

o hecho soportado o de la actividad realizada o conducta por el beneficiario.

Disposiciones Finales

Primera. En caso de incumplimiento de las condiciones, por parte del beneficiario, por las que se conceden estas subvenciones, la Fedac se reserva el derecho de anular o solicitar el reintegro de las cantidades recibidas.

Segunda. El plazo de presentación de solicitudes será de VEINTE DIAS contados a partir de la publicación de estas Bases en el Boletín Oficial de la Provincia.

Tercera. Se faculta al Presidente de la Fedac para dictar las instrucciones que resulten precisas para la mejor interpretación del desarrollo, aplicación y ejecución de la presente norma, incluida la facultad de ampliar el plazo de justificación de las inversiones subvencionadas, si el caso lo requiriese por una sola vez.

Las Palmas de Gran Canaria, a dieciocho de Diciembre de dos mil uno.

EL PRESIDENTE DE LA JUNTA RECTORA DE LA FEDAC, Ezequiel Ramírez Oliva, firmado.

0

Area de Desarrollo Insular

ANUNCIO

114

El Consejero de Industria, Comercio y Artesanía del Cabildo de Gran Canaria, en virtud de la Cláusula Quinta establecida en los Convenios de Colaboración suscritos el pasado 12 de Julio de 2001, entre esta Corporación y distintos Ayuntamientos de la Isla para Actuaciones en Mercadillos Municipales, en la que se le faculta para prorrogar el plazo de justificación de las subvenciones concedidas a solicitud de los respectivos Alcaldes-Presidentes, acuerda la ampliación del plazo de justificación de las inversiones subvencionadas en materia de Mercadillos Municipales por TRES MESES más, quedando establecido hasta el 12 de Abril del año 2002.

Las Palmas de Gran Canaria, a trece de Diciembre de dos mil uno.

EL CONSEJERO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y ARTESANIA, Ezequiel Ramírez Oliva, firmado.

0

ILUSTRE AYUNTAMIENTO DE LA OLIVA

ANUNCIO

115

Habiendo sido aprobada definitivamente la Ordenanza Reguladora de la Actividad de Promoción Publicitaria por medio del presente se hace público el texto íntegro siguiente:

ORDENANZA REGULADORA DE LA ACTIVIDAD DE PROMOCION PUBLICITARIA.

EXPOSICION DE MOTIVOS

La prestación de servicios de toda índole, relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, base de la economía de nuestro archipiélago, se desarrolla de forma intensiva en nuestro término municipal, con motivo del elevado número de turistas que nos visitan. Por tal razón, aparecen, a su vez, las más variadas formas de captación de clientela entre las que se encuentra la incitación personal en la calle, los servicios combinados de captación y transporte urbano gratuito al establecimiento, los conocidos como ticketeros, etc.

La prohibición genérica de sistemas de promoción de venta agresivos, tales como la megafonía, la incitación personal en la calle o captación de clientes que perturben la tranquilidad de los usuarios turísticos, contenida en la Ley de Ordenación del Turismo de Canarias fundamenta la concepción de la actividad promocional como mera Información de Servicios y Actividades.

A dicho fin se prevé como requisito para el ejercicio de la actividad de promoción la obtención previa de Autorización Municipal por la que al suponer un aprovechamiento especial de los bienes de dominio público o zonas públicas, se devengarán las Tasas contenidas igualmente en las presentes ordenanzas.

Constituye el objeto de las presentes ordenanzas dotar a esta administración de un instrumento adecuado que permita, con la seguridad necesaria, la regularización de una actividad que, por su marco normativo multidisciplinar cuenta con dificultades de orden aplicativo, al tiempo de compatibilizar la necesidad de promoción o publicidad de las actividades y servicios con el derecho que tienen los turistas a la intimidad y tranquilidad.

En el ámbito propio de la Autonomía Municipal reconocida por nuestra Carta Magna, y en el ejercicio de las competencias que son propias al municipio en materia de Uso del Dominio Público, Seguridad, Ordenación del tráfico de vehículos y personas en vías urbanas y defensa de usuarios y consumidores, pretende la presente regulación los siguientes objetivos:

1. Evitar que los sistemas de promoción o publicidad resulten agresivos, para lo cual se intenta desvincular

de dichas actividades, la de captación del cliente, limitando por ello la actuación a la Información.

