



**Ajuntament
de Barcelona**

Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida
Direcció de Serveis de Recursos

Av. Drassanes, 6-8 pl.21
08001 Barcelona
www.bcn.cat/paisatqeurba

INFORME TÈCNIC-ECONÒMIC PER A LA DETERMINACIÓ DE LA QUANTIA DE LA TAXA PER APROFITAMENT ESPECIAL DEL DOMINI PÚBLIC DERIVAT DE LA INSTAL·LACIÓ DE LONES PUBLICITÀRIES



0. Introducció

Segons estableix l'article 25 del Reial Decret Legislatiu 2/2004, de 5 de març, pel qual s'aprova el text refós de la Llei Reguladora de les Hisendes Locals (d'ara en endavant, LRHL) *“Los acuerdos de establecimiento de tasas por la utilización privativa o el aprovechamiento especial del dominio público, o para financiar total o parcialmente los nuevos servicios, deberán adoptarse a la vista de informes técnico-económicos en los que se ponga de manifiesto el valor de mercado o la previsible cobertura del coste de aquellos, respectivamente. Dicho informe se incorporará al expediente para la adopción del correspondiente acuerdo”*

L'objectiu d'aquest informe és, per tant, justificar, d'acord amb criteris tècnics i econòmics, la quantia de la taxa per aprofitament del domini públic derivat de la instal·lació de lones publicitàries a l'espai públic. Cal posar de manifest que aquest informe es fonamenta bàsicament en l'encàrrec efectuat a la Universitat de Girona i que ha estat realitzat pels professors Marc Carreras Pijuan i Ivan València Arévalo.

1. Estat de la qüestió

A les grans ciutats, la via pública i els edificis han estat, des de sempre, suport d'elements publicitaris. L'augment i densificació d'aquests elements ha generat l'adopció de mesures d'equilibri i apaivagament. A Barcelona aquestes qüestions relacionades amb l'activitat publicitària estan regulades a l'Ordenança dels Usos del paisatge Urbà (OUPU). L'Institut Municipal del Paisatge Urbà i de Qualitat de Vida de l'Ajuntament de Barcelona en supervisa el seu compliment.

Entre les activitats previstes a l'OUPU hi ha l'ús de les bastides de protecció d'obres de restauració o rehabilitació de façanes com a suport publicitari. Aquest ús és excepcional i, actualment, està sotmès a un conveni d'autorització paisatgística, on s'estableixen una sèrie de paràmetres i es condiciona l'autorització a l'obligatorietat d'assolir uns nivells d'endregament i de qualitat establerts pels tècnics municipals.



L'Institut està valorant que els convenis que actualment es signen entre l'Institut i un tercer (normalment una empresa privada), referent a les activitats publicitàries en tanques i lones de protecció d'obres de reforma o rehabilitació d'edificis que estiguin ocupats totalment o parcialment, es regulin mitjançant una taxa per aprofitament especial del domini públic, en els termes estipulats als articles 20 a 25, del Reial decret legislatiu 2/2004, de 5 de març, de la Llei reguladora de les hisendes locals (LRHL).

Per aquest motiu cal disposar d'un informe tècnic/econòmic que quantifiqui el valor de mercat d'aquest aprofitament especial del domini públic o apreuament relatiu a la reparació paisatgística derivada de l'ús excepcional, que és una imposició expressa de l'OUPU, conseqüència de la interferència o intromissió temporal que l'acció comporta en el dret col·lectiu a gaudir d'un paisatge urbà harmònic.

2. Necessitat de regular a través d'una taxa l'aprofitament especial del domini públic local

El fet que en els darrers anys la Comissió Mixta de Protecció del Paisatge Urbà hagi establert un document on s'estableixen els criteris qualitatius i quantitius per tal de valorar les compensacions paisatgístiques en usos excepcionals publicitaris sobre bastides d'obra per a la instal·lació de lones publicitàries i rètols publicitaris no té prou força legal, ni en el fons ni en la forma, per mantenir-lo en el temps indefinidament.

De fet, en el citat conveni es parteix de tres qüestions bàsiques: el nivell d'impacte paisatgístic, les compensacions paisatgístiques base, i els criteris de modulació i terminis de la presència publicitària.

