

ILUSTRE AYUNTAMIENTO DE LA OLIVA

ANUNCIO

350

Que el Pleno de la Corporación, en Sesión Ordinaria celebrada el día 26 de noviembre de 2020, adoptó, entre otros, el acuerdo de Aprobación definitiva de la MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA DE PUBLICIDAD EXTERIOR, cuyo texto literal es el siguiente:

<<AYUNTAMIENTO DE LA OLIVA
ORDENANZA REGULADORA DE PUBLICIDAD
EXTERIOR.

Índice Ordenanza

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo 1. Objeto

Artículo 2. Definiciones

Artículo 3. Ámbito de aplicación

Artículo 4. Exclusiones

TÍTULO PRIMERO. DISPOSICIONES DE
APLICACIÓN GENERAL

Artículo 5. Regulación general para todos los tipos
de publicidad

Artículo 6. Publicidad electoral

Artículo 7. Condiciones de las vallas

Artículo 8. Condiciones de los monopostes

Artículo 9. Condiciones de los carteles

Artículo 10. Condiciones de las pancartas, banderolas
o similares

Artículo 11. Condiciones de los anuncios proyectados

Artículo 12. Condiciones del reparto manual de
propaganda

Artículo 13. Condiciones de la publicidad mediante
el uso de vehículos

TÍTULO SEGUNDO. DISPOSICIONES DE
APLICACIÓN POR ZONAS

Artículo 14. Notificación del territorio a efectos
publicitarios

Artículo 15. Publicidad en Zona 1. Residencial

Artículo 16. Publicidad en Zona 2. Turística

Artículo 17. Publicidad en Zona 3. Resto del
Territorio

TÍTULO TERCERO. RÉGIMEN JURÍDICO DE
LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

Capítulo I. Normas Generales

Artículo 18. Título Habilitante

Artículo 19. Titularidad

Artículo 20. Tasas

Artículo 21. Seguros de Responsabilidad civil

Artículo 22. Fianza y avales

Capítulo II. Documentación y Procedimiento

Artículo 23. Procedimiento para la actividad
publicitaria

Capítulo III. Plazos y Vigencia

Artículo 24. Vigencia y prórroga

Artículo 25. Revisión de las instalaciones e invalidez
de la solicitud

Artículo 26. Cambios de titularidad o modificación
de la actividad publicitaria

TÍTULO CUARTO. RÉGIMEN SANCIONADOR

Artículo 27. Responsable

Artículo 28. Infracciones

Artículo 29. Sanciones

Artículo 30. Procedimiento sancionador

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición transitoria primera

Disposición transitoria segunda

Disposición transitoria tercera

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

DISPOSICIÓN FINAL

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La presente Ordenanza de Publicidad Exterior tiene por objeto establecer unos parámetros básicos para el ejercicio de la actividad publicitaria privada, visible desde la vía pública, y ejercida por cualquier persona física o jurídica, de manera que se asegure su adecuación al modelo de paisaje urbano del ámbito del municipio de La Oliva.

Esta intervención sobre el paisaje urbano, a través de la regulación de la publicidad exterior, encuentra justificación, entre otras, en las competencias municipales en materia de urbanismo, medio ambiente urbano y patrimonio histórico, reconocidas en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y en la Ley 7/2015, de 1 de abril, de los municipios de Canarias.

No se aborda, por el contrario, el contenido de la publicidad como forma de comunicación realizada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones, pues estas materias exceden del ámbito competencial de la ordenanza, limitándose únicamente a establecer los supuestos en los que, de acuerdo con la ley General de Publicidad, se prohíbe la emisión de mensajes y la utilización de medios publicitarios que atenten contra la dignidad de las personas y los valores constitucionales o que promuevan el consumo de determinadas sustancias adictivas.