2. Reducir de determinadas zonas de nuestro municipio, atractivos para el ejercicio de esta actividad por ser lugares de tránsito denso, las concentraciones de personas dedicadas a la promoción y publicidad por su incidencia directa sobre el derecho al descanso, al ocio y al libre tránsito.

3. Impedir el uso indiscriminado e intensivo que sobre las vías urbanas se viene realizando por empresas dedicadas a la captación de clientela y transporte urbano de las mismas.

Por lo expuesto, la presente regulación parte de criterio restrictivo sobre la actividad descrita, fortaleciendo las medidas de control al tiempo que se prevé la existencia de medidas correctoras, sancionadoras y reparadoras que, en cualquier caso, hagan prevalecer el interés general sobre el de los particulares.

En cuanto al título competencial legitimador de las presentes normas lo constituye lo dispuesto en los apartados a), b), f), g), l) y m) del artículo 25.2 de la Ley de Bases del Régimen Local.

OBJETO Y AMBITO DE APLICACION

Artículo 1.- Es objeto de la presente ordenanza la regulación, en el término municipal de La Oliva, de las modalidades de promoción publicitaria de bienes y servicios manual, reparto domiciliario, a través de vehículos y oral.

Artículo 2. A los efectos de las presentes ordenanzas, se entiende por promoción publicitaria aquella forma de comunicación realizada por personas físicas o jurídicas, ya sean públicas o privadas, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal, social o profesional, encaminada al fin de promover la contratación de bienes o servicios de toda clase, realizada por medio del contacto directo de los agentes publicitarios con los posibles usuarios o clientes y con la utilización preferente, para su práctica, de zonas de dominio público, vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia pública.

Artículo 3. Constituyen modalidades de promoción publicitaria:

1. Manual: Entendida como aquella publicidad que difunde sus mensajes mediante el reparto en mano de material impreso a través del contacto directo entre los agentes publicitarios y los posibles usuarios, con carácter gratuito, y utilizando, para tal fin, las zonas de dominio público, vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia pública.

2. Oral: Se entiende por promoción publicitaria oral, aquella que transmite sus mensajes de forma verbal mediante el contacto directo entre los agentes publicitarios y los posibles usuarios y con la utilización para su ejercicio, de las zonas de dominio público, vías y espacios libres y zonas de concurrencia pública.

3. Domiciliaria: Se entiende por promoción publicitaria domiciliaria la distribución de cualquier soporte de material publicitario o comunicación verbal, que se realice directamente a los propietarios, usuarios de unidades alojativas, viviendas, oficinas, despachos o su depósito en los buzones individuales o porterías de los inmuebles.

4. Móvil: Es aquella que haciendo uso de vehículos, tanto estacionados como en marcha, procuren la captación de clientela, ya sea por los soportes ubicados en los mismos ya sea a través de agentes publicitarios que oferten los servicios de transporte con fines promocionales, utilizando preferentemente el núcleo urbano turístico.

Artículo 4. No tendrán la consideración de actividad de promoción publicitaria, y por tanto quedan excluidas del ámbito de aplicación de las presentes ordenanzas, las siguientes actividades:

a) Publicidad electoral, en aquellos aspectos regulados en la legislación electoral.

b) Mensajes y comunicados de las administraciones públicas en materias de interés general aún 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.

c) Aquellas comunicaciones que vayan dirigidas, única y exclusivamente, a la materialización del ejercicio de algunos de los derechos fundamentales y las libertades públicas incluidos en la Sección II, del Capítulo II, del Título I de la Constitución Española que, en su caso, se regirán por la normativa específica de aplicación a estos derechos y libertades.

AUTORIZACIONES

Artículo 5. Las actividades de promoción publicitaria están sujetas a previa Autorización municipal, de conformidad a las prescripciones de la presente Ordenanza.

Artículo 6. Corresponde al Alcalde resolver las peticiones de Autorizaciones, ajustándose el procedimiento a lo dispuesto en la normativa del Régimen Local.

Artículo 7. Las Autorizaciones tendrán un plazo máximo de validez de un año, finalizando en todo caso el 31 de Diciembre, pudiendo ser renovadas.

Las renovaciones deberán ser instadas antes del 31 de Octubre de cada año, de no recaer resolución sobre tales solicitudes antes del 31 de Diciembre siguiente, se entenderán otorgadas.

Artículo 8. Las Autorizaciones podrán revestir las siguientes modalidades:

a) Individualizadas: A favor de persona o empresa determinada.

b) Sectoriales: A favor de Agrupaciones u otras formas asociativas con personalidad jurídica propia, que agrupen y representen legalmente a profesionales o empresarios de un sector de actividad económica o represente una zona o barrio del término municipal.

