro del territorio comunal, ya sea en una propiedad privada o en bien nacional de uso público, que sea vista o percibida, según se enumera a continuación:

- a) Caminos públicos situados fuera de los límites urbanos.
- b) Vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo.
- c) Vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.
- d) Otros espacios públicos urbanos, tales como plazas y parques.
- e) El interior de unidades habitacionales, bien sea de forma directa o indirecta.

Estará afecta al pago de derechos municipales correspondientes, de acuerdo a lo indicado en la Ordenanza Local de Derechos Municipales vigente.

ARTÍCULO 3° CONCEPTOS Y DEFINICIONES

Para los efectos de la presente Ordenanza, se entenderán los siguientes conceptos y definiciones, según se detalla a continuación:

1. **Accesibilidad universal:** Condición que deben cumplir entornos, bienes, productos y servicios, para ser utilizables por todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidad, de manera segura, cómoda y autónoma. Implica diseñar o adaptar espacios, productos y sistemas para que sean comprensibles, utilizables y practicables por la mayor cantidad de personas posible, sin necesidad de adaptaciones adicionales o especializadas¹
2. **Acera:** Parte de una vía destinada principalmente para circulación de peatones, separada de la circulación de vehículos².
3. **Antejardín:** Área entre la línea oficial y la línea de edificación, regulada por el instrumento de planificación territorial³.
4. **Área Rural:** Territorio ubicado fuera del límite urbano⁴.
5. **Área Urbana:** Superficie ubicada dentro del límite urbano, destinada al desarrollo armónico de los centros poblados y sus actividades existentes y proyectadas por el instrumento de planificación territorial⁵.
6. **Autoridad edilicia:** Alcalde o Alcaldesa de la comuna.
7. **Avisador Publicitario Vial o Caminero:** Toda persona natural o jurídica que desarrolle actividades de publicidad vial o caminera, visible desde los caminos públicos o vías urbanas del país y que se encuentre inscrito en el Registro de Avisadores Viales y Camineros. También se le denominará interesado en el marco del procedimiento para el otorgamiento de los permisos, para efectos de la presente ordenanza.
8. **Avisos a contramano:** Publicidad vial o caminera presentada en letreros ubicados en el lado izquierdo de la pista de circulación vehicular.
9. **Bien Nacional de Uso Público o bien público (BNUP):** es aquél cuyo dominio pertenece a la nación toda, y su uso a todos los habitantes, como las calles, plazas, puentes y caminos, el mar adyacente y sus playas⁶. Su administración será ejercida por la Municipalidad⁷, salvo que, en atención a su naturaleza o fines y de conformidad a la ley, la administración de estos últimos corresponda a otros órganos de la Administración del Estado, tales como el caso de las playas de mar, que corresponde al Ministerio de Defensa Subsecretaría de Marina (a través de Gobernación Marítima).
10. **Bien municipal:** Es aquel inmueble que es de dominio municipal, esto es, que posee inscripción conservatoria a nombre de la Ilustre Municipalidad de Santo Domingo. Tienen esta calidad aquellos inmuebles que adquiere onerosa y gratuitamente (donaciones), y aquellos que, por el ministerio de la ley, pasan a su patrimonio, como los lotes de

¹ Artículo 1.1.2. D.S. N° 47 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones

² Artículo 1.1.2. D.S. N° 47 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones

³ Artículo 1.1.2. D.S. N° 47 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones

⁴ Artículo 1.1.2. D.S. N° 47 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones

⁵ Artículo 1.1.2. D.S. N° 47 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones

⁶ Artículo 589, Código Civil

⁷ Artículo 5° letra c) Ley N° 18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades y artículo 135 letra b) del Decreto N° 458 que aprueba Ley General de Urbanismo y Construcción.

equipamiento, de conformidad al artículo 135 letra b) de la Ley General de Urbanismo y Construcción (LGUC).

11. **Bien de administración municipal:** Inmueble que se encuentra bajo el control y fiscalización del Municipio. Tienen esta calidad, los bienes nacionales de uso público (plazas, áreas verdes, calles y aceras), ubicados dentro de la comuna⁸. Asimismo, serán de administración municipal aquellos que, por convenio con otras reparticiones públicas o entidades privadas, pasen a ser administrados por la entidad edilicia.
12. **Camino, Ruta o Vía de Belleza Escénica:** Vía de comunicación terrestre, o tramos de ella, emplazados en una zona o sector, sea urbano o rural, de alto valor paisajístico o turístico, que requiere un tratamiento diferenciado, destinado a preservar y proteger tales cualidades.
13. **Camino público:** Vía de comunicación terrestre, destinada al aire libre tránsito, situada fuera de los límites urbanos de una población y cuyas fajas son bienes nacionales de uso público.
14. **Cierre perimetral:** Sistema de separación que equivale al contorno que divide una propiedad de otra, ya sea esta rural o urbana e industrial y domiciliaria.
15. **Elementos publicitarios:** Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, con el objeto de captar la atención de quienes transitan por un camino público, vía urbana o de quienes concurren a un espacio público.
16. **Elementos publicitarios menores:** Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que no requieren de una estructura propia, que forman parte de una edificación y que no generan un volumen adicional en cubiertas o terrazas ni un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua, respecto de la fachada de ésta. Corresponden principalmente a los elementos adosados o sobrepuestos a las fachadas de una edificación y aquellos que formen parte del mobiliario urbano existente, tales como los instalados en paraderos de transporte público, en quioscos o en postes del alumbrado público.
17. **Elementos publicitarios mayores:** Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que requieren de una estructura propia, tales como postes, placas paleta, torres o tótems, o que forman parte de una edificación generando un volumen adicional en cubiertas o terrazas o un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua, respecto de la fachada de ésta. También son elementos publicitarios mayores los que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de las mismas.
18. **Estética panorámica:** Armonía visual que presentan, en conjunto, los distintos componentes del paisaje ubicado en la cercanía de un camino público o vía urbana.
19. **Faja vial:** Espacio de dominio público de caminos públicos o de vías urbanas, incluyendo calzadas, soleras, veredas, aceras, bandejón central bermas y todo aquello que se encuentre delimitado por los cercos de los caminos públicos, en áreas rurales, o por la líneas oficiales, en áreas urbanas.
20. **Inspector Municipal:** Funcionario público encargado de velar por el cumplimiento de la presente ordenanza en el territorio comunal, dentro del marco de sus atribuciones y de conformidad con sus disposiciones.
21. **Patente Comercial:** Permiso municipal obligatorio que autoriza a una persona natural o jurídica para ejercer actividades comerciales, profesionales, industriales o de prestación de servicios o cualquier otra actividad lucrativa, sea cual fuere su naturaleza o denominación, dentro de una comuna.

⁸ Artículo 135 letra b) del Decreto N° 458 que aprueba Ley General de Urbanismo y Construcción

22. **Permiso o Permiso Municipal:** Es la autorización, otorgada por la autoridad edilicia⁹, mediante Decreto Alcaldicio, para realizar una actividad comercial en un bien nacional de uso público, y que se encuentra afecta al pago del derecho que la respectiva ordenanza determine. Los permisos municipales son esencialmente precarios¹⁰, intransferibles e intransmisibles y serán otorgados por decreto y resolución.
23. **Propaganda:** Toda actividad o elemento que se instala en el espacio privado o en el BNUP para ser percibido desde este último, con el fin de promover ideas o acciones, por lo general vinculadas al pensamiento, las creencias o las conductas.
24. **Publicidad:** Toda actividad o elemento que se instala en el espacio privado o en el BNUP para ser percibido desde este último, con el fin de promover la comercialización de un producto o servicio, resaltando alguna ventaja que permita al oferente ser preferido por potenciales clientes.
25. **Publicidad del establecimiento:** Aquella que realizan empresas o personas en el lugar en que se encuentra el establecimiento comercial o industrial que explotan y que da cuenta de su productos o servicios.
26. **Publicidad vial o caminera:** Elementos publicitarios y, en general, cualquier otra forma de anuncio que contenga imágenes o textos, visibles desde caminos públicos o vías urbanas.
27. **Puntos peligrosos:** Aquellas singularidades o sectores del camino público o vías urbanas que, por sus condiciones geométricas y operativas, de visibilidad, tránsito de peatones, ciclistas o vehículos, requieren una mayor atención del conductor, tales como:
- a) Los pasos desnivelados;
 - b) Las intersecciones, empalmes y rotondas;
 - c) Los cruces de caminos públicos y vías urbanas con vías férreas u otras similares;
 - d) Los puentes, pasarelas peatonales y túneles;
 - e) Las curvas horizontales y verticales;
 - f) Las zonas de escuela, servicios asistenciales de salud u otras zonas con presencia significativa de usuarios vulnerables;
 - g) Sectores con altas tasas de accidentabilidad.
28. **Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros:** Sistema de información permanente y actualizado, a cargo de la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, que contiene datos de las personas naturales o jurídicas cuyo giro o actividad guarde relación con la instalación de elementos publicitarios destinados a captar la atención de quienes transitan por un camino público o vía pública o de quienes concurren a un espacio público. Este sistema debe contener, al menos, todos los antecedentes que los identifiquen, junto con el historial de solicitudes, infracciones, multas y demás datos relevantes para la aplicación de la Ley.
29. **Titular:** Persona natural, autorizada para ejercer a nombre propio el comercio regulado en la presente ordenanza.
30. **Vía urbana:** Espacio destinado al tránsito, ubicado dentro de los límites urbanos.
31. **Vía urbana declarada camino público:** Vía de comunicación terrestre ubicada dentro de los límites urbanos, que se conecta en sus extremos con caminos públicos y que haya sido declarada camino público mediante decreto supremo.

⁹ Artículo 36 inciso segundo Ley N° 18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades

¹⁰ Artículo 36 inciso segundo Ley N° 18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades.

32. **Comité Plan Visual:** Comité conformado por al menos 3 funcionarios municipales los cuales se formalizarán por Decreto Alcaldicio. Su función será velar que se mantengan los lineamientos de estética del inmueble, conjunto o sector en el cual se ubica la propaganda y/o publicidad.

ARTÍCULO 4°

PROHIBICIONES PARA INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

Se prohíbe la instalación de elementos publicitarios con las condiciones, características o ubicaciones siguientes:

1. En la faja vial de un camino público.
2. En la faja vial de una vía urbana. Con todo, podrá habilitarse la instalación de elementos publicitarios menores en las aceras de las vías urbanas siempre que el Plan Regulador Comunal no prohíba su instalación y en la medida que se ajuste a las siguientes restricciones:
 - a) Que no imiten o se asemejen a las señales del tránsito.
 - b) Que no alteren, destruyan, deterioren o remueva dichas señales.
 - c) Que no se instalen a menos de veinte metros del punto determinado por la intersección de las prolongaciones imaginarias de las líneas de soleras o cunetas que convergen.
 - d) Que impida al conductor que se aproxima a un cruce la plena visual sobre vehículos y peatones.
 - e) Que afecte la debida percepción de las señales del tránsito.

Asimismo podrá habilitarse dichos elementos en bandejones y medianas, tratándose de elementos publicitarios instalados en paraderos o refugios peatonales de transporte público.

