# ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LAS INSTALACIONES PUBLICITARIAS

## INDICE

**TITULO I ..... 2**
GENERALIDADES ..... 2
**TITULO II ..... 3**
CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS ..... 3
**TITULO III ..... 5**
CALIFICACIÓN TIPOLÓGICA DEL SUELO ..... 5
**TITULO IV ..... 5**
PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADO EN SUELO DE TITULARIDAD MUNICIPAL ..... 5
**TITULO V ..... 7**
PUBLICIDAD EN EDIFICIOS ..... 7
**TITULO VI ..... 10**
PUBLICIDAD EN OBRAS ..... 10
**TITULO VII ..... 11**
PUBLICIDAD EN SOLARES O TERRENOS SIN USO ..... 11
**TITULO VIII ..... 12**
PUBLICIDAD EN TERRENOS SIN USO COLINDANTES CON VÍAS DE CIRCULACIÓN RÁPIDA ..... 12
**TITULO IX ..... 13**
RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD ..... 13
CAPITULO 1. - NORMAS GENERALES ..... 13
CAPITULO 2. - DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO ..... 14
CAPITULO 3. - PLAZOS DE VIGENCIA ..... 15
CAPITULO 4. - INFRACCIONES ..... 16

# TITULO I

## *GENERALIDADES*

Art. 1. La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las cuales habrán de someterse las instalaciones publicitarias perceptibles desde la vía pública.

Quedará sometida a las normas de esta Ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transporte y, en general, permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

Art. 2. La utilización de medios publicitarios sonoros, si bien se considera comprendida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, se regirá por la normativa de Protección del Medio Ambiente.

No se autorizarán las actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las Leyes.

Asimismo, la publicidad incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas etc., fijada sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano etc., no es permisible dentro del término municipal, siendo objeto de la aplicación del régimen sancionador establecido tanto en esta Ordenanza como en las de Protección del Medio Ambiente y Mobiliario Urbano.

# TITULO II

## *CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS*

Art. 3. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad.

Se favorecerá, (con mecanismos fiscales o de cualquier otra naturaleza que se apruebe), la sustitución de los sistemas estructurales de configuración actual para el soporte de las vallas publicitarias por soluciones de diseño más actual que permitan una menor ocupación del espacio y un mejor acabado del conjunto con soportes estructurales de poca sección y la posibilidad de carenado posterior del conjunto al no disponerse elementos oblicuos de refuerzo estructural.

Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total del soporte, incluido dicho marco, no sobrepasará los 0,30 metros.

Art. 4. La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología zonal.

Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia. Si dicho titular decidiera no explotar la totalidad de la superficie autorizada, estará obligado a colocar, en las zonas no ocupadas por instalaciones publicitarias, hasta completar los limites de lo autorizado, elementos de carácter decorativo que respeten la estética del emplazamiento.

A efectos del posterior control sobre las correspondientes licencias la superficie publicitaria se expresará en múltiples del módulo básico de 4 x 3 metros.

A efectos de medición de alturas ésta se realizará desde la rasante de la acera o terreno. En el caso de vías con pendiente se medirá en el punto medio del soporte publicitario.

Art. 5. No se permitirán en ningún caso instalaciones publicitarias en edificios con algún nivel de Protección conforme al P.G.O.U. y/o la Legislación de Protección del Patrimonio Histórico-Artístico o en el entorno de los mismos cuando menoscabe su contemplación.

No se permitirán las instalaciones publicitarias que produzcan graves distorsiones del paisaje urbano o natural, excepción hecha de las lonas o cualquier otro

elemento o material fijo que hayan de ser colocados con motivo de la operación de limpieza de fachadas y durante el tiempo que dure la misma.

Igualmente se denegarán las solicitudes de licencia cuando con la instalación propuesta se perjudique o comprometa la visibilidad del tráfico rodado o la seguridad de los viandantes.

Art. 6. En los Títulos IV a VIII se indican las condiciones para que un soporte publicitario sea autorizable en función de su tipo, características y emplazamiento. Cualquier otro posible supuesto fuera de los indicados se considerará no autorizable.

