

**** PUBLICADA EN EL BOP Nº 39, DE 25.03.15 ****

ORDENANZA GENERAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE MOGÁN.

TITULO PRELIMINAR. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

-En el año 2005 el Ayuntamiento de Mogán aprobó la Ordenanza general reguladora de la actividad de promoción publicitaria en el término municipal de Mogán. Esta ordenanza, desde su publicación en el BOP nº 160, de fecha 16-12-2005, vigente en la actualidad, ha sido una Ordenanza municipal que ha soportado el paso del tiempo con estimable solvencia, constituyendo en algunos importantes aspectos, incluso hoy en día, un instrumento eficaz para disciplinar la actividad de promoción publicitaria en nuestro municipio.

No obstante, desde entonces los servicios municipales de control y coordinación de dicha actividad no han dejado de recibir quejas y denuncias de particulares, en las que se ponen de manifiesto ciertas prácticas fraudulentas realizadas por empresas u organizaciones, consistentes fundamentalmente en ofrecer estancias en complejos turísticos o vacacionales, y que luego, a la hora de prestar ese servicio, no se materializan, o no se puede cumplir en suma lo establecido en los contratos, ocasionando gran perjuicio y graves trastornos para los usuarios turísticos y la mala imagen que en sí ofrecen.

De igual forma, se siguen detectando los trastornos que supone la proliferación incontrolada e indiscriminada de agentes de publicidad con doble vertiente, por una parte, los agentes concentrados en su mayoría en paseos peatonales, centros comerciales y zonas de esparcimiento, en las que las prácticas de éstos, unidas a otras prácticas, agreden de forma constante e incesante a la imagen de nuestro municipio y debilitan cada vez más nuestra industria. Y por otra parte, se ha desarrollado un sistema que de forma directa agrede el medio urbano, perjudicando y ensuciando el entorno, ya sea por cartelera o buzoneo incontrolado, así como mediante la práctica de venta de bienes, menaje y otros para el comercio u hogar que se ofrece al usuario turístico. Por ello, es necesario dar coto a estas prácticas y conseguir su desaparición.

-Por otra parte, la Administración Municipal es consciente de que el paisaje constituye un patrimonio común de todos los ciudadanos y es elemento fundamental para su calidad de vida y, por ello, debe ser gestionado de acuerdo con el interés general.

La presente Ordenanza se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano, como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica. Se dirige, asimismo, a la regulación de la actividad privada de publicidad exterior, abarcando la que se lleva a cabo con medios publicitarios tradicionales y la que utiliza los nuevos medios publicitarios tecnológicamente más avanzados.

En el ámbito propio de la Autonomía Municipal, reconocida por nuestra Carta Magna, y en el ejercicio de las competencias que son propias del municipio, en materia de uso de dominio público, seguridad, ordenación del tráfico de vehículos y personas en vías urbanas, defensa de consumidores y usuarios, y tipificación de infracciones y sanciones en determinadas materias para la adecuada ordenación de las relaciones de convivencia de interés local y del uso de espacios públicos, la presente Ordenanza pretende, en definitiva, la consecución de los siguientes objetivos:

-Evitar que los sistemas de promoción o prácticas de publicidad resulten agresivos y engañosos, para lo que se intenta regular dichas actividades, en la de captación del cliente, limitando por ello la actuación a la mera información.

-Reducir las concentraciones de personas dedicadas a la promoción y publicidad en determinadas zonas de nuestro municipio, atractivas para el ejercicio de esta actividad por ser lugares de tráfico denso, por considerar que dichas concentraciones inciden directamente sobre la imagen, el derecho al descanso, al ocio y al libre tránsito de los visitantes y usuarios del municipio.

-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.

-Conseguir la seguridad jurídica de los receptores de las promociones, obligando con ello a los promotores y oferentes a realizar una serie de actuaciones encaminadas a conseguir una oferta transparente, real, legal y efectiva de sus productos y servicios.

-Regular las condiciones a que deberá sujetarse la publicidad, instalada o efectuada en el dominio público municipal o perceptible desde el mismo.

-En definitiva, la presente regulación parte de criterios restrictivos sobre la actividad descrita, desde el respeto a los principios establecidos en la legislación estatal y los consagrados por el legislador autonómico, fortaleciendo las medidas de

control, al tiempo que 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 a la competencia de este Ayuntamiento para redactar esta concreta Ordenanza, habrá que comenzar señalando que la autonomía municipal es una garantía reconocida por la Constitución Española para la "gestión de sus intereses" (artículos 137 y 140). Y tiene su refrendo en los artículos 2 y 25 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases del Régimen Local.

Para una mayor claridad en su aplicación, se ha optado por estructurar la presente Ordenanza en dos bloques (Libros) bien diferenciados, contemplando el Libro Primero la regulación que afecta a las "actividades de promoción publicitaria", denominada en algunas ordenanzas municipales como "publicidad dinámica", que ya venía regulada en la vigente Ordenanza municipal de Mogán, publicada en el B.O.P. N° 160, del 16-12-2005; y en el Libro Segundo la regulación que afecta a la "publicidad exterior", denominada en algunas ordenanzas municipales como "publicidad estática", en el cual se contemplan los aspectos más novedosos.

LIBRO PRIMERO. ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

TÍTULO I. DE LAS DISPOSICIONES GENERALES.

CAPÍTULO I. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN.

ARTÍCULO 1. OBJETO.

Es objeto de la presente Ordenanza (en su Libro Primero) la regulación, en el término municipal de Mogán, de las modalidades de "promoción publicitaria" de bienes y servicios, tanto en su forma manual como oral.