La Ordenanza se dirige a la regulación de la actividad privada de publicidad exterior, abarcando, en su Título I, tanto la que se lleva a cabo en instalaciones fijas, como la llevada a cabo sobre vehículos, la publicidad oral y la publicidad repartida de forma manual. Además, para una adaptación eficaz de los actos de publicidad al modelo de paisaje urbano, se incluyen,

en su Título II, una serie de disposiciones aplicables por zonas (residencial, turística, comercial, etc.).

Se establece en el Título III el Régimen Jurídico de los Actos de Publicidad, que incluye la regulación de títulos habilitantes, documentación y procedimiento, plazos de vigencia, etc. En virtud de esta regulación se establecen también los diferentes regímenes de infracciones y sanciones en su Título V.

En definitiva, la nueva Ordenanza Reguladora de la publicidad exterior, además de establecer el régimen aplicable a la actividad publicitaria privada visible desde la vía pública, se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica.

TÍTULO PRELIMINAR.

Artículo 1. Objeto.

La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, con el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje y de la imagen del municipio.

Artículo 2. Definiciones.

A efectos de la presente ordenanza, se entiende por:

Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es 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 contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

Publicidad exterior: la publicidad que es visible desde las vías y espacios públicos siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

Modalidades de publicidad: son las formas en que se manifiesta un mensaje publicitario. Estas modalidades son:

1. Publicidad estática: la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.

a. Valla publicitaria: instalación constituida por materiales consistentes y duraderos, dotada de superficie plana, de chapa o pantalla, y de marco, de contenido fijo o variable en el tiempo, y que tiene por fin el de exhibir mensajes.

b. Monoposte: aquella instalación constituida por materiales consistentes y duraderos de implantación estática compuesta por báculo que sirve de sustentación de un paramento destinado a contener en su interior elementos planos o corpóreos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijos o variable.

c. Monolito: elemento prismático construido con materiales consistentes y duraderos, en los que predomina el desarrollo vertical. Los mensajes publicitarios se disponen en sus paramentos.

d. Carteles: anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón, vinilo o similar, de escasa consistencia y corta duración.

e. Pancartas, banderolas y similares: elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles.

f. Rótulos, banderines o similares: elementos publicitarios fijos realizados con materiales como pintura, azulejos, vidrio, metal o cualquier otro que asegure su larga duración.

g. Anuncios luminosos: elementos publicitarios que dispongan de luz propia por llevar en su interior elementos luminosos de cualquier clase.

h. Anuncios proyectados: publicidad proyectada en pantalla o por rayo láser sobre elementos fijos.

2. Publicidad dinámica: la que se basa en la difusión de sus mensajes de forma efímera y sin la utilización de instalaciones fijas.

a. Publicidad oral: aquella que transmite sus mensajes de forma verbal, utilizando para su ejercicio las zonas de dominio público y zonas privadas de concurrencia pública.

b. Reparto manual de propaganda: aquella publicidad que difunde sus mensajes mediante el reparto en mano de material impreso, con carácter gratuito y utilizando para su ejercicio las zonas de dominio público y zonas privadas de concurrencia pública.

c. Publicidad mediante el uso de vehículos: aquella publicidad que transmite sus mensajes mediante anuncios visuales colocados en los vehículos o de forma oral mediante el empleo de megafonía desde los mismos.

d. Publicidad mediante el uso de aeronaves: aquella publicidad que transmite sus mensajes mediante anuncios visuales portados por una aeronave y visibles desde el espacio público.

Artículo 3. Ámbito de aplicación.

El ámbito de aplicación de la presente Ordenanza se circunscribe al término municipal de La Oliva y se concreta a todas las instalaciones y actividades publicitarias que tienen lugar en el mismo, en las distintas modalidades que se regulan.

Artículo 4. Exclusiones.

Quedan excluidos de la aplicación de la presente ordenanza:

1. Todas las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con la legislación vigente en materia de publicidad.

2. Las actividades de promoción publicitaria reguladas por legislación o normativa de rango superior. En estos casos, esta ordenanza se aplicará supletoriamente en aquellos aspectos de competencia municipal.