# TITULO III

## *CALIFICACIÓN TIPOLÓGICA DEL SUELO*

Art. 7. A efectos de esta Ordenanza se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal:

Zona A) Edificios Protegidos y Públicos.

Zona B) Zona Centro de los distintos enclaves del término municipal.

Zona C) Terrenos colindantes con tramos urbanos de Vías de circulación rápida.

Zona D) Resto del suelo del término municipal.

# TITULO IV

## *PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADO EN SUELO DE TITULARIDAD MUNICIPAL*

Art. 8. Toda publicidad que pretenda utilizar soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal será objeto de concurso convocado por el Ayuntamiento y se regirá por los pliegos de condiciones y características de la adjudicación, excepto la situada en recintos de obras en ejecución que, dado el carácter provisional de la instalación, podrán ser objeto de licencia directa.

Las instalaciones publicitarias sobre soportes de mobiliario urbano se sujetarán a lo dispuesto en la Ordenanza correspondiente o en los Pliegos de Condiciones de la adjudicación correspondiente, y en lo que respecta a las exacciones fiscales se sujetarán a lo dispuesto en el artículo 20.3.s) de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales según redacción dada en el artículo 66 de la Ley 25 /98 de 13 de Julio.

Con carácter excepcional será autorizable la utilización de los báculos de alumbrado público como soporte de publicidad política o de actos institucionales o culturales durante las campañas electorales o los periodos inmediatamente anteriores a la celebración de los actos publicitados, ajustándose a las disposiciones que en cada una de ellas promulgue previamente la Alcaldía-Presidencia.

Art. 9. No se permitirá dentro del término municipal la utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado,

cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario, con excepción de aquellos vehículos que homologados conforme a la regulación en vigor transmitan un mensaje publicitario cuando se encuentren en circulación.

Art. 10. Los letreros situados en las fachadas de edificios identificadores de los negocios o servicios existentes en los mismos, si bien vuelan sobre suelo de titularidad municipal se regirán, a efectos de esta Ordenanza, por las normas del Plan General de Ordenación Urbana.

Art. 11. Los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o nombres de establecimientos no son autorizables en suelo de titularidad pública de ninguna clase, como tampoco la utilización de señales de circulación o rótulos viarios para incluir dicho tipo de mensajes, salvo expresa concesión de licencia municipal en tal sentido, debidamente motivada.

# TITULO V

## *PUBLICIDAD EN EDIFICIOS*

Art. 12. A efectos de esta Ordenanza se considerarán los siguientes supuestos de utilización de edificios como elementos de fijación del soporte publicitario:

a) Rótulos y banderolas informativos.
b) Publicidad en coronación de edificios.
c) Publicidad en paredes medianeras.
d) Superficies publicitarias no rígidas sobre fachadas.
e) Superficies publicitarias opacas o luminosas en locales en planta baja.

Art. 13. Los denominados "rótulos y banderolas informativos" cuyo mensaje sea fijo o variable con el tiempo situadas en las fachadas de edificios se regirán, a efectos de esta Ordenanza, por las normas del Plan General de Ordenación Urbana u otras que se deriven del mismo.

Art. 14. Las "superficies publicitarias luminosas en coronación de edificios" deberán ser construidas de forma que tanto de día como de noche se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen como del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su aspecto cuando no están iluminadas.

Sólo podrán instalarse sobre la coronación de la última planta del edificio y siempre que ninguna zona de la misma se dedique al uso de vivienda. Su iluminación será por medios eléctricos integrados y no por proyección luminosa sobre una superficie.

Estos soportes publicitarios no deberán producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la normativa sobre balizamiento para la navegación aérea.

En ningún caso alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

Estos soportes publicitarios no superarán en ningún caso los 60 metros cuadrados de superficie total, (medida la superficie del sólido capaz de 1a totalidad de elementos publicitarios), por edificio; ni su altura máxima los 5,50 metros medidos desde la superficie superior de azotea o desde el forjado de planta de cubierta, de forma que los elementos publicitarios propiamente dichos deberán estar a una altura mínima de dicha cota de referencia de 2,00 metros de forma que se garantice la seguridad de los teóricos usuarios de la azotea evitando el contacto de los mismos con los elementos que

conforman el conjunto publicitario, todo ello con independencia de las limitaciones de altura en función de la del edificio establecidas en párrafos posteriores.

La superficie publicitaria estará constituida por elementos individualizados alfanuméricos o gráficos sin que sean admisibles ningún tipo de elementos unificadores del conjunto, y no existirán zonas del mismo a menos de 15 metros de huecos de ventanas de edificios habitados. A estos efectos no se considerarán los huecos de ventana del propio edificio situados en el plano vertical del anuncio.

El Ayuntamiento podrá fijar en la licencia limitaciones de horario de encendido o suprimir los efectos luminosos cuando existan reclamaciones justificadas de vecinos residentes en viviendas próximas. El plazo hábil para presentar este tipo de reclamaciones será de un año desde el momento de concesión de la licencia para la instalación del rótulo, o desde el momento de instalación del mismo.

En las zonas A) y B), así como en edificios exclusivos de carácter oficial, sanitario, religioso o docente no se autorizan estos soportes publicitarios.

El ancho mínimo de calle a la que dé frente el edificio sobre el que se pretende situar la publicidad será de 12 metros, y la altura del elemento publicitario concreto no sobrepasará 1/10 de la del edificio.

En la zona C), la distancia mínima del edificio donde se instale el soporte a la vía de circulación será de 50 metros y la altura del elemento publicitario concreto no sobrepasará 1/10 de la del edificio.

Art. 15. A efectos de esta Ordenanza se clasifican las “paredes medianeras” en dos grupos:

a) Las que tienen carácter provisional, y
b) Las que deben ser objeto de un tratamiento de fachada.

a) En las primeras, se admite la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado de superficie máxima 1/3 de la total del paramento. Igualmente serán admisibles soportes publicitarios luminosos siempre que no vuelen sobre la vía pública.

En las zonas A) y B) sólo se autorizarán estos soportes publicitarios en medianerías producto de la demolición de edificaciones colindantes cuando la existencia de las mismas sea dilatada en el tiempo y no se prevea la construcción del solar que las provoca, por lo que a juicio municipal se considere conveniente y necesario para la conservación del patrimonio urbano y su medio.

b) En “medianerías objeto de tratamiento de fachada” se requerirá un estudio de adecuación de toda la superficie de medianería, debiendo proyectarse un soporte publicitario de larga duración e integrado en el tratamiento global de todo el paramento,

de forma que se mejoren las condiciones estéticas y medioambientales del conjunto. En estos supuestos, el Ayuntamiento podrá actuar mediante tratamiento de las mismas en manera acorde con las fachadas del edificio, sin necesidad de autorización por parte de los propietarios de las fincas afectadas.

Las paredes medianeras formadas como consecuencia de diferencias de alturas en la edificación por razones de planeamientos urbanísticos tendrán la misma consideración que las objeto de tratamiento de fachada.

En ningún caso el plano exterior del soporte publicitario o de alguno de sus componentes podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de la medianería.

Art. 16. "Las superficies publicitarias no rígidas sobre fachadas", tales como lonas decoradas etc., sólo serán autorizables en fachadas sin huecos de edificios de uso comercial exclusivo, así como en edificios desocupados en su totalidad, situados fuera de la zona Centro histórico de la ciudad.

Art. 17. Se autorizarán soportes publicitarios para papel pegado o pintados en cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en plantas baja y primera planta alta o entreplanta. Igualmente serán autorizados estos soportes publicitarios en las plantas bajas de los edificios totalmente desocupados y sobre la valía de cerramiento de las parcelas cuando dichos edificios sean aislados dentro de la parcela.

Art. 18. Los carteles o rótulos que en las fincas sobre las que tengan titulo legal suficiente sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, se regirán cuando se sitúen en edificios por las normas sobre rótulos publicitarios del Plan General de Ordenación Urbana.

# TITULO VI

## *PUBLICIDAD EN OBRAS*

Art. 19. A efectos de esta Ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las de nueva planta, remodelación total o demoliciones de edificios, así como las obras de arreglo de fachada que supongan la instalación de andamiajes de protección.

En todo caso deberán contar previamente con la preceptiva licencia de obras en vigor, y la publicidad en ellas sólo será autorizable durante la duración de las mismas.

En las zonas A) y B) en el proyecto deberá llevarse a cabo un estudio global adecuado del entorno, buscando la integración de la publicidad en el conjunto a realizar.

En la zona C) la distancia mínima del soporte publicitario al límite de la vía de circulación será de 50 metros y la altura del mismo no superará la prevista en el artículo 26.

Art. 20. Los soportes publicitarios en obras no podrán sobresalir del plano de la valía de obras o andamiaje.

En el caso de soportes para papel pegado o pintura la altura máxima de éstos será de 5,50 metros sobre la rasante del terreno.

Se admiten los soportes publicitarios no rígidos situados sobre estructuras de andamiaje que deberán cubrir la totalidad de la línea de fachada teniendo como limitación la altura del futuro edificio.

Art. 21. Los carteles o rótulos que en las fincas en obras sobre las que tengan título legal suficiente sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas, y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, sino la exclusiva finalidad de dar a conocer la clase de obra de que se trata, sus ejecutores, etc., cumplirán las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones.

# TITULO VII

## *PUBLICIDAD EN SOLARES O TERRENOS SIN USO*

Art. 22. A efectos de esta Ordenanza se consideran "solares o terrenos sin uso susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios" los que reúnan las condiciones establecidas en la Ley del Suelo y el Plan General de Ordenación Urbana para ser considerados como solares, salvo los situados en la Zona C) que por sus especiales características dimensionales se regirán por la normativa específica que se establece en el Título VIII.

Art. 23. Los soportes publicitarlos en este tipo de emplazamientos se instalarán sobre el reglamentario cerramiento opaco del solar o terreno y siempre en la alineación oficial. En los supuestos de grandes solares procedentes de Planeamiento Parcial o Planeamiento Especial y situados en zonas de desarrollo de la ciudad, podrá sustituirse el cerramiento del solar por cualquier otra solución que garantice la estética del conjunto a juicio Municipal.

Se exceptúan los casos en que la alineación forme esquina a dos calles, en los que se admitirá que el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de 4 metros del vértice.

A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un solar o terreno, por lo que sólo podrán otorgarse licencias para instalaciones publicitarias a un solicitante en cada solar o terreno catastralmente independiente.

Art. 24. La superficie publicitaria máxima será de 24 metros cuadrados por cada 10 metros de línea de fachada del solar o terreno, pudiéndose cubrir mediante lamas o celosía los espacios no ocupados por publicidad de modo que se cree una superficie continua.

La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de 5,50 metros, salvo en los casos de escasa longitud de fachada en los que a juicio municipal sea preferible la instalación de una sola valía de formato vertical de 4 x 6 en los que la altura máxima vendrá condicionada por la propia valía.

# TITULO VIII

## *PUBLICIDAD EN TERRENOS SIN USO COLINDANTES CON VÍAS DE CIRCULACIÓN RÁPIDA*

Art. 25. A los efectos de esta Ordenanza los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los correspondientes a la zona C).

Art. 26. La superficie publicitaria máxima será de 150 metros cuadrados por cada 100 metros lineales de fachada del terreno con la vía rápida. Además, la distancia mínima entre agrupaciones de soportes publicitarios será de 50 metros lineales en cualquier dirección.

La parte más próxima del soporte publicitario a la arista exterior de la explanación de la vía de circulación será como mínimo de 25 metros, al objeto de librar las zonas de dominio público y de servidumbre.

La altura máxima de soporte publicitario sobre la rasante del terreno junto a la vía de circulación será fijada mediante la. siguiente tabla en función de la distancia de la parte más próxima del mismo al arcén:

| Distancia | Altura máx |
|---|---|
| 25 a 35 metros..... | 6 metros |
| 35 a 50metros..... | 9 metros |
| más de 50 metros..... | 17 metros (monopostes) |

El régimen de distancias establecido en el presente artículo queda supeditado a lo dispuesto por la legislación sectorial en materia de carreteras y a la autorización, en su caso, de las Administraciones competentes.

En caso de situarse el elemento publicitario sobre terrenos clasificados como no urbanizables por el Plan General de Ordenación Urbana, y siempre que lo permita la normativa sectorial en materia de carreteras, el régimen de autorizaciones se tramitará como “usos y obras de carácter provisional”.

# TITULO IX

## *RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD*

## CAPITULO 1. - NORMAS GENERALES

Art. 27. Todos los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal. conforme se establece en el artículo 242 de la Ley sobre Régimen del Suelo, y Ordenación Urbana, aprobada por Real Decreto 1/92 como Texto Refundido y cuyo contenido se asume en el artículo único de la Ley 1/97 de 18 de Junio aprobada por el Parlamento Andaluz, (en adelante TRLS) y al pago de las exacciones fiscales a que hubiera lugar conforme a lo establecido en la Ordenanza Fiscal 15; a excepción de los elementos o soportes en suelo de titularidad municipal, o que correspondan a actuaciones municipales que se sujetarán a lo dispuesto en el titulo IV de la presente ordenanza.

Art. 28. Los actos de publicidad exterior realizados mediante instalaciones eléctricas o mecánicas, además de la normativa específica deben acomodarse a la reguladora de los medios técnicos que utilicen.

Art. 29. La persona física o jurídica propietaria de los soportes publicitarios está obligada a la perfecta conservación de los mismos, al cumplimiento de las normas sobre este tipo de instalaciones y estar en posesión de una póliza de seguros que cubra los daños que puedan derivarse de la instalación, de los que en su caso, serán responsables.

Art. 30. Las licencias se otorgarán dejando a salvo los derechos de propiedad y sin perjuicio de terceros.

No podrá ser invocado dicho otorgamiento para tratar de excluir o disminuir en alguna forma las responsabilidades civiles o penales, que deben ser asumidas íntegramente por los titulares de las licencias o propietarios de las instalaciones, incluso en lo que respecta a cualquier defecto técnico de la instalación o a efectos del mensaje publicitario.

## CAPITULO 2. - DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO

Art.31.1 La solicitud de licencia para la instalación de soportes de publicidad exterior deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente en impreso oficial que al efecto tiene establecido el Ayuntamiento.

2. Para poder realizar la actividad publicitaria será condición indispensable que las empresas o agencias interesadas se hallen debidamente legalizadas en el Registro de Empresas y Agentes de Publicidad de la Comunidad Autónoma Andaluza.

3. La referida condición deberá estar acreditada ante el Ayuntamiento previamente a que se formule cualquier solicitud de instalación publicitaria, por lo que a tal efecto estará constituido en el Servicio competente del Excmo. Ayuntamiento el oportuno Registro de Empresas legalizadas. Los solicitantes deberán presentar para su inscripción en este Registro los siguientes documentos:

a) Fotocopia de la Resolución que asigna a la empresa el número correspondiente a su afiliación patronal al Régimen General de la Seguridad Social.

b) Certificación del Registro de la Propiedad Industrial relativa a la inscripción del nombre comercial, marca y rótulo si existiera.

c) Fotocopia de la Resolución de la Junta de Andalucía por la que se inscribe la empresa en el Registro de Empresas y Agentes de Publicidad de la Comunidad Autónoma Andaluza.

d) Certificación expedida por este Ayuntamiento en la que se determine estar al corriente en el pago de los impuestos y tasas municipales exigibles.

4. Las personas físicas o jurídicas que no tengan el carácter de empresa publicitaria únicamente podrán solicitar autorización para las instalaciones realizadas en los bienes que utilicen para el ejercicio de su actividad y tan sólo para hacer publicidad de sus propias actividades

Art. 32. La solicitud de licencia irá acompañada por cuantos documentos se disponen en el art. 94 del P.G.O.U.

Art. 33. En todo caso corresponderá al Servicio competente del Excmo. Ayuntamiento, con el fin de unificar criterio y agilizar los correspondientes trámites, emitir el informe técnico previsto en la normativa vigente sobre otorgamiento de licencias, así como

resolver las cuestiones que puedan plantearse respecto a la interpretación de esta ordenanza y ejecutar las actuaciones de desmontaje que en la misma se prevén.

Para retirar la correspondiente licencia de instalación, será necesario, el pago de la tasa y del precio de la etiqueta identificativa con el número de licencia otorgada.

## CAPITULO 3. - PLAZOS DE VIGENCIA

Art. 34. El plazo de vigencia de las licencias de los actos de publicidad exterior será de cinco años, (salvo en aquellos casos en que la instalación se justifica por la existencia de una obra, en los que la duración de la licencia publicitaria vendrá condicionada por la vigencia de la licencia de obras concedida y por la ejecución de las obras que se aprueban).

No obstante, el titular vendrá obligado con carácter anual a presentar fotografías actualizadas del emplazamiento y documento técnico de facultativo competente donde se certifique que la instalación se ajusta a la licencia concedida y que se mantienen las condiciones de seguridad previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia. En caso de no ser presentados estos documentos la licencia podrá ser revocada, sin derecho a indemnización alguna.

La licencia perderá su validez si varían la titularidad, características del emplazamiento o condiciones de la instalación.

En el supuesto de perdida de validez de la licencia, así como en el previsto de revocación de la licencia por no aportación de la documentación de actualización anual requerida, el titular estará obligado al desmontaje a su cargo de la totalidad de los elementos que componían la instalación, en el plazo máximo de ocho días desde la notificación correspondiente.

Igualmente, al final del plazo de vigencia de la licencia publicitaria otorgada, el titular vendrá obligado a desmontar la instalación correspondiente dentro de los ocho días siguientes a la expiración de dicho plazo.

Art. 35. Deberán comunicarse expresamente por escrito a la Administración Municipal los supuestos de transmisión de la titularidad de las licencias, así como los supuestos de desmontaje anticipado de las instalaciones.

La transmisión de la titularidad no supondrá en ningún caso alteración de los plazos de vigencia de la licencia, y el incumplimiento de la obligación de comunicación a la Administración Municipal obligará solidariamente al antiguo y al nuevo titular a responder.

## CAPITULO 4. - INFRACCIONES

Art. 36. Las infracciones de las normas contenidas en la presente Ordenanza, a excepción hecha de aquellas que simultáneamente supongan una vulneración de la normativa urbanística, quedarán sometidas a las disposiciones contenidas en esta Ordenanza en cuanto le sea de aplicación, a los arts. 127 a 138, y concordantes, de la Ley 30/1992 de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, (en adelante LRJAPAC), y al Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, (Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto).

Art. 37. Serán responsables solidarios de la infracción tanto la empresa publicitaria que haya efectuado la instalación, como la del producto o servicio anunciado, todo ello sin perjuicio de las responsabilidades que pudiera haber lugar por parte de los técnicos de la dirección facultativa, y de los técnicos autores de los certificados anuales de condiciones de la instalación.

Art. 38.1. Para la identificación de los propietarios de instalaciones publicitarias únicamente tendrá validez el número asignado en la correspondiente licencia, expresamente colocado en aquéllas.

2. A estos efectos no se considerarán elemento de identificación las marcas, señales, productos anunciados, nombre de la empresa u otras indicaciones que pudieran contener los soportes instalados.

3. Cuando la instalación carezca del citado número o placa identificativa o cuando éstos no se correspondan con el existente en los archivos municipales será considerada anónima, y por tanto, carente de titular.

Art. 39. Las infracciones se clasifican en leves y graves.

Se consideran infracciones leves:

a) El estado de suciedad o deterioro del soporte publicitario o su entorno próximo, en este último caso, cuando sea como consecuencia de la actividad publicitaria.

b) El incumplimiento de la obligación de señalar las instalaciones publicitarias fijando en ellas la correspondiente etiqueta identificativa del número de licencia otorgada.

c) La falta de comunicación expresa en los supuestos de transmisión de titularidad de licencia.

d) El incumplimiento en plazo de las obligaciones de presentación de las certificaciones técnicas anuales de que la instalación publicitaria se ajusta a las condiciones de la licencia y mantiene las condiciones de seguridad.

e) Cualquier infracción a las disposiciones de aplicación que no tenga el carácter de grave.

Se considerarán infracciones graves.

a) La instalación de soportes publicitarios sin licencia municipal o sin ajustarse a las condiciones de la misma.

b) El incumplimiento de los requerimientos municipales sobre corrección de deficiencias advertidas en las instalaciones.

c) La reincidencia en faltas leves en un período de treinta días consecutivos en una o varias instalaciones.

d) La utilización de elementos de mobiliario urbano como soportes de publicidad no autorizada de cualquier tipo.

e) La utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario.

f) Las instalaciones publicitarias en edificios con Protección conforme al P.G.O.U. y/o a la legislación de Protección del Patrimonio Histórico Artístico, o en el entorno de los mismos, realizadas sin autorización de la administración competente. En estos supuestos se dará traslado de las actuaciones al órgano administrativo competente para su sanción.

g) Las instalaciones publicitarias que distorsionen el paisaje abierto y natural, (urbano, rural, o marítimo), limitando el campo visual para contemplar las bellezas naturales, rompan la armonía del paisaje, o desfiguren la perspectiva propia del mismo.

h) Las instalaciones publicitarias que perjudiquen o comprometan la visibilidad del tráfico rodado o la seguridad de los viandantes.

Art. 40. Por la comisión de una infracción Grave se fija una sanción de 300,51 hasta 901,51 euros, y desde apercibimiento a multa de hasta 300,50 euros, en el supuesto de infracción Leve.

Para la graduación de las sanciones a imponer, en su caso, se tendrá en cuenta el beneficio económico que la infracción ha supuesto para el infractor, además de las agravantes o atenuantes que concurran.

Art. 41. a) Aparte de la sanción que en cada caso corresponda, la Administración municipal dispondrá la subsanación de deficiencias, y/o el desmontaje o retirada de los soportes publicitarios con reposición de las cosas al estado anterior de comisión de la infracción.

b) Las órdenes de desmontaje se comunicarán expresamente por escrito al titular de la instalación, viniendo éste obligado a la retirada de los soportes en el plazo de ocho días siguientes a la fecha de recibo de la comunicación.

c) En caso de incumplimiento de lo ordenado y en tanto el mismo persista, el órgano competente podrá imponer al obligado, multas coercitivas en las siguientes cuantías:

1.- Si se trata de actuaciones relativas a instalaciones publicitarias que puedan ser consideradas como Infracciones Leves, hasta 150'25 euros por unidad de valla publicitaria de 8x3 m. o instalación equivalente.

2.- Si se trata de actuaciones relativas a instalaciones que puedan ser consideradas como Infracciones Graves, hasta 601,01 euros. por unidad de valla publicitaria de 8x3 m. o instalación equivalente.

La multa será impuesta por el mismo órgano administrativo que ordenó la ejecución de las obras, previo informe de los servicios técnicos. La resolución otorgará otro plazo igual para el cumplimiento de lo ordenado.

Podrá imponerse un máximo de cinco multas coercitivas del mismo importe.

Todo ello sin perjuicio del recurso en último término a la ejecución subsidiaria a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y depósito de los materiales retirados.

Art. 42. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior el órgano municipal competente podrá disponer por razones de seguridad, tan pronto como tenga conocimiento de la existencia de la instalación generadora del riesgo, el desmontaje inmediato de cualquier instalación publicitaria; y en todo caso el desmontaje sin más trámite de aquellas consideradas anónimas por el artículo 38 de la ordenanza.

Art. 43. El régimen de recursos contra los actos de los órganos municipales sobre materias regladas en esta ordenanza se ajustará a las disposiciones generales de la LRJAPAC y de la legislación de régimen local.