En el primer cas, es consideren dos tipus diferents d'emplaçaments: uns que responen a criteris de valoració qualitativa, motivats per raons de singularitat, centralitat i representativitat, i uns altres que s'analitzen a partir de valoracions quantitatives en funció del flux circulatori i el nombre d'impactes.

En el segon cas, es crea un quadre de doble entrada on, en les abscisses, es defineixen tres nivells d'impactes combinats amb fins a sis zonificacions, i en les



ordenades es defineixen sis trams temporals, que van des d'un mes fins a sis mesos, encara que es planteja la possibilitat de prorrogar els terminis.

En el tercer cas, es defineix el termini mínim d'un mes i, per no induir a la reiteració de la presència publicitària en un mateix indret, es valora que el termini habitual hauria de ser com a màxim de quatre mesos. Així doncs, a partir del cinquè mes es considera que es produeix una intensificació de l'impacte paisatgístic temporal i s'aplica un percentatge acumulatiu pels mesos següents.

Tots aquests tres aspectes permeten obtenir uns valors numèrics que, sense semblar incongruents, no responen a un estudi tècnic-econòmic i, per tant, no tenen la garantia legal suficient per poder ésser defensats davant la contrapart en cas de conflicte.

Com que la LHRL exposa que les entitats locals poden establir taxes per la utilització privativa o l'aprofitament especial del domini públic local, així com per la prestació de serveis públics o la realització d'activitats administratives de competència local que es refereixin, afectin o beneficiïn de manera particular els subjectes passius, sembla lògic pensar que la millor manera de regular la situació plantejada és una taxa.

En aquest cas, la normativa determina que els acords d'establiment de taxes per la utilització privativa o l'aprofitament especial del domini públic, o per finançar totalment o parcialment els nous serveis, s'han d'adoptar a la vista d'informes tècnic-econòmics en què es posi de manifest el valor de mercat o la previsible cobertura del cost d'aquells, respectivament. Aquest informe s'incorporarà a l'expedient per a l'adopció del corresponent acord.

3. Valoració econòmica de l'aprofitament especial del domini públic per ús publicitari sobre bastides d'obra

Intensitat d'ús (impacte sobre el paisatge)

Per valorar l'impacte sobre el paisatge es continua tenint en compte els conjunts arquitectònics i/o urbanístics que comparteixen idiosincràsia i reconeixement ciutadà conjunt, en els quals l'element publicitari es beneficia de l'entorn en el qual està ubicat per raons de centralitat, paisatge i singularitat; altrament, també es té en compte els



grans eixos de vianants, i/o zones comercials, grans vies de circulació rodada, en situació ortogonal i xamfrans en sentit del trànsit rodat i grans eixos de comunicació, i per últim, i en referència a la resta del teixit urbà, es segueix tenint en compte la valoració en funció del flux circulatori.

Valor de mercat de l'ús publicitari

L'import previst per la utilització privativa o aprofitament especial del domini públic local objecte es fixarà prenent com a referència el valor que tindria en el mercat la utilitzat privada de l'esmentat aprofitament, si els bens afectats no fossin de domini públic tal i com s'estableix a l'article 24 de la LRHL. A tal efecte i per tal de definir el valor de mercat de la utilitat privada, la present proposta ha tingut en compte la perspectiva real de negoci per part de les empreses privades a l'hora d'utilitzar usos publicitaris sobre bastides d'obra, perquè només d'aquesta manera podem tenir un punt de referència per definir uns criteris que quantifiquin els imports per compensació paisatgística.

S'ha tingut en compte les principals empreses del sector que han tingut relació amb l'Ajuntament de Barcelona o ciutats de grans dimensions, i entrevistes amb experts en màrqueting.

També s'ha fet un anàlisi exhaustiu de l'Ordenança Reguladora de la publicitat exterior de l'Ajuntament de Madrid, així com de la corresponent Ordenança fiscal.

I per últim vàrem procedir a una recerca bibliogràfica i un benchmark de tarifes equiparables per determinar si existien procediments de càlcul econòmic amb la finalitat que estàvem buscant.