ARTÍCULO 2. CONCEPTO DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

A los efectos de la presente Ordenanza, se entiende por "actividad de promoción publicitaria" aquella forma de comunicación realizada por personas físicas o jurídicas, privadas, en el ejercicio de una actividad comercial, encaminada a fin de promover la contratación de bienes o servicios, realizada por medio del contacto directo de los agentes publicitarios con los posibles usuarios o clientes, y con la utilización única, exclusiva y acotada para su práctica, de zonas de dominio público, espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia pública.

ARTÍCULO 3. 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: entendida como 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 privadas de concurrencia pública.

ARTÍCULO 4. EXCLUSIONES.

1. A los efectos de la presente Ordenanza no tendrán consideración de "actividad de promoción publicitaria" y, por tanto, quedan excluidas del ámbito de aplicación de la misma:

- a) La publicidad electoral en los aspectos ya regulados por la legislación electoral, así como en el Libro Segundo de esta Ordenanza.
- 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 se realice por 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 Libertades Públicas, incluidos en la Sección 1ª, del Capítulo II, del Título I de la Constitución Española que, en su caso, se regirán por la normativa específica de aplicación.
- d) La utilización por los vehículos de rótulos, emblemas, grafías o elementos similares que hagan referencia al nombre, razón social de la empresa o de la actividad ejercida, siempre que no tengan como única o principal finalidad la transmisión de un mensaje publicitario.
- e) Las comunicaciones y mensajes relativos a las materias de seguridad, protección civil y emergencias.

2. Las actividades de promoción publicitaria que impliquen actos sujetos al Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias, aprobado por Decreto Legislativo 1/2000, de 8 de Mayo, Ley 9/1991, de 8 de mayo, de Carreteras de Canarias, Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas, u otras normas estatales o autonómicas de superior rango, se ajustarán a las mismas, siéndoles de aplicación supletoria la presente Ordenanza en aquellos aspectos no sustraídos al ámbito de la competencia municipal.

ARTÍCULO 5. SUJECIÓN A PREVIA AUTORIZACIÓN MUNICIPAL.

El ejercicio de actividades sujetas a la presente Ordenanza está condicionado a la obtención de la previa autorización municipal, de conformidad con las previsiones de la misma.

ARTÍCULO 6. COMPETENCIA.

Sin perjuicio de las competencias que, por razón de la materia, sean propias del Estado o de la Comunidad Autónoma, en el ámbito de las competencias municipales corresponde al Alcalde-Presidente o al Concejale Delegado la resolución de las solicitudes que son objeto de esta Ordenanza, con sujeción al procedimiento previsto en este Capítulo y, supletoriamente, a lo dispuesto en el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales, aprobado por Decreto 17 de junio

de 1955, en concordancia con la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y demás normas de vigente aplicación.

ARTÍCULO 7. DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO.

1. La solicitud de autorización deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente, especificando el objeto y condiciones de la actividad que se propone realizar, con el detalle suficiente para su debida verificación.

2. Dicha persona deberá ser la titular directa de la actividad cuya publicidad se pretenda promocionar. Cuando la misma sea titular de varios centros de trabajo cada uno de los cuales constituya una unidad productiva autónoma, deberá instarse autorización por cada uno de ellos.

3. En el supuesto en que la persona titular de la actividad a promocionar tenga suscrito contrato civil o mercantil con una persona jurídica encargada de la gestión de la promoción publicitaria, la solicitud de autorización deberá ser suscrita por la empresa titular directa de la actividad a promocionar, debiendo hacer constar en su solicitud su interés en autorizar a la persona jurídica con la que tiene suscrito el mencionado contrato y, simultáneamente, autorizar a la persona física que va a ejercer la actividad promocional en nombre de la primera y por cuenta de la segunda, ya sea como asalariado o autónomo respecto a la segunda.

4. Dicha solicitud se presentará acompañando la siguiente documentación:

a) Declaración Censal de Alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

b) Las empresas deberán acreditar, además, el número de trabajadores que tienen incorporados al Régimen General de la Seguridad Social, para proceder al cálculo del número máximo de agentes que se pueden autorizar.

c) Documentos acreditativos de la incorporación de los agentes publicitarios al Régimen de la Seguridad Social. Cuando la promoción publicitaria no la efectúe directamente el titular de la actividad promocionada, sino en virtud de un contrato civil o mercantil, este requisito deberá ser acreditado respecto de la empresa que gestiona directamente la promoción publicitaria, debiendo adjuntarse también fotocopia de los contratos civiles o mercantiles suscritos entre la empresa solicitante de la autorización y la contratada para desarrollar la actividad promocional.

d) Dos fotografías tamaño carnet.

e) Para los supuestos en los que se pretenda la realización de la actividad de promoción publicitaria en zonas comunitarias privadas de concurrencia pública se estará a lo dispuesto en las Ordenanzas Internas de la Comunidad, en cuanto a usos y sistemas de ordenación de las mismas.

f) Fotocopia de la comunicación previa de inicio de la actividad de Intermediación Turística e inscripción en el Registro General Turístico, según establecen los Decretos 89/2010, de 22 de julio, y su posterior modificación por el Decreto 37/2014, de 9 de mayo, mediante los cuales se regula la actividad de Intermediación Turística. En el supuesto que la actividad la realice una empresa o entidad constituida como agencia de viajes deberá, además, aportar Declaración Responsable, tal y como establecen los Decretos antes citados.

g) Indicación completa del lugar físico o emplazamiento al que se remitirán los clientes captados en la vía pública. Ese lugar físico deberá coincidir con el centro de trabajo donde la empresa se encuentre radicada y abierta al público.

