

ADMINISTRACIÓN LOCAL

Ayuntamiento de Lucena

Núm. 2.216/2020

Aprobada inicialmente por el Pleno de este Ayuntamiento, en sesión ordinaria celebrada el día 25 de febrero de 2020, la modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad del Excmo. Ayuntamiento de Lucena, conforme el texto que figura redactado como anexo, y visto que, durante el trámite de información pública previsto en el apartado b) del artículo 49 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, no se ha formulado reclamación o sugerencia alguna, ha devenido definitivo el expresado acuerdo conforme prevé el último párrafo del mismo artículo 49.

A los efectos previstos en los artículos 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local y 196.2 del Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, se hace pública dicha modificación de la citada Ordenanza, lo que se une como anexo al presente anuncio.

Contra dicho acuerdo, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse Recurso Contencioso-Administrativo, ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, con sede en Sevilla, en el plazo de dos meses contados desde el día siguiente al de la publicación de este anuncio en el Boletín Oficial de la Provincia, conforme a lo dispuesto en los artículos 10.1.b) y 46.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, sin perjuicio de cualquier otro recurso que se considere procedente.

Lucena, 23 de julio de 2020. Firmado electrónicamente por el Alcalde, Juan Pérez Guerrero.

ANEXO

TEXTO REFUNDIDO DE LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD PREÁMBULO

El objeto de la presente ordenanza es la regulación del régimen jurídico al que deberá sujetarse la publicidad instalada o efectuada sobre el suelo o vuelo del dominio público local o perceptible desde el mismo, así como la propaganda realizada dentro del término municipal.

La posibilidad de gestionar la explotación publicitaria en edificios públicos, así como la necesidad de adecuar dicha Ordenanza al nuevo marco legal que establece tanto la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, así como la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público, hace que uno de los objetivos principales de esta Ordenanza sea dar cumplimiento a las determinaciones de la Disposición Adicional Quinta de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, LPACA, al establecerse en la misma la necesidad de adecuación a las normas locales reguladoras de los distintos procesos normativos que sean incompatibles con lo establecido en esta Ley. De igual forma el propio artículo 130 del referido texto legal invita a la revisión periódica de su normativa vigente para adaptarla a los principios de buena regulación y para comprobar la medida en la que las normas en vigor han conseguido los objetivos previstos. A la vista de lo anterior, y a la luz del contenido de la Ordenanza municipal sobre publicidad exterior de la Ciudad de Lucena, resulta clara la obligación de modificarla y actualizarla.

A los efectos de dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del 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 publicación de la modificación de dicha ordenanza a través del portal web municipal.

TITULO I NORMAS GENERALES

Artículo 1. Objeto

-La presente ordenanza tiene por objeto regular el régimen jurídico al que deberá sujetarse la publicidad instalada o efectuada sobre el suelo o vuelo del dominio público local o perceptible desde el mismo, así como la propaganda realizada dentro del término municipal.

-Las prohibiciones, condiciones, requisitos y limitaciones establecidos en la presente ordenanza se redactan conforme al mandato de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12/12/2006, relativa a los servicios en el mercado interior, sin perjuicio de la legislación estatal y autonómica de adaptación a la mencionada directiva.

Artículo 2. Concepto de Publicidad y Propaganda

A los efectos de lo establecido en el artículo anterior, se considera:

-Publicidad: toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, 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, siendo destinatarios de la actividad publicitaria las personas a las que se dirija el mensaje publicitario.

-Propaganda: toda forma de comunicación, oral o escrita, destinada a difundir un mensaje ideológico, político o religioso en orden a influir en el sistema de valores del ciudadano y en su conducta, se realice o no con fines lucrativos y/o comerciales.

Artículo 3. Ámbito territorial de aplicación y clasificación tipológica de zonas

-El ámbito de aplicación de esta ordenanza se circunscribe al término municipal de Lucena.

-A tales efectos se establece la siguiente clasificación tipológica del suelo del término municipal, en base al PGOU 2001:

Zona 1: Comprende el área delimitada como tal en los planos

anexos a la presente, en Lucena, Jauja y Navas del Sempillar. Su localización responde a la mayor confluencia de edificios protegidos con categorías A y B según lo establecido en el PGOU 2001.

Zona 2: Comprende el área delimitada como tal en los planos anexos a la presente, en Lucena, Jauja y Navas del Sempillar. Su localización responde a la mayor confluencia de edificios protegidos con categorías C-1 y C-2, según lo establecido en el PGOU 2001.

Zona 3: Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable, los Sistemas Generales y Dotaciones Locales públicos, con las siguientes excepciones.

1. Suelo no Urbanizable de Implantación Rural: Las Erillas, Contadero, Colina de la Virgen, Áreas en Huertas de Jauja, Fuente Villalba.

2. Casa Tejada, Los Piedros, Las Navas Domingo Rubio y resto de cortijos, cortijadas, caserías y resto de edificaciones de carácter aislado.

Zona 4: Comprende el resto del suelo urbano y el suelo urbanizable, según lo establecido en el PGOU 2001.

Artículo 4. Competencia municipal

La regulación de la publicidad contenida en esta Ordenanza se basa en las competencias que a los Municipios concede, además de la legislación específica sobre publicidad, el artículo 25 de la Ley 7/1985 de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, en relación con el artículo 4 del mismo texto legal y, en especial, la actividad de policía urbanística, entendida en un sentido amplio, comprensivo de la defensa del medio ambiente, el ornato público, el patrimonio histórico artístico y la seguridad en lugares públicos, la actividad de defensa de usuarios y consumidores y de protección de la salubridad pública, y la gestión del dominio público local.

Artículo 5. Régimen tributario

Todos los actos de publicidad regulados en la presente Ordenanza están sujetos al cumplimiento de las obligaciones fiscales fijadas en la respectiva Ordenanza, con la excepción de las situaciones en dominio público municipal sometidas a régimen de la Concesión, que estarán sujetas a lo dispuesto en sus correspondientes pliegos.

Artículo 6. Uso de bienes públicos

El uso de bienes públicos para publicidad se regulará conforme la Ley 7/1999, de 29 de septiembre, de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía, el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía, aprobado por Decreto 18/2006, de 24 de enero, y demás normativa de aplicación.

Artículo 7. Prohibiciones y limitaciones generales

Quedan prohibidas las actividades publicitarias de cualquier clase en los siguientes lugares:

-En los monumentos históricos declarados o con expediente de declaración incoado como Bienes de Interés Cultural, de conformidad con el artículo 33 de la Ley 14/2007, de 26 de noviembre, de Patrimonio Histórico de Andalucía.

-En los entornos de monumentos históricos, conjuntos históricos, sitios históricos o zonas arqueológicas declarados o con expediente de declaración incoado, no se permitirá publicidad alguna en tanto no haya recaído autorización previa, o bien se encuentren validados patrimonialmente los planes especiales de protección de las áreas afectadas por la declaración de Bienes de Interés Cultural, en virtud de lo dispuesto legalmente.

-En los edificios incluidos en el Catálogo del Patrimonio Arquitectónico y Monumental del Plan General de Ordenación Urbana de Lucena con nivel de protección 1, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los servicios

técnicos competentes en la materia, y que tengan por objeto la colocación de rótulos que pretendan difundir el carácter histórico artístico del edificio o las actividades culturales o de restauración que en el mismo se realicen.

-En los edificios incluidos en el precitado Catálogo con los niveles de protección 2 y 3, salvo los rótulos que se adosen a los huecos de planta baja cuando su superficie no exceda de 0,60 m² y los que se integren en el cerramiento o acristalamiento de dichos huecos.

-En los templos, cementerios, estatuas, monumentos, fuentes, arbolado, plantas, jardines públicos.

-En aquellas áreas o sectores que puedan impedir, dificultar o perturbar la contemplación de los edificios o conjuntos enumerados en el apartado a) del presente artículo, cuando su instalación perjudique las perspectivas urbanas y sobre las aceras de las fincas ajardinadas destinadas por el planeamiento para parques y jardines.

-En los pavimentos de calzadas, aceras o en 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 determine el Ayuntamiento.

-Sustentados o apoyados en árboles y mobiliario urbano, salvo lo previsto en la presente ordenanza.

-En aquellas zonas que se califiquen como saturadas de publicidad exterior, previo acuerdo adoptado según lo establecido en la presente Ordenanza.

-En cualquier edificio de forma que limiten las luces o vistas desde algún inmueble u ocasionen molestias a los vecinos, salvo consentimiento de los mismos o acuerdo de la comunidad de propietarios.

-En los lugares en que pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante, así como la sustentada o apoyada sobre señales de tráfico y/o informativas.

-En las zonas afectadas por la Ley 37/2015, de 29 de septiembre, de Carreteras y por la Ley de Carreteras de la Comunidad Autónoma Andalucía 8/2001, de 12 de julio.

-En edificios afectados por la incoación de expediente de declaración de ruina o por declaración de la misma.

-En las zonas y/o con las modalidades publicitarias que así lo disponga cualquier otra normativa local, autonómica o estatal.

Queda del mismo modo prohibido, las actividades publicitarias que por su objeto, forma, contenido o mensaje:

-Atenten contra la dignidad de la persona o vulneren los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, 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 Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género.

-La publicidad engañosa.

-La publicidad desleal.

-La publicidad subliminal.

-La colocación de rótulos, carteles, placas o cualquier otro soporte publicitario que por su forma, color, dibujo o inscripciones pueda inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico, impida la visibilidad de éstas o produzca deslumbramientos a los conductores de vehículos.

- La instalación de anuncios reflectantes.
- La instalación de anuncios constituidos por materiales combustibles en zonas forestales o de abundante vegetación.
- Cualquier tipo de actividad publicitaria que sea contraria a las leyes o a los reglamentos.

Artículo 8. Régimen jurídico

Las instalaciones y actividades publicitarias reguladas en la presente Ordenanza estarán sujetas al régimen de comunicación previa o declaración responsable, salvo en aquellos casos previstos en esta ordenanza que, por razones de presentación del entorno urbano, el dominio público, el medio ambiente, la seguridad pública o el patrimonio histórico artístico, sea necesaria la obtención de autorización previa o se trate de aquellas modalidades para las que se establezca concesión y sin perjuicio de la obtención de cualquier otra licencia que deba exigirse conforme a la normativa en vigor.

A efectos de esta Ordenanza y de acuerdo con lo establecido en el artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se entenderá por declaración responsable el documento suscrito por un interesado en el que éste manifiesta, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente para obtener el reconocimiento de un derecho o facultad o para su ejercicio, que dispone de la documentación que así lo acredita, que la pondrá a disposición de la Administración cuando le sea requerida, y que se compromete a mantener el cumplimiento de las anteriores obligaciones durante el período de tiempo inherente a dicho reconocimiento o ejercicio.

Los requisitos a los que se refiere el párrafo anterior deberán estar recogidos de manera expresa, clara y precisa en la correspondiente declaración responsable. Las Administraciones podrán requerir en cualquier momento que se aporte la documentación que acredite el cumplimiento de los mencionados requisitos y el interesado deberá aportarla.

