



IV. Administración Local

AYUNTAMIENTOS

Santa Marta de Tormes

ASUNTO: APROBACIÓN DEFINITIVA DE LA ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEL AYUNTAMIENTO DE SANTA MARTA DE TORMES.

EXPEDIENTE: 1498/2017

Por acuerdo plenario municipal adoptado por unanimidad de los presentes (17 del total de 17) en la sesión ordinaria celebrada el 27/7/2017, se aprobó, provisionalmente, la Ordenanza Municipal reguladora de la Publicidad Exterior del Ayuntamiento de Santa Marta de Tormes.

Dicho acuerdo y el texto de la ordenanza han estado expuestos al público, mediante la publicación de anuncio en el BOP 156 de fecha 16-8-2017 (así como en la sede electrónica municipal desde el 8-8-2017), por espacio de 30 días hábiles, sin que durante el mismo se haya presentado ninguna alegación.

Siendo esto así, de acuerdo a lo establecido en el art. 49 in fine de la ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, el acuerdo municipal se entiende definitivamente adoptado, hasta ahora provisional, y, en su consecuencia, de conformidad con lo previsto en el art. 70.2 de dicha ley se procede a publicarlo, así como el texto íntegro de la citada ordenanza municipal (según anexo), que entrará en vigor, una vez haya transcurrido el plazo previsto en el art. 65.2 de la ley antes citada, a partir de la publicación de este anuncio en el BOP.

Contra el presente acuerdo y ordenanza municipal se podrá interponer recurso contencioso-administrativo, ante el Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, sala de lo Contencioso-Administrativo en Valladolid, en el plazo de dos meses, a contar desde el siguiente al de la publicación del presente anuncio en el diario oficial citado.

Lo que se hace público para el general conocimiento.

Santa Marta de Tormes, 6 de octubre de 2017.

EL ALCALDE

Fdo.- David Mingo Pérez

(documento firmado electrónicamente)

ANEXO QUE SE CITA.

ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEL AYUNTAMIENTO DE SANTA MARTA DE TORMES.



ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR DEL AYUNTAMIENTO DE SANTA MARTA DE TORMES

Índice	
PREÁMBULO	
TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES	3
Artículo 1. Objeto	3
Artículo 2. Ámbito de aplicación	4
Artículo 3. Concepto de publicidad exterior	4
Artículo 4. Competencia normativa	4
Artículo 5. Obligaciones fiscales	4
TÍTULO II EMPLAZAMIENTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA PUBLICIDAD	4
Artículo 6. Emplazamientos no autorizados	4
Artículo 7. Limitaciones a las actividades de publicidad	5
Artículo 8. Actividades no autorizadas	5
TÍTULO III MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA	6
Capítulo I Normas generales	6
Artículo 9. Modalidades de publicidad exterior	6
Capítulo II Publicidad estática	6
Artículo 10. Publicidad estática: sistemas o instalaciones	6
Sección 1ª Vallas publicitarias	6
Artículo 11. Definición y características	6
Artículo 12. Instalación de vallas publicitarias en terrenos de dominio público	7
Artículo 13. Instalación de vallas publicitarias en terrenos de propiedad privada	7
Artículo 14. Vallas publicitarias en medianeras de edificios	7
Artículo 15. Vallas publicitarias en solares	7
Artículo 16. Vallas de protección y andamios de obras	7
Artículo 17. Agrupación de vallas publicitarias	7
Sección 2ª Carteles, banderolas y rótulos	8
Artículo 18. Carteles	8
Artículo 19. Banderolas y pancartas	8
Artículo 20. Rótulos	8



Capítulo III Otras modalidades de publicidad	8
Artículo 21.Publicidad móvil	8
Artículo 22.Publicidad impresa	9
Artículo 23.Publicidad audiovisual	9
Artículo 24.Publicidad en fiestas populares	9
Artículo 25.Publicidad en procesos electorales	9
TÍTULO IV DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA	9
Capítulo I Actos de publicidad sujetos a autorización municipal previa	9
Artículo 26.Actos de publicidad sujetos a autorización municipal	9
Artículo 27.Procedimiento para obtener la autorización municipal	10
Artículo 28.Resolución de la autorización	10
Artículo 29.Transmisión de la autorización	10
Artículo 30.Revocación de la autorización	10
Artículo 31.Extinción de la autorización	11
Capítulo II Actos de publicidad sujetos a declaración responsable	11
Artículo 32.De la declaración responsable	11
Capítulo III Actos de publicidad no sujetos a autorización ni a declaración responsable	12
Artículo 33.Actos de publicidad no sujetos a autorización ni a declaración responsable	12
TÍTULO V RÉGIMEN SANCIONADOR	12
Artículo 34.Inspección	12
Artículo 35.Procedimiento sancionador	13
Artículo 36.Infracciones	13
Artículo 37.Clasificación de infracciones	13
Artículo 38.Infracciones muy graves	13
Artículo 39.Infracciones graves	13
Artículo 40.Infracciones leves	14
Artículo 41.Personas responsables	14
Artículo 42.Sanciones	14
Artículo 43.Ejecución subsidiaria	15



Artículo 44. Graduación de las sanciones	15
Artículo 45. Prescripción	15
Artículo 46. Medidas provisionales	15
Disposiciones adicionales	16
Primera. Convenios y programas	16
Segunda. Condiciones mínimas	16
Disposiciones transitorias	16
Primera. Régimen y adecuación de las instalaciones existentes	16
Segunda. Instalaciones y actividades en tramitación	16
Disposición derogatoria	16
Única. Derogación normativa	16
Disposiciones finales	16
Primera. Habilitación para el desarrollo normativo	16
Segunda. Publicación y entrada en vigor	16
Anexo I Dimensiones de las instalaciones publicitarias	17
1. Vallas publicitarias	17
2. Condiciones de las vallas en solares	17
3. Condiciones de las agrupaciones de vallas publicitarias	17

PREÁMBULO

El objeto de la presente ordenanza es la regulación del legítimo ejercicio de la actividad publicitaria visible desde los espacios públicos de modo que ésta se desarrolle dentro del respeto y mejora de los valores del paisaje urbano y del medioambiente.

Esta nueva Ordenanza pretende regular la actividad publicitaria visible desde la vía pública, de forma coherente y actualizada, con la necesaria seguridad jurídica, de conformidad con la normativa estatal y autonómica, regulando las condiciones a las que deberá sujetarse el ejercicio de la actividad de publicidad exterior en las distintas modalidades que puedan desarrollarse en el término municipal de Santa Marta de Tormes.

La Ordenanza se estructura en cinco títulos, con cuarenta y seis artículos, dos disposiciones adicionales, dos disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y dos disposiciones finales, así como un anexo.

A los efectos de dar cumplimiento a lo dispuesto en el art. 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas el ejercicio de esta potestad reglamentaria se rige, de acuerdo con los principios de necesidad, eficacia,



proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, justificando su adecuación a dichos principios de acuerdo a lo siguiente:

a) En virtud de los principios de necesidad y eficacia, esta iniciativa reglamentaria se justifica por una razón de interés general, basándose en el fin perseguido que es la regulación adecuada del uso racional de la publicidad exterior y a estos efectos es el instrumento más adecuado para garantizar el ejercicio de esta actividad.

b) En virtud del principio de proporcionalidad esta iniciativa contiene una regulación mínima e imprescindible para atender la necesidad perseguida por la norma, tras constatar que no existen otras medidas menos restrictivas de derechos, o que impongan menos obligaciones a los destinatarios.

c) A fin de garantizar el principio de seguridad jurídica esta iniciativa reglamentaria se ejerce de manera coherente con el resto del ordenamiento jurídico, nacional y autonómico, así como de la Unión Europea, para generar un marco normativo estable, predecible e integrado, claro y de certidumbre.

d) En aplicación del principio de transparencia se posibilita el acceso sencillo, universal y actualizado de acuerdo a la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, mediante la apertura de un trámite de consulta pública, con carácter previo, a través del portal web municipal para recabar la opinión de los sujetos y de las organizaciones más representativas potencialmente afectados por esta norma reglamentaria.

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto

La presente Ordenanza tiene por objeto, de conformidad con la normativa estatal y autonómica, regular los términos y condiciones a los que deberá sujetarse el ejercicio de la actividad de publicidad exterior en las distintas modalidades que puedan desarrollarse en el término municipal de Santa Marta de Tormes.

Artículo 2. Ámbito de aplicación

1. La presente Ordenanza se aplicará en el ámbito del término municipal y a toda actividad de publicidad exterior con independencia del medio utilizado, con las excepciones que se señalan en el apartado siguiente.

2. No se consideran incluidos dentro del ámbito de aplicación:

a) La manifestación e información visual al exterior de las diversas actividades que se desarrollen en las edificaciones y sus anexos.

b) Las instalaciones publicitarias situadas sobre soportes que puedan considerarse como piezas del mobiliario urbano.

Artículo 3. Concepto de publicidad exterior

Se entiende por publicidad exterior aquella modalidad de actividad publicitaria que utiliza, como vehículo transmisor del mensaje, medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentran en espacios abiertos, transitan por ca-



lles o plazas, circulan por vías de comunicación, utilizan medios colectivos de transporte y, en general, permanecen o discurren en lugares o por ámbitos de utilización general, con el fin de promover de forma directa o indirecta la venta y/o la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

Artículo 4. Competencia normativa

La regulación de la publicidad contenida en esta Ordenanza se fundamenta en las competencias que atribuyen a los municipios, además de la normativa específica sobre publicidad y urbanismo, la de régimen local, en especial, en materia de defensa del medio ambiente, del ornato público, del patrimonio histórico artístico, de la seguridad vial y movilidad, de la protección de consumidores y usuarios, y de la gestión del dominio público local.

Artículo 5. Obligaciones fiscales

Los aspectos fiscales relacionados con el ejercicio de las distintas actividades de publicidad se regirán por lo establecido en las ordenanzas fiscales correspondientes.

TÍTULO II

EMPLAZAMIENTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LA PUBLICIDAD

Artículo 6. Emplazamientos no autorizados

Por razones de interés general relacionadas con la protección del patrimonio y la seguridad pública, no se permitirán actividades publicitarias en cualquiera de las modalidades previstas en esta ordenanza en los siguientes lugares:

- a) En los edificios incluidos en el Catálogo de Bienes Protegidos.
- b) En los parques, jardines, suelo rústico protegido y espacios libres públicos.
- c) En las áreas expresamente excluidas por el planeamiento urbanístico por razones de interés general.
- d) En los lugares en que pueda perjudicar o comprometer la seguridad vial y la movilidad.
- e) En aquellas áreas o sectores cuando su instalación perjudique las perspectivas urbanas y sobre las aceras de las fincas ajardinadas destinadas por el planeamiento para parques y jardines.
- f) En las zonas afectadas por la legislación estatal y autonómica de carreteras.
- g) En edificios donde se haya incoado expediente de declaración de ruina.
- h) En aquellas zonas o espacios en los que disposiciones especiales lo prohíban de modo expreso.

Artículo 7. Limitaciones a las actividades de publicidad

Por razones de interés general relacionadas con la protección del patrimonio y la seguridad pública, se limitan las actividades publicitarias en los siguientes lugares:

- a) En los templos, cementerios, estatuas, monumentos, fuentes, edificios, arbolado, plantas, jardines públicos y recintos anejos destinados por el planeamiento urbanístico para equi-



pavimentos, dotaciones y servicios públicos, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los Servicios municipales por razón de la materia y tengan por objeto la difusión de los mismos.

b) En los pavimentos de las calzadas o aceras o bordillos, aunque sea parcialmente y en los terrenos adquiridos o cedidos para vías o espacios libres públicos, sin perjuicio de lo establecido en la concesión demanial que en su caso pudiera determinar el Ayuntamiento.

c) Sobre las calzadas de las vías públicas, salvo los que, excepcionalmente pudiera autorizar el Ayuntamiento con motivos de actos concretos de interés general.

d) Sustentados o apoyados en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público, salvo lo previsto en la presente Ordenanza.

e) En los edificios en los que se limiten las luces o vistas de los ocupantes de algún inmueble, u ocasionen molestias a los vecinos, salvo autorización de los mismos o acuerdo de la comunidad de propietarios.

Artículo 8. Actividades no autorizadas

1. No se autorizarán por razones de orden público, en ningún caso, las actividades publicitarias que, por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

2. En particular, quedan prohibidas en este Término Municipal:

a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución.

Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la normativa orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género.

b) La publicidad dirigida a menores que les incite a la compra de un bien o de un servicio, explotando su inexperiencia o credulidad, o en la que aparezcan persuadiendo de la compra a padres o tutores. No se podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas. No se deberá inducir a error sobre las características de los productos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizarlos sin producir daño para sí o a terceros.

c) La publicidad subliminal, considerando como tal aquella que, mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

d) La publicidad que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.

e) La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la legislación sobre competencia desleal.

3. Tampoco se autorizarán por razones de seguridad pública:



a) La colocación de rótulos, carteles anuncios reflectantes o placas que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico, impidan su visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.

b) Los constituidos de materias combustibles en zonas forestales de abundante vegetación o de especies aisladas de consideración.

TÍTULO III

MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Capítulo I

Normas generales

Artículo 9. Modalidades de publicidad exterior

Los mensajes publicitarios podrán manifestarse a través de las siguientes modalidades:

- a) Publicidad estática: es la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.
- b) Publicidad móvil: es la que se desarrolla sobre vehículos, inmovilizados o en circulación.
- c) Publicidad impresa: es la que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada.
- d) Publicidad audiovisual: aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos eléctricos o electrónicos.
- e) Publicidad en fiestas populares: es aquella desarrollada durante las fiestas populares de la localidad.

Capítulo II

Publicidad estática

Artículo 10. Publicidad estática: sistemas o instalaciones

La publicidad estática engloba la realizada mediante los siguientes sistemas o instalaciones:

- 1. Vallas publicitarias.
- 2. Carteles.
- 3. Banderolas y pancartas.
- 4. Rótulos.

Sección 1ª Vallas publicitarias

Artículo 11. Definición y características

- 1. La valla publicitaria es aquella instalación implantada de forma estática, compuesta de un cerco de forma preferentemente rectangular y susceptible de contener en su interior elementos planos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijo o variable.



2. La estructura de sustentación y los marcos de las vallas publicitarias deben estar diseñados y contruidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, una digna presentación estética, y adecuadas, en todo caso, a las normas de publicidad exterior.

3. Las dimensiones máximas se especifican en el Anexo I.

4. Queda prohibida la utilización de tirantes como medio de sujeción de la estructura de sustentación de la instalación.

Artículo 12. Instalación de vallas publicitarias en terrenos de dominio público

La instalación de vallas publicitarias en terrenos de dominio público únicamente podrá realizarse en los lugares expresamente dispuestos por el Ayuntamiento y previa convocatoria pública convocada al efecto.

Artículo 13. Instalación de vallas publicitarias en terrenos de propiedad privada

1. La instalación de vallas publicitarias en terrenos de propiedad privada solamente podrá autorizarse en suelo urbanizable, siempre que lo permita la normativa urbanística y de carreteras, y no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno.

2. En suelo urbano las vallas publicitarias podrán instalarse en los siguientes lugares:

- a) Medianeras de edificios.
- b) Solares.
- c) Vallados de protección y andamios de obras.

Artículo 14. Vallas publicitarias en medianeras de edificios

1. En aquellas medianeras que surjan como consecuencia de derribos de edificaciones o por una menor altura del edificio colindante podrán instalarse vallas publicitarias, salvo que se trate de edificios catalogados o sujetos a algún régimen de protección urbanística.

En ambos casos deberá contar con la conformidad de los propietarios o comunidades respectivas y la superficie destinada a las carteleras no superará un tercio de la superficie de la medianera, siendo su saliente máximo de 0,30 metros.

2. Las manifestaciones publicitarias sobre medianeras, realizadas con tratamientos superficiales de carácter duradero (pintura o elementos similares) se autorizarán con las mismas limitaciones que las vallas publicitarias.

Artículo 15. Vallas publicitarias en solares

Los propietarios de solares deberán mantenerlos vallados conforme a lo previsto en las ordenanzas municipales y en ellos podrán instalar vallas publicitarias con las condiciones que se señalan en el anexo I.

Artículo 16. Vallas de protección y andamios de obras

1. Podrán instalarse publicidad sobre las vallas de protección de obras de nueva planta o rehabilitación integral de edificios, siempre que conlleven la desocupación total del inmueble en el curso de las obras, no pudiendo sustituir en ningún caso a las vallas de protección.



2. En su implantación se tendrán en cuenta las condiciones establecidas para las vallas publicitarias en solares.

Artículo 17. Agrupación de vallas publicitarias

Las agrupaciones de vallas publicitarias cumplirán las condiciones que se determinan en el Anexo I.

Sección 2ª Carteles, banderolas y rótulos

Artículo 18. Carteles

1. Se considerarán carteles los anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina o cartón y otra materia de escasa consistencia y corta duración.

2. Los carteles únicamente se podrán colocar, previa autorización municipal, sobre el mobiliario urbano cuya superficie admita la instalación de esta modalidad publicitaria y en aquellos lugares que expresamente se determinen.

3. Se prohíbe toda fijación de carteles sobre edificios, muros, vallas de cerramiento o cualquier otro elemento visible desde la vía pública.

Artículo 19. Banderolas y pancartas

1. Las banderolas y pancartas son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles.

2. Las banderolas sólo podrán instalarse en:

a) Medianeras de los edificios y en soportes de alumbrado público y otros elementos que autorizados por la Administración municipal durante los periodos electorales. En todo caso, cada candidatura vendrá obligada a retirar los elementos publicitarios subsistentes una vez concluido el periodo electoral.

b) En fachadas de edificios íntegramente comerciales, por motivo de ventas extraordinarias, previa autorización municipal expresa.

c) En fachadas de museos o edificios públicos con salas de exposiciones por motivo de éstas, previa autorización municipal expresa.

3. Estas instalaciones tendrán la solidez necesaria para garantizar la seguridad vial.

4. Las pancartas podrán autorizarse excepcionalmente por la Administración municipal, en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante periodos electorales, en fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.

Artículo 20. Rótulos

1. Se consideran rótulos:

a) Los anuncios, fijos o móviles, cuyo material asegure una larga duración.

b) Los carteles que se hallan protegidos de cualquier forma que asegure su conservación, para su exposición durante un periodo superior a quince días.

c) Los anuncios luminosos, iluminados y los proyectados en pantalla o por rayo láser, fijos o móviles.



2. La instalación de rótulos informativos que se ubiquen en los inmuebles sobre los que se tenga título legal suficiente y que sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas, o el ejercicio de actividades mercantiles, industriales, profesionales o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, siempre que vuelen sobre suelo de titularidad pública, está sujeta a la obtención de la correspondiente autorización municipal.

Capítulo III

Otras modalidades de publicidad

Artículo 21. Publicidad móvil

1. Se entiende por publicidad móvil aquella que se realice en las vías públicas municipales mediante un elemento remolcado o en vehículo especialmente diseñado para ella.
2. El ejercicio de este tipo de publicidad requerirá la correspondiente autorización municipal.
3. Queda prohibida la publicidad móvil inmovilizando el vehículo que la porte, aún en lugares autorizados para el estacionamiento de vehículos.

Artículo 22. Publicidad impresa

1. El reparto de la publicidad impresa queda condicionada a que el titular o beneficiario del mensaje mantenga limpio el espacio urbano afectado por la distribución y sólo se permitirá en los siguientes supuestos:
 - a) En entradas de locales comerciales, así como por asociaciones de comerciantes, dentro de los límites territoriales de estas.
 - b) Directamente en los buzones de los inmuebles de la localidad que, deberá llevarse a cabo cumpliéndose las condiciones que en estos se indiquen.
2. Por razones de protección del medio ambiente y el entorno urbano no se permitirá el lanzamiento de propaganda gráfica en la vía pública.

Artículo 23. Publicidad audiovisual

1. La publicidad acústica y audiovisual quedará limitada al horario comercial.
2. La potencia de los altavoces no podrá ser superior, en función de la zona en que se desarrolle, a los niveles que determine la normativa sobre protección del medio ambiente contra la emisión de ruidos.

Artículo 24. Publicidad en fiestas populares

1. Se autoriza la publicidad durante las fiestas populares de la localidad siempre que se realice de tal manera que cause las menores molestias a los vecinos.
2. Este tipo de publicidad deberá cumplir con los siguientes requisitos:
 - a) Se realizará mediante banderas y pancartas anunciadoras de los actos propios de los indicados festejos o con propaganda que se refieran a ellos.



b) Se colocarán en los lugares expresamente señalados, de manera que no perturben la libre circulación de peatones y vehículos, ni ocasionen daños a las personas, a la vía pública, árboles o instalaciones.

c) La colocación de pancartas colgadas de los báculos y columnas de alumbrado público, se realizará de forma que no se cause ningún daño a dichos bienes.

3. Los elementos publicitarios se retirarán una vez acabado el periodo festivo, en un plazo máximo de tres días.

Artículo 25. Publicidad en procesos electorales

La publicidad durante los periodos electorales se regirá por lo establecido en la normativa de régimen electoral y de publicidad, y en la presente Ordenanza.

TÍTULO IV

DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Capítulo I

Actos de publicidad sujetos a autorización municipal previa

Artículo 26. Actos de publicidad sujetos a autorización municipal

1. Por razón de interés general estarán sujetas a régimen de autorización municipal previa todas las modalidades de publicidad definidas en esta ordenanza que afecten o requieran el uso del suelo o vuelo de titularidad pública.

2. Las autorizaciones se otorgarán dejando a salvo los derechos de propiedad concurrentes sobre los respectivos emplazamientos y dicho otorgamiento no podrá ser invocado para tratar de excluir o disminuir las responsabilidades civiles o penales.

Artículo 27. Procedimiento para obtener la autorización municipal

1. Con carácter general, cuando pudiera existir más de una persona interesada en la obtención de autorización para el ejercicio de actividad de publicidad en suelo o vuelo de titularidad pública, el Ayuntamiento podrá disponer su adjudicación mediante procedimiento en el que se garantice la transparencia, imparcialidad y publicidad adecuada en su inicio, desarrollo y fin.

2. El ejercicio de la actividad de publicidad sujeto a autorización cuando no proceda la convocatoria de un procedimiento de adjudicación requerirá la previa presentación de solicitud a la que habrán de aportar la documentación que se determine en cada momento.

3. La duración de la autorización estará limitada en función de las circunstancias concurrentes, previa ponderación de la amortización de la inversión efectuada y de la remuneración equitativa de los capitales desembolsados por el prestador, sin que en ningún caso pueda exceder de cuatro años.

4. En los casos en que se autorice la publicidad en fiestas populares, la autorización se limitará al periodo de duración de las mismas.



Artículo 28. Resolución de la autorización

1. El plazo para resolver las solicitudes de autorización será de un mes, a contar desde el día siguiente al término del plazo para la presentación de solicitudes. Transcurrido el plazo sin haberse notificado la resolución, los interesados podrán entender desestimada su solicitud.

2. En el caso de que el otorgamiento de la autorización se efectúe mediante convocatoria pública el plazo de resolución será el establecido en el correspondiente procedimiento, sin que pueda exceder de seis meses.

3. Las autorizaciones serán concedidas por acuerdo del órgano municipal competente.

Artículo 29. Transmisión de la autorización

1. La autorización será transmisible, previa comunicación al Ayuntamiento, sin perjuicio de la necesidad de cumplimiento de los requisitos para su ejercicio y demás obligaciones que ello pudiera conllevar.

2. La transmisión no alterará, en ningún caso, los plazos de vigencia de la licencia, y la falta de comunicación obligará solidariamente al antiguo y al nuevo titular a responder de todas las responsabilidades derivadas del acto publicitario.

Artículo 30. Revocación de la autorización

1. Las autorizaciones pueden ser revocadas en los siguientes supuestos:

a) Cuando las personas titulares de dichas autorizaciones incumplan los requisitos o condiciones en virtud de los cuales les fueron otorgadas.

b) Cuando cambien o desaparezcan las circunstancias que determinaron el otorgamiento de las autorizaciones, o sobrevengan otras nuevas circunstancias que, en el caso de haber existido, habrían comportado su denegación.

c) Cuando las personas titulares de las autorizaciones no se han adaptado a las nuevas normas que los afecten, dentro del plazo que se haya otorgado con esta finalidad.

2. La revocación de la autorización conllevará su extinción.

Artículo 31. Extinción de la autorización

1. Las autorizaciones se extinguirán por:

a) Cumplimiento del plazo para el que fueron concedidas.

b) Muerte o incapacidad sobrevenida del titular que no le permita ejercer la actividad, o disolución de la empresa en su caso.

c) Renuncia expresa o tácita a la autorización.

d) Pérdida sobrevenida de cualquiera de los requisitos previstos en la Ordenanza como necesarios para solicitar la autorización o ejercer la actividad.

e) Incumplimiento de las obligaciones fiscales y de la Seguridad Social.

f) Por cualquier otra causa prevista legal o reglamentariamente.



2. Terminada la vigencia de la autorización, la persona titular vendrá obligada a desmontar y retirar la instalación correspondiente en el plazo de ocho días siguientes a dicho término.

3. Cuando la instalación fuese desmontada y retirada antes de terminar la vigencia de aquélla, deberá comunicarse expresamente por escrito a la Administración municipal.

Capítulo II

Actos de publicidad sujetos a declaración responsable

Artículo 32. De la declaración responsable

1. Las actividades publicitarias no sometidas a régimen de autorización previa quedan sujetas a declaración responsable, con excepción de la publicidad en procesos electorales, que se regirá por lo establecido en la normativa sobre régimen electoral general, y las previstas en el capítulo siguiente.

2. Se adjuntará a la declaración responsable la documentación que se determine en cada momento por la Administración municipal.

3. El régimen jurídico aplicable a esta declaración responsable será el determinado en la Ordenanza Municipal reguladora de la tramitación de declaraciones responsables para la ejecución de obras y comunicaciones para el ejercicio de actividades en todo lo que sea de aplicación.

Capítulo III

Actos de publicidad no sujetos a autorización ni a declaración responsable

Artículo 33. Actos de publicidad no sujetos a autorización ni a declaración responsable

No estarán sujetos a autorización previa ni a declaración responsable los siguientes actos de publicidad:

a) Las placas indicativas de dependencias públicas, centros de enseñanza, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas o actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas.

b) Las placas indicativas de actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas, con una superficie máxima de 0,20 metros cuadrados.

c) Los anuncios colocados en las puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, limitados a indicar horarios en que se hallan abiertos al público, precios de los artículos ofrecidos, los motivos de su cierre temporal, de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares.

d) Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble y razón, colocados en el mismo, con una superficie máxima de 0,5 metros cuadrados.

TÍTULO V

RÉGIMEN SANCIONADOR

Artículo 34. Inspección

1. Las personas titulares de los elementos publicitarios deben permitir y facilitar las inspecciones que acuerde la autoridad municipal.



2. Las inspecciones serán llevadas a cabo por la Policía Local y los servicios municipales que se determinen.

Podrán colaborar en las inspecciones personas con la especialización técnica requerida y la habilitación suficiente.

3. Las inspecciones serán documentadas en las actas correspondientes, pudiendo las personas interesadas hacer constar las alegaciones y observaciones que estimen convenientes.

Las actas, de las que se entregará copia a la persona interesada, serán remitidas al órgano municipal competente.

Artículo 35. Procedimiento sancionador

1. Sin perjuicio del restablecimiento de la legalidad, no se podrá imponer sanción alguna sin la previa tramitación del correspondiente expediente sancionador.

2. Cuando la instalación de publicidad exterior, en sus distintas modalidades, se realice en dominio público sin autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, podrá ser retirada de oficio por administración municipal.

3. También se procederá a la retirada inmediata por parte de la administración municipal, conforme lo previsto a la legislación vigente, cuando del inadecuado mantenimiento de la instalación se derive peligro inminente para personas, bienes o servicios municipales.

4. Las instalaciones publicitarias efectuadas sin licencia o, en su caso, sin declaración responsable, y ubicadas en espacios sobre los que no resulta posible su legalización, y de las que se conozca su titular, se requerirá a la persona interesada, para que retire la instalación en el plazo máximo de diez días, transcurrido el mismo, se procederá a la ejecución subsidiaria y a su cargo por parte de los servicios municipales o empresa contratada a dicho fin.

Artículo 36. Infracciones

Tienen la consideración de infracciones administrativas a esta Ordenanza las acciones y omisiones que vulneren las normas contenidas en la legislación estatal o autonómica aplicable y en la presente ordenanza, así como la desobediencia de los mandatos y requerimientos de la administración municipal o de sus agentes dictados en aplicación de la misma.

Artículo 37. Clasificación de infracciones

Las infracciones a la presente Ordenanza se clasifican en muy graves, graves y leves, de conformidad con la tipificación establecida en los artículos siguientes.

Artículo 38. Infracciones muy graves

Tienen la consideración de infracciones muy graves:

- a) La falsedad en cualquier dato, manifestación o documento de carácter esencial aportado.
- b) El mantenimiento y la no retirada de las instalaciones una vez terminado el período de licencia o cuando así fuera ordenado por la autoridad municipal.
- c) El deterioro grave de los elementos de mobiliario urbano y ornamentales anejos o co-lindantes al establecimiento que se produzcan como consecuencia del ejercicio de la actividad publicitaria.



d) Las conductas infractoras que determinen especiales situaciones de peligro o grave riesgo para los bienes o para la seguridad e integridad física de las personas, o supongan una perturbación relevante de la convivencia que afecte de forma grave, inmediata y directa a la tranquilidad o al ejercicio de derechos legítimos de otras personas o al normal desarrollo de las actividades.

e) La reiteración o reincidencia en la comisión de faltas graves.

Artículo 39. Infracciones graves

Se considerarán infracciones graves:

a) La realización de actividad de publicidad exterior sin autorización o sin la previa presentación de la declaración responsable establecida en la presente Ordenanza.

b) La realización de la actividad de publicidad exterior sin ajustarse a las condiciones de la autorización.

c) La desobediencia a los legítimos requerimientos de la Autoridad o sus agentes.

d) La instalación de elementos de publicidad o la realización de actividades de publicidad sin ajustarse a la presente Ordenanza y al resto de la normativa de aplicación.

e) El incumplimiento de órdenes de ejecución en relación con el mantenimiento y conservación de las instalaciones.

f) El incumplimiento del requerimiento efectuado para la ejecución de las medidas correctoras que se hayan fijado.

g) El mal estado de las instalaciones de publicidad en materia de seguridad, cuando disminuya el grado de seguridad exigible.

h) La ocupación de mayor superficie de la autorizada en más de un 10 por 100.

i) La reiteración o reincidencia en la comisión de infracciones leves.

Artículo 40. Infracciones leves

Se consideran infracciones leves:

a) El no mantenimiento la instalación en las debidas condiciones de conservación y ornato y limpieza.

b) Las acciones u omisiones tipificadas como infracciones graves cuando por su escasa significación, trascendencia o perjuicio ocasionado a terceros no deban ser calificadas como tales.

c) La modificación no sustancial de las condiciones autorizadas para el ejercicio de la actividad.

d) El deterioro leve en los elementos del mobiliario y ornamentales urbanos anejos o colindantes que se produzcan como consecuencia del ejercicio de la actividad.

e) Cualquier incumplimiento de lo establecido en la presente Ordenanza y en la normativa a la que se remita, siempre que no esté tipificado como infracción muy grave o grave.



Artículo 41. Personas responsables

1. Serán consideradas personas responsables, de forma solidaria, de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza las siguientes:

- a) La agencia de publicidad.
- b) La persona anunciante o beneficiaria del mensaje.
- c) La persona propietaria del lugar en el que se haya efectuado la instalación.

2. En el caso de que la infracción sea imputada a una persona jurídica, son responsables solidarias las personas físicas que ocupan cargos de administración o dirección que hayan cometido la infracción o que hayan colaborado activamente a la misma, que no acrediten haber hecho todo lo posible, en el marco de sus competencias, para evitarla, que la hayan consentido o que hayan adoptado acuerdos que la posibiliten, hayan cesado o no en su actividad.

Artículo 42. Sanciones

Las infracciones podrán ser sancionadas, en defecto de previsión en la normativa sectorial, con las siguientes sanciones:

- a) Las infracciones leves con apercibimiento o multa de hasta 750 euros.
- b) Las infracciones graves con multa de 751 a 1.500 euros.
- c) Las infracciones muy graves se sancionarán con multas de 1.501 a 3.000 euros, pudiéndose proceder a la suspensión temporal de la autorización, y hasta la revocación de la autorización que se hubiese otorgado.

Artículo 43. Ejecución subsidiaria

1. Cuando la persona interesada incumpliere la orden de retirar los elementos no autorizados, o cuya autorización hubiere caducado o hubiere sido revocada, la administración municipal podrá proceder, a cuenta de quien sea titular de la autorización, a retirar de oficio las instalaciones de publicidad.

2. Cuando las conductas sancionadas hayan causado daños o perjuicios a bienes o intereses públicos, la resolución sancionadora puede establecer que la situación alterada por la infracción sea retornada a su estado originario y fijar la correspondiente indemnización, en los términos establecidos por la normativa sobre procedimiento administrativo. Los daños ocasionados a terceros serán exigibles al titular de la autorización, quedando exonerado el Ayuntamiento de cualquier tipo de responsabilidad.

Artículo 44. Graduación de las sanciones

1. Las sanciones impuestas serán proporcionadas a la gravedad de los hechos y a las circunstancias concretas de cada caso.

2. Con esta finalidad, el órgano sancionador debe graduar la aplicación de las sanciones establecidas, motivándolo expresamente de acuerdo con uno o más de los siguientes criterios:

- a) La gravedad y trascendencia social de la infracción.
- b) El riesgo que la infracción haya causado para la seguridad de las personas.



c) Los perjuicios, cualitativos y cuantitativos, que se hayan ocasionado a las personas y a los bienes.

d) La reincidencia, en el plazo de un año, en la comisión de faltas tipificadas por la presente Ordenanza, si así lo establece una resolución firme.

e) La negligencia o la intencionalidad en la comisión de la infracción.

f) La buena disposición manifestada para cumplir las disposiciones normativas, acreditada con la adopción de medidas de reparación antes de finalizar el expediente sancionador.

Artículo 45. Prescripción

1. Las infracciones y sanciones prescribirán según lo dispuesto en las leyes que las establezcan. Si éstas no fijan plazos de prescripción, las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses.

2. Las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por faltas graves a los dos años y las impuestas por faltas leves al año.

Artículo 46. Medidas provisionales

1. Con anterioridad a la incoación del expediente sancionador o una vez abierto por la presunta comisión de faltas muy graves, graves o leves, el órgano competente puede acordar, mediante resolución motivada, las medidas provisionales pertinentes en cada caso para evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y la comisión de nuevas infracciones, y también para asegurar que el procedimiento se desarrolle correctamente y que la resolución final sea eficaz.

2. Las medidas provisionales pueden ser revocadas o modificadas, de oficio o a instancia de parte, durante el procedimiento sancionador, y se extinguen en el momento en que se adopta su resolución final, salvo que sean impuestas en calidad de sanción. En tal caso, la duración de la medida provisional computa, si procede, a los efectos del cumplimiento de la sanción.

Disposiciones adicionales

Primera. Convenios y programas

El Ayuntamiento de Santa Marta de Tormes podrá, mediante la formalización de convenios o realización de programas, establecer condiciones particulares para la determinación del plazo voluntario de adecuación a las condiciones establecidas, la homologación y determinación de las características técnicas y estéticas de los elementos de identificación y señalización de actividades y establecimientos.

Segunda. Condiciones mínimas

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



Disposiciones transitorias

Primera. Régimen y adecuación de las instalaciones existentes

1. Las instalaciones publicitarias y de identificación de actividades que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza, cuenten con autorización municipal podrán mantenerse, si se ajustan a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, hasta la finalización de su plazo de vigencia, sin posibilidad de prórroga. En caso de solicitarse o comunicarse cualquier modificación, incluido el cambio de titularidad, será preceptiva la adaptación de la instalación a las normas de esta Ordenanza.

2. Las instalaciones publicitarias y de identificación y señalización de establecimientos que a la fecha de entrada en vigor de la presente Ordenanza no dispongan de la correspondiente licencia o autorización, deberán en el plazo de doce meses adaptarse a las normas contenidas en la misma. Transcurrido dicho plazo se iniciarán los correspondientes expedientes de disciplina urbanística para el restablecimiento de la legalidad.

Segunda. Instalaciones y actividades en tramitación

Las instalaciones y actividades que se encuentren en tramitación en el momento de la entrada en vigor de la Ordenanza se otorgarán conforme a la normativa vigente en el momento de la resolución, siempre que ésta se produzca dentro del plazo establecido.

Disposición derogatoria

Única. Derogación normativa

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente Ordenanza.

Disposiciones finales

Primera. Habilitación para el desarrollo normativo

Se faculta a la Alcaldía-Presidencia para interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación y para que dicte las resoluciones complementarias necesarias para el desarrollo y cumplimiento de la misma.

Segunda. Publicación y entrada en vigor

La presente Ordenanza entrará en vigor al día siguiente de su publicación definitiva en el Boletín Oficial de la Provincia de Salamanca.

Anexo I

Dimensiones de las instalaciones publicitarias

1. Vallas publicitarias

Las dimensiones máximas de las vallas publicitarias no superarán los 4,50 metros de altura y 8,50 metros de longitud incluidos marcos, y un fondo máximo de 0,30 metros, que podrá



ampliarse hasta 0,50 metros cuando el procedimiento de iluminación sea interno o se trate de carteles con movimiento. En caso contrario los elementos de iluminación estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán sobresalir más de 0,50 metros del plano de la cartelera.

La altura del límite superior de las vallas publicitarias, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 6,50 metros lineales.

2. Condiciones de las vallas en solares

- Deberá respetarse la alineación de los solares y su cerramiento, no pudiendo sustituir a éste.

- La altura máxima de la parte superior de la cartelera será de 6,50 metros medidos desde la rasante de la calle, no permitiéndose vuelo alguno sobre la vía pública.

- Podrán disponerse en grupos que no superen la dimensión máxima de 10,00 metros.

- La separación entre las vallas publicitarias y los edificios colindantes deberá ser como mínimo de 3,00 metros, debiendo tratarse ésta de igual forma que la separación entre las vallas.

3. Condiciones de las agrupaciones de vallas publicitarias

a) La superficie de una agrupación de vallas publicitarias no superará 50,00 metros cuadrados.

b) La longitud máxima de proyección del grupo de vallas publicitarias en planta será de 15,00 metros lineales.

c) La altura del límite superior de las vallas publicitarias que se instalen agrupadas, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 9,00 metros lineales. La distancia mínima entre agrupaciones de vallas publicitarias no podrá ser inferior a 250 metros.