5. Si se apreciara la existencia de deficiencias subsanables que afecten a la solicitud o documentación presentadas, se requerirá a la empresa interesada para su subsanación en el plazo de quince días hábiles, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9.4º del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

6. Las solicitudes para el ejercicio de actividades sujetas a la presente Ordenanza deberán resolverse en el plazo máximo de un mes, con sujeción en cuanto a cómputo y suspensión de plazos a la vigente Ley de Procedimiento Administrativo Común. Transcurrido el indicado plazo, sin que haya recaído resolución expresa, se entenderán desestimadas por silencio administrativo, de conformidad con el artículo 9.7º.b) del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales, siempre que se trate de una actividad en la vía pública o en bienes de dominio público.

7. En aquellos casos en los que la actividad de promoción consista en una de las cuatro figuras contractuales reguladas en la Ley 4/2012, de 6 de julio, sin perjuicio de la demás exigida en la presente Ordenanza y/o cualquier otra que por la Administración local se estime oportuno requerir, la documentación a aportar será la siguiente:

1. En relación al Contrato de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico:

a) Copia de la escritura pública reguladora del régimen de aprovechamiento por turno.

b) Copia del contrato en el que consta el derecho que se transmite, según se previene en el art. 30 de la Ley 4/2012.

c) Un ejemplar del material publicitario, que deberá cumplir las exigencias previstas en la legislación sectorial aplicable (v. art. 11 del Decreto 272/1997, de 27 de noviembre, sobre regulación de los alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido, y/o sus modificaciones).

2. En relación al Contrato de producto vacacional de larga duración:

a) Documento acreditativo de la propiedad del establecimiento o establecimientos turísticos incorporados a la promoción o venta.

b) Copia del formulario normalizado de información, recogido en el anexo II de la Ley.

En el caso de que el establecimiento turístico que se promocióne pertenezca a un propietario distinto del solicitante, deberá aportarse certificado expedido por el representante legal del establecimiento o copia del contrato suscrito entre ambos en el que conste:

a) Nombre del establecimiento turístico.

b) Relación del número de unidades alojativas objeto de promoción o venta.

c) Plazo o término final del contrato suscrito para su promoción y/o venta.

d) Copia de escritura pública reguladora del régimen de aprovechamiento por turno.

A todos los efectos, deberá disponer de la comunicación previa al ejercicio de la actividad turística del establecimiento alojativo objeto de promoción y/o venta.

3. En relación al Contrato de reventa y contrato de intercambio:

-Copia de los formularios normalizados de información, recogidos en el Anexo III y Anexo IV de la citada Ley.

ARTÍCULO 8. DOCUMENTO DE AUTORIZACIÓN.

El documento en que se formalice la autorización revestirá la forma de Decreto y contendrá, al menos, los siguientes extremos:

- a) Ámbito territorial donde pueda realizarse la actividad, y dentro de éste, señalamiento de los lugares concretos donde aquélla podrá ejercerse.
- b) Condiciones generales y específicas.
- c) Número de personas que realizarán las funciones de información y, en su caso, la empresa a través de la cual se efectuará la promoción publicitaria.

ARTÍCULO 9. VIGENCIA DE LAS AUTORIZACIONES.

1. Las autorizaciones y las tarjetas expedidas a los agentes de promoción publicitaria concedidas al amparo de la presente Ordenanza son personales e intransferibles y no eximen a sus beneficiarios de obtener aquellas otras autorizaciones y licencias exigibles por ésta u otras Administraciones competentes de acuerdo con la específica normativa de aplicación.
2. Una vez otorgadas las autorizaciones tendrán una validez mínima de seis meses y máxima de un año, sin perjuicio de las facultades de revocación y caducidad de las mismas.
3. Sin perjuicio de las sanciones que correspondan, las autorizaciones quedarán resueltas y sin efecto si se incumplieren las condiciones a que estuvieran subordinadas. La extinción de la autorización por incumplimiento requerirá la audiencia previa del titular de la misma y, en ningún caso, dará lugar a indemnización.
4. Procederá la revocación de las autorizaciones por cambio o desaparición de las circunstancias que determinaron su otorgamiento o por sobrevenir otras nuevas que, en caso de haber existido entonces, hubieran justificado su denegación. También podrá revocarse la autorización cuando la Corporación adoptare nuevos criterios de apreciación.
5. En los supuestos en que proceda la anulación de la autorización concedida por razones de legalidad se estará a lo dispuesto en la vigente Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.
6. La obtención de las autorizaciones comportará el cumplimiento de las obligaciones exaccionadoras correspondientes.
7. Del 1 al 5 de cada mes se deberá presentar en el Registro General de Documentos del Ayuntamiento relación nominal de los captadores o publicistas de las empresas que cuenten con trabajadores asalariados, adjuntando los TC2 correspondientes para verificar su alta en la Seguridad Social, expedidos por la Tesorería General de la Seguridad Social; en caso de autónomo, que tenga suscrito contrato civil o mercantil con la empresa titular de la autorización, deberá presentar en el mismo plazo certificado acreditativo de encontrarse dado de alta en la Seguridad Social o, en su defecto, justificante del pago de la cuota mensual del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos; y en caso de que la promoción publicitaria no la efectúe directamente el titular de la actividad promocionada, sino una segunda empresa en virtud de un contrato civil o mercantil, este requisito deberá ser acreditado respecto de la empresa que gestiona directamente la promoción publicitaria.

ARTÍCULO 10. MODALIDADES DE AUTORIZACIONES.

A los solos efectos de su aplicación, la presente Ordenanza (en su Libro Primero) afecta a personas físicas o jurídicas titulares (por cualquier título o documento) de empresas de alojamiento en régimen de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio, y que cuenten con la preceptiva Licencia Municipal de Apertura y que se ajusten al marco normativo turístico establecido en cada momento.