3. Mensajes, anuncios y comunicados de las administraciones públicas en materias de interés general, cualquiera que sea su modalidad, incluso cuando su distribución o comunicación a la ciudadanía en general o a las personas interesadas se realice por agentes publicitarios independientes de las mismas. En el caso de instalaciones efímeras relativas a actos populares, organizados por la propia administración, se considerarán también excluidas aunque figure patrocinio, siempre que este, aun formando parte de su diseño, no supere el 25% de la superficie.

4. Los anuncios para mostrar la información de la existencia de una actividad o su denominación

comercial en el mismo edificio donde ésta se lleva a cabo, que se regularán en su ordenanza correspondiente. Del mismo modo, queda excluida la utilización por los vehículos de rótulos, emblemas, grafías o elementos similares que hagan referencia al nombre o razón social de la empresa o de la actividad a la cual pertenecen. Estos elementos informativos podrán contener también mensajes publicitarios de esta u otra empresa que no superen el 25% del total de la superficie del anuncio. En caso de superar esta superficie, se considerarán incluidos en la presente ordenanza.

5. Los carteles informativos, indicativos o de señalización direccional, sin mensaje publicitario.

6. Carteles de obra.

TÍTULO 1. DISPOSICIONES DE APLICACIÓN GENERAL.

Artículo 5. Regulación general para todos los tipos de publicidad.

1. No se autorizarán:

a. Aquellas actividades publicitarias definidas como ilícitas en la legislación en materia de publicidad.

b. Las instalaciones de publicidad que por su forma, color, diseño o inscripciones puedan ser confundidas con señales reglamentarias de tráfico, dificulten la visibilidad o produzcan deslumbramientos a conductores y conductoras de vehículos o peatones.

c. La colocación de elementos publicitarios en el espacio público.

d. La colocación de elementos publicitarios que puedan interferir en el tránsito de vehículos y peatones.

e. La colocación de elementos publicitarios invadiendo zonas de servidumbre de cualquier tipo.

f. La colocación de elementos publicitarios que interfieran en las vistas de edificios catalogados y de paisajes de interés.

g. La colocación de elementos publicitarios en lugares que impidan o dificulten la accesibilidad a los edificios, a los recorridos de evacuación, a equipos de emergencia o que limiten directamente la luz, ventilación y vistas a sus ocupantes.

h. Ningún tipo de pintadas en la vía pública, abandonar cualquier anuncio publicitario en la misma, pegar publicidad sobre paramentos o mobiliario del espacio público no autorizados, dejar propaganda que sobresalga de los buzones o depositarla en los parabrisas o fijarla en otros elementos de los vehículos.

i. La publicidad mediante el uso de aeronaves.

Artículo 6. Publicidad electoral.

1. Todo lo referente a la publicidad electoral se regirá por lo previsto en la legislación sobre régimen electoral general vigente en cada momento.

2. Terminado el periodo electoral, los partidos políticos deberán retirar los elementos publicitarios, incluyendo todos aquellos elementos auxiliares que hayan servido de sujeción.

3. En caso de no realizar la retirada en el plazo de DIEZ DÍAS, previo oportuno requerimiento de la administración municipal, habrá lugar a la ejecución subsidiaria por parte de los servicios municipales correspondientes, a costa del obligado y en los términos que disponga la Ley del Procedimiento Administrativo vigente en cada momento.

Artículo 8. Condiciones de las vallas publicitarias.

1. La dimensión no superará los 24 m², incluidos los marcos.

2. La cota inferior y superior de las vallas publicitarias serán de 2 y 6 metros respectivamente sobre la rasante, no pudiendo sobrepasar las alturas de las edificaciones colindantes.

3. No se permitirá saliente alguno sobre la vía pública.

4. No se podrá instalar más de una valla publicitaria por inmueble o solar.

5. La separación entre dos vallas publicitarias o entre una valla y el edificio colindante, deberá tener como mínimo 8 metros.