4. Càlcul econòmic de la taxa

El càlcul s'ha basat en l'anàlisi del flux de persones a la ciutat de Barcelona, aquest anàlisi ha estat fonamentat en:

- La sèrie de mitjanes mensuals de les dades de destinació (número de persones), segons distribució espacial en cel·les de 500 x 500 metres.



- L'interval de la sèrie (inici octubre de l'any 2021 i fi de la sèrie al març de 2022)
- Extrapolació del nombre total de persones detectades en cada ubicació, tenint en compte la informació facilitada i la quota de mercat d'un dels principals operadors de telefonia mòbil de la ciutat.

Les dades objecte han estat facilitades per l'Oficina Municipal de Dades de l'Ajuntament de Barcelona (<https://ajuntament.barcelona.cat/dades/>. Accés 25 de novembre de 2022).

Les seccions següents mostren la metodologia de càlcul i la proposta de tarifa econòmica de la taxa.

5. Metodologia

L'element d'informació fonamental utilitzat en l'anàlisi del valor de mercat de l'ús publicitari sobre bastides d'obra és la quantitat de persones que es poden localitzar, durant un dia, en una determinada ubicació de la ciutat que Barcelona. Aquesta informació, permet objectivar un número potencial d'impressions publicitàries i a partir d'aquesta base estimar el valor potencial de la publicitat en una determinada ubicació. Posteriorment es proposa l'aplicació de diferents paràmetres per tal d'ajustar la intensitat d'ús o impacte sobre el paisatge i finalment transformar aquest valor econòmic en una taxa.

Informació sobre localització de persones

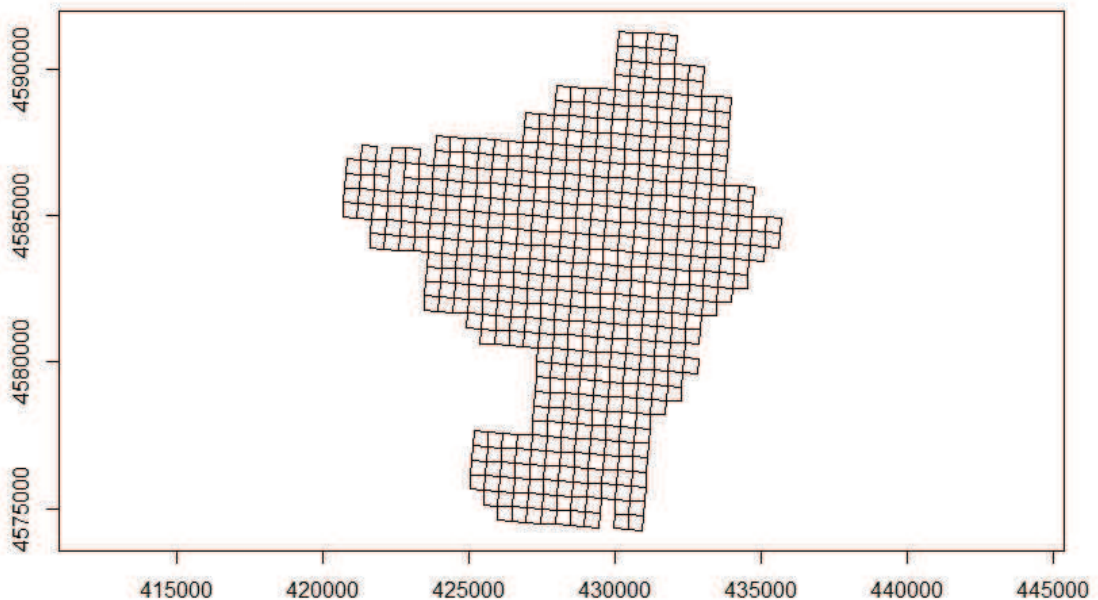
Més concretament, l'element central de la proposta econòmica és la mitjana diària del número de persones que han estat localitzades en una determinada ubicació de la ciutat. Aquesta informació s'ha obtingut a partir dels equipaments i sistemes d'un dels principals operadors de telefonia mòbil de la ciutat i s'estructura en dues bases de dades:

1. Mapa de polígons de la ciutat de Barcelona, dividit en 465 cel·les geolocalitzades de 500 x 500 metres (conjunt de fitxers shapefile). Cadascuna de les cel·les que formen la graella anterior està associada a un identificador únic. El mapa de



polígons subministrat és compatible amb l'entorn del lloc web GeoportalBCN, de l'Ajuntament de Barcelona (<http://w133.bcn.cat/geoportalbcn/GeoPortal.aspx?lang=ca>. Accés 25 de novembre de 2022). D'aquesta forma, el mapa de polígons es pot importar de forma directa i geolocalitzar qualsevol ubicació del terme municipal en la graella descrita (Figura 1).

Figura 1

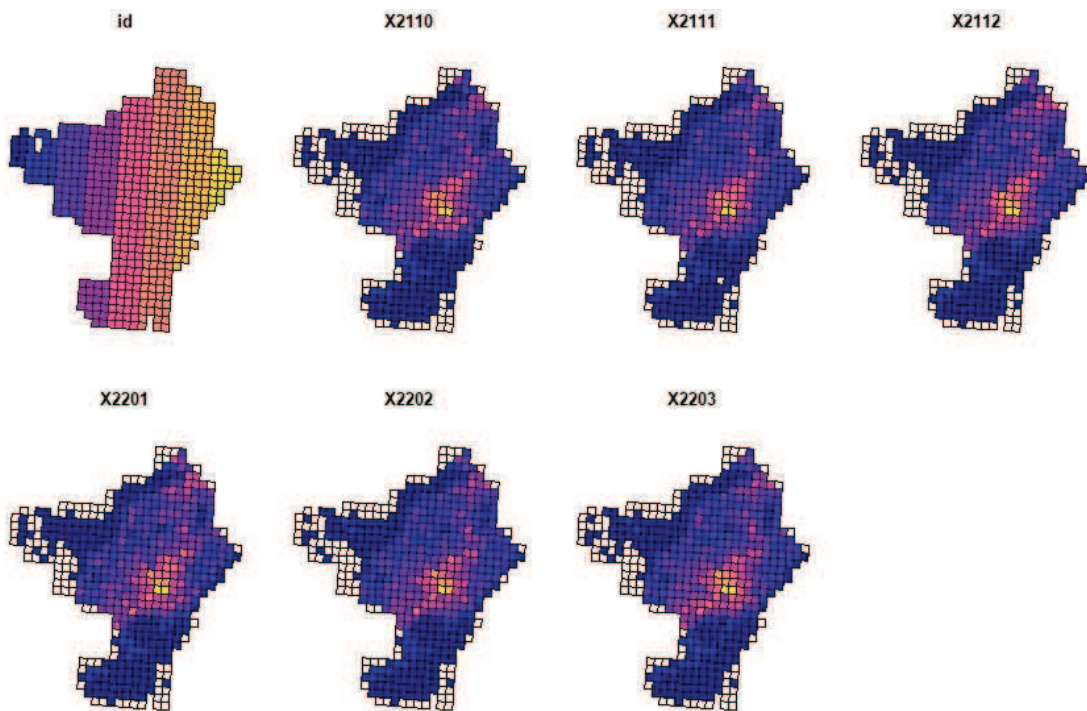


2. Sèrie de mitjanes diàries del número de persones diferents geolocalitzades en cadascun dels polígons descrits en el punt anterior en el termini compres entre el dia 1 d'octubre de 2021 i el 31 de març de 2022.

La combinació d'ambdues bases de dades, mapa de polígons de la ciutat de Barcelona i sèries de mitjanes diàries de localitzacions observades durant els 6 darrers mesos, període entre l'1 d'octubre de 2021 i el 31 de març de 2022, permet generar la imatge de la Figura 3. En aquesta imatge els colors més càlids representen les cel·les amb una mitjana diària de persones localitzades més elevada.