ARTÍCULO 11. RENOVACIÓN DE LAS AUTORIZACIONES.

1. La renovación de las autorizaciones deberá instarse con una antelación mínima de 30 días al vencimiento del plazo concedido en la respectiva autorización. A la solicitud de renovación deberá acompañarse la siguiente documentación:
-Documento acreditativo de no tener deuda pendiente de abonar para con este Ayuntamiento en relación con las exacciones aplicables a la actividad de promoción publicitaria en la vía pública, cuando sea éste el lugar de desarrollo de la actividad promocional.
2. De no efectuarse la solicitud de renovación, dentro del plazo anteriormente fijado, se tramitará nuevo expediente de autorización de conformidad con las previsiones del artículo 7.

ARTÍCULO 12. CONCEPTO DE AGENTE DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

A los efectos de la presente Ordenanza, se denominan "agentes de promoción publicitaria" a las personas físicas o jurídicas que, vinculadas, en su caso, por un contrato laboral, mercantil o civil a la empresa titular de una autorización de promoción publicitaria, realizan por cuenta de ésta la actividad descrita en el artículo 2 de la presente ordenanza.

ARTÍCULO 13. NÚMERO DE AGENTES DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

El titular de una autorización podrá solicitar la acreditación de agentes de promoción publicitaria en los términos siguientes:

Para el supuesto de empresas incluidas en el artículo 10 de esta Ordenanza, el número de personas que se podrá solicitar para operar como agentes de promoción publicitaria estará en función del número de horas cotizadas por los trabajadores dados de alta en el Régimen General de la Seguridad Social por la empresa solicitante de autorización, siendo la fórmula a aplicar la de un agente de promoción publicitaria por cada 640 horas de trabajo cotizadas; resultando de aplicación la siguiente fórmula: [16 trabajadores por 40 horas semanales = 640 horas = 1 agente de promoción publicitaria], permitiéndose, como máximo, 20 agentes por empresa.

ARTÍCULO 14. ACREDITACIÓN DE LA CONDICIÓN DE AGENTES DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

La condición de agente de promoción publicitaria se acreditará mediante la exhibición de un carnet, expedido por este Ayuntamiento de conformidad con lo previsto en el artículo 20 de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 15. VARIACIÓN EN LA PLANTILLA DE AGENTES.

1. 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 previsto en la presente Ordenanza, respecto al cupo asignado y a las condiciones que deben reunir aquéllos. La resolución de estas solicitudes corresponderá a la Alcaldía-Presidencia, con carácter previo a la expedición de acreditaciones y al inicio de las actividades de promoción publicitaria de los posibles nuevos agentes.
2. Las propuestas de baja deberán ir acompañadas de las acreditaciones correspondientes a los agentes cesantes, a efectos de su inutilización. La responsabilidad por el extravío, o no presentación, de la misma en el supuesto indicado, será atribuida a la empresa correspondiente.

CAPÍTULO II. DEL ÁMBITO DE ACTUACIÓN.

ARTÍCULO 16. ÁMBITO DE ACTUACIÓN DE LOS AGENTES DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

1. La Alcaldía-Presidencia o Concejal Delegado, en el marco de sus competencias y teniendo siempre bien presente que prevalece el beneficio social por encima de cualquier otro, podrá delimitar, en función de la especial afluencia turística, zonas en la que, exclusivamente, pueden ejercer su actividad los agentes de promoción publicitaria de este tipo de actividad. Para las actividades de alojamientos en régimen de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio, su ejercicio se limitará a los espacios acotados por expositores o mostradores siempre con el límite de autorizar dos agentes por mostrador o expositor. La ubicación de éstos se definirán en cada momento y se recogerá por escrito las características de los mismos, y las normas de uso y aprovechamiento de los mismos, teniendo como límite las previsiones del artículo 13 de esta Ordenanza.
2. En cualquier caso, la Alcaldía-Presidencia o Concejal Delegado, como órgano municipal al que compete otorgar la autorización, podrá, cuando una misma zona constituya el ámbito de actuación de más de una autorización, de acuerdo con la naturaleza de la actividad y, si procede, de la ubicación de los establecimientos afectados, modificar las autorizaciones otorgadas a fin de fijar los espacios en que los sujetos autorizados podrán desarrollar, con carácter exclusivo, la actividad publicitaria.

ARTÍCULO 17. HORARIO DE EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD AUTORIZADA.

1. El horario de ejercicio de la actividad de promoción publicitaria se ajustará a la actividad empresarial que se desarrolla en los términos siguientes:
La promoción publicitaria de alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido o paquetes vacacionales se desarrollará desde las 10:00 hasta las 20:00 horas.
2. En aquellos supuestos en los que sea procedente la instalación de expositores o mostradores, las empresas estarán obligadas a retirarlos una vez haya cesado la actividad, y bajo ningún concepto debe encontrarse ninguno de estos elementos en la vía pública fuera del horario establecido. Asimismo, a la retirada de estos elementos se dejará la zona ocupada en perfectas condiciones de limpieza.

TÍTULO II. DETERMINACIONES COMUNES PARA EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA.

CAPÍTULO I. DE LOS LÍMITES Y OBLIGACIONES PARA EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA.

ARTÍCULO 18. LÍMITES.

El ejercicio de las modalidades de promoción publicitaria reguladas en virtud de esta Ordenanza tiene como límite el derecho a la intimidad y tranquilidad de los usuarios turísticos, derecho recogido en el artículo 19 de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias, modificada por la Ley 5/1999, de 15 de marzo, contrayéndose a la mera puesta en conocimiento o información de las actividades y servicios promocionados, prohibiéndose, expresamente todo tipo de publicidad que perturbe la tranquilidad de los usuarios turísticos y, en particular, lo dispuesto en el Capítulo II de este Título.