6. No podrán sustituir en ningún caso al cerramiento provisional de solares o terrenos sin edificar.

Artículo 9. Condiciones de los monopostes.

1. Tendrá una altura máxima de 20 metros como máximo desde la rasante natural del terreno, incluida la cartelera y la superficie de esta no podrá superar los 60 m².

2. Las superficies máximas previstas en este artículo para cada tipo de soporte se entenderán como superficie máxima por cada cara, en el caso que dichos soportes contengan publicidad a dos o más caras.

3. Deberán instalarse rígidamente ancladas, mediante soporte justificado por proyecto redactado por profesional con cualificación técnica competente.

4. El monoposte deberá estar emplazado a una distancia mínima de 20 metros del lindero a vía pública y 3 metros con el resto de linderos.

Artículo 10. Condiciones de los carteles.

1. La dimensión no superará los 16 m².

2. Los carteles publicitarios deben instalarse en carteleras, vitrinas, interiores de escaparates o en los soportes públicos habilitados para ello, a salvo de la excepción del apartado siguiente.

3. Con carácter excepcional, el ayuntamiento podrá autorizar su instalación en otros lugares, expresamente previstos en la autorización, siempre que quien solicita asuma la obligación de su retirada en el plazo que señale la administración municipal, que en todo caso no superará los TRES MESES, y quede debidamente garantizado el estado original del soporte.

4. Aquellos carteles que se limitan a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble deberán ir colocados en el interior del mismo en la parte acristalada. En caso de ser necesaria su colocación en el exterior, deberán ser de materiales que soporten las condiciones atmosféricas sin deteriorarse. Deberán tener una dimensión máxima de 0.50 m², pudiendo colocar un elemento por fachada y frente de calle.

Artículo 11. Condiciones de las pancartas, banderolas o similares.

1. En andamios de obras y durante la ejecución de éstas, se podrá autorizar la instalación de pancartas con imágenes arquitectónicas o expresiones artísticas

que tiendan a evitar el impacto de las obras, permitiéndose destinar un máximo del 25% de su superficie a mensajes publicitarios.

2. En el resto de casos, la persona solicitante debe asumir la obligación de su retirada en el plazo que señale la administración municipal, que en todo caso no superará los TRES MESES, debiendo quedar debidamente garantizado el estado original del soporte.

Artículo 12. Condiciones de los anuncios proyectados.

5. La iluminación proyectada, sobre cualquier tipo de soporte, deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores.

6. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de la superficie habilitada para la proyección.

Artículo 13. Condiciones del reparto manual de propaganda.

1. Tendrá un tamaño máximo equiparable a un DIN-A5.

2. El material impreso será preferiblemente reciclado.

3. Los soportes deberán contar con una leyenda que aconseje su depósito en contenedores de recogida selectiva.

4. Se prohíbe expresamente:

a. Entregar la publicidad en pasos de peatones o en sus accesos o de forma que implique invadir la calzada por el agente o viandantes.

b. Invadir la calzada de circulación de vehículos para distribuir propaganda entre quien conduce y viaja.

c. Obstaculizar la circulación de viandantes o aborarlos.

d. Vocear la actividad promocionada ni utilizar megafonía.

Artículo 14. Condiciones de la publicidad mediante el uso de vehículos.

1. Se autorizará en aquellos transportes públicos cuya reglamentación específica así lo establezca.

2. Queda sujeto a la normativa general y municipal de circulación, tráfico y seguridad vial.

3. Queda prohibido el uso de medios audiovisuales o megafonía como soporte de la actividad publicitaria.

4. Queda prohibido dirigirse a las personas ocupantes de otros vehículos o viandantes con mensajes de publicidad oral.

5. No se permitirá efectuar la actividad mediante estacionamiento o aparcamiento permanente del vehículo o remolque.

TÍTULO 2. DISPOSICIONES DE APLICACIÓN POR ZONAS.