4. En puntos peligrosos, o a menos de la distancia mínima respecto de los mismos, y aquellos que no cumplan con el distanciamiento mínimo entre letreros sucesivos, en ambos casos, según lo establecido en el artículo 25 y 26 de esta Ordenanza y Anexo N° 3 de esta Ordenanza. Con todo, la determinación de los puntos peligrosos y de los distanciamientos mínimos corresponderá a la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, en el caso de los caminos públicos, y a la Subsecretaría de Transportes, en el caso de las vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.
5. A contramano, sin perjuicio de lo dispuesto en numeral segundo del presente artículo.
6. Que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, con excepción de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por el número 2 del artículo 24 de esta Ordenanza. Se prohíben también los elementos publicitarios cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial establecidos en el Anexo N° 3 de esta Ordenanza, así como aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta.

7. Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares y en las pantallas móviles o instaladas en un elemento móvil, que presenten imágenes distintas a las establecidas en el artículo 24 de esta Ordenanza.
8. Los ubicados sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica y a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o Superintendencia del ramo.
9. Los que por su dimensión y/o ubicación obstaculicen la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.
10. En los antejardines, esto es, en el área entre la línea oficial y la línea de edificación, regulada en el instrumento de planificación territorial. Con todo, podrá habilitarse la instalación de elementos publicitarios menores en estos espacios, siempre que el instrumento de planificación territorial no prohíba su instalación.
11. En áreas de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

ARTÍCULO 5°

OBLIGACIÓN DE CONSERVACIÓN DEL ELEMENTO PUBLICITARIO

Todo propietario o usuario de cualquier forma de publicidad en el territorio comunal estará obligado a mantenerla en un buen estado de conservación y limpieza, pudiendo la municipalidad requerir su mejoramiento, ya sea en cuanto a su calidad, materialidad, limpieza y/ o estética, cuando así lo estime conveniente para lograr una adecuada presentación del espacio público y privado.

En subsidio del propietario, esta obligación recaerá sobre la persona que administre, a cualquier título, el local en que se encuentre instalado el aviso.

TÍTULO II

ASPECTOS PROCEDIMENTALES PARA INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

PÁRRAFO 1°

CARACTERÍSTICAS DE PERMISOS Y REQUISITOS DE OTORGAMIENTO

ARTÍCULO 6°

REQUISITOS GENERALES

Para el ejercicio de la actividad de publicidad y la correspondiente instalación, los interesados, deben contar con los siguientes antecedentes y cumplir los requisitos que se indican a continuación:

- a) Inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros. Los permisos de instalación de elemento publicitario sólo pueden ser solicitados y otorgados a personas

- naturales o jurídicas que se encuentren con inscripción vigente, y será exigible para a cualquier publicidad o propaganda, salvo la que se trata en el artículo 9° de esta Ordenanza.
- b) Informe técnico de la Dirección de Vialidad para los elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos, rurales o urbanos.
 - c) Informe favorable de la Dirección de Tránsito, tratándose de elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde vías públicas que no hubieren sido declarados como caminos públicos.
 - d) Permiso de instalación de la Dirección de Obras Municipales, el cual, a su vez deberá contar con los requisitos establecidos en el artículo siguiente.
 - e) Entrega de garantía para caucionar el retiro del elemento publicitario, tratándose de elementos publicitarios mayores. La caución será entregada en la Dirección de Obras Municipales y guardada en custodia por el Tesorero Municipal.
 - f) Si el elemento publicitario, se encuentra emplazado en un bien nacional de uso público, deberá obtener previamente de la Municipalidad la respectiva la concesión o el permiso precario para el uso de dichos espacios, en conformidad a lo establecido en el artículo 36 de la ley N° 18.695, Orgánica Constitucional de Municipalidades. La Municipalidad está facultada para cobrar derechos por estas concesiones o permisos precarios, distintos de los derechos municipales que deben pagarse por los permisos de instalación de elementos publicitarios.
 - g) Pago de los derechos municipales respectivos, conforme la Ordenanza Municipal de Cobro de Derechos Municipales.

ARTÍCULO 7°

ELEMENTOS PUBLICITARIOS EXCEPCIONADOS DE ESTE PROCEDIMIENTO

No será aplicable el procedimiento para obtención de permiso que regula esta Ordenanza, a los elementos publicitarios cuyo único objeto sea identificar el giro de un establecimiento. No obstante, deberán cumplir únicamente con las exigencias de seguridad vial e impacto en el entorno establecidas en el artículo 10 y lo referente a imagen y Plan Visual, según se establezca en Título V de esta Ordenanza, así como las disposiciones que establezca la Ley N° 21.473 y reglamentos respectivos.

Esta excepción no será aplicable para el caso de que se trate de un elemento publicitario mayor, cuyo caso será aplicable el procedimiento regulados en los párrafos siguientes.

PÁRRAFO 2°

PROCEDIMIENTO PARA OTORGAMIENTO DE PERMISO DE INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS MAYORES

ARTÍCULO 8°

INFORME PREVIOS FAVORABLES

Para el otorgamiento de permiso de instalación de elemento publicitario, y con el objeto de verificar que tales elementos no constituyen un peligro para la seguridad vial, previo al ingreso ante la Dirección de Obras Municipales de la solicitud de permiso, el interesado deberá obtener los siguientes informes previos:

1. Para los elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde caminos públicos, rurales o urbanos, el informe técnico favorable de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas.
2. Para los elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, el informe técnico favorable de la Dirección de Tránsito y Transporte Público Municipal.

ARTÍCULO 9

SOLICITUD DE INFORME

La solicitud de informe favorable, deberá ser dirigida al Director Regional de Vialidad de Valparaíso o al Director de Tránsito y Transporte Público de Santo Domingo, y deberá incluir al menos la información que se establece en el Anexo N° 2 de esta Ordenanza.

Para este efecto, las autoridades mencionadas, según corresponda, deberán verificar, dentro de 45 días hábiles contados desde el ingreso de la solicitud de informe técnico favorable, que los elementos publicitarios propuestos cumplen con las exigencias y obligaciones relacionadas con la seguridad vial establecidas en la presente Ordenanza, y sin perjuicio de lo que se establezca en otros cuerpos normativos.

En el caso de que la Dirección Regional de Vialidad o la Dirección de Tránsito, según corresponda, verifiquen algún incumplimiento en las materias cuya revisión les compete, deberán rechazar la solicitud requerida.

ARTÍCULO 10

NORMAS DE SEGURIDAD VIAL QUE DEBERÁN CUMPLIR LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS QUE PUEDAN SER VISTOS DESDE CAMINOS PÚBLICOS, URBANOS O RURALES

Sin perjuicio de lo que pueda establecerse en en normativas del Ministerio de Obras Públicas o del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, los elementos publicitarios visibles desde caminos públicos, urbanos o rurales, deben cumplir con las consideraciones mínimas que se desarrollan en el Anexo N° 2 de esta Ordenanza, sobre Normas de seguridad vial que deberán cumplir los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde caminos públicos, urbanos o rurales, regulada en la Resolución Exenta N° 2.889, de 2023 del Ministerio de Obras Públicas.

ARTÍCULO 11

SOLICITUD DE PERMISO DE INSTALACIÓN DE ELEMENTO PUBLICITARIO MAYOR

Emitido el informe técnico favorable por parte de la Dirección Regional de Vialidad o de la Dirección de Tránsito, según corresponda, podrá solicitarse el permiso de instalación de elemento publicitario mayor ante la Dirección de Obras Municipales.

Los interesados deberán solicitar el permiso correspondiente a la Dirección de Obras Municipales, en la forma y acorde a los requisitos establecidos en la presente Ordenanza, Ley N° 21.473 y en las normas contenidas en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones (artículo 2.7.10. u otras que correspondan).

Para estos efectos, el interesado deberá presentar a la Dirección de Obras Municipales los siguientes documentos:

1. Informe técnico favorable por parte de la Dirección Regional de Vialidad o de la Dirección de Tránsito, según corresponda.
2. Acreditación de Inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.
3. Plano que grafique el cumplimiento de las normas urbanísticas del Plan Regulador Comunal. Dicho plano deberá ser suscrito por el propietario del predio donde se efectuará la instalación y por los profesionales competentes.
4. Informe del profesional competente que indique el cumplimiento de las normas relativas a seguridad, resistencia y estabilidad a que se refiere este artículo.

Tratándose de avisos o letreros luminosos que requieran instalación eléctrica, deberán ser certificados por un instalador autorizado por la Superintendencia de Servicios Eléctricos y Combustibles.

5. Plano de estructura de los soportes firmado por un profesional competente, cuando corresponda.
6. Presupuesto de las obras.

ARTÍCULO 12

EXIGENCIAS PARA EL OTORGAMIENTO DEL PERMISO DE INSTALACIÓN

Efectuada esta solicitud, la Dirección de Obras Municipales deberá verificar que el elemento publicitario propuesto cumpla con las exigencias en lo que corresponda al ámbito de su competencia y en lo que sea aplicable en cada caso. Adicionalmente, la Dirección de Obras Municipales respectiva deberá verificar que el elemento publicitario cuyo permiso de instalación se solicita:

1. Verificar cumplimiento de exigencias relativas a seguridad vial, para lo cual sólo se limitará a constatar que cuenta con el respectivo informe favorable.
2. Verificar inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.
3. La Dirección de Obras Municipales deberá verificar que el elemento publicitario propuesto cumpla con las exigencias en lo que corresponda al ámbito de su competencia y en lo que sea aplicable en cada caso, como las establecidas la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, que regulan algunas exigencias mínimas, que son¹¹:
 - a) Cumplir con las normas urbanísticas de la zona en que se emplace.

¹¹ Artículo 2.7.10. D.S. N° 47 Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones

- b) Cumplir con las normas relativas a seguridad, resistencia y estabilidad, considerando factores tales como seguridad contra incendio, resistencia al viento, resistencia de la estructura de los elementos soportantes y sus fundaciones, comportamiento de materiales, normas de instalaciones y sistemas, lo cual será informado y suscrito por un profesional competente al momento de solicitar el respectivo permiso.
 - c) La instalación de publicidad no podrá dificultar la percepción de señalizaciones del tránsito ni entorpecer el alumbrado público.
 - d) Se prohíbe ubicar soportes de carteles publicitarios en parques intercomunales y comunales existentes o declarados de utilidad pública, en plazas y áreas verdes públicas. Excepto los que el municipio disponga para avisos relativos a actividades culturales, deportivas, educacionales, productivas de carácter público, musicales, turísticas o religiosas, que no perciban fines de lucro.
 - e) Sólo se podrán ubicar soportes de carteles publicitarios en el espacio de uso público destinado a vialidad si expresamente lo permite el Plan Regulador Comunal.
 - f) Los avisos luminosos fijos o intermitentes, no podrán localizarse en zonas residenciales exclusivas determinadas por el Plan Regulador Comunal.
 - g) La instalación de un elemento publicitario no podrá bloquear los vanos de una edificación ni las salidas de escape o rescate, o entorpecer los dispositivos de combate contra el fuego.
4. Adicionalmente, la Dirección de Obras Municipales deberá verificar que el elemento publicitario cuyo permiso de instalación se solicita:
- a) No infrinja las prohibiciones establecidas en el artículo 4° y 38 de esta Ordenanza.
 - b) Se emplace en un predio de propiedad del solicitante, lo que se acreditará mediante declaración jurada. En caso que el inmueble no sea de propiedad del solicitante, la declaración jurada deberá ser extendida por el o los propietarios del inmueble, debiendo contener la autorización expresa para la instalación de elementos publicitarios.