ARTÍCULO 19. LIMPIEZA DE VÍAS Y ESPACIOS PÚBLICOS.

Las empresas titulares de las autorizaciones de promoción publicitaria, y sus agentes, están obligados a adoptar las medidas correctoras necesarias para evitar que su actividad afecte a la limpieza de las vías y los espacios públicos.

ARTÍCULO 20. VESTIMENTA Y CREDENCIAL DE LOS AGENTES.

1. El personal dedicado a la promoción publicitaria será perfectamente identificable tanto por su vestimenta como por el uso visible de la preceptiva credencial, en la que figurará la identificación de la empresa para la que prestan sus servicios.
2. En la credencial de los agentes de las empresas o actividades a las que alude el artículo 10 de esta Ordenanza figurarán, además, los datos personales del agente, tales como su nombre, D.N.I. o N.I.E. y su fotografía.
3. Los agentes de promoción publicitaria estarán obligados a utilizar la vestimenta de trabajo o uniformidad que fije el Ayuntamiento y que serán distintos para las distintas modalidades de ejercicio de la actividad de promoción publicitaria.

ARTÍCULO 21. PRINCIPIO DE COLABORACIÓN.

Las personas físicas o jurídicas, titulares de cualquier autorización, cooperarán con el Ayuntamiento en orden a la consecución de los objetivos de la presente Ordenanza, colaborando, dentro de sus posibilidades, para la consecución de un efectivo control de la actividad y facilitando en todo lo posible la gestión administrativa.

ARTÍCULO 22. FIANZA.

La persona física o jurídica a la que se haya autorizado el ejercicio de la actividad de promoción publicitaria vendrá obligada, dentro de los cinco días siguientes a la notificación de la autorización y para responder del cumplimiento de los preceptos contenidos en la presente Ordenanza, a prestar fianza por importe de tres mil (3.000,00) euros por cada centro de trabajo o unidad productiva autónoma que sea autorizada para ejercer la actividad de promoción publicitaria en el municipio de Mogán.

En caso de incumplimiento por alguna empresa autorizada, con independencia del régimen sancionador que corresponda, se podrá exigir por la Alcaldía-Presidencia o Concejal Delegado, la prestación de fianza por importe de seis mil (6.000,00) euros.

ARTÍCULO 23. OBLIGACIÓN DE EXHIBIR LA CREDENCIAL.

Los agentes de la autoridad podrán, en cualquier momento, solicitar la identificación del personal de promoción debiendo éstos exhibir su credencial, de acuerdo con el artículo 20 de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 24. CONDICIONES DE PUBLICIDAD.

Todas las personas físicas o jurídicas titulares de cualquier autorización deberán especificar con claridad y precisión en su material publicitario el origen comercial, dirección, razón social y su identificación fiscal; todo ello en virtud de lo establecido en la vigente Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Asimismo, en los folletos publicitarios deberá constar, en los mismos idiomas en los que esté confeccionado el folleto, la frase: "Información para la adquisición de alojamiento en régimen de uso a tiempo compartido", para los supuestos de propiedad a tiempo compartido o, en su caso, "Información para la celebración de contratos de productos vacacionales de larga duración y/o de intercambio".

Asimismo, el material publicitario deberá cumplir con todas las exigencias previstas en el articulado del Decreto 272/1997, de 27 de noviembre, sobre regulación de los alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido, debiendo depositar un ejemplar del material publicitario ante la Oficina o Departamento de Promoción Publicitaria de este Ayuntamiento a los efectos oportunos.

CAPÍTULO II. DE LAS PROHIBICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 25. PROHIBICIONES.

1. Está prohibido y no podrán ser objeto de la autorización regulada en la presente Ordenanza (Libro Primero):

- a) El ejercicio de la actividad de promoción publicitaria realizada por restaurantes, bares, cafeterías, pubs y similares.
- b) La fijación de carteles o anuncios publicitarios en la vía pública sobre elementos estructurales, postes de alumbrado, contenedores de residuos, calzadas, aceras, cabinas, mobiliario urbano, fachadas, muros y paredes no autorizados por la Administración Municipal.
- c) La promoción que tenga vinculada, en la misma actuación la venta o reventa de entradas, tiques y productos similares, así como la que tenga vinculada la entrega de premios mediante rifas, juegos de envite, azar o premios instantáneos mediante el rascado de tarjeta.
- d) La utilización de megafonía o de cualquier soporte acústico.
- e) El ejercicio de promoción publicitaria en playas; así como zonas de carga y descarga de pasajeros en paradas de taxis o de autobuses.
- f) El uso de animales como medio de reclamo o complemento de la actividad, excepto en el supuesto de perros guías de deficientes visuales reglamentariamente acreditados.
- g) El situado de elementos, diferentes de los stands o mostradores autorizados en las vías y espacios libres públicos como complemento de la actividad de promoción, aunque sean desmontables y retirados al término de cada jornada.
- h) Obstaculizar la circulación de los viandantes o abordarlos.
- i) La realización de la actividad en pasos peatonales o en su acceso o que implique invadir la calzada.
- j) La colocación de material publicitario en los parabrisas o en otros elementos de los vehículos.
- k) La actuación en grupo, entendiéndose por tal el formado por más de dos personas.
- l) El ejercicio de la actividad mediante sistemas agresivos, considerándose como tales aquellos que utilizando cualquier medio, impliquen faltar al respeto, ofensa o provocación y, en general, restrinjan la libertad personal. A tales efectos, se consideran sistemas agresivos la actuación en grupo y la utilización de bicicletas, motocicletas o automóviles, siempre que generen una sensación de acoso.
- m) La falta de uniformidad, el desaseo de los agentes de promoción publicitaria o el mal estado de conservación de los expositores o mostradores.
- n) La labor de captación en Iglesias y edificios destinados al culto religioso, así como piscinas públicas, balnearios, salas de juegos recreativos o espacios lúdicos.
- o) La remisión de clientes captados a otros centros de trabajo diferentes de aquellos comunicados en la solicitud.
- p) La labor de captación en zonas de acceso a agencias de viajes y edificios destinados a alojamientos turísticos, alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido o camping, entendiéndose como zona de acceso aquella comprendida en un radio mínimo de diez metros contados desde la entrada de dichas empresas turísticas.
- q) El lanzamiento de propaganda gráfica en la vía pública, o por cualquier otro medio que atente contra el medio ambiente y la urbanidad.