A los efectos de la presente ordenanza y de acuerdo con lo establecido en el artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas se entiende por comunicación previa aquel documento mediante que los interesados ponen en conocimiento de la Administración Pública competente sus datos identificativos y demás requisitos exigibles para el ejercicio de la actividad publicitaria en cuestión.

Artículo 9. Supuestos de no sujeción a licencia

No están sujetos a previa licencia municipal, ni a otra forma de comunicación, siempre que se ajuste a la normativa en vigor:

- a) Las placas o escudos indicativos de dependencias públicas, organismos públicos internacionales, nacionales, autonómicos o locales, hospitales, clínicas y de similar naturaleza.
- b) Los rótulos serigrafados sobre la superficie de los vehículos, cualquiera que sea su titularidad.
- c) La publicidad impresa distribuida en el punto de venta, siempre que se realice desde el interior del mismo.
- d) Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o aparatos de establecimientos comerciales que se limiten a indicar los horarios de atención al público, precios, motivos de cierre temporal, traslado, liquidaciones, rebajas, etc, siempre con carácter circunstancial.
- e) Mensajes y comunicados de las Administraciones Públicas en materia de interés general, seguridad pública y/o emergencias, aun cuando su distribución o comunicación a los ciudadanos en general, o a los interesados en particular, se realice por medio de agentes publicitarios independientes de las mismas.

Artículo 10. Competencias

Son competencias del Pleno de la Corporación u órgano en quien delegue, cuando corresponda:

-La aprobación, modificación o supresión de la presente Ordenanza.

-Autorizar, excepcionalmente, la instalación de soportes publicitarios bien en emplazamientos no previstos en esta Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma, siempre y cuando se lleve a cabo un estudio global adecuado del entorno, de forma que el desarrollo del mismo suponga una mejora de las condiciones estéticas y medioambientales de la zona, integrando la publicidad en el conjunto del proyecto a realizar. En este caso, se fijará en la licencia las condiciones particulares y de inversión en el proyecto.

-Autorizar transitoriamente y previos los informes pertinentes, la instalación o el desarrollo de cualquier tipo de actividad publicitaria en zonas o lugares determinados de la ciudad en casos excepcionales, aunque no sean tratadas o expresamente autorizadas por esta Ordenanza.

-Cualesquiera otras que le atribuyan la presente Ordenanza y demás normativa de aplicación.

a) Son competencias del Alcalde u órgano en quien delegue:

-La concesión y revocación de las licencias y autorizaciones contempladas en la presente Ordenanza.

-La concesión y revocación de autorizaciones para instalación de vallas publicitarias en terrenos de titularidad privada.

-Interpretar, en casos de dudas o imprecisión, el sentido propio de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza, conforme a las reglas del artículo 3 del Código Civil.

-Cualesquiera otras que le atribuyan la presente Ordenanza y demás normativa de aplicación.

3. Son competencias de la Gerencia Municipal de Urbanismo de Lucena las que le atribuyan la presente Ordenanza y demás normativa de aplicación.

Artículo 11. Comisión Asesora de Publicidad

1. El Pleno de la Corporación podrá crear una Comisión Asesora de Publicidad, cuyas competencias serán las siguientes:

a) Informar los proyectos de publicidad mediante nuevas o avanzadas técnicas que no estén expresamente previstas en la presente Ordenanza.

b) Proponer las modificaciones que se estimen pertinentes a las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.

c) Emisión de informes a petición de la Alcaldía, Pleno o cualquier órgano municipal en relación con las competencias municipales relacionadas en el artículo 10 de la presente Ordenanza.

d) Asesorar a la Alcaldía, al Pleno o a cualquier órgano municipal para suscribir convenios con las representaciones de los distintos sectores económicos, con la finalidad de llevar a término determinadas actividades publicitarias, encaminadas a posibilitar soluciones a situaciones urbanísticas concretas que se planteen. La Comisión podrá recabar el asesoramiento de representantes de otros Municipios o Técnicos expertos, cuando el carácter específico o singular de la materia así lo requiera.

e) En general, emitir informes o llevar a cabo propuestas en relación con la actividad publicitaria.

2. En el ejercicio de sus funciones, esta Comisión podrá recabar el asesoramiento de cuanto personal técnico en la materia, asociaciones representativas de intereses generales, agrupaciones y asociaciones vecinales consideradas relevantes.

3. Su composición, organización y ámbito competencial será el regulado en su Reglamento orgánico, que deberá ser aprobado en el mismo acuerdo plenario que decida su creación.

4. El dictamen de esta Comisión, aunque preceptivo, en ningún caso será vinculante, a tenor de lo establecido en el artículo 80.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Artículo 12. Modalidades de publicidad

En función del soporte utilizado, se establecen dos modalidades básicas: publicidad estática y publicidad dinámica.

Artículo 13. Simultaneidad de modalidades

En el caso de que el mensaje publicitario se presente de forma simultánea o combinada utilizando dos o más modalidades reguladas en la presente ordenanza, a cada uno de éstas últimas les será aplicable por separado la regulación que le sea propia, si bien cuando se soliciten dos o más modalidades de publicidad que requieran autorización se hará en un solo expediente y la licencia, que será única, indicará claramente las modalidades autorizadas.

TITULO II PUBLICIDAD ESTÁTICA CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 14. Concepto de publicidad estática y régimen jurídico

1. Tendrá tal consideración la que se desarrolle mediante instalaciones fijas y permanentes, con independencia de la titularidad pública o privada de las mismas y del espacio o elemento en el que se encuentren instaladas.

2. A tales efectos se entiende por:

a) Instalación publicitaria: La portadora del mensaje publicitario, constituida por el conjunto de todos los elementos de sustentación, decorativos, de iluminación y cualquier otro que forme parte de la misma.

b) Espacio de la instalación: El suelo, edificio, cajón de obra, andamio, cerramiento, toldo o cualquier otro elemento que sirva de base a la instalación publicitaria.

3. Por razón imperiosa de interés general los actos de publicidad que se encuentren bajo la modalidad de publicidad estática, según lo establecido en la presente ordenanza, se encontrarán condicionados a la obtención de la autorización correspondiente, o en su caso al otorgamiento de concesión administrativa.

Artículo 15. Titularidad de las instalaciones

1. A efectos de lo previsto en la presente Ordenanza, tendrán la consideración de titular de las instalaciones y por tanto podrán ostentar la titularidad de las correspondientes autorizaciones, las personas físicas o jurídicas que reúnan alguno de los siguientes requisitos y en el siguiente orden de prelación con relación a la determinación de posibles responsabilidades:

-Que realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refieran los elementos publicitarios.

-Que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.

-Que sean propietarios o poseedores del espacio o elemento en que se encuentren enclavadas las instalaciones publicitarias.

2. La titularidad de la licencia comporta:

-La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de las instalaciones publicitarias correspondientes.

-Las obligaciones y responsabilidades tributarias que le atribuya la normativa de aplicación.

-El deber de conservar y mantener las instalaciones publicitarias en perfectas condiciones de ornato y seguridad.

-Cualquier otra obligación establecida en otras Ordenanzas Municipales, o en normativa estatal o autonómica.

Artículo 16. Soportes y emplazamientos

1. Las características, requisitos y régimen jurídico de los so-

portes y emplazamientos será la establecida en la presente Ordenanza para cada tipo de modalidad.

2. En todo caso, los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como el conjunto de todos ellos, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, salubridad y ornato público.

3. La superficie autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología de la zona, debiendo ser explotada totalmente por su titular. Si éste decidiera no explotar la totalidad de la superficie autorizada con el elemento correspondiente, vendrá obligado a completar la superficie restante con elementos de carácter decorativo que respeten la estética del entorno donde se ubican.

4. Por el Excmo. Ayuntamiento podrán aprobarse programas y planes de actuación que favorezcan, con mecanismos fiscales o de cualquier otra naturaleza que en cada momento se aprueben, la adecuación de los sistemas estructurales de configuración actual de los soportes y emplazamientos a las prescripciones de la presente Ordenanza.

Artículo 17. Prohibiciones y limitaciones específicas

1. No se autorizarán en ningún caso actuaciones que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural, excepción hecha de las provisionales que utilicen lonas o cualquier otro elemento que hayan de ser colocados con motivo de las operaciones de restauración de fachadas, las cuales se ajustarán a las condiciones establecidas en la presente Ordenanza y en cualquier otra que resulte de aplicación. En cada licencia se podrá imponer el uso de materiales, técnicas o diseños específicos si se considera necesario para lograr la debida integración en el ambiente urbano.

2. Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, no se permitirá la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones o dibujos directamente sobre edificios, muros u otros elementos similares, siendo necesaria en todo caso la utilización de soportes externos.

Artículo 18. Modalidades de publicidad estática

Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades:

-Vallas publicitarias y monopostes.

-Carteles.

-Banderolas y Pancartas.

-Rótulos.

-Otras modalidades de publicidad estática.

CAPÍTULO II

Vallas Publicitarias y Monopostes

Artículo 19. Concepto

1. Se considerará valla publicitaria exterior aquella instalación de implantación 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. Se considerará como agrupación cuando dos o más vallas publicitarias se encuentren instaladas en el mismo soporte o en el mismo emplazamiento aún cuando sus soportes sean independientes.

3. Se considerará monoposte aquella instalación de implantación estática e inercia fija o variable, compuesta por paneles publicitarios, a una o varias caras, con o sin iluminación exterior y sustentados sobre uno o varios fustes, determinándose las características concretas de cada caso en la autorización administrativa correspondiente.

Artículo 20. Características generales de las vallas publicitarias

y los monopostes

1. Las dimensiones máximas de las vallas publicitarias no superarán los 5,50 metros de altura medidos desde la rasante del suelo, y 8,70 metros de longitud, incluidos marcos, sin que la parte inferior de éstos últimos pueda ser inferior a 2,20 metros respecto de la rasante citada, y 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.

2. Salvo previsión distinta establecida en el PGOU, las dimensiones máximas de los monopostes no superarán:

-Los fustes, los 10,00 metros de altura, medidos desde la rasante del suelo.

-Los paneles publicitarios, los 4,00 metros de altura y 8 metros de longitud, incluidos marcos, y 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.

3. La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y construidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas tanto la seguridad pública como una adecuada resistencia a la intemperie y una estética adecuada en la publicidad exterior a criterio de los técnicos municipales.

Artículo 21. Características generales de las agrupaciones de vallas publicitarias

1. Con carácter general, la instalación de agrupaciones de vallas publicitarias se autorizará, en su caso, con una superficie no superior a 50 metros cuadrados, con una longitud máxima de proyección en planta no superior a 16 metros lineales y una distancia mínima entre la rasante del suelo y el marco inferior de 2,20 metros.

2. La altura del límite superior de las vallas publicitarias con marcos superpuestos en vertical, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 10 metros lineales, con la limitación de una sola fila sobre la primera, debiendo quedar separadas por una distancia mínima de 15 centímetros.

3. La altura del límite superior de las vallas publicitarias con marcos superpuestos en horizontal, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 5,50 metros, debiendo quedar separadas por una distancia mínima de 15 centímetros.

4. En cuanto a su estructura de sustentación y marcos de sus elementos publicitarios, les será de aplicación lo dispuesto en el artículo 19.3 de la presente Ordenanza.