Con todo, ambas declaraciones juradas deberán contener la individualización del inmueble respectivo. Así como también, se deberá indicar las coordenadas geográficas de un punto interior de dicho inmueble, las que deberán ser bajo el sistema de coordenadas UTM, Datum WGS 84.

- c) En el caso de copropiedad inmobiliaria, deberá adjuntarse copia del acta de la asamblea de copropietarios o de la consulta por escrito y su aceptación por parte de los copropietarios, en ambos casos reducida a escritura pública, en la que se acordó la instalación del elemento publicitario en un bien común.

- d) En caso que el permiso se solicite para la instalación de un elemento publicitario en un bien nacional de uso público, será necesario adjuntar copia de la resolución o decreto alcaldicio de concesión para su ocupación o del permiso precario que otorgue la municipalidad.
- e) Cumpla con las normas urbanísticas de la zona en que se emplace, considerando que el instrumento de planificación territorial puede prohibir o limitar el emplazamiento de este tipo de elementos en determinadas zonas.
- f) Cumpla con las normas relativas a la seguridad, resistencia y estabilidad, considerando factores tales como seguridad contra incendio, resistencia al viento, resistencia de la estructura de los elementos soportantes y sus fundaciones, comportamiento de materiales, normas de instalaciones y sistemas.
- g) No altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de los mismos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.
- h) No altere significativamente el entorno en el que pretende emplazarse, de acuerdo a artículo 13 siguiente.

ARTÍCULO 13

RESULTADO NEGATIVO DE LA SOLICITUD: CONTROL DEL IMPACTO QUE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS PROVOCAN EN EL ENTORNO URBANO

1. La Dirección de Obras Municipales podrá rechazar el permiso de instalación de elemento publicitario si determina que éste podría alterar significativamente el entorno en el que pretende emplazarse
2. Para efectos de lo anterior, la Dirección de Obras Municipales deberá considerar, en los supuestos que fueren aplicables, el cumplimiento de los siguientes requisitos mínimos:
 - a) Los elementos publicitarios no podrán superar la altura máxima de edificación establecida por el respectivo instrumento de planificación territorial, sea que contemplen una estructura soportante desde el nivel del suelo o se instalen sobre edificaciones existentes. Además, deberán cumplir con el mismo régimen de rasantes aplicable a las edificaciones
 - b) Los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o autorreflexión o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no podrán emplazarse en las zonas residenciales exclusivas determinadas por el instrumento de planificación territorial ni en las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a las mismas.

Tampoco podrán emplazarse en aquellas zonas, subzonas o vías públicas que restrinja para tal efecto la presente ordenanza.

En aquellas zonas en las que sí estén permitidos este tipo de elementos publicitarios, deberán cumplir con la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento.

- c) Para el emplazamiento de elementos publicitarios en áreas de protección de recursos de valor patrimonial cultural, se deberá contar con la autorización de la autoridad respectiva.

En el caso de zonas e inmuebles declarados monumentos nacionales, en cualquiera de sus categorías, tal autorización deberá otorgarse por el Consejo de Monumentos Nacionales.

En el caso de las zonas e inmuebles de conservación histórica definidos en los instrumentos de planificación territorial, tal autorización deberá otorgarse por la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo.

En ambos casos, la autoridad respectiva deberá velar porque el elemento publicitario no altere ni ponga en riesgo las características que justificaron la protección de dichas zonas e inmuebles, tales como el carácter ambiental y propio de ciertas poblaciones o lugares, su aspecto típico y pintoresco, el estilo arquitectónico general de dicha zona, los valores culturales de una localidad o inmueble y la relación armónica que se establece entre una obra arquitectónica que constituye un hito de significación urbana y su entorno.

- d) En aquellos espacios públicos que hayan sido declarados, como “Vías de Belleza Escénica”, vale decir, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3° número 12 de esta Ordenanza, los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde ellas deberán resultar armónicos con dicha condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones establecidas en el Título V de esta Ordenanza.

La Dirección de Obras Municipales deberá rechazar la autorización si el elemento publicitario no cumple con lo establecido en la referida ordenanza local de propaganda y publicidad

- e) Lo establecido en este artículo, es sin perjuicio del cumplimiento de otros requisitos específicos que en esta materia establezca la presente Ordenanza, el instrumento de planificación territorial o la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones (artículo 2.7.10. u otro según corresponda).

ARTÍCULO 14

RESULTADO POSITIVO DE LA SOLICITUD

La Dirección de Obras Municipales otorgará el permiso si la solicitud cumple con las disposiciones establecidas en la presente ordenanza, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones (artículo 2.7.10. u otro según corresponda) y en el Plan Regulador Comunal, previa entrega de la correspondiente garantía -que se regula en el apartado VI. siguiente- y previo pago de los derechos

municipales correspondientes a las obras provisionarias, conforme al número 3 de la tabla contenida en el inciso primero del artículo 130 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones¹².

ARTÍCULO 15

ENTREGA DE GARANTÍA PARA CAUCIONAR EL RETIRO DEL ELEMENTO PUBLICITARIO

1. En forma previa al otorgamiento del permiso, y una vez que la Dirección de Obras haya verificado el cumplimiento de todos los requisitos para este efecto, ésta deberá comunicar al interesado la obligación de entregar una póliza de seguro, caución u otro tipo de garantía de carácter irrevocable, a nombre de la Municipalidad de Santo Domingo, pagadera a la vista o que pueda ejecutarse en un plazo no superior a 10 días desde el requerimiento de pago, que garantice el retiro de dicho elemento. La entrega deberá hacerse en oficina de partes de la Municipalidad de Santo Domingo, y se derivará a la Tesorería Municipal para su custodia.
2. Para determinar el monto a garantizar, la municipalidad deberá considerar el tipo de estructura y superficie del elemento publicitario; su ubicación y emplazamiento; el número total de elementos publicitarios que dicho avisador tuviere autorizados en la comuna; y las características o dificultades asociadas a la eventual gestión de retiro por parte de la municipalidad, tales como la necesidad de contratar maquinaria especializada o que se trate de labores que requieran ser ejecutadas por personal distinto de los funcionarios municipales, entre otras particularidades.
3. Esta garantía se hará efectiva en caso de que, ordenado el retiro de un elemento publicitario, el avisador haga caso omiso a dicha orden, por lo que el retiro deberá ser ejecutado por la Municipalidad, con cargo a esta garantía, en conformidad al procedimiento establecido en el artículo 23 de esta Ordenanza.
4. Esta garantía no será exigible para la instalación de elementos publicitarios mayores respecto de los cuales la Municipalidad haya requerido al avisador publicitario un instrumento de caución similar por un monto que cubra los costos asociados al retiro de la publicidad de dichos elementos, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público.

ARTÍCULO 16

RECLAMACIÓN ANTE LA SECRETARÍA REGIONAL MINISTERIAL DE VIVIENDA Y URBANISMO

La Dirección de Obras Municipales deberá pronunciarse por escrito sobre la solicitud de permiso, dentro del plazo de 30 días hábiles contado desde su presentación. Si el permiso es denegado, expresamente o conforme a lo dispuesto en el inciso tercero del artículo 118 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, el peticionario podrá reclamar ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo correspondiente en los términos establecidos en los artículos 118 bis, 118 ter y 118 quáter de la misma ley.

¹² Según establece el art. 130 de la LGUC, los derechos municipales a cancelar por permisos de subdivisión, loteos, construcción, etc. no constituyen impuesto, sino el cobro correspondiente al ejercicio de una labor de revisión, inspección y recepción.

PÁRRAFO 3°
PROCEDIMIENTO PARA OTORGAMIENTO DE HABILITACIÓN PARA INSTALACIÓN
DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS MENORES Y OTROS

ARTÍCULO 17

PROCEDIMIENTO PARA OTORGAMIENTO DE HABILITACIÓN PARA INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS MENORES Y DE PERMISO DE INSTALACIÓN DE AQUELLOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS MAYORES QUE SE DETERMINEN EN LA ORDENANZA GENERAL DE URBANISMO Y CONSTRUCCIONES, DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 4° BIS DEL DECRETO LEY N° 1.305, DE 1975, DEL MINISTERIO DE VIVIENDA Y URBANISMO

1. El solicitante deberá presentar a la Dirección de Obras Municipales una declaración jurada que dé cuenta que el elemento publicitario cumple con la normativa vigente y todas las normas que le sean aplicables. Así como también, se deberá indicar las coordenadas geográficas de un punto interior de dicho inmueble, las que deberán ser bajo el sistema de coordenadas UTM, Datum WGS 84.
2. La Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones determinará el contenido de la declaración jurada y los antecedentes que deberán acompañarse junto con ésta.
3. Con el objeto de verificar que tales elementos no constituyen un peligro para la seguridad vial, junto con esta declaración jurada, el interesado deberá obtener los siguientes informes previos favorables:
 - a) Para los elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos, rurales o urbanos, el informe técnico favorable de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas.
 - b) Para los elementos publicitarios que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, el informe técnico favorable de la Dirección de Tránsito y Transporte Público Municipal.
4. La declaración jurada surtirá efecto desde el día siguiente a su presentación, sin necesidad de aprobación por parte de la Dirección de Obras Municipales, la que considerará los antecedentes presentados para las acciones de inspección, fiscalización, vigilancia o control posterior.
5. Respecto de elementos publicitarios mayores **que se determinen en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones**, el solicitante deberá acompañar, junto con la declaración jurada, la respectiva garantía para caucionar el retiro del elemento publicitario, descrita en el artículo 15 del párrafo precedente.
6. Los elementos publicitarios a que se refiere este artículo, deberán ejecutarse con estricta sujeción a la declaración jurada y demás antecedentes presentados a la Dirección de Obras Municipales.

7. La habilitación a que da lugar la declaración jurada tendrá la vigencia que se establezca en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

PÁRRAFO 4°

ASPECTOS COMUNES A AMBOS PROCEDIMIENTOS PARA OTORGAMIENTO DE PERMISOS Y HABILITACIÓN

ARTÍCULO 18

REMISIÓN DE COPIA DE LOS PERMISOS Y DECLARACIONES JURADAS

Para el adecuado seguimiento y fiscalización del elemento publicitario, la Dirección de Obras Municipales deberá remitir mensualmente copia de los permisos otorgados, y de las declaraciones juradas que se hubieren presentado, tanto a los Servicios que dieron su informe técnico favorable como al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

ARTÍCULO 19

NATURALEZA DE LOS PERMISOS, PLAZOS Y CADUCIDAD POR FALTA DE INSTALACIÓN.

Los permisos de instalación de elementos publicitarios serán intransferibles, tendrán carácter precario y podrán otorgarse por un plazo máximo de 3 años, con las excepciones señaladas en el artículo siguiente.

No obstante, el permiso caducará cuando hubieren transcurrido más de 180 días desde la fecha de su otorgamiento por la Dirección de Obras Municipales, sin que se hubiere instalado.