Figura 3



Anàlisi de dades i construcció de perfils

Les figures 3 apunten una distribució de persones marcadament desigual en les diferents localitzacions o polígons de la ciutat de Barcelona. Per tal d'aprofundir en l'anàlisi exploratori de les dades es van calcular diferents gràfics i indicadors que fan referència als darrers 6 mesos de la sèrie, període comprès entre l'1 d'octubre de 2021 i el 31 de març de 2022 (Figures 4 i 5 i Taula 1):

- Cada mes entre 25 i 41 polígons no mostraven cap registre d'informació. Aquest fet es pot atribuir al filtre previ dels casos amb observacions mensuals (dies) amb un número inferior a 28.
- La mitjana diària observada més baixa va ser 53 persones, corresponent al període març 2022 i al polígon amb id: 2656281, centrat a l'oest del districte de Sarrià-Sant Gervasi.



- La mitjana diària observada més alta va ser de 549.084 persones, corresponent al període març 2022 i al polígon amb id 2660368, centrat a la Plaça Universitat.
- La Figura 4 mostra l' histograma o gràfic de freqüències absolutes per intervals de 10.000 persones. Destaca l'elevada freqüència de polígons amb un registre de localitzacions inferior a 10.000 persones, entre 35 i 41 polígons cada mes (17% sobre el total). També cal destacar la detecció reiterada de determinats polígons amb un registre de localitzacions, superior a 300.000 persones, entre 7 i 15 polígons cada mes (2% sobre el total).
- El polígon amb id: 2660368, centrat a la Plaça Universitat, va ser durant tot el període observat la cel·la amb el màxim nombre de localitzacions. L'ordre de classificació dels 5 polígons amb un nombre de localitzacions més elevat, no va variar en tot el període observat. Aquestes polígons son confrontants o propers a la referència 2660368. Veure Figura 5.
- Les 25 primeres cel·les amb un nombre més elevat de localitzacions son sistemàticament les mateixes tot i que s'observa alguna variació en l'ordre de classificació a partir de la posició número 6. Veure posició, identificador de cel·la (Id) i nombre de localitzacions (n) a la Taula 1.