- r) El reparto o buzoneo de publicidad, salvo que esté autorizada por órgano municipal competente, o amparado por una norma sectorial de vigente aplicación.
- s) La captación de clientes para realizar actividades de promoción y/o venta de menaje u objetos de hogar, u otras análogas que pudieran suplir a éstas.
- t) La captación de clientes para realizar actividades de promoción y/o venta de todo tipo de excursiones.
- u) La utilización de un carnet identificativo, cuyo plazo de validez haya expirado.

2.No estará permitida, dentro del término municipal, la utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículos o remolques, en circulación o estacionamiento, cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario.

3.No estará permitida la captación en la vía pública de clientes para realizar actividades de promoción y venta de artículos o productos que no se encuentren dentro del ámbito de la promoción en la vía pública de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio, regulados en la Ley 4/2012, de 6 de julio.

TÍTULO III. PROMOCIÓN PUBLICITARIA MEDIANTE EL USO DE VEHÍCULOS.

ARTÍCULO 26. ÁMBITO.

Con carácter general, no estará permitida, dentro del término municipal, la utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículos o remolques, en circulación o estacionamiento, cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario.

La promoción publicitaria mediante el uso de vehículos sólo se autorizará cuando tenga por objeto la promoción o publicidad de actividades deportivas, culturales, de espectáculos o recreativas de naturaleza temporal o circunstancial.

ARTÍCULO 27. PROHIBICIÓN.

Queda prohibido expresamente la incitación al acceso a vehículos con fines de promoción publicitaria, ya sean usados estos vehículos de forma esporádica, ya realicen por sistema el transporte de posibles usuarios.

TÍTULO IV. CONDICIONES ESPECÍFICAS PARA LA PROMOCIÓN PUBLICITARIA Y CAPTACION DE CLIENTES DE BIENES DE USO TURÍSTICO PARA SU APROVECHAMIENTO POR TURNO, ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS VACACIONALES DE LARGA DURACIÓN, DE REVENTA Y DE INTERCAMBIO

ARTÍCULO 28. ÁMBITO

La realización en el municipio de Mogán de la actividad de promoción y captación de clientes para el aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa, y de intercambio, se llevará a cabo bajo la estricta observancia de lo establecido en el presente Título, así como lo establecido en los títulos precedentes, sin perjuicio de serle igualmente aplicable el régimen general de promoción publicitaria que se establece en la presente Ordenanza, todo ello sobre la base del Capítulo IV del Decreto 272/1997, de 27 de noviembre, sobre regulación de los alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido, que regirá de forma supletoria en todo lo no previsto en esta Ordenanza para Publicidad y Captación de Clientes de este tipo de actividad turística.

ARTÍCULO 29. CONDICIONANTES PARA EL EJERCICIO.

1.El ejercicio de la promoción publicitaria de captación de clientes para alojamientos en régimen de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio, podrá compaginar los espacios públicos acotados por expositores o mostradores con la promoción publicitaria, teniendo en cuenta los requisitos establecidos en el artículo 16 de esta Ordenanza.

2.El diseño de los expositores y mostradores se ajustará al modelo normalizado propuesto por la Alcaldía- Presidencia o Concejal Delegado, órgano al que corresponde, igualmente, determinar su número y ubicación. El costo económico de los mostradores y/o expositores correrá a cargo de las empresas que en virtud de la presente Ordenanza estén obligadas a su utilización.

ARTÍCULO 30. LÍMITES.

El ejercicio de la promoción publicitaria de alojamiento en régimen de uso a tiempo compartido y/o paquetes vacacionales, no podrá suponer el empleo de sistemas agresivos, ni la utilización de medios dirigidos a la captación de clientes, que perturben la tranquilidad y la libertad de los destinatarios de la misma.

ARTÍCULO 31. CLÁUSULA CONTRACTUAL INEXCUSABLE.

Las personas físicas o jurídicas que se dediquen a la actividad de oferta de derechos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, y/o de productos vacacionales de larga duración, y/o de reventa, y/o de intercambio, y que deseen ejercer esta actividad en el municipio de Mogán, deberán incluir en sus contratos una cláusula que contenga la siguiente prescripción, u otra de redacción sustancialmente idéntica:

“El consumidor tendrá derecho de desistimiento, sin necesidad de justificación alguna. El plazo para su ejercicio será el de catorce días naturales, cuyo cómputo se realizará de conformidad con lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley 4/2012, de 6 de julio, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio”.

Así como también, el material publicitario deberá cumplir con todas las exigencias previstas en el artículo 11 del Decreto 272/1997, de 27 de noviembre, sobre regulación de los alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido, debiendo

depositar un ejemplar del material publicitario ante la Oficina de Turismo o Departamento de Promoción Turística de este Ayuntamiento a los efectos oportunos.