ARTÍCULO 20

EXCEPCIÓN AL PLAZO ORDINARIO DE PERMISOS O HABILITACIONES

Serán excepciones al plazo ordinario de vigencia de 3 años o de caducidad del artículo anterior para el elemento publicitario, en las siguientes situaciones:

1. Los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas, sólo podrán autorizarse o habilitarse por un período que no exceda al de ejecución de dichas obras, el cual no podrá ser superior a 3 meses.

La autorización o habilitación sólo podrá ser renovada una vez y por el mismo plazo de 3 meses. Ejecutadas las obras o vencido el plazo correspondiente y atendido el carácter provisorio de este elemento publicitario, éste deberá ser completamente retirado. Sólo podrá otorgarse un nuevo permiso de este tipo, en el mismo inmueble, cuando hayan transcurrido 3 años desde el vencimiento del permiso anterior.

2. La limitación de plazo establecida en el numeral primero precedente no regirá respecto de las obras de restauración o conservación de monumentos nacionales, de inmuebles de conservación histórica o, en general, de inmuebles que formen parte de un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, en cuyo caso los referidos elementos publicitarios podrán permanecer por todo el período de ejecución de las obras, aunque éste

sea superior a 3 meses, previa autorización del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

3. Podrá otorgarse un plazo inferior o superior a 3 años, pen aquellos casos en que la municipalidad, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público para la instalación de elementos publicitarios, establezca otros plazos de vigencia de los permisos o de caducidad por falta de instalación.

ARTÍCULO 21 RENOVACIÓN DE PERMISOS

Para la renovación de los permisos de publicidad y propaganda, el interesado deberá:

1. Obtener el pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad o de la Dirección de Tránsito, según si la publicidad sea vista desde camino público, rural o urbano o desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, donde se acredite que no han existido variaciones en las circunstancias que permitieron a dichos órganos dar su informe favorable.
2. Ingresar solicitud de renovación de permiso, ante la Dirección de Obras Municipales, con 30 días hábiles de anticipación al vencimiento de este, adjuntando el pronunciamiento antes indicado.
3. Si se ingresa la solicitud de renovación sin el pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad, o de la Dirección de Tránsito, según corresponda, no podrá acceder a la renovación y deberá exigir que el interesado cuente con este documento.
4. Además de exigir el mencionado pronunciamiento, la Dirección de Obras Municipales verificará el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente Ordenanza y la Ley N° 21.473.

ARTÍCULO 22 CAUSALES DE TÉRMINO DEL PERMISO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Los permisos de publicidad y propaganda se pondrán término por los siguientes motivos:

1. Vencimiento: Por el cumplimiento del plazo establecido en el permiso respectivo, sin haberse presentado solicitud de renovación dentro del plazo señalado en el artículo que antecede.
2. Caducidad: Cuando hubieren transcurrido 180 días hábiles desde la fecha del otorgamiento del permiso por la Dirección de Obras Municipales, sin que se instale el elemento publicitario.

También, en caso de expropiación del terreno en que se encuentre instalado un elemento publicitario, el avisador estará obligado a retirarlo a su cargo y sin derecho a indemnización de ninguna especie, quedando de hecho caducado el permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales.¹³

3. Revocación: Mediante resolución administrativa emitida por la Dirección de Obras Municipales, previa solicitud de la parte interesada y por motivos fundados relacionados a la falta de cumplimiento de la normativa aplicable.

¹³ Artículo 22 Ley N° 21.473, del Ministerio de Obras Públicas.

ARTÍCULO 23

RETIRO DE LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Y RESPONSABILIDAD POR DAÑOS A TERCEROS

1. Vencido el plazo de vigencia del permiso de publicidad, o decretada su revocación por la Dirección de Obras Municipales, el avisador responsable deberá proceder al retiro del elemento publicitario, dentro del plazo máximo de 30 días hábiles contados desde dicho vencimiento, revocación o caducidad del permiso. Los costos relacionados con dicho retiro serán de cargo del avisador.
2. En caso de no efectuarse el mencionado retiro, el Director de Obras Municipales, en uso de sus facultades legales deberá efectuar la correspondiente denuncia ante el juzgado de policía local competente, para que éste, de acuerdo con el procedimiento establecido en la Ley N° 18.287, ordene el retiro de los elementos publicitarios por la municipalidad respectiva, con cargo a la garantía constituida, a que se refiere el artículo 15 de esta Ordenanza.
3. La municipalidad podrá requerir del Delegado Presidencial Provincial el auxilio de la fuerza pública, el que podrá ser otorgado con facultades de allanamiento y descerrajamiento, de conformidad al artículo 4° letra d) de la Ley N° 19.175, de 2005, a fin de retirar los elementos publicitarios que no cumplan con lo dispuesto en la legislación vigente.
4. Lo indicado precedentemente en este artículo, es sin perjuicio de la facultad del alcalde para ordenar la demolición o el retiro de los elementos publicitarios, con el auxilio de la fuerza pública si fuere necesario, o imponer las multas o sanciones que correspondan, en conformidad a las disposiciones de la Ley General de Urbanismo y Construcciones y su Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, y de las facultades entregadas a la Dirección de Vialidad en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.
5. Los avisadores serán responsables por los eventuales daños a terceros que pudieren provocar los elementos publicitarios que no fueron retirados dentro del plazo correspondiente, aun cuando el Juzgado de Policía Local hubiere ordenado a la municipalidad efectuar el retiro, con cargo a la garantía constituida.

Sin perjuicio de lo anterior, el hecho de que la municipalidad no sea responsable civilmente por tales daños, no obsta a que deba arbitrar los medios necesarios para efectuar oportunamente dicho retiro.

TÍTULO III CARACTERÍSTICAS Y REQUISITOS DE LA PUBLICIDAD VIAL

ARTÍCULO 24

CONDICIONES MÍNIMAS QUE DEBE CUMPLIR TODO ELEMENTO PUBLICITARIO

Sin perjuicio de los requisitos específicos que reglamentariamente se establezcan para determinadas instalaciones, todo elemento publicitario deberá cumplir las siguientes condiciones mínimas:

1. Ser de tipo provisorio y desmontable.
2. Los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no deberán causar distracción o deslumbramiento a los conductores en tránsito.
3. Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares no podrán proyectar videos, animaciones o imágenes con contenido dinámico. Únicamente podrán proyectar imágenes fijas, las que, en caso de alternarse en forma sucesiva, deberán mantenerse estáticas por un intervalo mínimo de diez segundos y no podrán constituir una serie o representar el desarrollo de una leyenda o historieta.
4. Los elementos publicitarios señalados en los números 1. y 2. de este artículo deberán cumplir con la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento.
5. Los elementos publicitarios deberán colocarse fuera de la faja vial, a la distancia del cerco o la línea oficial que el avisador estime conveniente y previa aprobación de la autoridad competente, siempre que la estructura y su proyección vertical no sobrepasen la línea de cercos o la línea oficial, en caso de vías urbanas. Lo anterior, a excepción de lo señalado en el artículo 5° número 2 de esta Ordenanza.
6. Los elementos publicitarios no podrán complementar, imitar, interferir o afectar la debida percepción de las señales del tránsito ni entorpecer el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.
7. Los elementos publicitarios deberán ser mantenidos en un óptimo estado de conservación, limpieza y seguridad.
8. Los elementos publicitarios deberán identificar el avisador al cual pertenece dicho elemento.

ARTÍCULO 25

DISTANCIA MÍNIMA RESPECTO DE UN PUNTO PELIGROSO Y DISTANCIA MÍNIMA ENTRE ELEMENTOS PUBLICITARIOS SUCEIVOS

La distancia mínima entre un elemento publicitario y alguno de los puntos peligrosos definidos en el número 27 del artículo 3° de esta Ordenanza, será determinada de conformidad al Anexo N° 3 de esta Ordenanza, sin perjuicio de los posteriores reglamentos que se dicten al efecto, lo que dependerá de las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de cada vía o camino.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo, no podrá ser inferior a 600 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin

considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior es sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el Anexo N° 3 de esta Ordenanza y el reglamento respectivo del Ministerio de Obras Públicas, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad del camino o como resguardo de su belleza escénica.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, no podrá ser inferior a 300 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior, sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el Anexo N° 3 de esta Ordenanza y el reglamento respectivo del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de la vía; o los que pudiere establecer la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el instrumento de planificación territorial o la ordenanza local de propaganda y publicidad, para controlar el impacto en el entorno urbano que provocan estos elementos.

ARTÍCULO 26

CONTENIDO TRANSITORIO RELACIONADO CON LA SEGURIDAD VIAL O CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO

Los elementos publicitarios, instalados y con permiso vigente, que transitoriamente no presenten contenido publicitario, podrán exhibir mensajes alusivos a la seguridad vial o a cualquier otra campaña de bien público.

TÍTULO IV

PAGO DE LOS DERECHOS MUNICIPALES.

ARTÍCULO 27

VALOR DE LA PUBLICIDAD O PROPAGANDA

Los derechos por concepto de publicidad o propaganda, estarán establecidos en la Ordenanza Local de Cobro de Derechos Municipales de Santo Domingo, estableciéndose el valor en función de distintos criterios, como temporalidad, zonificación, metraje cuadrado, tipo de publicidad, y/o finalidad.

Será obligación de todo propietario o usuario de un letrero de publicidad y/o propaganda, mantener al día el pago de los derechos que correspondan. Si el letrero estuviere instalado en algún negocio o establecimiento, su propietario o usuario estará obligado a mantener permanentemente en algún lugar del negocio, y visible al público, el comprobante del último pago del derecho que corresponda. Para facilitar la fiscalización del pago antes señalado, en todo letrero de publicidad y/o propaganda, deberá indicarse el nombre y R.U.T. de la persona responsable del pago de estos derechos.

ARTÍCULO 28

PUBLICIDAD PLAN VISUAL

La publicidad o propaganda que cumpla con las especificaciones técnicas y visuales contenidas en el Título IV de la presente Ordenanza, gozará del descuento del 50% del valor indicado en la Ordenanza de Cobro de Derechos Municipales por el periodo de 2 años a partir de la fecha de entrada en vigencia de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 29

PUBLICIDAD ESTIVAL

La publicidad o propaganda que se instale en la temporada de verano, esto es, entre el 15 de diciembre al 15 de marzo de cada año, deberá ser acorde con los programas y actividades municipales, que se desarrollen en el marco del Plan Verano respectivo.

ARTÍCULO 30

PUBLICIDAD DE VENTA O ARRENDAMIENTO DE PREDIOS

La publicidad que se limite sólo a ofrecer la venta o el arrendamiento de sitios, terrenos o inmuebles, que se encuentre adosada o al interior del predio en cuestión, y que además, indique datos de contacto, como nombre, teléfono y/o superficie del predio, quedarán exentas de pago de derechos.

Sin embargo, la publicidad que cumpla el mismo objeto señalado en el párrafo anterior, pero que incorporen logotipo, símbolos o información adicional que publicite una empresa inmobiliaria o de corretaje de propiedad, deberá pagar un arancel semestral, según lo establecido en la Ordenanza de Cobros municipales.