Figura 4

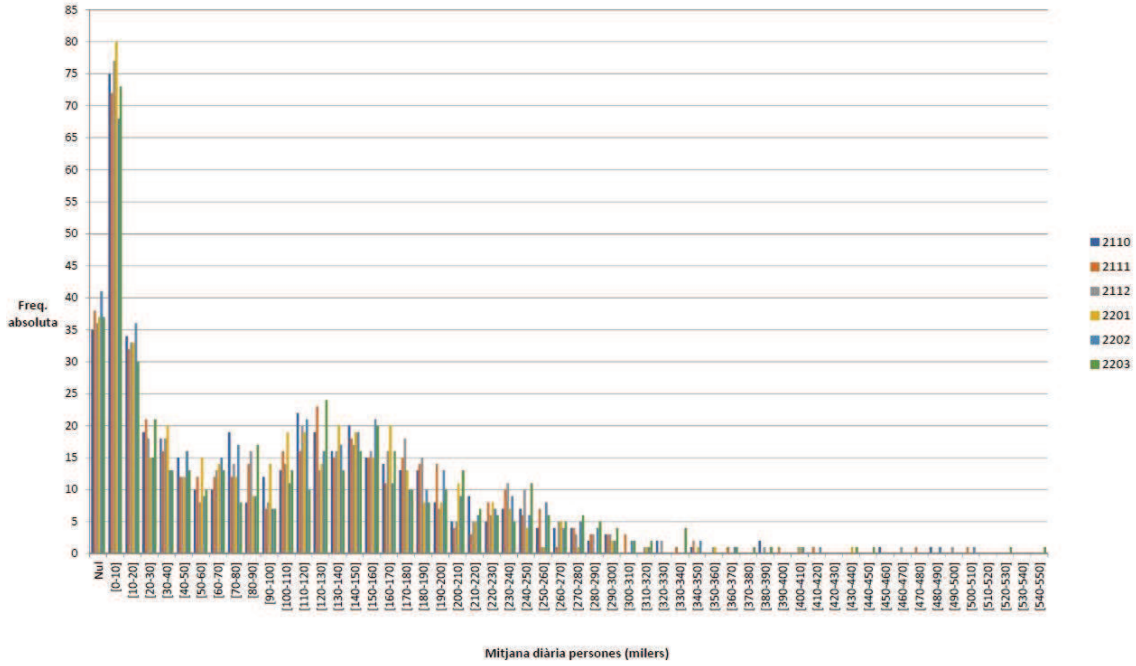
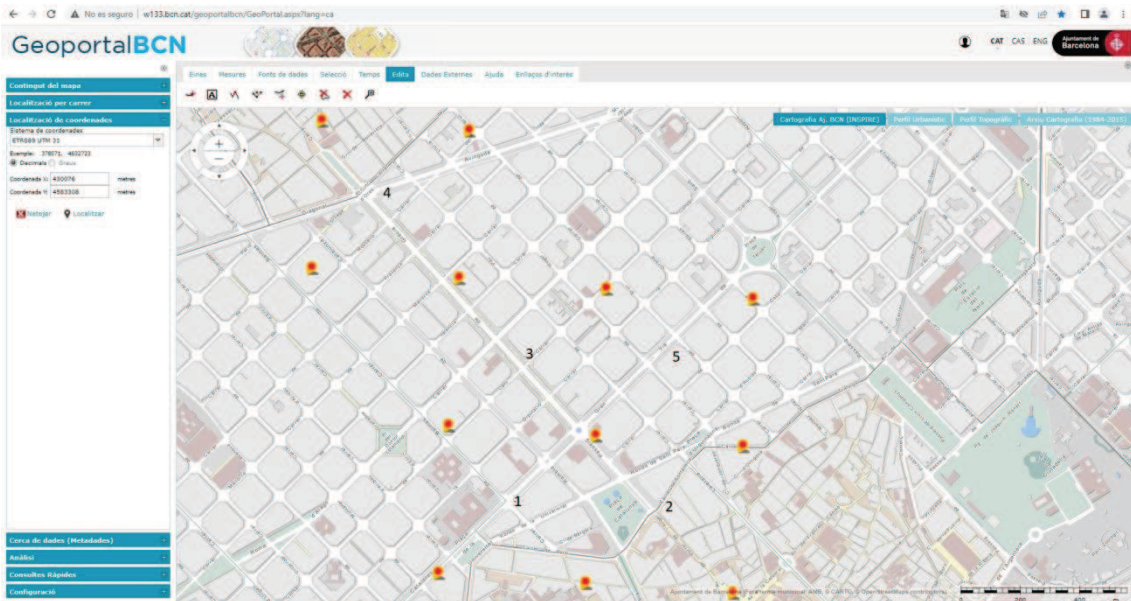