TÍTULO V. INFRACCIONES Y SANCIONES.

CAPÍTULO I. DE LAS DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 32. PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DE LA POTESTAD SANCIONADORA.

El ejercicio de la potestad sancionadora en materia de Publicidad y Captación de Clientes en los términos dispuestos en esta Ordenanza, se sujetará a los principios previstos en los artículos 127 y siguientes de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y con fundamento sobre el artículo 4.1.f) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

Asimismo, se desarrolla este Título en virtud del nuevo Título XI de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, introducido tras la reforma operada por la Ley 57/2003, de 17 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local, en relación con las previsiones de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias, y, en particular, con sus artículos 19, 30, 46, 75.7, 76.10 y 11, 77.2, así como también, con fundamento sobre el Decreto 272/1997, de 27 de noviembre, sobre regulación de los alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido, y, en concreto, sobre el artículo 14 del mismo.

Dentro de las previsiones legales establecidas y atendiendo a la necesidad de proteger el derecho a la intimidad y tranquilidad del usuario turístico, velando por el cumplimiento de las prohibiciones legalmente establecidas, así como, también, atendiendo a la necesidad de adecuar la ordenación de las relaciones de convivencia de interés local y del uso de equipamientos y espacios públicos, es inevitable desarrollar el cuadro de infracciones y sanciones en materia de Publicidad y Captación de Clientes en el municipio de Mogán.

ARTÍCULO 33. PERSONAS RESPONSABLES.

1. Serán responsables de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza los agentes de promoción publicitaria que realicen las conductas contempladas en la misma como infracciones.

2. Las personas titulares y beneficiarias de la actividad promocionada responderán, igualmente que los anteriores, de las infracciones a la presente Ordenanza cometidas por los agentes vinculados laboral, mercantil o civilmente a la misma. Salvo prueba en contrario, se presumirá que dicho vínculo existe cuando se dé alguna de las siguientes circunstancias:

a) Cuando el agente de promoción publicitaria haya sido denunciado por efectuar promoción publicitaria a la misma empresa.

b) Cuando la empresa titular de la actividad promocionada se beneficie económicamente de la actuación del agente.

c) Cuando, habiéndose requerido al titular de la actividad promocionada para que hagan cesar a sus dependientes en la situación de incumplimiento, hayan hecho caso omiso al mismo, o no hayan adoptado las medidas necesarias para evitar que dicha situación no se produzca.

3. En el caso de que exista contrato laboral, civil o mercantil entre la empresa autorizada y el agente de promoción publicitaria autorizado, la responsabilidad se imputará a la empresa autorizada, con independencia de que ésta pueda repercutir posteriormente contra su agente; no obstante, en el caso en que no exista tal relación contractual, y concurra alguno de los supuestos de presunciones establecidos en el apartado anterior, se impondrán multas a los distintos responsables de una misma infracción, agente de promoción publicitaria y empresa promocionada, multas que tendrán entre sí carácter independiente.

ARTÍCULO 34. ÓRGANO COMPETENTE.

1. Sin perjuicio de las competencias sancionadoras que, por razón de la materia, sean propias del Estado o de la Comunidad Autónoma, en el ámbito de las competencias municipales corresponde al Alcalde-Presidente la facultad de sancionar las faltas por infracción a la presente Ordenanza, así como la incoación y resolución de los procedimientos sancionadores que dimanen de aquéllas.

2. No obstante lo anterior, de conformidad con el artículo 21.3 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases del Régimen Local, y del artículo 43 del R.D. 2568/1986, de 28 de noviembre, que aprueba el Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, el Alcalde-Presidente podrá delegar el ejercicio de dicha potestad sancionadora.

CAPÍTULO II. EL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

ARTÍCULO 35. PRINCIPIOS DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

El procedimiento sancionador se regirá por lo dispuesto en el presente Capítulo, en concordancia con los principios establecidos en los artículos 134 y siguientes de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y, supletoriamente, por lo establecido en el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, sin perjuicio de lo dispuesto en el Decreto 190/1996, de 1 de agosto, regulador del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora en Materia Turística y de la Inspección de Turismo y demás normas de vigente aplicación.

ARTÍCULO 36. INICIACIÓN.

Los procedimientos sancionadores se iniciarán siempre de oficio, por acuerdo del órgano competente para ello, con motivo de alguna de las siguientes circunstancias:

a) Por propia iniciativa del órgano competente para iniciar el procedimiento sancionador, cuando tenga conocimiento directo o indirecto de las conductas o hechos tipificados como infracción en esta Ordenanza.

b) Con motivo de orden superior.

c) Por petición razonada formulada por cualquier órgano administrativo distinto al competente para iniciar el procedimiento sancionador, que haya tenido conocimiento de las conductas o hechos que pudieran constituir infracción.

d) Por denuncia, bien de los Agentes de la Autoridad o bien de particular, poniendo en conocimiento de un órgano administrativo la existencia de un determinado hecho que pudiera constituir infracción.

ARTÍCULO 37. DENUNCIA.

1. Si el procedimiento se iniciara por denuncia, ésta deberá expresar, al menos, la identidad del denunciado, si fuera posible, con indicación de su domicilio; la identidad de la empresa beneficiaria de la actividad denunciada, con indicación del domicilio de ésta; una relación circunstanciada del hecho, con expresión del lugar, fecha y hora; y el nombre, dirección y domicilio del denunciante, si éste fuera un Agente de la Autoridad, estos datos podrán sustituirse por su número de identificación.

2. Las denuncias formuladas por los Agentes de la Autoridad harán fe, salvo prueba en contrario, respecto de los hechos denunciados, sin perjuicio del deber de aquéllos de aportar todos los elementos probatorios que sean posibles sobre el hecho denunciado.