ARTÍCULO 31

PUBLICIDAD EXENTA

La publicidad que se señala a continuación quedará exenta del pago de derechos municipales:

- a) Cuando se trate de publicidad que solo dé a conocer nombre y/o actividad comercial de un establecimiento y se encuentre adosada a la o las edificaciones donde se realiza la actividad propia del giro.
- b) Los que correspondan a propaganda electoral, en conformidad al D.F.L. 2 que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N° 18.700, Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios.
- c) Las empresas que se constituyan como monopolios legales, que presten un servicio público y carezcan de competidores en el ejercicio de la actividad que realizan.
- d) Los que se emplacen en establecimientos públicos de seguridad, educación, salud, municipal, o en órganos de la administración del estado, así como en aquellos de carácter religioso, cultural y/o de beneficencia, que solo den a conocer su nombre y/ o actividad y, además, se encuentren adosados a la edificación donde ella se realiza.
- e) Las señaladas expresamente en la Ordenanza de Cobros municipales.

Es del caso indicar, que la exención de pago, no implica la exención del cumplimiento de las normas establecidas en la presente ordenanza y de otros cuerpos reglamentarios sobre la materia.

TÍTULO V PLAN VISUAL COMUNAL

ARTÍCULO 32 PLAN VISUAL COMUNAL

Se establecen lineamientos para la implementación de un Plan Visual, definiendo características gráficas y de materialidad, rescatando elementos identitarios de la comuna y su relación con el entorno natural. Las disposiciones de la presente Ordenanza se aplicarán en todo el territorio de la comuna de Santo Domingo, considerando disposiciones diferenciadas según zonificaciones que esta misma determine, respetando las características estéticas para cada entorno.

Para los efectos de la aplicación de la presente ordenanza, se conformará un comité denominado Comité Plan Visual, conformado por al menos tres funcionarios municipales los cuales se formalizarán por Decreto Alcaldicio. Su función será velar que se mantengan los lineamientos de estética del inmueble, conjunto o sector en el cual se ubica la propaganda y/o publicidad.

ARTÍCULO 33 ZONIFICACIÓN DEL PLAN VISUAL

Considerando la diversidad contextual presente en Santo Domingo, que abarca ámbitos urbanos, rurales y naturales, se establece una zonificación específica para la aplicación de los elementos del Plan Visual:

ZONA		LÍMITES			
		NORTE	SUR	ESTE	OESTE
BALNEARIO		Río Maipo	Av. Santa Teresa de los Andes	Océano Pacífico	Ruta 66
URBANO ORIENTE		Río Maipo	Límite Urbano	Ruta 66	Río Maipo
URBANO PONIENTE		Av. Santa Teresa de los Andes	Límite Urbano	Océano Pacífico	Ruta 66
RURAL CONSOLIDADO	Cooperativa Río Maipo	Según Plano Anexo 1			
	Fundo La Princesa Norte	Según Plano Anexo 1			
	Centro Cívico El Convento	Según Plano Anexo 1			
	Centro Cívico San Enrique	Según Plano Anexo 1			
RURAL		Todo lo no señalado anteriormente y graficado en el Plano Anexo 1			

ARTÍCULO 34

EJES DEL PLAN VISUAL

Además de las zonificaciones individualizadas en el artículo anterior, se establecen ejes que por su emplazamiento estratégico deberán tener una imagen diferenciada a la zona en que se emplazan.

Estos ejes viales son los siguientes:

- EJE 1: Arturo Phillips / Rotonda El Golf / Playa Marbella / Playa Norte y Playa Sur
- EJE 2: Ruta 66 (urbano) / Av. Aeródromo Sur y Av. Aeródromo Poniente
- EJE 3: Calle Casas de la Boca / Ignacio Carrera Pinto/ calle Los Ciruelos
- EJE 4: Av. Teniente Luis Cruz Martínez / Av. Santa Teresa de Los Andes
- EJE 5: Ruta 66 (rural) / Ruta G-80-I / Ruta G-802 / Ruta G-876 / Ruta G-804

Se entenderá que los predios y espacio públicos colindantes a estos Ejes, se le aplicarán las normas de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 35

Cuando un predio se emplace en más de una zona o eje, siempre se considerarán las normas a la fachada que se enfrenta.

ARTÍCULO 36

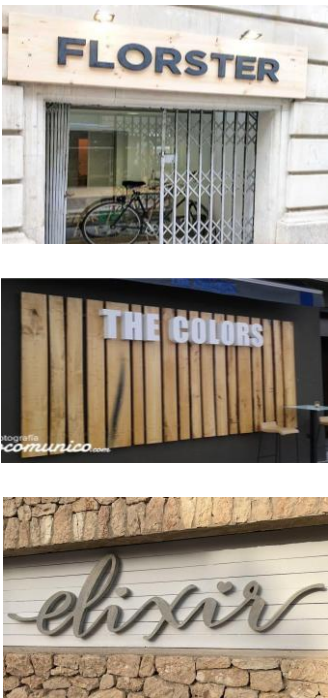
SOBRE PUBLICIDAD DEL ESTABLECIMIENTO

Se entenderá como elemento constitutivo del letrero a la parte publicitaria en sí y a la estructura encargada de su soporte, sólo podrán hacer referencia al negocio propiamente tal y a los servicios que presta el establecimiento.

Se permitirán letreros en las distintas zonas y ejes de los artículos 33 y 34 de la presente Ordenanza, según la siguiente clasificación:

a) ADOSADOS AL EDIFICIO/LOCAL

Son aquellos cuya estructura está sobrepuesta o incrustada en la fachada del edificio, paralelo a ella.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
ZONAS: -Balneario -Urbano Poniente -Urbano Oriente -EJE 1: Arturo Phillips / Rotonda El Golf / Playa Marbella / Playa Norte y Playa Sur. -EJE 2: Ruta 66 (urbano) / Av. Aeródromo Sur y Av. Aeródromo Poniente. -EJE 4: Av. Teniente Luis Cruz Martínez / Av. Santa Teresa de Los Andes.	La estructura no deberá superar un tamaño de $\frac{1}{3}$ de la fachada. Con un máximo permitido de 500 cm de ancho por 150 cm de alto.		Estructura con soporte o directamente sobre fachada 100% madera con textos, figuras y/o símbolos sobre relieve de maderas o acero. Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 30% de la superficie del letrero.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
ZONAS: -Urbano Poniente -Urbano Oriente -Rural consolidado -Rural EJE 3: Calle Casas de la Boca /Ignacio Carrera Pinto. EJE 5: Ruta 66 (rural) / Ruta G-80-I / Ruta G-802 / Ruta G-876 / Ruta G-804.	La estructura no deberá superar un tamaño de 1/2 de la fachada. Con un máximo permitido de 500 cm de ancho por 150 cm de alto.	 	Estructura de soporte en base metálica, fierro cuadrado de 20x20x1.5 mm soldado y con pintura galvanizada. La tela PVC es tensada y remachada por la parte posterior del marco. Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 30% de la superficie del letrero.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
ZONAS: -Bañero -Urbano Poniente -Urbano Oriente EJE 1: Arturo Phillips / Rotonda El Golf / Playa Marbella / Playa Norte y Playa Sur. EJE 2: Ruta 66 (urbano) / Av. Aeródromo Sur y Av. Aeródromo Poniente. EJE 4: Teniente Luis Cruz Martínez / Av. Santa Teresa de Los Andes.	La estructura no deberá superar un tamaño de $\frac{1}{3}$ de la fachada. Con un máximo permitido de 500 cm de ancho por 150 cm de alto.		Estructura conformada por placa de acero o madera cortada en láser. Se podrá utilizar hasta 2 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza.

b) MARQUESINA

Son aquellos cuerpos techados que se ubican sobresalientes a la línea de fachada.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zonas: - Urbano Poniente - Urbano Oriente - Rural Consolidado - Rural EJE 3: Calle Casas de la Boca / Ignacio Carrera Pinto. EJE 5: Ruta 66 (rural) / Ruta G-80-I / Ruta G-802 / Ruta G-876 / Ruta G-804.	La estructura no deberá superar un tamaño de $\frac{1}{3}$ de la fachada. Con un máximo permitido de 500 cm de ancho por 150 cm de alto.		Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 30% de la superficie del letrero.

c) SOBRESALIENTE LATERAL

Aquellos que se fijan en forma perpendicular a la fachada del edificio.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zonas: - Balneario - Urbano Poniente - Urbano Oriente EJE 1: Arturo Phillips / Rotonda El Golf / Playa Marbella / Playa Norte y Playa Sur. EJE 3: Calle Casas de la Boca / Ignacio Carrera Pinto. EJE 4: Teniente Luis Cruz Martínez / Av. Santa Teresa de Los Andes.	Tamaño máximo 50cm x 50cm, o 50 cm de diámetro		Letrero Doble Cara, cuerpo de acero y frente de acrílico. Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 70% de la superficie del letrero.

d) TEXTOS, FIGURAS Y/O SÍMBOLOS SOBRE FACHADAS.

Utilización de textos, figuras y/ o símbolos -sobre relieve- instalados sobre los muros o paños vidriados del frente o fachada de la edificación o establecimiento en que se ejerce la actividad.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zona: -Balneario -Urbano Poniente -Urbano Oriente Ejes: EJE 1: Arturo Phillips / Rotonda El Golf / Playa Marbella / Playa Norte y Playa Sur. EJE 3: Calle Casas	Con un máximo permitido de 800 cm de ancho por 150 cm de alto. Máximo 80% del frente de la edificación, considerando un saliente máximo de hasta 20 cm medidos desde el plomo de la		Textos, figuras y/o símbolos sobre relieve de maderas, metal o acero. Se podrá utilizar hasta 2 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza.

de la Boca /Ignacio Carrera Pinto. EJE 4: Teniente Luis Cruz Martínez / Av. Santa Teresa de Los Andes.	fachada.		
---	----------	--	--

e) BANDERAS, BANDERINES O BANDERAS VELA

Elemento visual que permite captar la atención desde la distancia.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zona: -Rural EJE 5: Ruta 66 (rural) / Ruta G-80-I / Ruta G-802 / Ruta G-876	Tamaño máximo 400 cm x 200 cm	 	Bandera de poliéster resistente a la intemperie y a ráfagas de viento de hasta 64 km/h Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 30% de la superficie del letrero.

f) TOTEM.

Elemento vertical que contiene publicidad autoportante, de hasta cuatro caras, tridimensional o volumétrico que forma un cuerpo sólido desde su base a su coronación.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
En todos los EJES	Altura máxima 500 cm y ancho máximo de 200 cm. Pueden ser de 2,3 y 4 caras.	 	Estructura vertical metálica anclada al suelo con base de concreto. Cubierta o revestimiento en aluminio compuesto, madera, acero corten, pvc o acrílico. Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 50% de la superficie del letrero.

g) CORRETAJE DE VENTA Y/O ARRIENDO DE PROPIEDADES

Aquellos que indican ubicación y otras características de una construcción o terreno, con el objeto de promover su venta o arriendo. Tales avisos deberán ubicarse en el interior del predio o en su cierre exterior.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zona: -Todas EJE: -Todos	Tamaño máximo 100 cm x 80 cm		La tela PVC es tensada y remachada por la parte posterior del marco, acero o madera pintada. Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 30% de la superficie del letrero.

h) LETREROS DE CONSTRUCCIÓN

Aquellos que se instalan en obras de construcción e indican la obra de que se trata, los profesionales, del financiamiento, la empresa constructora, proveedores y/o promotores. Su instalación sólo se permitirá siempre que se ubiquen en el interior del predio o en el cierre exterior.