Figura 5





Taula 1

Període	2110		2111		2112		2201		2202		2203	
	Id	n	Id	n	Id	n	Id	n	Id	n	Id	n
1	2660368	481.586	2660368	509.924	2660368	495.053	2660368	438.360	2660368	505.947	2660368	549.081
2	2660379	459.332	2660379	478.078	2660379	466.125	2660379	406.967	2660379	483.767	2660379	524.323
3	2660373	388.002	2660373	414.092	2660373	401.718	2660373	355.836	2660373	412.865	2660373	440.151
4	2660371	380.292	2660371	399.783	2660371	380.410	2660371	345.184	2660371	402.398	2660371	433.921
5	2660374	342.430	2660374	365.227	2660374	359.897	2660374	317.820	2660374	363.468	2660374	389.897
6	2660370	328.538	2660370	347.665	2660370	325.889	2660372	296.940	2660370	346.879	2660370	375.709
7	2660372	323.350	2660372	341.249	2660372	325.473	2660370	291.069	2660372	346.719	2660372	367.716
8	2660366	294.850	2660394	330.185	2660394	317.074	2660366	273.366	2660366	314.217	2659350	337.587
9	2660394	293.396	2660366	305.391	2660395	295.651	2660397	269.459	2660395	307.893	2660395	335.619
10	2659350	292.252	2660397	305.348	2660366	293.413	2660395	268.338	2659350	300.399	2660378	335.346
11	2660395	289.823	2660375	304.002	2660397	292.911	2660394	268.255	2660378	295.354	2660366	330.802
12	2660375	281.630	2659350	299.946	2659350	289.822	2659350	262.798	2660375	293.392	2660380	317.918
13	2660367	278.378	2660395	299.628	2660375	287.137	2661378	261.374	2660397	288.509	2660375	317.759
14	2660378	278.221	2660367	291.684	2660378	284.854	2660375	257.967	2661378	288.506	2660367	308.648
15	2660397	276.196	2659369	287.995	2661378	279.168	2659352	248.409	2660367	284.265	2659352	307.935
16	2660396	275.381	2660396	283.846	2660367	278.093	2660367	246.800	2659352	282.516	2660385	295.377
17	2659369	269.072	2661378	281.991	2660396	278.059	2660396	245.863	2659369	276.400	2659369	295.364
18	2659368	266.783	2660378	278.917	2661411	269.923	2661411	244.999	2660385	273.747	2659368	293.886
19	2659352	263.727	2660385	276.124	2660385	264.137	2660378	239.169	2659368	273.618	2661378	290.670
20	2661378	261.658	2659368	274.877	2659352	263.281	2660355	239.064	2661411	273.500	2660394	286.094
21	2660385	258.451	2659352	270.697	2659369	261.144	2660385	238.777	2660394	271.326	2660377	284.993
22	2660356	254.556	2661411	269.281	2661415	260.568	2661415	236.436	2660380	268.984	2660396	284.252
23	2661358	252.368	2659372	258.690	2659368	254.659	2659368	234.444	2660377	268.285	2660397	283.818
24	2660360	251.207	2660376	258.623	2661410	248.268	2659369	234.104	2660396	265.789	2661391	283.786
25	2661411	247.839	2659348	256.209	2660356	248.217	2660377	232.371	2659372	260.351	2659372	277.710
Nul	-	35	-	38	-	36	-	37	-	41	-	37
Mínim	-	89	-	57	-	70	-	58	-	124	-	53
Màxim	-	481.586	-	509.924	-	495.053	-	438.360	-	505.947	-	549.081

Valor de mercat de l'ús publicitari

Per tal de transformar el nombre potencial d'impressions en una valoració econòmica de l'ús de la publicitat sobre les bastides d'obra s'ha utilitzat un coeficient multiplicador. La font d'informació principal utilitzada per a la determinació del coeficient ha estat un benchmark de tarifes de màrqueting exterior i digital. El conjunt d'informació obtinguda ha permès situar el valor mitjà del coeficient multiplicador o valor publicitari (VP) en 0,011€. Aquest anàlisi ha estat validat mitjançant la realització de diferents entrevistes amb especialistes del sector.

6. Proposta de tarifa



La tarifa base diària (TBD) corresponent a una determinada localització 'i', s'obté com a resultat de multiplicar la mitjana diària d'impressions per el valor publicitari (VP) i per un coeficient del 10%, valor del coeficient en tant per u: 0,1 (gravamen de l'activitat).

$$TBD_i = \text{Mitjana diària impressions} * 0,011 * 0,1.$$

Per tal de arribar a una tarifa unificada, amb un nombre de categories adequat, des d'un punt de vista pràctic i d'acord la concentració de freqüències observada a la Figura 4, s'estableixen els següents grups de tarifa: Grup1 >= 400.000 localitzacions, grup 2: entre 300.001 i 400.000, grup 3: entre 250.001 i 300.000, grup 4: entre 200.001 i 250.000, grup 5: entre 150.001 i 200.000, grup 6: entre 100.001 i 150.000, grup 7: entre 50.001 i 100.000, grup 8: <= 50.000.

La Taula 2 presenta el càlcul de la tarifa base diària, a partir dels grups definits:

Taula 2

Grup	Persones / dia	Mitjana / dia	Taxa / diària (€)
1	>=400.000	486.869	1.071,11
2	300.001 - 400.000	338.631	744,99
3	250.001 - 300.000	273.140	600,91
4	200.001 - 250.000	224.045	492,90
5	150.001 - 200.000	170.909	376,00
6	100.001 - 150.000	126.411	278,11
7	50.001 - 100.000	74.058	162,93
8	<= 50.000	26.000	57,20

Adicionalment, i per tal de regular la intensitat de l'ús publicitari i adequar la tarifa base diària a l'impacte real sobre el paisatge, les tarifes relacionades a la Taula 2 anterior es veuran incrementades en els següents percentatges:



Definició de teixit urbà especial (TURE): Inclou conjunts especial o emblemàtics, eixos de vianants o de circulació.