Artículo 15. Codificación del territorio a efectos publicitarios.

A los efectos de esta Ordenanza se establece la siguiente clasificación tipológica del suelo del término municipal:

1. Zona 1 - Residencial. Comprende todas aquellas áreas de carácter eminentemente residencial.

2. Zona 2 - Turístico. Comprende aquellas áreas de carácter eminentemente turístico.

3. Zona 3 - Resto del territorio. Comprende todo aquel territorio no incluido en las zonas anteriores.

Artículo 16. Publicidad en Zona 1. Residencial.

1. No está permitida la instalación de vallas publicitarias, monolitos ni monopostes en esta zona.

2. Queda prohibida la instalación de elementos publicitarios en la coronación de edificios.

3. No se permitirá la instalación de pancartas, banderolas o similares.

Artículo 17. Publicidad en Zona 2. Turística.

1. Queda prohibida la instalación de elementos publicitarios en la coronación de edificios.

2. No se autoriza la instalación de pancartas, banderolas o similares.

3. No se permite la instalación de monolitos.

Artículo 18. Publicidad en Zona 4. Resto del territorio.

1. No está permitida la instalación de publicidad estática.

2. En las playas y en espacios naturales protegidos no está permitida la publicidad oral ni el reparto manual de propaganda.

TÍTULO 3. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.

Capítulo I. NORMAS GENERALES.

Artículo 19. Título habilitante.

1. Todos los actos de publicidad objeto de la presente ordenanza quedan sujetos a comunicación previa, sin precisar licencia urbanística, y sin perjuicio de los demás títulos jurídicos habilitantes que sean procedentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable en su caso, o que la instalación de los soportes necesarios para la difusión de publicidad, por sus características constructivas, se encuentren entre las actuaciones sujetas licencia que señale en cada momento la vigente Ley de Suelo y Espacios Naturales Protegidos de Canarias.

Se excepcionan aquellos carteles que se limitan a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble, incluso en los casos en que contengan otros mensajes publicitarios, siempre que, en este último caso, la superficie ocupada por la publicidad no supere el 25% de la superficie total del cartel.

2. El acto de publicitar se ajustará, en todo caso, al procedimiento de comunicación previa, debiendo abonarse en el momento de la presentación las correspondientes exacciones fiscales a que hubiera lugar.

Artículo 20. Titularidad.

3. Podrán ser titulares de la actividad publicitaria cualquiera de las siguientes personas físicas o jurídicas que así soliciten:

a. Las personas físicas o jurídicas que realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refieran los anuncios publicitarios.

b. Aquellas personas físicas o jurídicas que, de forma habitual y profesional, se dediquen a la actividad publicitaria.

c. Aquellas personas físicas o jurídicas que sean propietarios o poseedores del espacio o elemento en que se encuentran enclavados los soportes publicitarios.

4. La titularidad de la actividad publicitaria comporta:

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

b. La obligación del pago de los impuestos, precios públicos y cualesquiera otras cargas fiscales que graven las instalaciones publicitarias.

c. El deber de conservar y mantener las instalaciones publicitarias en perfectas condiciones de ornato y seguridad, así como de desmontarlas una vez finalizados los plazos correspondientes y reponer o restaurar, en su caso, los elementos afectados.

d. La adopción de cuantas medidas de precaución fueran necesarias en la ejecución y montaje de las instalaciones con el fin de evitar riesgos, de acuerdo con lo establecido en las normas de higiene y seguridad en el trabajo que fueren de aplicación.

Artículo 21. Tasas

En los aspectos tributarios, la publicidad regulada en esta ordenanza se ajustará a lo previsto en la ordenanza fiscal correspondiente.

Artículo 22. Seguros de responsabilidad civil

5. La persona titular de la actividad deberá aportar justificante de la póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas, animales o cosas, durante el plazo de realización de la acción publicitaria de que se trate.

6. Quedan exentas de la obligación de suscripción de seguro de responsabilidad civil aquellas actuaciones que por sus características no sean susceptibles de causar daños a personas, animales o cosas.

Artículo 23. Fianzas y avales

En el caso de publicidad estática, el cumplimiento de la obligación de mantenimiento, desmontaje y reposición o restauración de los elementos que pudiesen quedar afectados, deberá garantizarse mediante una fianza o aval bancario por la cuantía del 100% del presupuesto, por cada instalación, pudiendo acumularse

en una única garantía la de todas las actuaciones de un mismo titular.

Capítulo II. DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO.

Artículo 24. Procedimiento para la actividad publicitaria.

1. La comunicación previa para la colocación del soporte publicitario o la realización de la actividad publicitaria se regirá por el presente procedimiento y por lo establecido en la legislación vigente en materia de procedimiento administrativo común de las administraciones públicas.

2. La comunicación previa se formalizará mediante la presentación de la siguiente información/documentación:

- Modelo de comunicación previa normalizado, debidamente cumplimentado.

- Documento identificativo de la persona titular.

- Plano de situación y emplazamiento con mención expresa a la zona correspondiente de las enumeradas en el artículo 16 e incluyendo todos los datos de localización necesarios para la correcta determinación del lugar.

- La descripción gráfica y escrita de la actuación, donde se deberá hacer constar los materiales, calidades, texturas y colores de la instalación prevista. Se deberá determinar también el/los tipo/s de acto/s de publicidad que se incluyen y la justificación del cumplimiento de los parámetros técnicos establecidos en esta ordenanza.

- En caso de que proceda, el proyecto suscrito por profesional con cualificación técnica suficiente, cuando fuere preceptivo, según la normativa sectorial aplicable, debiendo incorporar informe que declare el cumplimiento de la normativa técnica y urbanística.

- Presupuesto de la instalación publicitaria.

- Fecha de inicio de la actuación y plazo previsto para su retirada o cese según el tipo de publicidad a instalar, con especial mención a las medidas relacionadas con la utilización de la vía pública, cuando así proceda.

- En caso de que corresponda conforme a lo regulado en el artículo 24 de esta ordenanza, el justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil.

- En su caso, el justificante de ingreso de la fianza o aval exigido por el artículo 25 de esta ordenanza, acompañado del presupuesto final de la instalación.

- En su caso, certificado de la instalación que asegure que la ejecución y mantenimiento de la instalación se llevará a cabo mediante las adecuadas condiciones de estabilidad, seguridad, ornato y conservación.

- Si la persona que realiza la comunicación no fuera propietaria del espacio o elemento en que se encuentran enclavadas las instalaciones publicitarias, deberá aportar título suficiente para su ejecución.

- En caso de que proceda, autorizaciones sectoriales pertinentes (Patrimonio Histórico, Carreteras, Costas, etc.).

3. Una vez finalizada la instalación o montaje se deberá presentar la siguiente documentación:

- En el caso de la colocación de vallas, estructuras y otras instalaciones de similar naturaleza: Se presentará certificado, firmado por profesional con cualificación técnica suficiente, correspondiente al correcto montaje y funcionamiento de las estructuras instaladas.

- Para las instalaciones eléctricas, se presentará certificado de la instalación.

4. La presentación deberá tener lugar, en todo caso, QUINCE DÍAS antes, como mínimo, del inicio de la obra, el uso o la actuación, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección que corresponden a la Oficina Técnica Municipal.

Capítulo III. PLAZOS DE VIGENCIA.

Artículo 25. Vigencia y prórroga.

1. La autorización para la instalación de los soportes para la difusión de la publicidad se concederá por un plazo máximo de UN (1) AÑO. Durante este período la persona titular deberá comunicar a la oficina Técnica Municipal el mantenimiento de los soportes en perfectas condiciones de seguridad y salubridad, debiendo realizar si fuese necesario y previos los trámites correspondientes, los trabajos de mantenimiento

y reparación que sean precisos para su adecuada conservación.

2. Este período inicial de 1 no podrá ser prorrogado.

3. En los supuestos en los que la naturaleza de la actividad publicitada obedezca a la realización de obras, el plazo de vigencia del título habilitante otorgado estará condicionado al tiempo de duración de la citada obra.

4. Finalizado el plazo de vigencia de la autorización, la persona titular estará obligada al desmontaje a su cargo de la instalación correspondiente durante el mes siguiente a dicho término. En caso de no realizar la retirada en el plazo de DIEZ DÍAS, previo oportuno requerimiento de la administración municipal, habrá lugar a la ejecución subsidiaria por parte de los servicios municipales correspondientes, a costa del obligado y en los términos que disponga la Ley del Procedimiento Administrativo vigente en cada momento.

Artículo 26. Revisión de las instalaciones e invalidez de la solicitud.

Cuando variasen las circunstancias que motivaron el otorgamiento de la autorización, ya sean características del emplazamiento o condiciones de la instalación, la administración Municipal procederá a su revocación, debiendo las personas titulares de la misma desmontar la instalación en el plazo de QUINCE DÍAS desde el recibo de la notificación. En caso de no realizar la retirada en dicho plazo, y, previo oportuno requerimiento de la administración municipal, habrá lugar a la ejecución subsidiaria por parte de los servicios municipales correspondientes, a costa del obligado y en los términos que disponga la Ley del Procedimiento Administrativo vigente en cada momento.

Artículo 27. Cambios de titularidad o modificación de la actividad publicitaria.

5. En el supuesto de transmisión o cambio de titularidad de la actividad publicitaria o cuando la instalación fuese desmontada antes de terminar la vigencia de aquella, se deberá comunicar este hecho expresamente por escrito a la Administración Municipal.

6. La transmisión no alterará, en ningún caso, los plazos de vigencia de la autorización y su falta de comunicación obligará solidariamente a ambas personas

que son o fueran titulares a responder de todas las responsabilidades derivadas del acto publicitario.

7. Las modificaciones sustanciales de las instalaciones (entendiendo por tales las variaciones de dimensiones o características técnicas) se deberá someter al régimen de intervención previsto en esta Ordenanza.

TÍTULO 4. RÉGIMEN SANCIONADOR.

Artículo 28. Responsable.

1. Serán responsables de la infracción las personas físicas o jurídicas que realicen acciones u omisiones tipificadas en la presente ordenanza y en la normativa de aplicación, considerando, en primer lugar, como responsable a la persona titular que realiza la comunicación previa de la actuación publicitaria en caso de haberse realizado este trámite, y subsidiariamente, como responsables de forma solidaria tanto a la empresa publicitaria promotora del acto publicitario, como a la propietaria del producto o servicio anunciado, sean ambas personas físicas o jurídicas, así mismo, responderá, en último lugar, subsidiariamente la persona propietaria del terreno, inmueble o concesionario de la instalación donde haya sido colocada la publicidad, este último, salvo prueba en contrario de no haber tenido conocimiento de las instalaciones o actividades infractoras, a estos efectos, se presumirá la existencia de conocimiento cuando por cualquier acto se haya cedido el uso del suelo o de la edificación de soportes publicitarios o actividad publicitaria.

2. Asimismo, serán responsables aquellas personas que en el ejercicio de su profesión hubiesen firmado la documentación técnica, de su veracidad, calidad y ajuste de las normas que en cada caso sean legalmente aplicables.

Artículo 29. Infracciones.

3. Tendrán la consideración de infracciones las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente ordenanza, así como las que estén tipificadas en la normativa urbanística.

4. Las infracciones se clasifican por su trascendencia en leves, graves y muy graves.

5. Se consideran infracciones leves:

a. El estado de suciedad o deterioro del soporte

publicitario siempre que no afecte a sus condiciones de seguridad y estabilidad, así como el deterioro de su entorno próximo.

b. No comunicar los cambios de titularidad.

c. No acreditar que se cuenta con un seguro obligatorio de responsabilidad civil.

d. Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente ordenanza, no esté calificada como grave.