Para los casos de obras con inversión del estado, se estará a los formatos establecidos por cada organismo.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zona: -Todas EJE: -Todos	Tamaño máximo 100 cm x 80 cm		La tela PVC es tensada y remachada por la parte posterior del marco, acero o madera pintada. Se podrá utilizar hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 20% de la superficie del letrero.

i) LETREROS VERDES

La publicidad verde o eco marketing es un concepto para que las empresas puedan comunicar su compromiso hacia el cuidado del medio ambiente. Se trata de letreros publicitarios vivos, del estilo de jardines verticales, los que pueden incluir otros materiales para incorporar el nombre y/o logo del comercio a publicitar.

UBICACIÓN	DIMENSIONES	IMAGEN REFERENCIAL	MATERIALIDAD
Zona: -Todas EJE: -Todos	Tamaño máximo 18 m2		Superficie orgánico-vegetal mínima de 70% del letrero. Podrá incluir logos o símbolos, que no superen un 30% de la superficie del letrero, utilizando hasta 3 colores como máximo, de la paleta de colores entregada en la presente ordenanza Su instalación podrá ser sobre muros o en soportes

La estructura de soporte de todos los avisos de propaganda descritos en este artículo, deberán garantizar su plena estabilidad y permanencia, así como la seguridad de terceros, en condiciones climáticas normales y adversas.

En caso de requerir iluminación, la temperatura del color no podrá exceder los 2.700 grados Kelvin, en cuanto a la intensidad de la iluminación esta debe ser de acuerdo a lo que indica el D.S N° 1 del 2022, que establece norma de emisión de luminosidad artificial generada por alumbrados de exteriores del Ministerio del Medio Ambiente. Adicionalmente cabe indicar que la normativa sobre la materia establece que todos los avisos y letreros luminosos e iluminados deberán ser apagados a partir de las 00:00 horas y hasta las 07:00 horas. Esta restricción horaria no aplica a avisos y letreros luminosos e iluminados que entreguen información asociada a la ubicación de estaciones de servicio y a sus paletas de precios.

ARTÍCULO 37 COLOR DE LA PUBLICIDAD

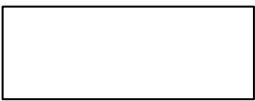
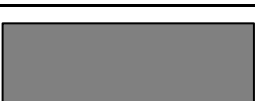
Los letreros podrán utilizar hasta 3 colores como máximo, según la tipología, de la Paleta de Colores establecida en el presente artículo. La estructura de soporte debe ser en un solo color, dentro de la misma paleta.

Para todos los casos, los logos o símbolos, no podrán superar el porcentaje determinado para cada tipo de letrero, según lo establecido en el artículo anterior y deben estarse a los colores permitidos por la presente Ordenanza.

En el uso de colores se debe asegurar la aplicación de alto contraste entre el tono escogido para la materialidad (que servirá de fondo) respecto al tono escogido para el texto o elementos gráficos, con el objetivo de asegurar la legibilidad de la señalética. Se debe evitar combinaciones de colores con luminosidad muy similar; es decir, si el fondo es oscuro, las letras deben ser claras, y viceversa.

I. PALETA DE COLORES

Los colores que pueden ser utilizados en los letreros de Publicidad y Propaganda normados por la presente Ordenanza, son lo que se detallan en la siguiente paleta:

COLOR	PANTONE	CODIGO HEX	CODIGO CMYK	CODIGO RGB
	P 179-1 U	FFFFFF	0% 0% 0% 0%	255, 255, 255
	P 169-2 U	DCD6D0	0% 3% 5% 14%	220, 214, 208
	Warm Grey 5 C	AFA89F	0% 4% 9% 31%	175, 168, 159
	Cool Grey 4 C	C0C0C0	0% 0% 0% 25%	192, 192, 192
	P 179-9 U	808080	0% 0% 0% 50%	128, 128, 128
	P 174-7 U	778899	22% 11% 0% 40%	119, 136, 153

	P 175-7 U	738D93	22% 4% 0% 42%	115, 141, 147
	5477 C	2F4F4F	41% 0% 0% 69%	47, 79, 79
	426 C	000000	0% 0% 0% 100%	0, 0, 0

Adicionalmente a los colores indicados en a la paleta anterior, se podrá utilizar un color a elección el que estará dentro del computo total de colores permitidos según lo establecido en el artículo 29° para cada caso de la presente ordenanza. Este color, no podrá exceder un máximo del 10% del total del tamaño permitido.

II. PALETA DE BARNICES

Para los letreros de madera, los tintes establecidos son los siguientes:

COLOR	NOMBRE
	Castaño, Roble, Nogal
	Gris
	Negro
	Blanco

TÍTULO VI PROHIBICIONES, INFRACCIONES Y SANCIONES

ARTÍCULO 38 DE LAS PROHIBICIONES

En la comuna de Santo Domingo, se prohibirá estrictamente la publicidad y/o propaganda:

1. Los avisos de publicidad y propaganda que no permitan la visibilidad de las señales del tránsito; como así también los avisos que tengan un diseño similar a estas.
2. Toda propaganda y/o publicidad que contenga signos o palabras contrarias al orden público; ofensas para las autoridades o reñidas con la moral o las buenas costumbres; las que induzcan a error o engaño; estén mal escritas o que incluyan la Bandera o Escudo Nacional o de alguna Nación Extranjera, como asimismo la Bandera o Escudo de la Municipalidad o de otros municipios.
3. Los que se emplacen en bien nacional de uso público sin la autorización municipal correspondiente, y los que utilicen los bienes del territorio comunal como calzadas, soleras, pavimentos de las aceras, controladores de semáforos, pasarelas, puentes, barandas, muros de autopistas, bandejones, postes y árboles.
4. Toda publicidad y propaganda que utilice el espacio público como parques, jardines y plazas comunales, a excepción de los permisos otorgados por la municipalidad mediante concesión y la propaganda electoral.
5. Todo aviso o cartel luminoso, iluminado o proyectado, fijos o intermitentes, que molesten a los residentes de viviendas próximas.
6. Todo aviso de carácter auditivo, incluyendo toda transmisión por altoparlantes ya sea fijos o móviles, en vehículos terrestres.
7. Toda publicidad instalada en el borde costero, sin previa autorización municipal.
8. Las señaladas en el artículo 4° de de esta Ordenanza.
9. Todas aquellas que se establezcan en materia de publicidad, en la normativa urbanística aplicable, y, especialmente, en el Plan Regulador Comunal de Santo Domingo.
10. Se prohíben los letreros publicitarios de las siguientes características:
 - a) Papel, cartulina u otro material no descrito en la presente Ordenanza.
 - b) Carteles de carácter provisorio como: letrero paloma tipo A, afiches pegados al exterior del inmueble.
 - c) Publicidad pintada en fachadas, cercos, muros laterales o medianeros de edificios, así como los pintados directamente sobre las cortinas metálicas o sistemas de cierre de locales.

- d) Neón o luces que perturben la visibilidad de automovilistas o peatones.
- e) Lienzos, pendones o pasacalles.
- f) Será excepción a la presente Ordenanza, aquellos afiches y pasacalles municipales que publiciten actividades culturales, deportivas, educacionales, productivas de carácter público, musicales, turísticas o religiosas, que no perciban fines de lucro, en cuyo caso deberán ser retirados como máximo 3 días después de finalizado el evento o actividad.
- g) Paletas móviles o portátiles.
- h) Pantallas digitales instaladas sobre vehículos.
- i) En los toldos fijos o retráctiles afianzados a las fachadas de las edificaciones;
- j) En los toldos utilizados en mesas y terrazas emplazadas temporalmente en el BNUP.
- k) Film Empavonados, vinílico adhesivo con publicidad o diseños sobre elementos que conforman la fachada.
- l) Y en general, los que a juicio del Comité Plan Visual, afecten la estética del inmueble, conjunto o sector en el cual se ubican.

ARTÍCULO 39 DE LAS INFRACCIONES

Las conductas que constituyan contravenciones a esta Ordenanza y Ley N° 21.473, serán denunciadas al Juzgado de Policía Local y se calificarán como gravísimas, graves, menos graves o leves, conforme al siguiente detalle:

1. Infracciones gravísimas

- a) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto para los Elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble, regulado en el artículo 9° de la presente Ordenanza.
- b) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor sin contar con el correspondiente permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales respectiva o con la habilitación que señala los párrafos 2° y 3° del Título II de esta Ordenanza, según corresponda.
- c) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.
- d) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, sin contar con la autorización previa del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.
- e) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en la faja vial de un camino público o de una vía urbana, o bien, sobrepasar con su estructura o con la proyección vertical del elemento, la línea de cercos o la línea oficial del respectivo camino o vía.

- f) Instalar o mantener un elemento publicitario a contramano, en un punto peligroso o a menos de la distancia mínima respecto de tales puntos, establecida por reglamento.
- g) Instalar o mantener un elemento publicitario sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica o a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o por la Superintendencia del ramo.
- h) Instalar o mantener un elemento publicitario que, por su dimensión o ubicación, obstaculice la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.
- i) Instalar o mantener un elemento publicitario que no cumpla con las normas de seguridad contra incendio, de resistencia al viento, de resistencia de los elementos soportantes y sus fundaciones, de comportamiento de materiales, de instalaciones o sistemas u otras normas técnicas.
- j) Instalar o mantener un elemento publicitario que altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de ellos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.
- k) Incurrir en tres infracciones graves dentro de un período de dos años o cinco leves, menos graves o graves en un año.

2. Infracciones graves

- a) Mostrar o proyectar anuncios que causen distracción o deslumbramiento a los conductores y usuarios de las vías.
- b) Instalar o mantener un elemento publicitario que complemente, imite, interfiera o afecte la debida percepción de las señales del tránsito o entorpezca el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.
- c) Instalar o mantener un elemento publicitario en el espacio público, sin haber obtenido previamente la concesión o el permiso precario para el uso de dicho espacio, por parte de la municipalidad respectiva.
- d) Instalar o mantener un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar, en una zona residencial exclusiva determinada por el instrumento de planificación territorial, incluidas las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a ellas, o bien, en una zona, subzona o vía pública restringida para tal efecto por esta Ordenanza.
- e) Instalar o mantener un elemento publicitario que supere la altura máxima de edificación establecida por el instrumento de planificación territorial o que no cumpla el régimen de

rasantes u otra norma urbanística de la zona en que éste se emplace que le fuere aplicable.

- f) No efectuar oportunamente el retiro de los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas.
- g) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor que pueda ser visto desde una vía pública urbana declarada como camino público o desde una vía definida como vía expresa, troncal o colectora, cuya superficie de avisaje supere la superficie máxima admitida para tales vías.
- h) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor destinado a ser visto desde una vía de servicio o local.
- i) No efectuar el retiro de un elemento publicitario dentro del plazo máximo de 30 días desde el vencimiento del plazo de vigencia del permiso o desde su revocación.
- j) Haber garantizado el retiro de un elemento publicitario mediante una caución o garantía que, al momento de requerirse su ejecución por parte de la municipalidad respectiva, no se encuentre vigente o que no cubra los costos de dicho retiro.
- k) Incurrir en cinco infracciones leves o menos graves dentro de un período de dos años.