Las Autorizaciones individuales tendrán carácter de accesorias a la Licencia Municipal, si la actividad promocionada requiere de tal licencia para su ejercicio.

Artículo 9. En todo caso serán sectoriales las que pretendan la promoción publicitaria de alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido.

Artículo 10. Las solicitudes de Autorización y de renovación en su caso, se instarán mediante la utilización de instancias acompañando:

- a) Número de Identificación Fiscal del solicitante.
- b) Alta del Impuesto de Actividades Económicas en el municipio de La Oliva.
- c) Vigencia de las licencias municipales exigibles en la actividad correspondiente, así como las que corresponda otorgar a la administración turística.
- d) Relación de personas que se proponen como agentes de promoción publicitaria, con indicación de su número de Documento Nacional de Identidad o de pasaporte y de su dirección.
- e) Liquidación de la tasa correspondiente.
- f) Copia de los documentos relativos a la incorporación al régimen de la Seguridad Social.

Artículo 11. Los solicitantes de Autorizaciones sectoriales deberán además de acreditar respecto de cada uno de sus agrupados, asociados o representados cuanto se requiere en el artículo anterior, justificar la representación que ostentan.

Artículo 12. A los efectos de la presente ordenanza, se denominan Agentes de Promoción Publicitaria aquellas personas que vinculadas laboralmente a cada empresa titular de una Autorización de promoción publicitaria, realizan por cuenta de la misma, la actividad descrita en el artículo 2 de las presentes ordenanzas.

Artículo 13. El titular de una autorización individualizada y cada uno de los empresarios afectados por una Autorización Sectorial podrán disponer de un número de Agentes de promoción publicitaria. Tratándose de individualizadas será el de Uno (1) por establecimiento comercial y para las Sectoriales, atendiendo a la zona de ubicación y actividad promocionada el número que, por motivos de interés público municipal, se determine por la Alcaldía.

Artículo 14. El Ayuntamiento expedirá camets acreditativos de la condición de Agentes de promoción publicitaria, a las personas que figuren en la relación presentada por cada empresa con arreglo a los cupos establecidos.

Artículo 15. Durante la vigencia de la Autorización o de cualquiera de sus prórrogas, la empresa afectada podrá solicitar del Ayuntamiento modificaciones en la plantilla de sus agentes, con estricta sujeción a lo provisto en la presente Ordenanza respecto del cupo asignado y a las condiciones que deben reunir aquellos. Corresponderá a la Alcaldía su autorización con carácter previo a la expedición de acreditaciones y al inicio de las actividades de promoción publicitaria de los posibles nuevos agentes.

Las propuestas de bajas deberán ir acompañadas de las acreditaciones correspondientes a los agentes cesantes, a efectos de su inutilización. Siendo responsabilidad de la empresa el extravío o no presentación de la misma.

AMBITO DE ACTUACION

Artículo 16. El ámbito de actuación de los Agentes de promoción publicitaria será el siguiente:

1. Tratándose de autorizaciones individualizadas el ejercicio de la actividad de promoción se limitará exclusivamente a los alrededores del establecimiento para el que ha sido otorgada la Autorización.

2. Tratándose de Sectoriales, atendida la naturaleza de la actividad y la ubicación de la empresa o empresas afectadas por las Autorizaciones, la Alcaldía podrá delimitar una zona de actuación en la que, exclusivamente, pueden ejercer su actividad los agentes de promoción publicitaria.

3. Tratándose de Sectoriales que tengan por objeto la promoción publicitaria de alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido, su ejercicio se limitará a los espacios acotados por expositores o mostradores en número y ubicación determinados por la Alcaldía.

Artículo 17. El horario de ejercicio de la actividad de promoción publicitaria queda limitado hasta las 20.00 horas, salvo en los casos en los que la actividad promocionada desarrolle preferentemente su actividad en horario nocturno, en cuyo caso podrá realizarse hasta dos horas antes de la fijada oficialmente para su cierre.

CONDICIONES DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE PROMOCION PUBLICITARIA.

Artículo 18. El ejercicio de las modalidades de promoción publicitaria manual, domiciliaria y oral tiene como límite el derecho a la intimidad y tranquilidad de los usuarios turísticos, contrayéndose a la mera puesta en conocimiento o información de las actividades y servicios promocionados.

Artículo 19. La empresa titular de una Autorización de promoción publicitaria y sus agentes adoptarán las medidas correctoras a su alcance tendentes a evitar que esta actividad afecte a la limpieza de las vías y los espacios públicos.

Artículo 20. Las personas físicas o jurídicas titulares de autorizaciones individualizadas o sectoriales deberán

asumir la obligación de coadyuvar con el Ayuntamiento en orden a la consecución de los objetivos de la presente ordenanza, colaborando en la gestión administrativa y control de la actividad, asumiendo las responsabilidades específicas que tales compromisos deriven.

Artículo 21. A los efectos del artículo anterior y para el caso de autorizaciones sectoriales, el Alcalde-Presidente de la Corporación Municipal podrá condicionar el otorgamiento de la Autorización a la prestación de fianza o garantía por un importe máximo de 40.000.000 de pesetas, que responderá del estricto cumplimiento de las condiciones estipuladas para el ejercicio de la actividad de promoción publicitaria.

Artículo 22. Queda prohibido:

a) La incitación personal, o promoción que tenga vinculada, en la misma actuación la venta o reventa de entradas, tickets y productos similares.

b) La utilización de megafonía o cualquier soporte acústico.

c) El ejercicio de promoción publicitaria en playas y demás bienes de dominio público marítimo-terrestre.

d) El uso de animales como medio de reclamo o complementario de la actividad, excepto en el supuesto de perros guías de deficientes visuales reglamentariamente acreditados.

e) El situado de elementos de cualquier tipo, configuración o estructura en las vías y espacios libres públicos como complemento de la actividad de promoción, aunque sean desmontables y retirados al término de cada jornada. Queda excepcionado de la presente prohibición los expositores o mostradores homologados por el Ayuntamiento para el ejercicio de la actividad promocional de establecimientos alojativos en régimen de uso a tiempo compartido.

f) Obstaculizar la circulación de los viandantes o abordarlos.

g) La realización de la actividad en pasos peatonales o en sus accesos, o que implique invadir la calzada.

h) La colocación de material publicitario en los parabrisas o en otros elementos de los vehículos.

PROMOCION PUBLICITARIA MEDIANTE USO DE VEHICULOS.

Artículo 23. La promoción publicitaria mediante el uso de vehículos sólo se autorizará en los siguientes supuestos:

1. Cuando tenga por objeto la promoción o publicidad de actividades deportivas, cultural, de espectáculos o recreativas de naturaleza temporal o circunstancial.

Artículo 24. Queda prohibido expresamente la incitación al acceso a vehículos con fines de promoción publicitaria, ya sean éstos vehículos utilizados de forma

esporádica, ya realicen por sistema el transporte de posibles usuarios.

MEDIDAS CAUTELARES

Artículo 25. Constituyen medidas cautelares que no tendrán el carácter de sanción las siguientes:

a) El decomiso del material de promoción o publicidad cuando se trate de actividad no amparada en Autorización o cuando se considere que esta medida resulta necesaria para impedir la continuación de cualquier infracción que se hubiera detectado.

b) La inmovilización y/o retirada de los vehículos o elementos que sirvan de soporte a una actividad de promoción o publicidad que infrinja lo dispuesto en esta Ordenanza, siempre que, además, se dé la circunstancia de la ausencia o la resistencia del titular de la actividad o agente publicitario que debe cesar en su actuación ilícita.

c) Cuando se compruebe que la realización de una actividad de promoción publicitaria puede ocasionar daño al interés público se adoptarán cuantas medidas sean necesarias para impedirlo.

INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 26. Corresponde a la Alcaldía, la corrección de las infracciones a la presente ordenanza, así como la incoación y resolución de los expedientes sancionadores que dimanen de aquellas.

Artículo 27. Los expedientes sancionadores se tramitarán de conformidad a lo preceptuado en la Ley 30/1992, de 26 de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de Enero y el Reglamento para el ejercicio de la potestad sancionadora aprobado por R.D. 1.398/93, de 4 de Agosto.

Artículo 28. Las infracciones se clasifican en graves y muy graves.

Artículo 29. Son infracciones muy graves:

a) El ejercicio de la actividad de promoción publicitaria, en cualquiera de sus modalidades, sin la previa Autorización Municipal.

b) La falsificación, falsedad u ocultación en la presentación de la documentación exigible tanto para la obtención de las Autorizaciones como en la habilitante para su ejercicio.

c) La comisión, en el término de seis meses de dos faltas graves.

d) Vulneración de lo dispuesto en los apartados a), c) y e) del artículo 22 de las Ordenanzas.

Artículo 30. Son infracciones graves:

a) Vulneración de lo dispuesto en el artículo 17.

- b) Vulneración de lo dispuesto en el artículo 18.
- c) Vulneración de lo dispuesto en el artículo 24.
- d) Vulneración de lo dispuesto en los apartados b), d), e), f), g) y h) del artículo 22.

Artículo 31. Personas responsables.

Serán responsables de las infracciones a las presentes ordenanzas de forma independiente y solidaria quienes por acción u omisión infrinjan lo dispuesto en las presentes ordenanzas. Los titulares de los vehículos y personas titulares de la actividad promocionada serán igualmente responsables de las infracciones cuando mantengan relaciones laborales o se beneficien de la actuación infractora.

Artículo 32. Constituyen sanciones aplicables:

- a) Retirada de la autorización.
- b) Suspensión temporal de los efectos de la autorización.
- c) Pérdida del aval o fianza.
- d) Multa de hasta diez millones de pesetas.

Artículo 33. Aplicación.

1. Las infracciones muy graves podrán ser sancionadas con la sanción prevista en la letra a) del artículo anterior o con multa entre cinco y diez millones de pesetas y previstas en las letras b) y c) del citado artículo.

2. Las infracciones graves podrán ser sancionadas con multa de uno a cinco millones de pesetas y con alguna de las sanciones previstas en las letras b) y c) del artículo 32.

Artículo 34. Para la aplicación en cada caso de la sanción que corresponda, dentro de las previstas en el artículo anterior, se estará a las circunstancias concretas, especialmente, la incomodidad, perjuicios o daños causados a terceros, a la conservación, limpieza y ornato de las zonas de dominio público o privado de concurrencia pública, al equipamiento y mobiliario urbano, a la importancia o categoría de la actividad promocionada, la incidencia respecto de los derechos de los consumidores y usuarios y a la reincidencia.

Artículo 35. Cuando las infracciones por su naturaleza, repercusión o efectos pudieran catalogarse como vulneración de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Ley General de Publicidad, de la Ordenación del Territorio, ordenación turística, penal, laboral, fiscal, normativa en materia de extranjería y otras de similar naturaleza, los expedientes sancionadores se tramitarán por el procedimiento y jurisdicción, órgano o autoridad administrativa competente por la materia.

DISPOSICION ADICIONAL.

En atención a la no erradicación de la persona solicitante en el término municipal de La Oliva, tanto en los

supuestos de autorizaciones individuales como sectoriales, atendiendo a las especiales características del sector económico o actividad afectada, podrán optar por la regulación específica, a establecer por vía de convenio bilateral.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. En todo lo no provisto en la presente Ordenanza se estará a lo dispuesto en la Ley de Bases del Régimen Local y su normativa complementaria, la Ley 30/1992, de 26 de Noviembre de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de Enero, Ley 34/88 General de Publicidad, Ley 26/84 General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, Ley 1/1998, de 8 de Enero de Régimen Jurídico de los Espectáculos Públicos y Actividades Clasificadas, Ley 7/1995 de Ordenación del Turismo en Canarias y demás preceptos concordantes de aplicación.

Segunda. Quedan derogadas cuantas normas municipales de igual o inferior rango se opongan a la presente Ordenanza o contengan disposiciones regladas en la misma.

Tercera. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de Abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, la presente ordenanza entrará en vigor, una vez aprobada definitivamente por la Corporación a partir de la fecha en la que se publique su texto íntegro en el Boletín Oficial de la Provincia de Las Palmas y transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la citada Ley.

La Oliva, a cuatro de Enero de dos mil dos.

EL ALCALDE-PRESIDENTE, Domingo González Arroyo, firmado.

0

ANUNCIO

120

Habiendo sido aprobada inicialmente la modificación de la ORDENANZA REGULADORA DEL TAXI por el Ayuntamiento de La Oliva, se somete a información pública por un período de QUINCE DIAS contados a partir de la publicación de este anuncio en el Boletín Oficial de la Provincia, período durante el cuál podrán formular las alegaciones y reclamaciones que se estimen oportunas.

La Oliva, a tres de Enero de dos mil dos.

EL ALCALDE-PRESIDENTE, Domingo González Arroyo, firmado.

0