6. Se consideran infracciones graves:

a. La realización de actuaciones de publicidad reguladas en esta ordenanza sin la correspondiente comunicación previa.

b. La realización de actuaciones de publicidad sin sujetarse a las condiciones establecidas en la comunicación previa o variando sus condiciones.

c. La ocultación, manipulación o falsedad en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a la comunicación previa.

d. La falta del seguro del seguro de responsabilidad civil, de fianza o de aval cuando alguno de éstos fuera preceptivo de acuerdo con esta ordenanza.

e. La utilización de elementos de mobiliario urbano como soportes de publicidad de cualquier tipo, sin contar con autorización expresa de la administración.

f. La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando, incumpliendo lo previsto en esta ordenanza, cause molestias a la ciudadanía que permanecen o transiten por las vías espacios públicos o impidan el normal funcionamiento de los servicios públicos.

g. La reincidencia en tres faltas leves en una o varias instalaciones de la misma titularidad.

7. Se considerarán infracciones muy graves:

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

b. El incumplimiento del deber de mantenimiento del soporte publicitario cuando afecte a sus condiciones de seguridad y estabilidad.

Artículo 30. Sanciones.

8. Se estará a lo dispuesto en el artículo 141 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, modificada por la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local o texto vigente en cada momento.

9. Los actos o incumplimientos en esta materia que impliquen infracción de la normativa urbanística serán objeto de sanción únicamente en los términos que determine el Régimen Sancionador previsto en la misma, todo ello sin perjuicio de la acción de restablecimiento prevista en la normativa urbanística de aplicación.

Artículo 31. 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, o texto vigente en cada momento en esta materia.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS.

Disposición transitoria primera.

Los soportes publicitarios que se encuentren instalados y cuenten con licencia en el momento de entrar en vigor esta Ordenanza, contarán con el plazo de TRES MESES para adaptarse a los preceptos de la misma, si antes no caduca la licencia que posean.

Disposición transitoria segunda.

A la publicidad que se encuentre instalada sin licencia en el momento de entrar en vigor esta Ordenanza, le resultará de aplicación a lo dispuesto en la Ley del Suelo de Canarias a los efectos del Procedimiento del Restablecimiento de la Legalidad Urbanística.

Disposición transitoria tercera.

Los expedientes de licencias para la instalación de los soportes para la difusión de la publicidad que se

encuentren en trámite a la entrada en vigor de esta Ordenanza, les serán de aplicación los preceptos de la misma.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Queda derogado el anterior texto de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior vigente en nuestro municipio, así como las demás normas que, siendo de igual o inferior rango a la presente Ordenanza, se opongan a la misma.

DISPOSICIONES FINAL.

De conformidad con lo establecido en el artículo 70 de la Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local, la presente Ordenanza entrará en vigor a los QUINCE (15) DÍAS de la publicación completa de su texto en el Boletín de la Provincia de Las Palmas.>>

En La Oliva, a trece de enero de dos mil veintiuno.

LA ALCALDESA PRESIDENTA, Pilar González Segura.

2.902

EDICTO

351

Habiéndose practicado los correspondientes intentos de notificación, siendo los mismos infructuosos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 44 Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se procede a notificar mediante el presente anuncio que:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 44 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y habiéndose intentado la notificación al interesado o su representante, sin que ésta haya sido posible, se expone, mediante el presente anuncio, que se encuentra pendiente de notificar el acto cuyo interesado y procedimiento se especifican a continuación:

Que habiendo recibido Oficio con Registro de Entrada 15362 del 27 de octubre de 2020, del Juzgado de lo Contencioso-Administrativo Número Uno de las Palmas de Gran Canaria, del Procedimiento Abreviado número 348/2020, en materia: Personal, interpuesto