3. Infracciones menos graves

- a) Mostrar o proyectar anuncios que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, salvo que se trate de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 24 de esta Ordenanza.
- b) Mostrar o proyectar, en un elemento publicitario o en elementos publicitarios sucesivos, anuncios que constituyan una serie o que representen el desarrollo de una leyenda o historieta.
- c) Mostrar o proyectar en caminos públicos, sean urbanos o rurales, la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.
- d) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con la autorización expresa del propietario del predio en que éste se emplaza, lo que incluye la autorización de la asamblea de copropietarios, en el caso de elementos que se emplacen en un bien común de un condominio acogido al régimen de copropiedad inmobiliaria.
- e) No dar cumplimiento a la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento, respecto de un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología

electrónica o similar y que se encuentre emplazado en una zona en la que esté permitido este tipo de elementos publicitarios. Esta infracción se considerará grave en caso de que la intensidad luminosa nocturna afecte el descanso de quienes habitan en unidades habitacionales desde las cuales pueda verse dicho elemento publicitario.

- f) Incumplir la distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos que fuere aplicable.
- g) Incumplir algún requisito específico distinto de los exigidos por esta ley, establecido en alguno de los reglamentos que sobre la materia dicten el Ministerio de Obras Públicas y el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones -firmado también por el Ministro de Obras Públicas-; en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, en el Plan Regulador Comunal o en la presente ordenanza.
- h) Incurrir en cinco infracciones leves dentro de un período de dos años.

4. Infracciones leves

- a) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en un antejardín.
- b) Instalar un elemento publicitario cuando ya hubiere transcurrido el plazo de caducidad.
- c) No mantener un elemento publicitario en óptimo estado de conservación y limpieza.
- d) No identificar, en el elemento publicitario, el avisador al cual pertenece.
- e) No cumplir con las exigencias establecidas en el Plan Visual de la comuna, regulado en el Título V de esta Ordenanza

ARTÍCULO 40 DE LAS SANCIONES

Las infracciones descritas precedentemente, será sancionadas con la multa que corresponda aplicar, las que se determinará, según su gravedad, dentro de los siguientes rangos:

1. Las infracciones gravísimas serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 50 a 100 unidades tributarias mensuales y/ o la eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la suspensión por hasta un año en dicho Registro.
2. Las infracciones graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 20 a 50 unidades tributarias mensuales y/ o la suspensión por hasta un año del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la amonestación por escrito en dicho Registro.
3. Las infracciones menos graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 5 a 20 unidades tributarias mensuales y/ o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

4. Las infracciones leves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 1 a 5 unidades tributarias mensuales y/ o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, en los casos que corresponda.

ARTÍCULO 41

RESPONSABILIDAD SOLIDARIA

Serán solidariamente responsables de las infracciones a la presente ley tanto el avisador como quien haya contratado sus servicios, cuando se trate de elementos publicitarios instalados por avisadores no inscritos en el Registro.

ARTÍCULO 42

COMUNICACIÓN DE SANCIONES

Las sanciones y multas cursadas conforme a la presente ordenanza y según la ley respectiva, deberán ser comunicadas al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, en un plazo de 15 días hábiles contados desde que el acto se encuentre ejecutoriado, en los casos que corresponda.

ARTÍCULO 43

FISCALIZACIÓN

1. La fiscalización permanente en materia de seguridad vial, de todo elemento publicitario, cuente o no con el informe técnico favorable, corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o a la Dirección de Tránsito, según corresponda.
2. Para el adecuado seguimiento y fiscalización del elemento publicitario, la Dirección de Obras Municipales deberá remitir mensualmente copia de los permisos otorgados, y de las declaraciones juradas que se hubieren presentado, tanto a los Servicios que dieron su informe técnico favorable como al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.
3. La fiscalización en materia de cobro de derechos, le corresponderá al Departamento de Rentas de la Dirección de Administración y Finanzas de la Municipalidad.

TÍTULO VII DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 44

PLAZOS

Los plazos señalados en la presente ordenanza, son de días hábiles, entendiéndose que son inhábiles los días sábados, los domingos y los festivos.

ARTÍCULO 45

VIGENCIA

La presente ordenanza entrará en vigencia a partir del 01 de enero de 2026, en lo que se refiere a los procedimientos de otorgamiento de permisos y habilitación, regulados en el Título II de esta Ordenanza, y en lo que sea aplicable características de los elementos publicitarios, los pagos de

derechos, las prohibiciones, infracciones y sanciones establecidas en el Título III, IV y VI de la misma, según corresponda.

Para la adecuación al Plan Visual de la comuna de Santo Domingo, regulado en el Título IV de esta Ordenanza, se considerará un periodo de 2 años para que el Titular pueda implementar las materias gráficas, pudiendo acogerse a los beneficios establecidos en el artículo 25.

ARTÍCULO 46

FACULTAD PARA IMPARTIR INSTRUCCIONES

Corresponderá a los Ministerios de Obras Públicas, de Vivienda y Urbanismo y de Transportes y Telecomunicaciones impartir instrucciones para la aplicación de las disposiciones reguladas en esta Ordenanza, en lo que corresponda a sus respectivos ámbitos de competencia y de manera coordinada con el resto de los ministerios involucrados, pudiendo suscribir circulares conjuntas cuando la materia tratada así lo requiera.

ARTÍCULO 47

Toda norma, conjunto de normas u ordenanza en materia de propaganda y publicidad en la comuna de Santo Domingo, que pudiese existir a la fecha quedará tácitamente derogada con la entrada en vigencia de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 48

Se recomienda para el uso y aplicación de esta Ordenanza, utilizar la versión más actualizada que se publique al efecto, que se mantendrá disponible en la página web de este Municipio, correspondiendo ésta, al texto refundido con las modificaciones que posteriormente se vayan introduciendo, producto de modificaciones normativas que se generen o de las que implementen al efecto.

ARTÍCULO 48

En lo no regulado en la presente ordenanza, se entienden plenamente aplicables las disposiciones sobre la materia contenidas en la Ley N° 21.473, la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el Plan Regulador Comunal y normas relacionadas.

ANEXO 1 ZONIFICACIÓN Y EJES DEL PLAN VISUAL

Figura 1: Zonificación Plan Visual

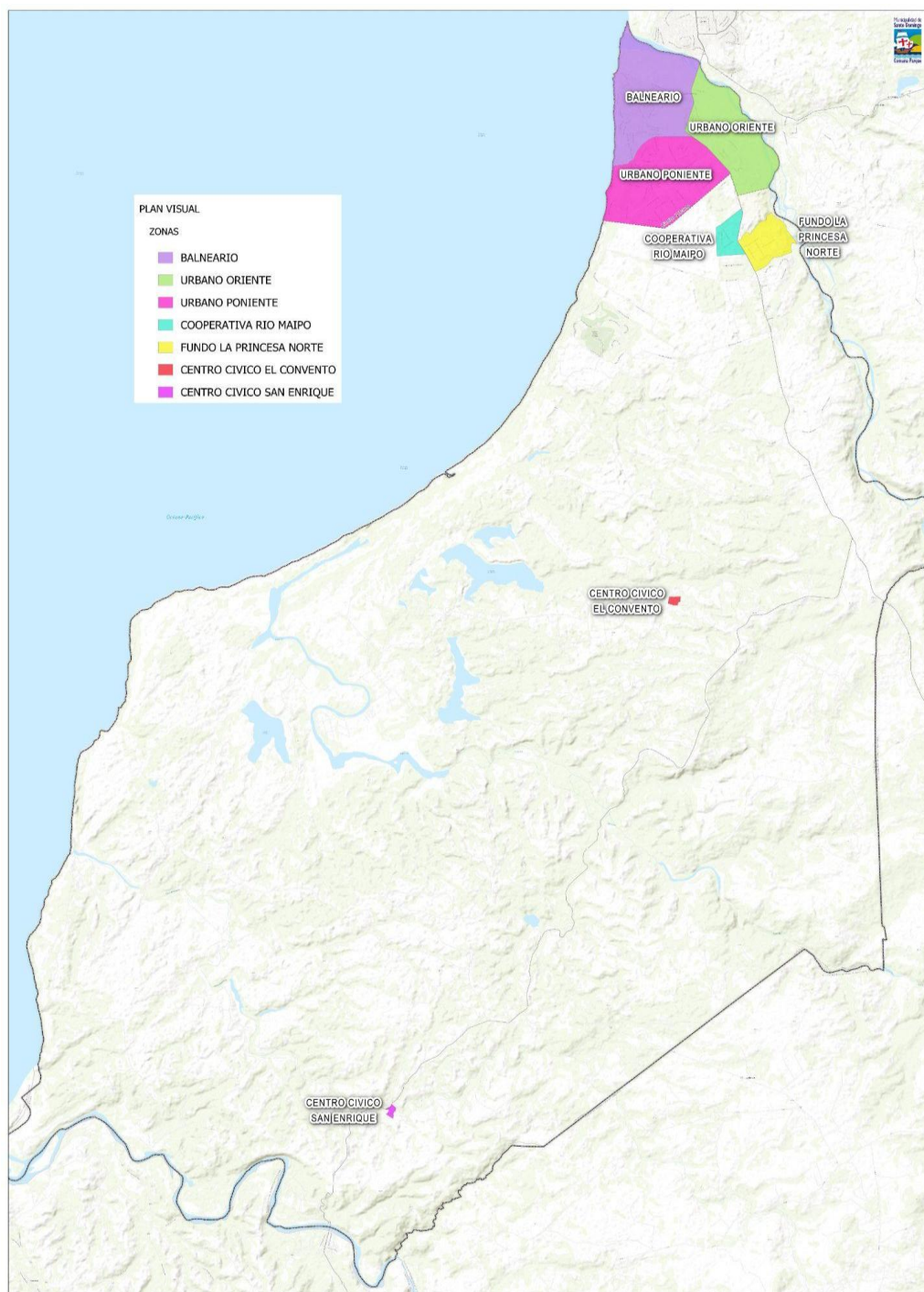
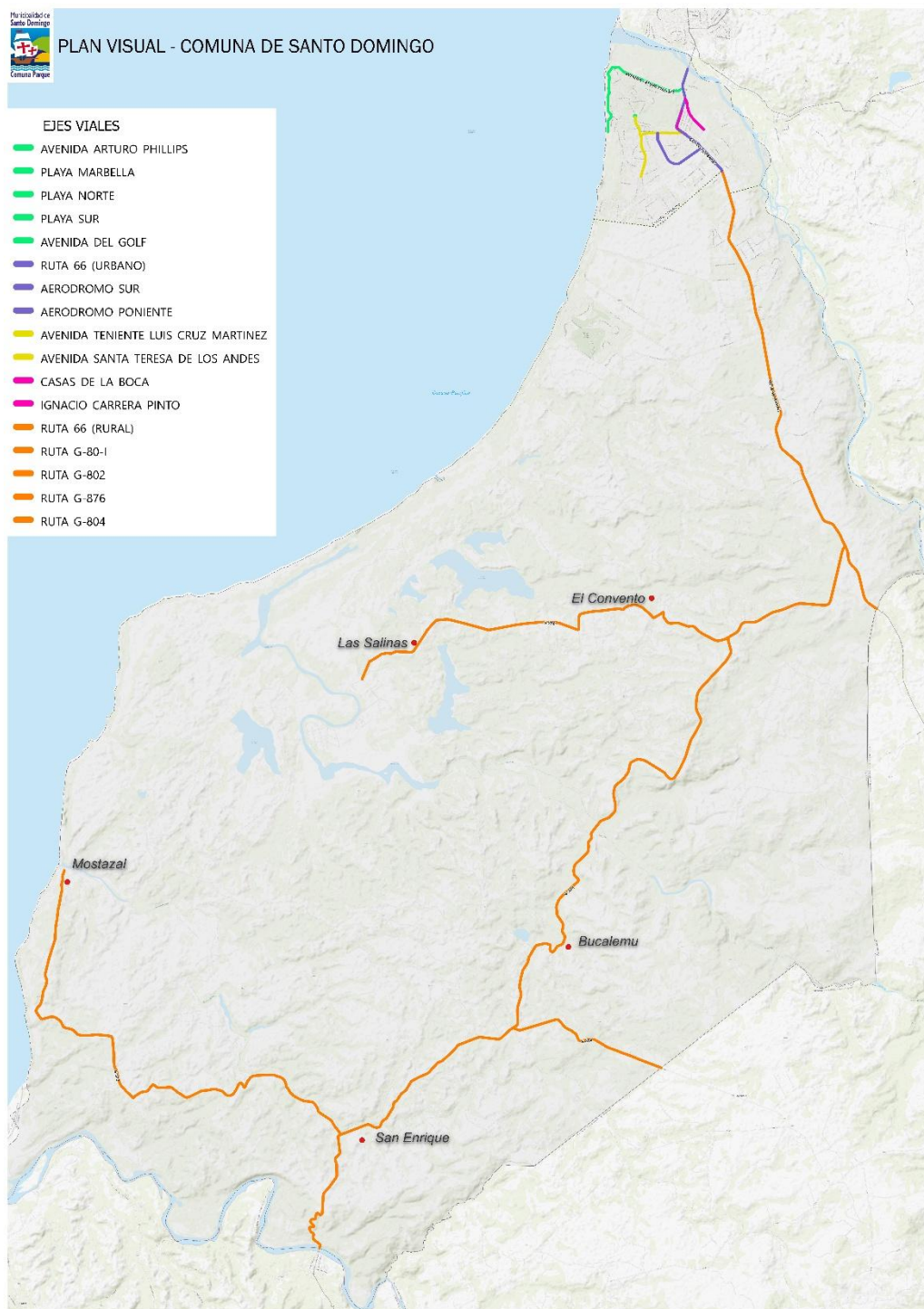