- Coeficient teixit urbà especial tipus 1 (T_1). Dins dels conjunts definits en el punt anterior, el subtipus 1 inclou conjunts arquitectònics i/o urbanístics que comparteixen una idiosincràsia i reconeixement ciutadà de conjunt, en els quals l'element publicitari es beneficia de l'entorn en el qual està ubicat per raons de centralitat, paisatge i alhora singularitat, o conjunts d'alt valor patrimonial.

El Front marítim

- Passeig Colom
- Pg. Isabel II, fins Pla de Palau , inclòs tot el seu perímetre.
- Pg. Joan de Borbó
- Zona Fòrum 2004
- Front de la platja de la Barceloneta

Places i conjunts amb valor afegit

- Plaça de Santa Maria
- Plaça Francesc Macià
- Plaça d'Espanya
- Plaça de les Glòries
- Plaça Cerdà
- Plaça de Sant Jaume
- Plaça Sagrada Família i zona d'influència. (Cel·les Id: 2660395, 2660390, 2660391, 2660394, 2660396 i 2660397)
- Plaça Universitat



- Plaça Urquinaona
- Plaça Catalunya i tots els seus eixos d'unió: c. Pelai, ronda Universitat, ronda Sant Pere i c. Fontanella. (Cel·les Id: 2660379 i 2660368)
- Pla de la Catedral.

Als conjunts descrits a la llista anterior se'ls aplicarà el recàrrec T_1 del 15%, valor del coeficient en tant per u: 0,15.

- Coeficient teixit urbà especial tipus 2 (T_2): Dins dels conjunts definits anteriorment com a teixit urbà especial (TURE), el subtipus 2 inclou grans eixos de vianants i comunicació, eixos representatius, emblemàtics, de referència i que per la seva pròpia naturalesa (amplitud, traçat, disseny, etc) es poden considerar com una unitat amb unes perspectives de visió àmplies.

Grans eixos de vianants, i/o zones comercials

- Passeig de Gràcia
- Portal de l'Àngel
- La Rambla
- Rambla de Catalunya
- Via Laietana

Grans vies i eixos de circulació rodada

- Gran Via de les Corts Catalanes (entre pl. Glòries i pl. Cerdà)
- Avinguda de la Diagonal (des de la pl. Glòries fins a la inserció a la via B-23)



- Carrer Aragó
- Carrer Balmes
- Ronda de Dalt
- Ronda del Llobregat
- Ronda del Mig

Als conjunts descrits a la llista anterior se'ls aplicarà el recàrrec T_{2A} del 10%, valor del coeficient en tant per u: 0,10. Ateses les especials característiques d'aquests elements, i atenent al seu impacte visual màxim d'algunes localitzacions en funció de la seva orientació, s'estableix un segon recàrrec addicional acumulatiu T_{2B} del 10%, valor del coeficient en tant per u: 0,10, per aquells conjunts en situació ortogonal i xamfrans en sentit del trànsit rodat.

- En aquells espais que presentin variacions significatives dels fluxos de persones, degut a la celebració d'esdeveniments de caràcter especial i elevat aforament, la mitjana diària de la localització que s'utilitzi per la determinació de la TBD es podrà incrementar en una quantitat igual a l'aforament total previst de l'esdeveniment dividit per la durada en dies de l'acció publicitària.
- Obtenció de la tarifa final (TF):

$$TF = TBD * \text{nombre de dies} * (1+T_1) * (1+T_{2A}) * (1+T_{2B})$$

Barcelona, a la data de la signatura

ALEJANDRO
MATEOS
ALONSO - DNI
[REDACTED]
[REDACTED]
(ICAT)

Signat digitalment
per ALEJANDRO
MATEOS ALONSO -
[REDACTED]
(ICAT)
Data: 2024.07.03
135436+02'00'

Alex Mateos Alonso

Secretari Delegat de l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida