

# Boletín Oficial

## DE LA PROVINCIA DE TOLEDO

Depósito Legal: TO - 1 - 1958

Franqueo Concertado: Núm. 45/2

### AYUNTAMIENTOS

#### VALMOJADO

Al no haberse presentado reclamaciones durante el plazo de exposición al público, queda automáticamente elevado a definitivo el acuerdo plenario provisional del Ayuntamiento de Valmojado, de la Ordenanza reguladora de la protección del paisaje urbano, cuyo texto íntegro se hace público en cumplimiento del artículo 17.4 del Real Decreto Legislativo 2 de 2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales.

#### ORDENANZA MUNICIPAL PARA LA PROTECCION DEL PAISAJE URBANO

##### TITULO I

##### **Artículo 1. Objeto.**

La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública, con el objeto primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la localidad de Valmojado, así como todos aquellos aspectos relativos a la protección, conservación, restauración, difusión y fomento de los valores artísticos, históricos, arqueológicos, típicos o tradicionales del patrimonio arquitectónico de la localidad y de los elementos naturales o urbanos de interés.

##### **Artículo 2. Ambito de aplicación.**

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

##### **Artículo 3. Conceptos de elemento o instalación publicitaria, estructura y cartelera. Clases de elementos publicitarios.**

Se define como instalación publicitaria cualquier medio material capaz de incorporar mensaje.

De forma genérica se compone de estructura y cartelera.

La estructura es el entramado que garantiza la estabilidad del elemento publicitario.

La cartelera es la superficie donde se inserta el rótulo o mensaje publicitario.

Son elementos publicitarios tipo: cartelera convencional, monoposte, multiposte, hito, banderín y muestra.

##### **Artículo 4.- Prohibiciones de instalar elementos publicitarios en determinados emplazamientos.**

No se permitirá la instalación de elementos publicitarios en los siguientes emplazamientos:

En suelo calificado por las normas urbanísticas como residencial unifamiliar, salvo en el transcurso de la construcción de edificios de nueva planta, bajo las siguientes condiciones:

1. No podrán sobresalir del plano de valla de obras o andamiaje, ni exceder de la altura del edificio en construcción.

2. Sólo se autorizarán durante la ejecución de las obras, debiéndose desmontar antes de la concesión de la licencia de primera ocupación.

3. En todo caso deberán contar previamente con la licencia de obra en vigor.

4. Deberán cumplir las condiciones generales de instalaciones publicitarias en obras previstos en la presente ordenanza.

a) En entornos de monumentos y edificios representativos, cuando la instalación impida o deteriore los mismos.

b) Cuando se perjudique o comprometa la visibilidad del tráfico rodado o de los viandantes.

c) En cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja, excepto las que indiquen que están en situación de venta o alquiler que no podrán superar las dimensiones de 80 centímetros por 40 centímetros.

##### **Artículo 5. Prohibiciones de utilizar determinados elementos publicitarios.**

Está prohibida expresamente la utilización de los siguientes elementos publicitarios:

a) La utilización, dentro del término municipal, de cualquier vehículo o remolque, estacionado por tiempo superior a cinco días, cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario.

- b) La publicidad en coronación de edificios residenciales, es decir, la utilización de la última planta o la cubierta de un edificio residencial para la instalación de soportes publicitarios.
- c) La publicidad en medianeras.
- d) La publicidad pintada sobre la pared.
- e) La utilización de medios publicitarios sonoros.
- f) La publicidad en obras, excepto la que tenga como fin indicar la clase de obra y sus ejecutores y no tengan finalidad publicitaria.
- g) La publicidad en solares o terrenos urbanos sin uso, excepto la que tenga como fin indicar la clase de obra y sus ejecutores y no tengan finalidad publicitaria.
- h) La publicidad en terrenos próximos a carreteras que no se ajusten a la legislación estatal o en su caso autonómica.
- i) Los toldos y otros elementos flexibles.

No están permitidos la publicidad incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas, etcétera, fijada sobre paramentos de edificios e instalaciones, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, etc., no es permisible dentro del término municipal, siendo de aplicación el régimen sancionador establecido en la Ordenanza Reguladora de Limpieza, Mantenimiento, Conservación y Ornato de Espacios Públicos Urbanos.

No están permitidos los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o nombre de establecimientos en suelo de titularidad pública, como tampoco la utilización de señales de circulación o rótulos viarios para incluir dicho tipo de mensajes.

## TITULO II

### CONDICIONES DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS

#### **Artículo 6. Condiciones de los elementos publicitarios.**

El diseño y construcción de los elementos e instalaciones publicitarias deberán reunir condiciones de seguridad, calidad y estética.

#### **Artículo 7. Altura de la instalación publicitaria.**

La altura de la instalación se medirá desde la rasante de la acera, cuando vuele sobre la vía pública, o sobre el terreno donde se encuentre instalado el elemento, siendo definida en función de su tipología y el lugar de ubicación.

## TITULO III

### CONDICIONES DE LOS EMPLAZAMIENTOS DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS

#### **Artículo 8. Tipos de emplazamientos de los elementos publicitarios.**

A efectos de esta Ordenanza se distingue los siguientes emplazamientos para la instalación de los elementos publicitarios:

- a) Publicidad sobre soportes situados en suelo de titularidad pública.
- b) Publicidad en edificios.
- c) Publicidad en obras.
- d) Publicidad en suelo urbanizable.

#### **Artículo 9. Publicidad sobre soportes situados en suelo de titularidad pública.**

Toda publicidad que pretenda utilizar soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo las muestras y banderines expresamente regulados en esta Ordenanza, será objeto de licitación pública de acuerdo con la legislación de contratos, excepto aquellas actuaciones puntuales que justificadamente, puedan tramitarse como patrocinio, con arreglo a las normas reguladoras del mismo aprobadas por el Ayuntamiento de Valmojado.

Con carácter excepcional, el Ayuntamiento podrá autorizar discrecionalmente la utilización de los báculos de alumbrado público con banderolas o cualquier otro elemento, como soporte de publicidad, con motivo de acontecimientos o programas de singular importancia, culturales o deportivos.

Su utilización, será igualmente, autorizada durante las campañas electorales ajustándose a las disposiciones que en cada una de ellas promulga la Alcaldía-Presidencia.

#### **Artículo 10. Publicidad en edificios.**

Se consideran supuestos de utilización de edificios como enclaves de instalaciones publicitarias los que a continuación se relacionan:

- a) Muestras.
- b) Banderines.
- c) Instalaciones en la cubierta de los edificios.
- d) Elementos publicitarios no rígidos sobre fachadas.

#### **Artículo 11. Muestras.**

Las muestras son los anuncios paralelos al plano de fachada. Tendrán un saliente máximo respecto al plano de fachada de 10 centímetros y dependiendo de las zonas donde se instalen deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) En los edificios catalogados protegidos según las Normas Subsidiarias, serán las que determinen el organismo competente, en esta caso la Dirección General de Patrimonio Histórico-Artístico de la Consejería de Cultura de la Comunidad de Castilla La Mancha.

En la zona de casco Histórico y casco Urbano se autorizarán la instalación de muestras siempre que cumpla con las siguientes particularidades:

Debajo o sobre el dintel de los huecos de fachada en planta baja, la muestra deberá realizarse con letras sueltas sobre el plano de fachada o en soporte de metacrilato transparente o de vidrio opaco o de chapa metálica o de madera en un color acorde con la estética de la fachada o del entorno. También se permite el soporte opaco con la rotulación troquelada y retroiluminada.

La longitud del soporte de la muestra no podrá superar el hueco de fachada.

La idoneidad del material del soporte y del color solicitado por el interesado será la que determine a juicio del Departamento de Urbanismo, teniendo en cuenta las características de la fachada o del entorno.

b) La altura de las letras no podrá sobrepasar 30 centímetros y la longitud de la composición de las letras y anagrama no podrá superar 1,40 metros.

c) Se permite el diseño de logotipo o anagrama cuya superficie no deberá sobrepasar de 30 centímetros de diámetro.

d) La altura máxima del soporte de las muestras será de 40 centímetros.

e) Deberá situarse a partir de 2,10 metros de altura medidos desde la acera.

f) La iluminación de las muestras se efectuará de manera indirecta mediante proyectores de potencia máxima de 100 vatios cada uno.

g) Los proyectores se situarán sobre o en la parte superior de las muestras y orientados a hacia ellas de forma que se eviten tanto los deslumbramientos como la contaminación lumínica. El vuelo de los proyectores no podrá exceder de 40 centímetros respecto del plano de fachada y estarán separados entre sí como mínimo 60 centímetros no podrá haber más de dos proyectores por muestra.

h) No se permite la publicidad en el interior de los huecos de planta baja mediante muestras luminosas y elementos análogos, excepto grabados en cristales pero la altura de la letra y anagrama no podrá exceder de 30 centímetros.

En la zona terciaria comercial, calificada así por las Normas Subsidiarias, se permite instalar muestras que ocupe toda la fachada, previa presentación de un proyecto técnico, que garantice las condiciones de seguridad y estética del entorno y deberá cumplir las siguientes condiciones:

a) La altura máxima de las muestras no podrá superar un metro.

b) Irán situadas a una altura superior a cinco metros sobre la rasante de la calle. En ningún caso superará la altura del edificio.

c) Se permite la instalación de muestras luminosas siempre que se eviten los deslumbramientos y la contaminación lumínica, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y condiciones anteriores.

En la zona industrial, calificada así por las Normas Subsidiarias, se permite instalar muestras en las mismas condiciones señaladas para la zona terciaria comercial.

#### **Artículo 12. Banderines.**

Son los anuncios perpendiculares al plano de fachada. En la zona de casco histórico estarán prohibidos.

En la zona terciaria comercial, se permiten banderines de hasta 150 centímetros de altura y un saliente de 100 centímetros y estarán situados, en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o del terreno de 3 metros y no podrán superar la altura del edificio y su vuelo no podrá sobresalir del borde de la acera, para su instalación es preceptiva la presentación de un proyecto técnico.

No existirán luminosos a menos de diez metros de huecos de ventanas de otros edificios si las luces son oblicuas o veinte si las luces son rectas y en todo caso se evitarán los deslumbramientos y la contaminación lumínica.

En la zona industrial, se permite instalar muestras en las mismas condiciones señaladas para la zona terciaria comercial.

#### **Artículo 13. Otras condiciones para la instalación de las muestras y banderines.**

1. En los casos que se considere conveniente para la mejora del paisaje urbano, el Ayuntamiento podrá promover programas de adecuación arquitectónica para ordenar la publicidad en un determinado conjunto, barrio o ambiente.

2. Las muestras y banderines no podrán alterar las características físicas de la fachada, del hueco y sus carpinterías.

3. El Ayuntamiento podrá autorizar la instalación de muestras o banderines que tengan por objeto indicar la localización de locales que presten servicios de interés social, turístico o cultural para la localidad, mediante la homologación de dichas instalaciones por el Ayuntamiento, que además establecerá las condiciones a que hayan de sujetarse, previo, en su caso, acuerdo con las entidades representativas de este tipo de establecimientos, tales como farmacias, clínicas, gasolineras, etc.

#### **Artículo 14. Instalaciones de los elementos publicitarios en la cubierta de los edificios.**

No se autorizará la instalación de elementos publicitarios en la cubierta de edificios residenciales, salvo para carteles informativos de la actividad que se desarrolle en dichos edificios y siempre que estén comprendidos en zonas terciarias e industriales.

Deberán respetarse las siguientes condiciones:

a) Es preceptivo la presentación de un proyecto realizado por técnico competente y visado por el colegio correspondiente.

b) No podrá superar la altura de un metro y medio.

c) En caso de ser luminoso no producirá deslumbramiento alguno ni contaminación lumínica.

d). La instalación publicitaria o informativa situada sobre cubierta deberá respetar la estética del entorno y perspectiva desde la vía pública.

e). Se respetarán estrictamente las condiciones constructivas o de evacuación de las edificaciones que tengan prevista una vía de escape en caso de emergencia a través de la cubierta o terraza.

**Artículo 15. Elementos publicitarios no rígidos sobre fachadas.**

Los elementos publicitarios no rígidos sobre fachadas, tales como lonas o telas decoradas, serán autorizables:

- a) Cuando se utilicen como protección o para cubrir los andamios.
- b) Con anterioridad a la instalación están obligados a la previa obtención de la licencia de obras.
- c) Durante la construcción del edificio y hasta la concesión de la licencia de primera ocupación.
- d) Se presentarán con proyecto firmado por el técnico competente y visado por el correspondiente colegio.
- e) No se permitirá su iluminación
- f) La presentación de solicitud deberá ir acompañada del correspondiente seguro de responsabilidad civil.

**Artículo 16. Publicidad en obras.**

Podrá ser autorizada la instalación de elementos publicitarios en obras de nueva planta, sustitución, reconstrucción, restauración y demolición parcial o total, que tengan como fin indicar clase de obra y sus ejecutores, y deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Contar previamente con la preceptiva licencia de obras, y la publicidad en ellas sólo será autorizable durante la duración de las mismas hasta la concesión de la licencia de primera ocupación.
- b) Se presentarán con proyecto firmado por el técnico competente y visado por el correspondiente colegio.
- c) La presentación de solicitud deberá ir acompañada del correspondiente seguro de responsabilidad civil.
- d) Se podrán alinear a fachada y la altura no podrá superar seis metros, en cualquiera de sus puntos, sobre la rasante del terreno y la base de 10 metros.
- e) No se permitirá su iluminación.

**Artículo 17. Publicidad en suelo urbanizable.**

También podrá ser autorizada la instalación de elementos publicitarios en suelo urbanizable que tengan por fin exclusivo anunciar desarrollos urbanísticos, indicando: clase de obra, promotores, empresas urbanizadoras, etcétera.

Sus dimensiones no podrán superar la altura de 6 metros, desde cualquiera de sus puntos, respecto del terreno y la base de 10 metros.

Las solicitudes se presentarán con proyecto firmado por técnico competente y visado por el correspondiente colegio y acompañada de seguro de responsabilidad civil. Cuando el elemento publicitario se instale en las inmediaciones de una carretera se estará a lo que disponga la legislación estatal de carreteras o en su caso, de la legislación de la Comunidad de Madrid.

## TITULO IV

### REGIMEN JURIDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

#### Capítulo 1. Normas generales

**Artículo 18. Licencia de la instalación publicitaria.**

Estarán sujetas a previa licencia municipal, sin perjuicio de las autorizaciones que fuere procedente obtener con arreglo a otras legislaciones específicas aplicables, toda actividad o instalación publicitaria perceptibles desde la vía pública, salvo las excepciones expresamente previstas en esta ordenanza.

Las licencias de esta naturaleza que se otorguen quedarán sujetas durante toda su vigencia a una relación permanente con la Administración municipal, la cual podrá exigir en cada momento la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés público o la imposición de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben.

Las licencias de publicidad exterior serán transmisibles, pero el antiguo y el nuevo titular deberán comunicarlo por el escrito al Ayuntamiento adjuntando la documentación prevista en el artículo 22 de esta ordenanza, sin lo cual quedará sujeto a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia. Las licencias se otorgarán dejando a salvo el derecho propiedad y sin perjuicio de terceros.