Figura 2: Ejes Plan Visual



ANEXO N°2
INFORMACIÓN Y ANTECEDENTES
PARA SOLICITUD DE INFORME TÉCNICO FAVORABLE
(Resolución Exenta N° 2.889, de 2023 del Ministerio de Obras Públicas)

Toda solicitud de informe técnico favorable relacionado con la seguridad vial para la instalación de elemento publicitario que pueda ser visto desde caminos públicos, rurales o urbanos, deberá dirigirse al Director Regional de Vialidad correspondiente al lugar donde se emplace el elemento publicitario cuya instalación se requerirá ante la Municipalidad. Si se trata de elementos publicitarios visibles desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, se deberá requerir el citado informe técnico favorable ante la Dirección de Tránsito y Transporte Público municipal.

Dicha solicitud de informe favorable deberá incluir al menos la siguiente información:

- 1. Información relativa a la ubicación del elemento publicitario**
 - a) Ruta
 - b) Kilometraje.
 - c) Coordenadas georreferenciadas.
 - d) Comuna y región (si fuera ante la Dirección Regional de Vialidad)
 - e) Fotografía referencial.
 - f) Velocidad máxima permitida de la ruta.
 - g) Orientación del elemento publicitario respecto de la ruta.
- 2. Información relativa al elemento publicitario**
 - a) Identificación tipo de elemento publicitario (debe indicar que es Mayor).
 - b) Distanciamiento al borde de la ruta (si fuera ante la Dirección Regional de Vialidad)
 - c) Superficie aproximada del elemento publicitario.
 - d) Uso de pantalla electrónica.
 - e) Contenido del elemento publicitario.
 - f) Imagen referencial.
- 3. Información del solicitante:**
 - a) Nombre de la sociedad o de la persona natural.
 - b) Número de inscripción en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

Si se presentaren dos solicitudes de informe técnico favorable respecto de un mismo punto o espacio físico, tendrá prioridad aquella que, cumpliendo con todos los requisitos señalados en el N° 2 precedente, haya sido presentada primero, de acuerdo al número y fecha de ingreso que se les haya asignado en el servicio respectivo.

La vigencia de este anexo, que se aprueba con esta Ordenanza, estará supeditada a la dictación y correspondiente publicación de los Reglamentos que mandata el artículo 38 N° 1 y 2 de la Ley N° 21.473, por lo cual se considerará vigente sólo hasta la publicación de estos instrumentos.

ANEXO N° 3

NORMAS DE SEGURIDAD VIAL QUE DEBERÁN CUMPLIR LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS QUE PUEDAN SER VISTOS DESDE CAMINOS PÚBLICOS, URBANOS O RURALES **(Resolución Exenta N° 2.889, de 2023 del Ministerio de Obras Públicas)**

1. Requisitos generales

Además de los requisitos que señala la Ley N° 21.473 y la Ordenanza en su artículo 4, 24, 25 y 26, los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde caminos públicos, urbanos o rurales, deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- a) La forma de los elementos publicitarios no puede complementar, imitar ni asemejarse a las señales de tránsito.
- b) Los elementos publicitarios que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares solo podrán proyectar imágenes fijas, las que, en caso de alternarse en forma sucesiva, deberán mantenerse estáticas por un intervalo mínimo de diez segundos y no podrán constituir una serie o representar el desarrollo de una leyenda o historieta. Queda estrictamente prohibido proyectar videos, animaciones o imágenes con contenido dinámico.
- c) La instalación de los elementos publicitarios no puede implicar:
 - i. Alterar, destruir, deteriorar o remover las señales de tránsito ni las áreas verdes existentes.
 - ii. Entorpecer el alumbrado público.
 - iii. Afectar la visión ni la debida percepción de las señales de tránsito.
 - iv. Entorpecer la visión y percepción de las cámaras de control de tránsito o de aquellas instaladas para efectos de fiscalizar el cumplimiento de normas de tránsito y transporte público.
 - v. Afectar o entorpecer una ruta accesible, considerando lo establecido por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcción (OGUC).
- d) Los contenidos de los elementos publicitarios no pueden mostrar mensajes que incluyan o fomenten conductas inseguras en la conducción, tales como:
 - i. Conducción temeraria o incumplimiento a disposiciones de la Ley de Tránsito.
 - ii. Conducción a velocidades fuera del límite permitido o con aceleración rápida.
 - iii. Conducción en aparente estado de fatiga o bajo la influencia de alcohol o drogas.
 - iv. Conducción fuera de caminos, calles y demás vías públicas, rurales o urbanas, caminos vecinales o particulares destinados al uso público.
 - v. Distracción en la conducción, como, por ejemplo, aquella en que paralelamente se manipulen artefactos digitales.

e) Se prohíbe la inclusión de elementos de interacción multimedia, tales como códigos de respuesta rápida, Código QR, realidad aumentada u otros que requieran de la manipulación de un dispositivo tecnológico.

f) No podrán emitir mensajes sonoros.

2. Distanciamientos mínimos

Los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde caminos públicos, urbanos o rurales, deberán cumplir con los siguientes distanciamientos mínimos, los cuales dependerán de la velocidad de operación en la ubicación y sentido de circulación solicitados:

2.1. Distanciamiento mínimo entre un elemento publicitario y un punto peligroso

De acuerdo con el artículo 3° n) de la Ley N° 21.473, se denomina punto peligroso a cualquier singularidad o sector del camino público o vía urbana que, por sus condiciones geométricas y operativas, de visibilidad, tránsito de peatones, ciclistas o vehículos, requiera una mayor atención del conductor. A modo ejemplar, entre otros, serían puntos peligrosos los pasos desnivelados, las intersecciones, empalmes y rotondas, los puentes, pasarelas peatonales y túneles, curvas verticales y horizontales, etcétera.

La distancia mínima entre un elemento publicitario y un punto peligroso cualquiera (tanto anterior como posterior al elemento) dependerá de la velocidad de operación en la vía, y será la indicada en la Tabla N° 1 mostrada a continuación.

Clasificación funcional de la vía Según Tabla 3.103.3 A Manual de Carreteras	Velocidad de Operación estimada (km/h)	Distancia mínima (metros)
Caminos y carreteras, excepto autopistas	Menor o igual a 100	300
Autopista	115	400

Tabla N° 1 Distancia mínima entre un elemento publicitario y un punto peligroso

2.2. Distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos:

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo, no podrá ser inferior a 600 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria.

3. Sistema de contención

Cuando un elemento publicitario se encuentre dentro del área que correspondería a la zona despejada de la vía en dicho lugar, se deberá instalar un sistema de contención adecuado, el cual será financiado por quien solicite la instalación del elemento publicitario, que deba

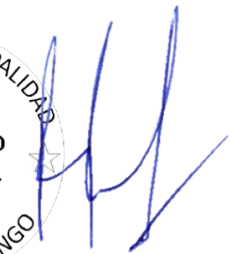
cumplir con las exigencias que se detallan en cuanto al sistema de contención. Para estos efectos se deberá considerar lo siguiente:

- i. Las dimensiones de la zona despejada deberán ser calculadas según lo establecido en el numeral 6.502.503 (3) del Manual de Carreteras, Volumen 6, en su versión vigente.
- ii. El sistema de contención a instalar deberá cumplir con lo establecido en el Capítulo 6.500 del Manual de Carreteras, Volumen 6, en su versión vigente.
- iii. El sistema de contención a instalar deberá contar con la aprobación previa del diseño y la autorización de las obras necesarias para su construcción, por parte de la Dirección Regional de Vialidad que corresponda a la ubicación del elemento publicitario, o del Inspector Fiscal de la Dirección General de Concesiones, según corresponda.

La vigencia de este anexo, que se aprueba con esta Ordenanza, estará supeditada a la dictación y correspondiente publicación del Reglamento que mandata el artículo 38 N° 1 de la Ley N° 21.473, por lo cual se considerará vigente sólo hasta la publicación del mencionado Reglamento.

2. DÉJESE SIN EFECTO, Ordenanza Municipal de Publicidad y Propaganda, aprobada por Acuerdo N°707, adoptado en Sesión Ordinaria N°089, de fecha 13 de diciembre de 2023.

ANÓTESE, COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y ARCHÍVESE.



RENZZO ROJAS TRONCOSO
SECRETARIO MUNICIPAL



FERNANDO RODRÍGUEZ LARRAÍN
ALCALDE

DRC/PCG/LRV/GAL/MBV/crj

DISTRIBUCIÓN DIGITAL: Intranet Municipal;
INT-DEC-2502-MUNI-2025



Este es un documento oficial de la I. Municipalidad de Santo Domingo. Puede verificar su autenticidad escaneando este código QR o ingresando directamente a la página web: **decretos.santodomingo.cl**