5. La distancia mínima entre agrupaciones de vallas publicitarias no podrá ser inferior a 20 metros.

Artículo 22. Prohibiciones y limitaciones específicas

1. Queda prohibida la utilización de tirantes como medio de sujeción de vallas publicitarias.

2. Asimismo, queda prohibida la instalación de vallas publicitarias, agrupaciones de vallas y monopostes en las zonas 1 y 2 delimitadas en el artículo 3º de la presente Ordenanza, así como en cualquier otra zona de este término municipal afectada por el Plan Municipal de Señalización, Informativa y Direccional, salvo previsión legalmente establecida.

3. En las zonas 3 y 4 delimitadas en el artículo 3º, sólo se per-

mitirán monopostes perceptibles desde el dominio público cuando se encuentren instalados en suelo privado titularidad de la actividad comercial a que se refieran, hasta un máximo de un monoposte por actividad ejercida, y siempre que así lo permitan los instrumentos de desarrollo del PGOU y demás normativa de aplicación.

Artículo 23. Vallas publicitarias de titularidad pública en dominio público

1. Sólo se permitirá el uso de vallas publicitarias, tanto de titularidad pública como privada, en dominio público mediante régimen de concesión y en los términos que establezcan sus respectivos pliegos de condiciones económico-administrativas.

2. En todo caso, la concesión administrativa no podrá superar un plazo máximo de 10 años.

3. El mantenimiento de las instalaciones de vallas publicitarias será el que establezca en el pliego de condiciones correspondiente que vaya a regir la concesión otorgada.

Artículo 24. Vallas publicitarias de titularidad privada en dominio público o perceptibles desde el dominio público

1. La instalación de vallas publicitarias podrá autorizarse cuando lo permitan los instrumentos de desarrollo del PGOU, la Ley de Carreteras Estatal y Autonómica y siempre que no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno, a juicio técnico.

2. La vigencia de las autorizaciones que pudieran concederse para la instalación de este tipo de vallas será la establecida para cada una de sus modalidades, sin que en ningún caso pueda superar los 10 años.

3. En suelo urbano, estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

-Medianeras de edificios.

-Solares.

-Vallados de protección y andamios de obras.

4. Vallas publicitarias en medianeras de edificios.

a) Será susceptible de autorizar, previo consentimiento de propietarios o comunidades de éstos que resulten afectados, la instalación de vallas publicitarias en aquellas medianeras que surjan como consecuencia de derribos de edificaciones y a los solos efectos de publicidad inmobiliaria.

b) Estas instalaciones comportarán el tratamiento completo del paramento de acuerdo con lo dispuesto en las Normas Urbanísticas del PGOU y la superficie destinada a las carteleras se ajustarán a lo establecido en dichas normas urbanísticas.

c) Las manifestaciones publicitarias sobre medianeras, realizadas con tratamientos superficiales de carácter duradero, se autorizarán con las mismas limitaciones que las vallas publicitarias.

d) La licencia se concederá por un plazo máximo de 2 años, con posibilidad de solicitar hasta dos años prórrogas de carácter anual.

5. Vallas publicitarias en solares. Los propietarios de solares podrán obtener licencia para la instalación de vallas publicitarias, bajo las siguientes condiciones:

a) La instalación se realizará en la alineación de los solares y sobre su cerramiento, sin que éste pueda ser sustituido por la valla y sin permitirse vuelo alguno sobre la vía pública.

b) La altura máxima de la parte superior de la cartelera no podrá superar la altura de la última planta de los edificios colindantes, sin incluir su cubierta, según lo establecido en el PGOU para cada zona de edificación, y cuando los edificios colindantes presenten diferentes alturas, deberá ajustarse al de menor nivel.

c) Si el edificio colindante estuviera catalogado como protegido se atenderá a lo que establezca la Ordenanza Reguladora para la

Protección del Paisaje Urbano en el Casco Histórico de Lucena.

d) El emplazamiento de las vallas deberán respetar una separación mínima a las edificaciones contiguas de 2 metros.

e) Podrán disponerse en grupos con los mismos requisitos establecidos en los apartados inmediatamente anteriores.

f) La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general a la fecha de comienzo de la edificación. No obstante, podrá concederse una prórroga de dicha licencia a petición del interesado, siempre que para la ejecución de las obras que se acometan no fuere necesaria la modificación de la alineación que poseía el antiguo cerramiento del solar, sin que pueda, en todo caso, superar la de la respectiva licencia urbanística.

6. Vallas publicitarias instaladas sobre vallas de protección y andamios de obras.

-Podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias 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.

-Las condiciones de instalación serán las mismas que para las vallas publicitarias en solares

-La vigencia de la licencia no podrá superar en ningún caso la de la respectiva licencia urbanística.

-En caso de que las obras fueren paralizadas por iniciativa privada o a requerimiento municipal, en un plazo máximo de seis meses se deberá proceder a retirar el contenido publicitario de las vallas o carteleras de protección de las obras, si existieran. Finalizado el plazo y en caso de que no se hayan continuado las obras y no se haya procedido a su retirada se ejecutará subsidiariamente por parte de los Servicios Municipales a costa del interesado.

CAPÍTULO III

Carteles, Banderolas y Pancartas

Artículo 25. Carteles

1. Se considerarán carteles los anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón y similares.

2. Queda prohibida toda fijación de carteles sobre edificios, muros, vallas de cerramiento o cualquier otro elemento visible desde la vía pública con excepción de los lugares en que, contando con autorización municipal, exista superficie específicamente destinada por el Ayuntamiento a este fin.

Artículo 26. Banderolas y Pancartas

1. Son elementos publicitarios de carácter circunstancial, realizados sobre telas, lonas, plásticos, paneles y similares.

2. Los carteles, banderolas y pancartas podrán instalarse en las medianeras de los edificios y en soportes de alumbrado público y otros elementos análogos, previa autorización municipal y en los siguientes supuestos:

-Durante los periodos electorales.

-Acontecimientos y actos organizados por el Ayuntamiento.

-Acontecimientos y actos organizados por otras entidades públicas y por organizaciones o asociaciones benéficas y/o sin ánimo de lucro.

-Eventos deportivos.

-Verbenas y fiestas populares.

3. En todo caso, los titulares de la autorización vendrán obligados a retirar estos elementos publicitarios dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a la fecha de conclusión de su vigencia. En caso de incumplimiento de tal obligación, la retirada de esta publicidad será realizada por los servicios municipales con cargo al titular de la autorización.

4. En fachadas de edificios exclusivamente comerciales y por

motivo de ventas extraordinarias, podrán autorizarse su instalación excepcionalmente y por un periodo no superior a dos meses, con la obligación de su retirada en un plazo máximo de 10 días naturales desde la conclusión de dicho período. En caso de incumplimiento de tal obligación, la retirada de esta publicidad será realizada por los servicios municipales con cargo al titular de la autorización.

5. En fachadas de museos, bibliotecas o edificios públicos con salas de exposiciones y por motivo de éstas, podrán autorizarse su instalación con carácter excepcional y estrictamente por el periodo de duración del acto que publicite, debiendo ser retirados en un plazo máximo de 10 días desde su finalización.

Artículo 27. Limitaciones específicas

1. Los carteles, banderolas y pancartas habrán de colocarse de forma que no perturben la libre circulación de viandantes o vehículos, ni ocasionen daños a las personas, a la vía pública o a los árboles o instalaciones existentes en la misma.

2. En todo caso, la parte inferior de las banderolas y pancartas no podrá situarse a menos de cinco metros de altura de la calzada.

3. Por el órgano competente del Ayuntamiento podrá limitarse el número máximo de estos elementos que podrán instalarse simultáneamente.

4. Las instalaciones tendrán la solidez necesaria y no ocultarán ningún elemento arquitectónico de interés, ni podrán perjudicar ningún acceso, ventana o abertura del edificio.

5. Cuando su instalación deba realizarse desde elementos arquitectónicos de edificios privados, deberán contar con la autorización escrita del propietario del inmueble afectado o, en caso de ubicarse en zonas de uso común, de la comunidad de propietarios.

CAPÍTULO IV

Rótulos

Artículo 28. Concepto

Se consideran rótulos los anuncios, fijos o móviles, con o sin iluminación y los proyectados en pantalla o por rayo láser en cualquier material y por cualquier medio, que asegure su larga duración.

Artículo 29. Rótulos en dominio público

1. La instalación de rótulos en dominio público se realizará conforme a lo establecido en la Ley 7/1999, de 29 de septiembre, de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía y su normativa de desarrollo.

2. La instalación de rótulos de titularidad privada sustentados sobre soporte ubicado en dominio público se ajustará al cumplimiento previo de los siguientes requisitos, sin perjuicio de lo establecido en el PGOU:

-Sólo podrán autorizarse en aquellas zonas en las que no se encuentre implantado el Plan de Señalización Informativa, Direccional y Turística vigente en cada momento.

-La altura del rótulo, tomada desde la rasante del suelo hasta su marco inferior, no podrá ser inferior en ningún caso a los 2,30 metros.

-Su instalación no podrá impedir, obstaculizar ni menoscabar, en ningún caso, la libre circulación y seguridad de los peatones y vehículos, no pudiendo ocupar vuelo o suelo de la zona viaria destinada al tráfico rodado.

-Cualquier otra establecida en normativa legal o reglamentaria.

3. La Señalización Informativa, Direccional y Turística se ajustará a lo establecido en los correspondientes pliegos de cláusulas aprobados por el Excmo. Ayuntamiento.

Artículo 30. Rótulos en dominio privado perceptibles desde la

vía pública o que ocupen el vuelo o suelo del dominio público

1. En suelo no urbanizable no se permitirá la instalación de rótulos publicitarios.

2. En suelo urbanizable cuando lo permitan los instrumentos de desarrollo del PGOU, la Ley de Carreteras y siempre que no presenten una agresión al paisaje urbano o natural del entorno, con unas dimensiones máximas de 7 metros de longitud y 4 metros de altura medidos desde la rasante del terreno sobre el que se instale y con un fondo máximo de 0,15 metros.

3. En suelo urbano, estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

- a) En locales de planta baja o en plantas superiores.
- b) En coronación de edificios.
- c) En toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada.

Artículo 31. Rótulos en locales de planta baja y superiores

1. Los rótulos en locales de planta baja y primera incorporada a la baja podrán clasificarse en adosados a fachada y en bandera.

2. En rótulos adosados a fachada se permitirá hasta un vuelo máximo de 0,30 metros, debiendo ajustarse, como criterio general, a la estructura de los huecos de fachada, y de no existir éstos, al emplazamiento fijado por los Servicios Técnicos Municipales.

3. Los rótulos en bandera se permitirán cuando se supere el vuelo citado en el apartado anterior y tendrán como saliente máximo el 80% del voladizo admisible para el edificio según lo dispuesto en Plan General de Ordenación Urbana de Lucena, teniendo en cualquier caso como límite máximo 1 metro y siempre que quede la proyección de su punto más saliente sobre la acera a una distancia mínima de 0,20 metros de la calzada.

4. No se permitirá su instalación, cuando la zona libre para acceso de vehículos de emergencia, sea inferior a 3 metros, cualquiera que sea el tipo de vía donde dicho elemento publicitario pretenda ser instalado.

5. Los rótulos en bandera no podrán rebasar en su altura la fachada del local o comercio en el que están instalados, salvo que cuente con autorización expresa de los vecinos afectados. Su parte más baja deberá a estar a una altura mínima de 2,30 metros de la rasante de la acera.

6. El fondo total del anuncio no podrá superar los 0,30 metros.

7. Los rótulos en locales de plantas superiores sólo se podrán autorizar:

-En edificios de uso exclusivo comercial, los rótulos adosados en paños ciegos de fachadas que estén compuestos de letras sueltas, sin marcos de contorno y que no se superpongan a los huecos, antepechos de balcones y elementos arquitectónicos y ornamentales de la misma, sin que puedan sobresalir más de 0,30 metros del plano en el que se sitúe. La rotulación, sin perjuicio del catálogo municipal de rótulos, será conforme al conjunto arquitectónico del inmueble, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre sus fachadas.

-En las fachadas ciegas o medianeras de los edificios, los rótulos adosados no podrán rebasar en sus dimensiones una tercera parte de la altura ni la mitad de la anchura del paramento visible con un vuelo máximo de 0,30 metros del plano de la calzada. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre sus fachadas.

-En fachadas de edificios de uso exclusivo comercial, excepcionalmente, rótulos en bandera con un saliente máximo de 1 metro desde la alineación de fachada, con una altura que no podrá superar la altura del edificio donde se sitúen y fondo máximo de 0,30 metro, quedando libre la planta baja y siempre que la proyección de su punto más saliente quede a una distancia mínima

de 0,20 metros de la calzada. En cualquier caso deberá ajustarse a lo establecido en el punto 4 del presente artículo y a lo dispuesto en las normas urbanísticas. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre su fachada.

Artículo 32. Rótulos en coronación de edificios

1. Queda prohibida su instalación en la zona 1 y 2 señaladas en el artículo 3 de la presente Ordenanza, en aquellos edificios fuera de la ordenación urbanística, edificios catalogados como protegidos por su interés histórico o cultural o cuando alguno de sus colindantes estuviera catalogado como protegido.

2. En los restantes supuestos, requerirá el previo y expreso consentimiento de la comunidad de propietarios.

3. Las superficies publicitarias 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 las del entorno y la perspectiva desde la vía pública. En cualquier caso, sólo se autorizará un mensaje publicitario por fachada con un máximo de dos en cada edificio.

4. Sólo podrá instalarse una superficie sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiéndose ésta como el plano de los petos de protección de cubierta, o en su defecto el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de uso, sin que, en ningún caso, puedan alterar las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza ni sobresalir ningún elemento de los límites de la fachada.

5. Sus dimensiones no superaran los 0,30 metros de fondo, 2,00 metros de altura desde la coronación del edificio, incluidos sus elementos de sustentación, y su longitud, el 80% de la de la fachada del edificio donde se ubiquen. Podrán aprovecharse para su sustentación los elementos constructivos de protección de la cubierta del edificio.

6. No podrán instalarse en edificios de cubiertas inclinadas, excepto en los supuestos contemplados en el apartado siguiente.

7. En los edificios ubicados en zonas calificadas como industriales por el PGOU, podrán instalarse en edificios de cubiertas inclinadas únicamente en su coronación de pilares, y sus dimensiones no podrán superar las expresadas en el apartado 4 del presente artículo.

Artículo 33. Rótulos en toldos, marquesinas elementos eventuales de temporada

Sólo se admitirán rótulos o mensajes publicitarios en toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada cuando se encuentren incorporados a su propia configuración, no debiendo ser elementos independientes adosados o superpuestos.

Artículo 34. Vigencia de las autorizaciones

1. Las autorizaciones para instalación de rótulos en dominio público y en dominio privado perceptibles desde la vía pública u ocupando vuelo o suelo del dominio público local no podrán superar un plazo de 10 años.

2. Transcurrida su vigencia, el titular vendrá obligado a solicitar su renovación por igual periodo de tiempo o proceder al desmontaje y retirada de las respectivas instalaciones en el plazo que le sea fijado por el órgano competente.

Artículo 35. Rótulos luminosos

1. Los rótulos luminosos y los iluminados deberán adecuarse a la Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental de Andalucía y demás normativa de aplicación.

2. En los rótulos iluminados por elementos externos, el flujo luminoso se dirigirá siempre que sea posible de arriba hacia abajo, y en caso de no serlo, debe evitarse el envío de luz fuera de la

zona a iluminar, así como impedir la visión directa de las fuentes de luz. Si fuere preciso se instalarán viseras, paralúmenes, deflectores o aletas externas que garanticen el control de luz fuera de la zona de actuación.

3. En el alumbrado publicitario se deberá atenuar, mediante los medios técnicos adecuados, la contaminación lumínica que provoque, siendo imprescindible la autorización municipal para su instalación.

4. Esta clase de alumbrado tendrá como horario el comprendido entre las 18:00 y las 1:00 horas del día siguiente durante los meses de mayo a septiembre, ambos inclusive y de 17:30 a 24:00 horas, durante los meses de octubre a abril, ambos inclusive.

5. Excepcionalmente y para aquellos establecimientos que, al amparo de su normativa específica, tengan establecido un horario de cierre distinto al señalado en el apartado anterior, el horario de apagado se ajustará a la hora de cierre oficial prevista para los mismos.

6. Asimismo y con motivo de festivos especiales, conmemoraciones y otros eventos ciudadanos, el horario de apagado previsto en el apartado 4 del presente artículo podrá retrasarse hasta las 02:00 horas de la madrugada, previa autorización del órgano municipal competente.

CAPÍTULO V

Otras modalidades de Publicidad Estática

Artículo 36. Publicidad en obras y fachadas de edificios

1. A los efectos de la presente Ordenanza, las obras susceptibles de instalación de carteles o rótulos alusivos a la empresa promotora, constructora o de instalación de servicios, y/o a la actividad a ejercer en el inmueble afectado por la obra una vez finalizada la misma, serán las de nueva planta, remodelación total o parcial, o demoliciones de edificios, así como las obras de arreglo de fachada que supongan la instalación de andamiajes de protección.

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

3. En las zonas 1 y 2, en el proyecto deberá llevarse a cabo un estudio global adecuado del entorno, buscando la integración de la publicidad en el conjunto a realizar.

4. No podrán sobresalir de la línea de fachada o andamiaje, y deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, salubridad y ornato público.

Artículo 37. Publicidad en bienes de titularidad municipal

1. El órgano municipal competente podrá señalar los lugares en los que podrán instalarse elementos con fines publicitarios y determinar las características de los mismos.

La actividad publicitaria en edificios u otras construcciones municipales, así como en recintos anejos destinados por el planeamiento urbanístico para equipamientos, dotaciones y servicios públicos, deberán ubicarse en los lugares que se señalen expresamente en la concesión o autorización, y reunir las dimensiones y características que se determinen.

2. El mobiliario urbano destinado a servir de soporte publicitario será, con carácter enunciativo, los muppis, oppis, columnas de libre expresión, marquesinas y cualquier otro que, por sus características, pueda ser destinados a tal fin, previo el acuerdo pertinente por el órgano competente.

3. Las instalaciones destinadas a prestar servicios públicos en las vías públicas de la ciudad, únicamente tendrán como fines publicitarios: indicadores callejeros, información histórica, monumental, cultural y de servicios de la ciudad en general.

4. La concesión, en su caso, para la explotación de dichos elementos publicitarios podrá comprender sólo la utilización de aquellos que hubiese instalado el Ayuntamiento o además de éstos lo que instale el concesionario.

5. La publicidad en quioscos instalados sobre dominio público y en el transporte destinado a servicio público, se ajustará a los pliegos de cláusulas y de condiciones que integren el expediente de concesión administrativa, sin que se admita ningún tipo de publicidad en la parte superior de la instalación o vehículo ni por encima de su cornisa o remate.

Artículo 38. Publicidad inmobiliaria

1. Se denomina publicidad inmobiliaria a aquella comunicación publicitaria adaptada en sus formas, contenidos y soportes a las necesidades específicas de los agentes de este sector, destinada al tráfico jurídico de cualquier tipo de inmueble.

2. La publicidad inmobiliaria realizada mediante carteles adosados a fachadas deberá ajustarse a los siguientes requisitos:

-Los carteles tendrán una superficie máxima de 1,00 x 1,00 metros, y no podrán sobresalir de la línea de fachada.

-En un mismo edificio no podrán ubicarse más de un cartel por inmueble, de la misma o distinta agencia inmobiliaria.

-Los soportes deberán instalarse con sistemas de sujeción que garanticen su seguridad.

Artículo 39. Placas

1. Se denomina placa al rótulo indicativo de profesionales liberales que contengan nombre y título de la persona física o jurídica que ejerce dicha profesión.

2. Sin perjuicio de lo establecido en la Ordenanza Reguladora para la Protección del Paisaje Urbano en el Casco Histórico y demás normativa aplicable, se permitirá su colocación en las plantas bajas y adosada a fachada, siempre que no obstaculicen ningún acceso, iluminación o ventilación, y cuando su superficie no exceda 0,50 x 0,50 metros.

TITULO III

PUBLICIDAD DINAMICA

Artículo 40. Concepto de Publicidad Dinámica

Tendrá esta consideración, la que se desarrolle a través de alguna/s de las modalidades siguientes:

1. Publicidad Móvil.

2. Publicidad Impresa y/o Publicidad mediante muestras u objetos.

3. Publicidad Audiovisual.

Artículo 41. Horarios

Con carácter general la publicidad dinámica se ajustará para su ejercicio a los siguientes horarios:

-Horario de verano (meses comprendidos de mayo a septiembre ambos inclusive): de lunes a viernes, de 10 a 14 horas y de 18 a 21 horas, y sábados de 10 a 14 horas.

-Horario de invierno (meses comprendidos de octubre a abril ambos inclusive): de lunes a viernes, de 10 a 14 horas y de 17 a 21 horas, y sábados, de 10 a 14 horas.

2. A fin de respetar el periodo de descanso de los ciudadanos, no se permitirá el ejercicio de publicidad dinámica el sábado en horario de tarde, domingo y festivos, salvo que, con motivo de festivos especiales, conmemoraciones y otros eventos ciudadanos, se autorice por el órgano competente.

Artículo 42. Publicidad móvil

1. Se entenderá por publicidad móvil la consistente en la realización de publicidad mediante el uso de elementos publicitarios o de promoción situados en vehículos, o elementos remolcados por estos, tanto terrestres como aéreos.

2. Por razones de seguridad pública, en los supuestos permiti-

dos por esta Ordenanza, con anterioridad al ejercicio de la presente modalidad publicitaria será necesaria la obtención de la correspondiente autorización.

3. La publicidad realizada en vehículos terrestres se condicionará, con carácter general, a las siguientes prescripciones, sin perjuicio de las que, para cada caso concreto, puedan establecer los Servicios Técnicos Municipales:

-No se permitirá la colocación de bastidores o cualquier otro soporte cuando sobresalgan lateralmente del vehículo, o se encuentren situados en la parte delantera o trasera del mismo, de forma que contravengan lo establecido en la normativa vigente en materia de tráfico.

-Queda prohibida con carácter general la publicidad mediante vehículos que estén estacionados en la vía pública, conforme a lo establecido en la Ordenanza Municipal de Tráfico.

-Las dimensiones del vehículo no podrán exceder, incluido el material publicitario, los 5 metros de largo, 2 metros de ancho y 4 metros de alto.

-En el caso de que el elemento publicitario se situara sobre soporte remolcado, éste deberá estar homologado conforme a la normativa de aplicación, no pudiendo superar, en cualquier caso, las medidas establecidas en el apartado anterior para el vehículo tractor.

-Queda prohibido el reparto de cualquier tipo de publicidad impresa o mediante la modalidad de muestras u objetos, desde el vehículo en que se efectúe la actividad publicitaria autorizada, salvo autorización expresa de la Junta de Gobierno Local, en su caso.

4. Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa específica reguladora de este tipo de publicidad, el ejercicio de publicidad en vehículos aéreos se encuentra sujeto a la obtención de autorización previa, quedando sujeto a las siguientes prescripciones:

-Queda prohibido el tránsito aéreo sobre edificaciones o áreas consolidadas por la edificación.

-Sólo podrá ejercerse a través de aviones, globos, dirigibles y similares, con sujeción a la legislación vigente, y globos cautivos, siempre que se ubiquen, tanto los elementos de sustentación como el propio globo, en el interior de fincas sin sobrepasar el perímetro de éstas.

-Queda prohibido el reparto de cualquier tipo de publicidad impresa o mediante la modalidad de muestras u objetos, desde el vehículo en que se efectúe la actividad publicitaria autorizada.

Artículo 43. Publicidad impresa.

1. Se entenderá por publicidad impresa aquella que difunde sus mensajes mediante el reparto en mano de material impreso, muestras u objetos a través del contacto directo entre los agentes publicitarios y los posibles usuarios, así como la realizada mediante su entrega directa a los propietarios o usuarios de viviendas, oficinas, despachos y establecimientos comerciales o su depósito en los buzones o porterías de inmuebles.

2. El titular o beneficiario del mensaje, deberá suscribir declaración responsable ante el Ayuntamiento de la actuación de que se trate, responsabilizándose expresamente de mantener limpio el espacio urbano afectado por la distribución de dicha publicidad, a cuyo efecto deberá aplicar los medios necesarios.

3. Quienes ejerciten o desarrollen esta modalidad publicitaria estarán obligados a observar, con carácter general, las siguientes prescripciones, sin perjuicio de aquellas otras que pudieran determinar los Servicios Técnicos Municipales:

a) Sus agentes deberán ejecutar las medidas correctoras necesarias para evitar la suciedad en la zona de actuación publicitaria, y en ningún momento podrán obstaculizar el libre tránsito de pe-

tones y tráfico rodado, el acceso a edificios y lugares públicos y a dependencias municipales, salvo autorización expresa y conforme a la legislación vigente en cada caso.

b) Será obligatorio para los agentes de publicidad exhibir, cuando así sean requeridos por los agentes de la autoridad, documento que acredite la presentación de la correspondiente declaración responsable.

c) El reparto de publicidad impresa sólo podrá realizarse en mano y/o mediante buzoneo, quedando prohibido su reparto indiscriminado y su fijación en parabrisas de vehículos, bien en marcha o estacionados, así como en mobiliario urbano, tanto de titularidad pública como privada, ventanillas, rejas de puertas exteriores y cualquier otro elemento arquitectónico de los edificios no destinados a tal fin.

d) Cuando la actividad consista en introducir la propaganda en el interior de los espacios que los vecinos o las comunidades de propietarios hayan dispuesto para su colocación o en las porterías de los inmuebles, queda prohibido expresamente dejar la misma en los buzones particulares destinados a correspondencia; en aquellos inmuebles en los que no existan dichos espacios específicos, se prohíbe su esparcimiento en el suelo de los vestíbulos de las viviendas o en los zaguanes de los inmuebles.

e) Los vecinos podrán detallar o indicar en sus buzones o en los lugares, en un principio, previstos para el depósito, su voluntad de no recibir este tipo de publicidad, debidamente acreditada mediante cualquier tipo de señal que se coloque sobre los buzones y que, sin ningún género de dudas, aperciba de la no disposición del titular de la vivienda a recibir dicha publicidad. Quienes incumplan la voluntad manifestada por los vecinos, serán objeto de sanción.

4. La Alcaldía u órgano en quien delegue podrá establecer los criterios sobre limitación del número de ejemplares a repartir y características del material publicitario y periodicidad de los repartos, en las zonas 1 y 2 establecidas en el artículo 3, en aras de disminuir el impacto ambiental.

Artículo 44. Publicidad audiovisual

1. Tendrá esta consideración, aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos, quedando incluida en la misma:

a) La publicidad oral a viva voz, con ayuda de megafonía o sin ella, o de otros medios auditivos auxiliares.

b) Las proyecciones fijas o animadas mediante la proyección sobre una pantalla o por cualquier sistema de imágenes, gráficos, dibujos, películas, diapositivas o análogas, fijos o animados, que incluyan mensajes publicitarios

c) Las materializadas básicamente en efectos de luz, diferentes de las proyecciones.

-Por su impacto ambiental, la utilización de este tipo de publicidad se encuentra condicionada a la obtención de la previa licencia municipal.

-Con carácter general y sin perjuicio de las prescripciones particulares que, para cada caso concreto, pudieran establecer los Servicios Técnicos Municipales, esta modalidad de publicidad se ajustará a las siguientes:

a) El volumen del sonido no podrá ser superior al nivel límite de decibelios que establezca la Ordenanza Municipal de Protección del Ambiente contra Ruidos y Vibraciones o cualquier otra normativa sobre la materia.

b) Las proyecciones fijas o animadas de imágenes con fines publicitarios, perceptibles desde la vía pública, se realizarán en lugares en los que la aglomeración de personas no impida el tránsito a pie y rodado, sin que pueda producir ningún tipo de moles-

tias por ruidos o vibraciones a los vecinos de edificios colindantes, ni deslumbramiento o cualquiera otros efectos que pudieran resultar perniciosos.

c) Los equipos de producción, enganches y otros elementos mecánicos se situarán de tal manera que no puedan producir molestias a los ciudadanos ni a los vecinos de los inmuebles del entorno.

TITULO IV OTROS SUPUESTOS

Artículo 45. Propaganda Electoral

1. Sin perjuicio de lo establecido en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, y su normativa de desarrollo, la publicidad realizada por partidos, coaliciones, federaciones y candidaturas requiere previa autorización municipal y se sujetará a las prescripciones establecidas en el presente artículo.

2. Queda totalmente prohibida la publicidad electoral incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas, panfletos o cualquier otro medio utilizado para tal fin, sobre paramentos de edificios, monumentos y elementos del mobiliario urbano, debiendo respetar el entorno urbano.

3. La publicidad electoral exterior mediante carteles y banderolas podrá ubicarse en la parte interior de las ventanas y en los balcones de las sedes de los partidos políticos y de inmuebles particulares, en éste último caso acreditando la autorización escrita del propietario del inmueble y de la comunidad de propietarios, en su caso. En estos supuestos, la sujeción de los elementos publicitarios deberá realizarse mediante anillas o abrazaderas galvanizadas que garanticen las medidas de seguridad necesarias para evitar su desprendimiento sobre la vía pública.

4. La publicidad electoral exterior mediante carteles y banderolas podrá ubicarse igualmente en los báculos y columnas del alumbrado público, con los siguientes requisitos:

a) Deberá realizarse mediante anillas o abrazaderas galvanizadas que garanticen las medidas de seguridad oportunas.

b) Requerirá informe favorable de los Servicios Técnicos Municipales, que acredite que dichos elementos no producirán deterioro alguno al mobiliario urbano que sirve de soporte.

c) La parte inferior de los elementos publicitarios deberá guardar una distancia mínima de 5 metros respecto de la rasante del suelo.

5. Se permitirá la publicidad electoral mediante cualquiera de las modalidades de publicidad dinámica contempladas en la presente Ordenanza, sujetándose a las condiciones y requisitos establecidos para cada una de ellas.

6. La propaganda referida a las actividades habitualmente realizadas por los partidos, coaliciones y federaciones en el ejercicio de sus funciones constitucionalmente reconocidas, según lo establecido en el artículo 53 de la LO 5/1985 anteriormente citada, se sujetará a las prescripciones anteriormente señaladas.

7. Los titulares de las autorizaciones deberán retirar los elementos publicitarios subsistentes en los soportes descritos anteriormente, en el plazo de diez días naturales a contar desde la finalización de la campaña electoral. Transcurrido dicho plazo sin haber efectuado la retirada de los mismos, ésta se realizará por los servicios municipales correspondientes a costa del partido político anunciante.

8. La Alcaldía u órgano en quien delegue podrá dictar normas complementarias a las previstas en el presente artículo, previos los informes y dictámenes que considere oportunos.

Artículo 46. Publicidad Institucional

i. Se entiende por publicidad institucional las actividades publicitarias realizadas por la Administración del Estado, de cualquier

Comunidad Autónoma o Administración Local, así como los organismos, entidades de derecho público y sociedades mercantiles vinculadas o dependientes de aquéllas, participadas mayoritariamente de forma directa o indirecta, que no sean de carácter industrial o comercial.

ii. La presente modalidad de publicidad requiere la previa autorización municipal para el desarrollo de la misma.

3. Estas actividades publicitarias deberán ajustarse a lo establecido en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, y su normativa de desarrollo.

4. Cuando la campaña de publicidad institucional suponga la ocupación del dominio público local o el uso de algún edificio municipal, le será de aplicación la Ordenanza Reguladora respectiva.

Artículo 47. Publicidad en Verbenas y Fiestas Populares

1. La Alcaldía podrá adoptar las disposiciones especiales que considere oportunas para regular la publicidad durante las fiestas populares, de tal manera que cause los menores inconvenientes a los intereses de los ciudadanos, estando en todo caso sujeta a previa licencia municipal.

2. En cualquier caso la entidad que colocó la publicidad deberá retirar los elementos publicitarios subsistentes, una vez acabado el período festivo. En caso de no hacerlo en el plazo de diez días previo oportuno requerimiento lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del titular de la publicidad.

Artículo 48. Publicidad en terrenos colindantes a vías de circulación rápida

1. Las vías de circulación rápida se definen como aquellas vías urbanas en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, según debe estar indicado en la señalización específica correspondiente, sea superior a la genérica de las citadas vías, siendo esta de 50 kilómetros/hora.

2. Por razón imperiosa de interés general será necesario la obtención de autorización municipal para el ejercicio de la presente modalidad publicitaria.

3. A los efectos de la publicidad regulada en este título, los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los correspondientes a las zona 4 tipificada en el artículo 3 de la presente Ordenanza.

4. En ningún caso la distancia del soporte publicitario a la vía de circulación rápida será inferior a veinte (20) metros.

5. En los terrenos situados en suelo urbano, sólo podrá autorizarse la instalación de soportes publicitarios bajos las siguientes condiciones:

-Cuando dichos soportes cuenten con cerramiento autorizado con arreglo a planeamiento. Los soportes podrán situarse sobre el cerramiento o, alternativamente, en el interior de la parcela, pero no en ambas posiciones a la vez.

-Si la superficie publicitaria se instala sobre el cerramiento de terrenos, la extensión máxima será de 240 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del terreno. Si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 60 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

-La altura máxima de los soportes será de 5,50 metros respecto a la rasante del terreno exterior en contacto con el vallado, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

-Si la superficie publicitaria no se instala sobre el cerramiento del terreno, se aplicarán las condiciones establecidas en el apartado 5 del presente artículo.

-A efectos de la explotación publicitaria no podrá segregarse un

solar o terreno

6. En los terrenos situados en suelo urbanizable, sólo podrá autorizarse la instalación de soportes publicitarios bajos las siguientes condiciones:

-Los soportes publicitarios se podrán situar libremente, si bien las licencias que se otorguen tendrán el carácter de provisionales de conformidad con lo dispuesto en la legislación urbanística aplicable. No podrán instalarse sobre las líneas divisorias con fincas colindantes.

-A efectos de explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un terreno.

-En terrenos con frente a una vía rápida la superficie publicitaria máxima será de 150 metros cuadrados por cada 100 metros lineales de fachada del terreno con la vía rápida.

-La parte más próxima del soporte publicitario a la alineación de la vía rápida en el Plano de Ordenación será como mínimo de 20 metros.

-Para distancias superiores a 20 metros, la proximidad desde el borde inferior del soporte al punto de medición de la rasante será de 2/3 de la altura máxima, sin que en ningún caso pueda ser inferior a 2,20 metros.

-La altura máxima del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía rápida será fijada mediante la siguiente tabla en función de la parte más próxima del mismo a la alineación.

DISTANCIA ALTURA MÁXIMA:

20 metros 5,50 metros.

40 metros 12 metros.

50 metros 15 metros.

Y así proporcionalmente, no pudiendo superarse en ningún caso la cota máxima de 20 metros de alto.

Artículo 49. Venta y distribución gratuita de prensa en espacios públicos

La venta y distribución gratuita de prensa en espacios públicos, con instalaciones desmontables o mediante repartidores, se regirá por lo establecido en la Ordenanza Municipal Reguladora de los Usos, Ocupaciones e Instalaciones en el dominio público local.

TÍTULO V

RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES Y DECLARACIONES RESPONSABLES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD CAPÍTULO I

De las Autorizaciones

Artículo 50. Procedimiento de obtención de licencia

En aquellos supuestos en que de acuerdo con lo establecido en la presente ordenanza sea necesaria la obtención de licencia por razón imperiosa de interés general el procedimiento aplicable será el establecido en el presente Título.

Artículo 51. Solicitud de licencia y documentación

1. Las personas interesadas en la obtención de la correspondiente licencia deberán presentar su solicitud por cualquiera de los medios legalmente establecidos con una antelación mínima de 30 días naturales al comienzo de la vigencia de la misma, en la que deberá constar obligatoriamente:

-Para personas físicas, nombre y apellidos, NIF y domicilio a efectos de notificaciones.

-Para personas jurídicas, denominación social, domicilio a efectos de notificaciones, CIF, identificación de su representante legal y acreditación de tal representación conforme a lo establecido en el artículo 5.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

-Modalidad de publicidad para la que se solicita licencia.

-La documentación que, para cada una de las distintas modalidades de publicidad, sea exigible según lo dispuesto en el presente artículo.

-Documento acreditativo de los derechos fiscales oportunos cuando así lo establezcan las Ordenanzas Fiscales de aplicación.

-Cualquier otra que, para supuestos singulares, se considere procedente, a juicio de los Servicios Técnicos Municipales, o que se derive del cumplimiento de cualquier otra ordenanza municipal o normativa estatal o autonómica.

-Copia de la correspondiente Licencia de Obras, en su caso.

2. Las solicitudes para instalación de vallas publicitarias, monopostes y agrupaciones de vallas deberán aportar, además, la siguiente documentación:

a) Proyecto redactado por técnico competente, debidamente visado por el Colegio Profesional correspondiente, comprensivo de:

a.1. Memoria justificativa que acredite la adecuación del elemento a instalar a esta Ordenanza.

a.2. Memoria descriptiva, con especificación de dimensiones, sistema de anclaje, lugar exacto de instalación, justificación técnica de los elementos estructurales necesarios para su estabilidad y seguridad, hipótesis de cálculo y seguridad frente a la acción del viento.

a.3. Planos de situación y de emplazamiento a escala mínima 1:1.000.

a.4. Plano a escala mínima 1:100 de secciones y alzados tanto del elemento como del suelo, solar o fachada, cierres o elementos verticales sobre los que se instale con especificación de sus proyecciones, tanto sobre el suelo como sobre los paramentos verticales, y la estructura sustentante.

b) Fotografías a color de las fachadas, medianeras del inmueble o del solar sobre los que, en su caso, se pretenda realizar la instalación.

c) Proyecto específico de las instalaciones eléctricas, cuando estas sean precisas.

d) Póliza de seguro de responsabilidad civil en cuantía suficiente para responder de posibles daños personales y materiales que pudieran producirse como consecuencia de la instalación, mantenimiento y/o conservación de la valla.

e) Plazo de montaje de la instalación y tiempo de vigencia de la autorización solicitada.

f) Consentimiento expreso y por escrito del propietario del inmueble o, en su caso, de la comunidad de propietarios o comunidades de éstos que resulten afectados, cuando se pretenda la instalación de vallas en medianeras de edificios.

3. Las solicitudes para instalación de carteles, banderolas y pancartas deberán aportar, además, la siguiente documentación:

-Expresión del número de elementos a instalar, dimensiones y materiales.

-Propuesta de ubicación o ubicaciones de los mismos.

-Evento que motiva su instalación.

-Tiempo de vigencia de la autorización solicitada.

-Documento fotográfico del elemento publicitario.

4. Las solicitudes para instalación de rótulos deberán aportar, además, la siguiente documentación:

-Proyecto suscrito por técnico competente, comprensivo de Memoria descriptiva, con especificación de dimensiones, sistema de anclaje, lugar exacto de instalación, justificación técnica de los elementos estructurales necesarios para su estabilidad y seguridad, hipótesis de cálculo y seguridad frente a la acción del viento, con especificación de las instalaciones eléctricas cuando estas sean precisas, así como plano de situación y emplazamiento a escala mínima 1:1000 del elemento publicitario en la ubicación

que se pretenda.

-Fotografías a color, tamaño mínimo 13 x 18 centímetros, de las fachadas o medianeras del inmueble sobre la que se pretenda realizar la instalación.

-Póliza de seguro de responsabilidad civil en cuantía suficiente para responder de posibles daños personales y materiales que pudieran producirse como consecuencia de la instalación, mantenimiento y/o conservación del rótulo.

-Plazo de montaje de la instalación y tiempo de vigencia de la autorización solicitada.

-Consentimiento expreso y por escrito del propietario del inmueble o comunidad de propietarios, cuando se pretenda la instalación de rótulos en dominio privado perceptibles desde el dominio público.

-Consentimiento expreso y por escrito del propietario del inmueble o, en su caso, de la comunidad de propietarios o comunidades de éstos que resulten afectados, cuando se pretenda la instalación de rótulos en plantas bajas o superiores y en coronación de edificios.

5. Las solicitudes para publicidad en obras y fachadas de edificios deberán expresar, además, número de carteles a instalar, dimensiones de los mismos, y aportar la correspondiente licencia de obras.

6. Las solicitudes para publicidad móvil deberán aportar, póliza de seguro de responsabilidad civil en cuantía suficiente para responder de posibles daños personales y materiales que pudieran producirse y memoria descriptiva que deberá contener:

a) Documento acreditativo de homologación del remolque conforme a la normativa aplicable.

b) Identificación del vehículo utilizado.

c) Instalación o instalaciones que sirvan de soporte publicitario, con expresión de sus dimensiones y elementos de sujeción al vehículo que las transporte.

7. Para publicidad audiovisual, deberán aportar además, identificación del vehículo desde el que se realice la misma, en los supuestos de megafonía. Si el ejercicio de esta modalidad requiriese el uso de equipos de producción, enganches y otros elementos mecánicos, deberá aportarse memoria técnica descriptiva con especificación de dimensiones, sistema de anclaje, lugar exacto de instalación, justificación técnica de los elementos estructurales necesarios para su estabilidad y seguridad y del sistema eléctrico, y póliza de seguro de responsabilidad civil en cuantía suficiente para responder de posibles daños personales y materiales que pudieran producirse.

Artículo 52. Subsanción y mejora de solicitudes

1. Recibidas las solicitudes por el Servicio Municipal competente, se revisará la documentación presentada, requiriéndose a los interesados para que en un plazo de diez días hábiles sean subsanadas aquéllas, cuando se aprecien errores o falta de documentación, con indicación de que, si así no lo hiciera, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución que deberá ser dictada en los términos previstos en el artículo 21 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

2. En lo relativo a mejora de las solicitudes, se estará a lo dispuesto en el artículo 68.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Artículo 53. Petición de informes y dictámenes

1. Una vez subsanadas las solicitudes o de no precisar la misma, se remitirá oficio a los Servicios Técnicos Municipales, junto con copia de aquéllas y de la documentación adjunta, para que

en el plazo máximo de diez días emitan informe, en que se pondrá de manifiesto la procedencia o improcedencia de la autorización y, en su caso, los términos y condiciones bajo los que la misma se considere procedente.

2. Si la petición formulada requiriese dictamen de Comisión Informativa, se seguirá el mismo procedimiento expresado en el apartado anterior.

Artículo 54. Suspensión y ampliación de plazos

1. El órgano competente para resolver podrá, mediante resolución motivada, ampliar los plazos legal y reglamentariamente previstos en los siguientes supuestos:

-Cuando se requiera el dictamen de Comisión Informativa Municipal, hasta la emisión del mismo.

-Cuando se requiera informe de la Gerencia Municipal de Urbanismo sobre adecuación de la instalación a las normas urbanísticas establecidas en el PGOU, que deberá ser evacuado en un plazo máximo de quince días naturales.

-Cuando se personen en el procedimiento interesados cuyos intereses legítimos, individuales o colectivos, puedan resultar afectados por la resolución que se adopte, y formulen alegaciones, que deberán ser estudiadas y resueltas en un plazo máximo de diez días a contar desde el siguiente al de su presentación.

-Cuando la Administración, de oficio, acuerde iniciar periodo de prueba o cualquier otro acto de instrucción necesario para la determinación, conocimiento y comprobación de los datos en virtud de los cuales deba pronunciarse, por el periodo estrictamente necesario para su práctica.

-Por cualquier otra causa establecida en normativa estatal o autonómica.

2. Del mismo modo podrá el órgano competente ampliar mediante resolución motivada los plazos legal y reglamentariamente previstos para el periodo de prueba, por el tiempo estrictamente necesario para su práctica, según su naturaleza.

Artículo 55. Procedimiento para actividades o instalaciones publicitarias sin la preceptiva autorización municipal

Cuando cualquier órgano administrativo tenga conocimiento de conductas o hechos realizados o elementos publicitarios instalados sobre el suelo o vuelo del dominio público, careciendo de autorización municipal en los casos en que ésta tenga carácter preceptivo, podrá comunicar tales circunstancias al órgano competente en la materia para que inicie las correspondientes actuaciones administrativas.

Artículo 56. Actuaciones previas

1. En aquellos supuestos en que de acuerdo con la presente ordenanza se requiera licencia municipal para el ejercicio de la actividad publicitaria, el órgano competente en la tramitación del procedimiento para concesión de autorizaciones cuando observe actuaciones que se ejerciten sin la misma, podrá recabar los informes que considere necesarios para determinar si los hechos y/o instalaciones son susceptibles de regularización conforme a su adecuación a la normativa aplicable en la materia.

2. Cuando el contenido de los informes citados se deduzca que tales hechos e instalaciones no son susceptibles de regularización, se dará traslado de tales circunstancias al órgano competente en materia sancionadora y de disciplina demanial y urbanística, a los efectos legalmente previstos.

Artículo 57. Requerimiento a los interesados

1. Si los hechos y/o instalaciones son compatibles con la ordenación vigente, se requerirá al interesado o interesados para que, en el plazo improrrogable de 2 meses a contar desde el siguiente al de su recepción, solicite voluntariamente la preceptiva autorización municipal, aportando la documentación establecida en la pre-

sente Ordenanza, o formule o presente las alegaciones, documentación o información que considere oportunas en su defensa.

2. Dicho plazo podrá ser ampliable por una sola vez hasta un máximo de otros dos meses cuando la complejidad del proyecto así lo aconseje.

3. Si transcurrido el plazo establecido en el apartado anterior el interesado no hubiese realizado actuación alguna, el órgano competente podrá proceder a la imposición de hasta doce multas coercitivas por periodos mínimos de un mes y cuantía, en cada ocasión, de hasta 300,00 €, sin perjuicio de la adopción de la medida de reposición a su estado originario de la realidad física alterada.

Artículo 58. Compatibilidad de procedimientos

La obtención, por parte de los interesados, de la autorización municipal en aquellos supuestos en que sea perceptiva, no excluye la imposición de las correspondientes sanciones, medidas de policía demanial y/o urbanística ni el inicio del correspondiente procedimiento de regulación en materia tributaria.

Artículo 59. Eficacia de las licencias

La eficacia de la licencia queda condicionada al pago efectivo de cuantos impuestos, tasas o precios públicos puedan devengarse, así como del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en la correspondiente autorización.

Artículo 60. Resolución y efectos del silencio

Las licencias para actos de publicidad se otorgarán en régimen de previa autorización administrativa, en el plazo de un mes desde la presentación de la documentación completa, siendo el silencio administrativo desestimatorio al concurrir las circunstancias previstas en los artículos 9.1 y 13.4 de la Directiva relativa a los servicios en el mercado interior.

Artículo 61. Vigencia de las licencias

Por razón imperiosa de interés general, por razones de orden público, seguridad pública y a la vista de la escasez de los recursos naturales, se hace necesario limitar el número máximo de licencias y su temporalidad de acuerdo con lo establecido en la presente ordenanza. El plazo de vigencia máxima de las mismas será el establecido para cada modalidad en la presente ordenanza, concediéndole con carácter general y salvo disposición en contrario el plazo de 1 año para su ejercicio, prorrogable, previa petición expresa del titular, antes de su extinción.

Concluso el plazo de vigencia de las licencias, su titular estará obligado al desmontaje y retirada de la instalación en el plazo que, para cada una de las modalidades de publicidad, establezca la presente Ordenanza.

Artículo 62. Extinción de las licencias

Las licencias se extinguirán por las siguientes causas:

- Por vencimiento de su vigencia.
- Por revocación, en los términos establecidos en el artículo 16 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.
- Por caducidad.
- Causas sobrevenidas o excepcionales de interés público, aún antes del término del plazo para el que se otorgó.
- Por muerte del titular o extinción de la personalidad jurídica del mismo, salvo lo dispuesto para las transmisiones en la presente Ordenanza.
- Por resolución judicial.
- En virtud de sanción impuesta por la Administración Municipal, previo expediente instruido al efecto.
- Por renuncia expresa del titular.
- Por cualquier otra causa establecida en normativa estatal, autonómica y/o local vigente.

Artículo 63. Transmisión de las licencias.

1. Las autorizaciones otorgadas por concesión administrativa, por regla general, no serán transmisibles, salvo que en el pliego de cláusulas correspondiente se establezca lo contrario.

2. Las licencias serán transmisibles, salvo que el número de las otorgables fuere limitado, previa autorización municipal, en los siguientes supuestos:

-Por cambio de titular de la actividad económica a la que hace referencia el elemento publicitario.

-Por cambio de denominación de la persona jurídica titular de la licencia.

-Por cualquiera de las formas de sucesión de la personalidad jurídica previstas en la legislación mercantil.

3. La transmisión se iniciará mediante petición escrita del cedente y adquirente, suscrita por ambos y presentada en el Registro General de Documentos, debiendo el adquirente acreditar el cumplimiento de los requisitos exigidos para ostentar la titularidad de la licencia, así como encontrarse al corriente en sus obligaciones fiscales con la Hacienda Local.

4. El nuevo titular deberá asumir expresamente todas las obligaciones del anterior titular.

5. La transmisión no alterará en ningún caso los plazos de vigencia de la licencia inicialmente concedida.

CAPÍTULO II

De las Declaraciones Responsables

Artículo 64. Contenido

1. Las personas interesadas en el ejercicio de aquellas modalidades publicitarias en que de acuerdo con la presente ordenanza sea suficiente la declaración responsable, deberán con carácter general suscribir la oportuna declaración con carácter previo al ejercicio de la actividad, en la cual deberán indicar el cumplimiento de los requisitos y condiciones exigidos para ello con arreglo a lo previsto en la presente ordenanza y normativa que le sea de aplicación, así como el pago de los derechos fiscales oportunos, debiendo en todo caso dejar constancia de la identidad de las personas físicas o jurídicas que pretenden el inicio de la actividad conforme a lo previsto en los apartados a) o b) del artículo 51 y duración en que pretenden ejercer la actividad. De manera específica se exige a su vez para la publicidad impresa indicación del número de ejemplares a repartir, características del material publicitario, periodicidad y duración de los repartos.

2. En todo caso se remitirá copia de la declaración responsable suscrita por las personas físicas o jurídicas que pretendan ejercer la actividad publicitaria a la Jefatura de Policía Local, a efectos de facilitar el control de dicha actividad.

Artículo 65. Efectos

1. Las declaraciones responsables y las comunicaciones previas permitirán el ejercicio del derecho en los lugares y en la forma expresamente permitidos, desde el día de su presentación, siempre que la misma recoja los requisitos que en cada caso se prevean, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección de la Administración.

2. Inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable o a una comunicación previa, o la no presentación ante la Administración competente de la declaración responsable o comunicación previa, determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho o actividad afectada desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos, sin perjuicio de las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar.

3. Asimismo, la resolución del órgano competente que declare tales circunstancias podrá determinar la obligación del interesado

de restituir la situación jurídica al momento previo al inicio de la actividad correspondiente, así como la imposibilidad de instar un nuevo procedimiento con el mismo objeto durante un periodo de tiempo determinado, todo ello conforme a los términos establecidos en las normas sectoriales de aplicación.

Artículo 66. Duración

El plazo en que la declaración responsable posibilita el ejercicio del derecho será el recogido en la misma, con un máximo de un año.

CAPÍTULO III Zona Saturada

Artículo 67. Declaración de zona saturada

1. El Excmo. Ayuntamiento de Lucena podrá establecer prohibiciones, limitaciones o restricciones respecto de la instalación y/o modificación de elementos publicitarios regulados en la presente Ordenanza en determinadas zonas urbanas, cuando el número y características de los elementos publicitarios existentes en dicha zona aconsejen tales prohibiciones o limitaciones.

El órgano municipal competente para acordar la declaración de zona saturada y determinar los criterios aplicables, será el Pleno de la Corporación u órgano en quien delegue.

Artículo 68. Procedimiento de declaración

1. El procedimiento se iniciará de oficio o a instancia de parte:

1.a) Se iniciará de oficio cuando la Administración aprecie que concurren circunstancias singulares que aconsejan acordar la declaración de zona saturada.

1.b) Podrá solicitarse la declaración de zona saturada por asociaciones de vecinos, empresariales, comerciales, culturales o de cualquier otra índole.

2. La propuesta o solicitud de declaración se remitirá a los Servicios Técnicos competentes, a fin de que se emita informe sobre concurrencia de circunstancias que motiven la apertura del procedimiento de declaración, al que se acompañara plano de delimitación de la zona afectada, relación de elementos publicitarios existentes en la misma, con indicación expresa de su ubicación exacta y características de cada uno de ellos, y propuesta de medidas a adoptar para evitar la saturación de dicha zona.

1) Si los Servicios Técnicos Municipales no apreciaran la concurrencia de circunstancias que aconsejen la declaración de zona saturada, el órgano competente para iniciar el procedimiento podrá disponer, mediante resolución motivada, la no procedencia de iniciar el mismo, debiendo dar traslado de dicha resolución al peticionario.

2) Iniciando el correspondiente procedimiento de declaración, se someterá a un periodo de información pública no inferior a veinte ni superior a treinta días hábiles, a fin de que cualquier persona física o jurídica pueda examinar el expediente y formular cuantas alegaciones considere oportunas.

3) Transcurrido dicho plazo sin que se hayan formulado alegaciones o modificada la propuesta inicial en función de las alegaciones tomadas en consideración, se elevará el expediente al Pleno de Ayuntamiento para la adopción del correspondiente acuerdo.

Artículo 69. Supresión

Con arreglo al mismo procedimiento establecido para su declaración, podrá acordarse la supresión del régimen de prohibición, limitaciones o restricciones que conlleva la declaración de zona saturada, cuando desaparezcan las circunstancias que motivaron su declaración.

TÍTULO VI

DISPOSICIONES DE POLICÍA Y RÉGIMEN SANCIONADOR

Artículo 70. Potestades del Ayuntamiento

1. Corresponde al Ayuntamiento el ejercicio de la potestad inspectora y sancionadora, así como velar por el cumplimiento de lo previsto en la presente Ordenanza y demás normativa de aplicación.

2. Dar cuenta a las autoridades judiciales y administrativas de las conductas que sean susceptibles de constituir infracciones, en los casos en que legal o reglamentariamente, tengan aquéllas atribuida la competencia sancionadora.

3. La inspección y la denuncia de infracciones se llevará a cabo por los agentes de Policía Local o por el personal funcionario que ostente tal prerrogativa, garantizando el cumplimiento tanto de las funciones citadas, así como de las establecidas en la presente Ordenanza.

4.a) Los Agentes de Policía Local o el personal funcionario competente, tendrán respecto a la función inspectora, previa a la oportuna identificación y al previo consentimiento del afectado o resolución judicial al efecto, la facultad de acceder a los edificios, instalaciones, obras y en general a los lugares donde se realice cualquier tipo de actividad publicitaria.

b) Las personas responsables de las actividades citadas, están obligados a prestar la colaboración que les sea requerida a quienes desempeñen la función de inspección a que se refiere el presente artículo.

5. Formular requerimiento a los titulares de la actividad publicitaria, para que procedan a la retirada de aquellos elementos publicitarios que contravengan lo establecido en la presente Ordenanza. El Ayuntamiento se reserva el derecho a retirar sin requerimiento previo los elementos publicitarios que supongan un riesgo para la seguridad de personas o bienes.

6. Adoptar las medidas preventivas o correctoras tendentes a la restauración del orden jurídico perturbado.

7. Cuantas potestades y facultades se deriven de la presente Ordenanza y las que le otorgue a las Entidades Locales la normativa aplicable en materia de publicidad.

Artículo 71. Órganos Competentes

Corresponderá a la Alcaldía u órgano en quien delegue, imponer sanciones por infracción a lo establecido en la presente Ordenanza previa instrucción del correspondiente procedimiento y según la normativa de aplicación.

Artículo 72. Definición y clasificación de las infracciones

1. Serán consideradas infracciones administrativas las acciones y omisiones que vulneren las prescripciones establecidas en la siguiente Ordenanza.

2. Son infracciones muy graves:

a) Los actos de publicidad que supongan una perturbación relevante de la convivencia que afecte de manera grave, inmediata y directa a la tranquilidad o a el ejercicio de derechos legítimos de otras personas, al normal desarrollo de actividades de toda clase conforme con la normativa aplicable o a la salubridad u ornato públicos, siempre que se trate de conductas no asimilable en los tipos previstos en el capítulo V de la Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la Seguridad Ciudadana.

b) Los actos de publicidad que, efectuados sin licencia o sin la correspondiente declaración responsable, según lo exigido en la presente Ordenanza, supongan la grave y relevante obstrucción en el uso de un servicio o un espacio público por otra u otras personas con derecho a su utilización.

c) Los actos de publicidad que supongan un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.

d) actos de publicidad, no derivados de alteraciones de la seguridad ciudadana que deterioren de forma grave y relevante los es-

pacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos, sean muebles e inmuebles.

e) Los actos u omisiones contrarios a lo establecido en el artículo 7, apartados 1 a) y b) y 2 a) de esta Ordenanza.

3. Son infracciones graves:

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

b) Los actos u omisiones contrarios a lo establecido en el artículo 7, apartados 1c), d) y g) y 2b), c), d), e), f), y g) de esta Ordenanza.

c) La obstrucción de la actividad inspectora o de control del Ayuntamiento.

d) La negativa a la colaboración requerida por este Ayuntamiento con el objeto de tener conocimiento de las infracciones que, por acción u omisión, pudieren ser cometidas.

e) La reincidencia por comisión, en el término de un año, de más de una infracción leve, cuando así haya sido declarado por resolución firme.

4. Son infracciones leves:

a) Ejercer la actividad publicitaria careciendo de licencia municipal o sin haber efectuado la correspondiente declaración responsable, según lo que sea exigible conforme a la presente ordenanza.

b) Excederse, en el ejercicio de cualquier actividad publicitaria, de las limitaciones fijadas en las correspondientes autorizaciones o de lo comunicado a la Administración.

c) Los actos u omisiones contrarios a lo establecido en el artículo 7, apartados 1,e), f), h), i), y k) de esta Ordenanza.

d) Las actuaciones contrarias a las limitaciones o prohibiciones establecidas en la presente Ordenanza, para cada tipo de soporte publicitario.

e) Las actuaciones contrarias a esta Ordenanza y a las normas legales o reglamentarias en materia de publicidad, cuando no proceda la calificación de grave o muy grave.

Artículo 73. Graduación de las sanciones

La graduación de las sanciones se determinará en función de los siguientes criterios:

a) La existencia de internacionalidad o reiteración.

b) La naturaleza del perjuicio o daño causado, así como del beneficio obtenido.

c) La adopción espontánea por parte del autor de la infracción, de medidas correctoras desde la fecha de la denuncia y con anterioridad a la incoación de expediente sancionador.

Artículo 74. Sanciones

Salvo previsión legal distinta, las infracciones tipificadas en esta Ordenanza serán, sancionadas pecuniariamente conforme a las siguientes cuantías, de acuerdo con lo establecido en el artículo 141 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local:

a) Las infracciones muy graves, con multa desde 1.501 hasta 3,000 euros.

b) Las infracciones graves, con multa de hasta 751 hasta 1,500 euros.

c) Las infracciones leves, con multa de hasta 750 euros.

Artículo 75. Sanciones accesorias

Sin perjuicio de las sanciones pecuniarias establecidas en el artículo anterior, la corrección de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza podrán, llevar aparejadas las siguientes sanciones accesorias:

a) La incautación y retirada de los instrumentos o elementos utilizados para la comisión de las infracciones.

b) La restitución del bien jurídico dañado a su estado originario y la indemnización por los daños y perjuicios causados.

c) Suspensión de la licencia hasta 7 días por infracciones leves; hasta 30 días por infracciones graves; hasta 1 año por infracciones muy graves.

d) Revocación de la licencia.

e) La inhabilitación para ejercer cualquier tipo de actividad publicitaria regulada en esta Ordenanza por tiempo no superior a un año.

Artículo 76. Responsables

1. Serán responsables de las infracciones calificadas en el artículo anterior, las personas físicas o jurídicas que sean directamente autores de las mismas, aún a título de simple inobservancia.

2. Cuando en los hechos que den lugar a una infracción quede acreditada la participación de dos o más personas, tanto físicas como jurídicas, responderán de manera solidaria, tanto de las infracciones cometidas como de las sanciones que se impongan.

3. Serán responsables subsidiarios por el incumplimiento de las obligaciones impuestas en esta norma que conlleven el deber de prevenir la infracción administrativa cometida por otros, las personas físicas o jurídicas sobre las que tal deber recaiga, conforme a la normativa vigente.

4. Las responsabilidades administrativas que se deriven del procedimiento sancionador serán compatibles con la exigencia al infractor de la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como la indemnización por los daños y perjuicios causados.

Artículo 77. Prescripción de las infracciones

1. Las infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las graves a los dos años y las leves a los seis meses.

2. El plazo de prescripción de las infracciones comenzará a contarse desde el día en que la infracción se hubiera cometido. Interrumpirá la prescripción de iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento sancionador, reanudándose el plazo de prescripción si el expediente sancionador estuviera paralizado más de un mes por causa no imputable al infractor.

Artículo 78. Prescripción de las sanciones

1. Las sanciones impuestas por infracciones muy graves prescribirán a los tres años, las impuestas por faltas graves a los dos años y las impuestas por faltas leves del año.

2. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a transcurrir el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al sancionado.

Artículo 79. Procedimiento sancionador

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en la presente ordenanza se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público, y la demás normativa sectorial que resulte de aplicación.

El plazo máximo en el que debe notificarse la resolución expresa de estos procedimientos será de seis meses.

Artículo 80. Medidas de carácter provisional

De conformidad con lo previsto en el artículo 56 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas:

-Iniciado el procedimiento, el órgano administrativo competente para resolver, podrá adoptar, de oficio o a instancia de parte y de forma motivada, las medidas provisionales que estime oportunas para asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, si existiesen elementos de juicio suficientes para ello, de acuerdo con los principios de proporcionalidad, efectividad y menor onerosidad.

-Antes de la iniciación del procedimiento administrativo, el órgano competente para iniciar o instruir el procedimiento, de oficio o a instancia de parte, en los casos de urgencia inaplazable y para la protección provisional de los intereses implicados, podrá adoptar de forma motivada las medidas provisionales que resulten necesarias y proporcionadas. Las medidas provisionales deberán ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los quince días siguientes a su adopción, el cual podrá ser objeto del recurso que proceda.

-En todo caso, dichas medidas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento en dicho plazo o cuando el acuerdo de iniciación no contenga un pronunciamiento expreso acerca de las mismas.

-De acuerdo con lo previsto en los dos apartados anteriores, podrán acordarse las medidas provisionales dispuestas en el apartado 3 del mencionado artículo 56.

5. No se podrán adoptar medidas provisionales que puedan causar perjuicio de difícil o imposible reparación a los interesados o que apliquen violación de derechos amparados por las leyes.

6. Las medidas provisionales podrán ser alzadas o modificadas durante la tramitación del procedimiento, de oficio o a instancia de parte, en virtud de circunstancias sobrevenidas o que no pudieron ser tenidas en cuenta en el momento de su adopción.

7. En todo caso, se extinguirán con la eficacia de la resolución administrativa que ponga fin al procedimiento correspondiente.

Artículo 81. Alcance y contenido

1. Constituyen medidas de carácter provisional que no tendrán carácter de sanción, las que a continuación se señalan:

a) La intervención del material de promoción o publicidad cuando se trate de actividad no amparada por licencia o se considere que esta medida resulta necesaria para impedir la continuación en la comisión de la infracción que se hubiera detectado.

b) Intervención de los elementos que sirvan de soporte a la actividad publicitaria siempre que ejerza la actividad en la forma prevista en el punto 1 y/o cuando se incumplan las condiciones de la licencia.

2. En ambos casos, el material intervenido se constituirá en depósito municipal, debiendo requerir al interesado para que en un plazo de cinco días hábiles reclame tales efectos. Los gastos

originados por la retirada y/o depósito así como las tasas correspondientes, deberán ser abonados por el interesado en el momento de la restitución.

3. Transcurrido el plazo establecido en el apartado anterior sin que se hubiera reclamado, se entenderá renuncia al citado material, dándose cuenta a la Junta de Gobierno Local para que se acuerde el destino definitivo de los mismos.

Artículo 82. Medidas complementarias

1. Una vez dictada Resolución en el seno del procedimiento sancionador, y para el caso de incumplimiento por parte del infractor de las medidas de carácter provisional o de las correctoras que se hayan podido establecer y para la restauración del orden jurídico perturbado, se podrán imponer multas coercitivas sucesivas de hasta 300,00 euros cada una.

2. Por razones de urgencia y en los supuestos en los que concurran circunstancias en materia de publicidad que afecten a la seguridad, al orden y al ornato público, podrán suspenderse la vigencia de las licencias y la adopción de medidas conducentes a la seguridad, orden y ornato público.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

A la entrada en vigor de la presente Ordenanza, quedarán derogadas cuantas otras normas dictadas por este Excmo. Ayuntamiento se opongan a lo establecido en la misma y, en concreto, la anterior Ordenanza reguladora de la Publicidad de la Ciudad de Lucena publicada en el Boletín Oficial de la Provincia nº 103, de 3 de junio de 2010.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA

En lo no previsto en la presente Ordenanza municipal, se estará a lo dispuesto en la Ley 7/1999, de 29 de septiembre, de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía, la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía, aprobado por Decreto 18/2006, de 24 de enero, el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales, aprobado por Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, y en las restantes normas que resulten de aplicación en la materia.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA

La presente Ordenanza entrará en vigor una vez que se haya publicado íntegramente en el Boletín Oficial de esta Provincia y transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la Ley 7/85, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

DISPOSICIÓN FINAL TERCERA

La Alcaldía u órgano en quien delegue queda facultada para dictar cuantas órdenes o instrucciones resulten necesarias para la adecuada interpretación, desarrollo y aplicación de la presente Ordenanza.