**Artículo 19. Empleo de medios o elementos eléctricos.**

Toda actividad o instalación publicitaria que emplee medios o elementos eléctricos o electrónicos para su difusión deberá ajustarse, además, a la normativa técnica que le resulte de aplicación.

**Artículo 20. Obligaciones de los titulares de las instalaciones publicitarias. Seguro de responsabilidad civil.**

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad y ornato público, pudiendo ordenarse por el Ayuntamiento la ejecución de las obras necesarias para conservar las condiciones mencionadas.

Asimismo, durante la vigencia de la licencia los propietarios de las instalaciones están obligados a suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra, sin franquicia

alguna, los riesgos que pudieran derivarse de la instalación publicitaria. El seguro cubrirá la responsabilidad civil derivada de los daños personales y materiales que puedan ocasionarse por el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

#### **Artículo 21. Identificación de los titulares de las instalaciones publicitarias**

Los titulares de las instalaciones publicitarias tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible su nombre y apellidos o denominación social y el número de expediente en el que se concedió la correspondiente licencia.

Cuando la instalación carezca de los datos identificativos señalados en el párrafo precedente o éstos no se correspondan con los existentes en los archivos municipales, se considerará que no está garantizada la seguridad de la misma, ni compromiso cierto del mantenimiento de la instalación en condiciones adecuadas.

#### **Artículo 22. Documentos.**

La solicitud de licencia se formalizará mediante instancia acompañada de:

- a). Plano de situación a escala 1/1000, señalando la ubicación de la instalación.
- b). Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros de forma que permita su perfecta identificación.
- c). Croquis acotado a escala 1/50 de lo que se pretende realizar (fachada con el diseño de la muestra).
- d). Relación de materiales de acabado que se van a utilizar.
- e). En el caso de que no se trate de muestra o banderín a instalar en zona de casco histórico, deberá aportar proyecto técnico suscrito por facultativo competente y visado por su colegio profesional, integrado por memoria, planos y presupuesto y dirección facultativa y visada por el colegio profesional correspondiente y compromiso de asumir el mantenimiento de las condiciones de la instalación durante la vigencia de la licencia.
- f). Presupuesto de la obra.

#### **Artículo 23. Procedimiento.**

La solicitud de la licencia deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente, en impreso oficial que al efecto establecerá el Ayuntamiento y se sujetará, en los casos que se requieran de proyecto técnico, al procedimiento de obras mayores de tramitación abreviada, y en los demás casos, al procedimiento de obras menores de tramitación inmediata.

### **Capítulo 2. Plazos de vigencia**

#### **Artículo 24. Plazos de vigencia de la licencia.**

1. La vigencia de los carteles informativos (muestras y banderines) que sirvan para indicar el nombre social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad industrial, mercantil, profesional o de servicios, estará ligada a la duración de la actividad, sin perjuicio de que transcurrido un plazo de cinco años a contar desde la concesión de la licencia el Ayuntamiento exija certificado facultativo donde se acredite que la instalación se ajusta a la licencia concedida.

2. Para aquellas instalaciones publicitarias que exijan proyecto técnico visado, las licencias tendrán una vigencia de dos años, prorrogable por períodos bianuales. La prórroga deberá solicitarse con, al menos, dos meses de antelación a la fecha en que finalice el período para el que se concedió dicha licencia, debiendo aportarse la siguiente documentación:

- a). Fotografías actualizadas del emplazamiento.
- b). Certificado de facultativo competente donde indique que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estéticas previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
- c). Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia.

La prórroga se entenderá automáticamente concedida transcurrido el plazo de tres meses desde la solicitud de la misma, salvo que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias y éstas no hayan sido resueltas antes de finalizar el plazo de vigencia.

En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la licencia quedará automáticamente sin vigencia.

3. Cuando la licencia pierda su vigencia, el titular de la misma estará obligado al desmontaje y retirada a su cargo de la totalidad de los elementos que componían la instalación en el plazo máximo de un mes. En caso de no hacerlo, el Ayuntamiento podrá retirarlo en la forma establecida en el artículo 33 de esta ordenanza.

### **Capítulo 3**

#### **Régimen disciplinario**

#### **Artículo 25. Infracciones.**

Los actos u omisiones relacionados con las instalaciones publicitarias que, conforme a lo dispuesto en el artículo 183 del Real Decreto 1 de 2010, de 18 de mayo de 2010, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Ordenación del Territorio y de la Actividad Urbanística de Castilla La Mancha, tengan la consideración de infracciones urbanísticas, quedarán sometidas a las disposiciones de dicha Ley y a lo dispuesto en esta ordenanza, y en lo no previsto por la misma será de aplicación el Real Decreto 1398 de 1993, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de Procedimiento del Ejercicio de la Potestad Sancionadora, que establece en su artículo 1 e) la aplicación directa del mismo por las entidades locales, respecto de aquellas materias en las que el Estado tiene competencia normativa plena, y en su apartado 1.2 la aplicación supletoria de dicho Reglamento a los procedimientos sancionadores

establecidos por Ordenanzas locales que tipifiquen infracciones y sanciones, respecto de aquellas materias en las que el Estado tiene competencia normativa plena.

**Artículo 26. Responsables.**

Serán responsables de la infracción, las personas a que se refiere el artículo 185 de la Ley del Suelo anteriormente citado, considerando, a estos efectos, como promotor al titular del elemento publicitario o a la empresa instaladora y sin perjuicio de las responsabilidades en que puedan incurrir los técnicos autores del proyecto y la dirección facultativa.

**Artículo 27. Identificación de los titulares de las instalaciones publicitarias.**

Para la identificación de los propietarios de instalaciones publicitarias únicamente tendrán validez el número asignado en la correspondiente licencia que deberá colocarse expresamente en la instalación en un lugar visible. No se considerarán elementos de identificación las marcas, señales, productos anunciados, nombre de la empresa u otras indicaciones que pudieran contener las instalaciones.

**Artículo 28. Instalación publicitaria no identificada.**

Cuando la instalación carezca del citado número o placa identificativa, o cuando no se corresponda con el de concesión de licencia, se considerará anónima y, por tanto, carente de titular, procediéndose conforme a lo establecido en el artículo 32 de la presente ordenanza, siendo responsable la empresa beneficiada.

**Artículo 29. Tipos de infracciones.**

Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

1. Son infracciones leves:

El estado de suciedad o deterioro de la instalación o del entorno cuando sea causado por aquella.

El incumplimiento de los requerimientos tendentes a corregir las deficiencias advertidas en las instalaciones.

La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando puedan ser objeto de legalización posterior.

2. Son infracciones graves:

La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por incumplimiento de las prescripciones sobre tamaño y distancia establecido en la presente ordenanza .

Las infracciones calificadas como leves cuando se aprecie su reincidencia.

3. Son infracciones muy graves:

La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por ubicarse en emplazamientos no autorizados por esta ordenanza o en la zona de protección de carreteras.

Las infracciones calificadas como graves cuando se aprecie su reincidencia.

El incumplimiento de las condiciones de seguridad y solidez exigidas a la instalación y mantenimiento de los elementos publicitarios.

**Artículo 30. Sanciones.**

Las infracciones serán sancionadas del modo siguiente:

a) Leves.

Multa de 60,00 euros y hasta un máximo de 200,00 euros:

El estado de suciedad o deterioro de la instalación o del entorno cuando sea causado por aquella.

El incumplimiento de los requerimientos tendentes a corregir las deficiencias advertidas en las instalaciones.

b) Graves.

Multa de 201,00 euros y hasta un máximo de 450,00 euros:

La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando puedan ser objeto de legalización posterior.

La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por incumplimiento de las prescripciones sobre tamaño y distancia establecido en la presente ordenanza.

c) Muy graves.

Multa de 1.001,00 euros y hasta un máximo de 2.400,00 euros:

La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por ubicarse en emplazamientos no autorizados por esta ordenanza o en la zona de protección de carreteras .

El incumplimiento de las condiciones de seguridad y solidez exigidas a la instalación y mantenimiento de los elementos publicitarios.

Multa de 2.401,00 euros y hasta un máximo de 3.000,00 euros:

Por reincidencia en la comisión de infracciones graves.

**Artículo 31. Beneficio económico del infractor.**

En ningún caso la infracción urbanística puede suponer un beneficio económico para el infractor. Cuando la suma de la multa impuesta y del coste de las actuaciones de reposición de los bienes y sustitución a su estado primitivo estado arroja una cifra inferior a dicho beneficio se incrementará la cuantía de la multa hasta alcanzar el montante del mismo.

**Artículo 32. Retirada del elemento publicitario. Ejecución sustitutoria.**

Sin perjuicio de la sanción que corresponda, el Ayuntamiento podrá disponer el desmontaje o retirada de la instalación y el restablecimiento de la realidad material alterada con la infracción.

El responsable de la infracción, una vez se acuerde el desmontaje, vendrá obligado a la retirada del elemento publicitario en el plazo de un mes a partir del siguiente al de la notificación del acuerdo.

En caso de incumplimiento, y de conformidad con lo previsto en los artículos 96.b y 98 de la Ley 30 de 1992, de 26 de noviembre, Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, se procederá a la ejecución sustitutoria a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y depósito de la instalación retirada.

Igualmente se acordará el desmontaje de aquellas instalaciones que entrañen riesgo para la seguridad y el de las consideradas anónimas.

#### **Artículo 33. Facultad sancionadora.**

La facultad sancionadora corresponde expresamente al alcalde para sancionar las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente ordenanza.

#### **Artículo 34. Infracciones en materia tributaria.**

En cuanto a las infracciones en materia tributaria, no incompatibles con cualquiera otras, se estará a lo dispuesto en la Ley General Tributaria, Real Decreto 939 de 1986, de 25 de abril, por el que se aprueba el Reglamento General de la Inspección de los Tributos: Real Decreto 1930 de 1998, de 11 de septiembre, Regulador del Régimen Sancionador Tributario, y demás disposiciones concordantes.

### **DISPOSICIONES ADICIONALES**

#### **Primera. Seguro de responsabilidad civil**

La póliza del seguro de responsabilidad civil deberá concertarse garantizando, al menos, 150.000,00 euros, excepto para las muestras y banderines.

El seguro cubrirá la responsabilidad civil derivada de los daños personales y materiales que puedan ocasionarse por el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

#### **Segunda. Grupo técnico de publicidad**

Se constituirá un grupo técnico de publicidad, formado por técnicos de la Concejalía de Urbanismo, con la finalidad de unificar los criterios de general aplicación y alcance, así como resolver las cuestiones generales que puedan plantearse respecto de la interpretación de la presente Ordenanza.

### **DISPOSICION TRANSITORIA**

Los elementos publicitarios que se encuentren instalados y cuenten con licencia en el momento de entrar en vigor esta ordenanza tendrán el plazo de seis meses para adaptarse a los preceptos de la misma. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen disciplinario que la presente ordenanza establece.

### **DISPOSICION DEROGATORIA**

Quedan derogadas las normas que siendo de igual o inferior rango a la presente ordenanza se opongan a la misma.

### **DISPOSICION FINAL**

La presente ordenanza entrará en vigor a los quince días hábiles de la publicación de su texto en el Diario Oficial de la Comunidad de Castilla La Mancha.

Contra el presente Acuerdo, conforme al artículo 19 del Real Decreto Legislativo 2 de 2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, se podrá interponer por los interesados recurso contencioso-administrativo, en el plazo de dos meses contados a partir del día siguiente al de la publicación de este anuncio en el «Boletín Oficial» de la provincia de Toledo, ante el Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha.

Valmojado 24 de febrero de 2012.- El Alcalde, Jesús Agudo López.

*N.º I.-1769*