3. Los Agentes de la Autoridad podrán, de acuerdo con la Ley, inmediatamente después de efectuar la denuncia por infracción a la presente Ordenanza, adoptar las medidas de precaución y garantía necesarias para impedir tanto que desaparezcan, se destruyan o alteren los elementos probatorios de la infracción presuntamente cometida, como para evitar la continuación de las conductas infractoras. La adopción de estas medidas deberá documentarse adecuadamente, mediante inventario de los documentos, objetos precintados, depositados, incautados o retirados. Dichas medidas podrán consistir, en su caso, y entre otras, en:

a) El precinto, depósito o incautación del material de promoción publicitaria, cuando se trate de actividad no amparada por autorización, o cuando se considere que esta medida resulta necesaria para impedir la continuación de cualquier infracción que se hubiere detectado; así como también la intervención de la tarjeta identificativa, carné o credencial, en caso de disponer del mismo.

b) La inmovilización, intervención y/o retirada de los elementos que sirvan de soporte a una actividad de promoción o publicidad que infrinja lo dispuesto en esta Ordenanza.

4. En el supuesto de depósito o incautación del material de promoción publicitaria por parte de los Agentes de la Autoridad, dicho material permanecerá en depósito en el Parque Municipal por un plazo mínimo de UN MES (1), siendo devuelto si, antes de transcurrir dicho plazo, la empresa titular de la actividad promocionada, o el propio agente de publicidad, abona la multa correspondiente al tipo de infracción cometida, entendiéndose a efectos sancionadores, que el imputado reconoce su responsabilidad en los hechos y accede a efectuar el pago voluntario, dándose por terminado el procedimiento sancionador, sin perjuicio de la posibilidad de interponer los recursos procedentes.

Independientemente del pago de la multa, el imputado deberá abonar la tasa devengada por el depósito del material intervenido que se fije en la Ordenanza Fiscal correspondiente, así como los gastos de transporte, si los hubiere, que se hayan generado por el traslado del mismo al Parque Municipal. Transcurrido el plazo sin que dicho material haya sido retirado, se procederá por parte de la Administración a darle el uso que se considere más oportuno.

5. Las denuncias de carácter voluntario deberán reunir, al menos, los siguientes requisitos:

a) La denuncia podrá formularse verbalmente ante los Agentes de la Policía más próximos al lugar del hecho, o por escrito dirigido a la Alcaldía-Presidencia.

b) Si la denuncia se presentase ante los Agentes de la Autoridad, se formalizará por ellos el reglamentario boletín de denuncia, en el que se hará constar, además de los requisitos consignados en los apartados anteriores, si comprobó, o no, la infracción denunciada, así como el nombre y domicilio del particular denunciante, remitiendo el boletín a la Alcaldía-Presidencia o Concejalía Delegada para su tramitación, sin perjuicio de entregar un duplicado al denunciado, si fuera posible.

ARTÍCULO 38. CONTENIDO DEL ACUERDO DE INICIACIÓN.

1. La iniciación de los procedimientos sancionadores se formalizará con el contenido mínimo siguiente:

a) Identificación de la persona o entidad presuntamente responsable de los hechos que se imputan y del establecimiento o actividad de que se trate.

b) Los hechos sucintamente expuestos que motivan la incoación del procedimiento, su posible calificación jurídica y las sanciones precisas que pudieran corresponderle, sin perjuicio de lo que resulte de la instrucción del procedimiento sancionador.

c) El instructor y, en su caso, secretario del procedimiento, con expresa indicación del régimen de recusación de los mismos.

d) El órgano competente para la resolución del expediente y norma que le atribuya tal competencia.

e) La indicación de la posibilidad de que el presunto responsable pueda reconocer voluntariamente su responsabilidad, pudiendo resolverse el procedimiento con la imposición de la sanción que proceda.

f) Las medidas de carácter provisional que se hayan acordado por el órgano competente para iniciar el procedimiento sancionador, de conformidad con lo previsto en el artículo 39 de esta Ordenanza.

g) La indicación del derecho a formular alegaciones y a la audiencia en el procedimiento, así como los plazos para su ejercicio.

2. La resolución de la incoación del procedimiento se notificará al instructor y, en su caso, al secretario del procedimiento, dándoles traslado de cuantas actuaciones existan al respecto, y a los interesados.

3. En la comunicación dirigida a los interesados se les advertirá que, de no efectuar alegaciones sobre el contenido de la resolución de iniciación del procedimiento en el plazo de quince días, la misma podrá ser considerada propuesta de resolución cuando contenga un pronunciamiento preciso acerca de la responsabilidad imputada, con las consecuencias reglamentariamente establecidas.

ARTÍCULO 39. MEDIDAS PROVISIONALES.

1. Iniciado un procedimiento, y con el fin de asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, el buen fin del mismo, evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción y por exigencia de los intereses generales, se podrán adoptar, mediante acuerdo motivado del órgano competente para resolver el procedimiento, las medidas provisionales que se estimen oportunas, ajustadas a la intensidad, proporcionalidad y necesidades de los objetivos que se pretendan garantizar en el caso concreto, que en ningún caso podrán producir perjuicios de difícil o imposible reparación a los inculcados o interesados en el procedimiento.
2. Las medidas provisionales podrán consistir, entre otras, en la suspensión íntegra y temporal de la actividad de promoción publicitaria a la empresa beneficiaria y presunta infractora, suspensión que podrá mantenerse hasta que se resuelva el correspondiente procedimiento sancionador.

ARTÍCULO 40. ALEGACIONES.

1. Los interesados podrán, en cualquier momento del procedimiento anterior al trámite de audiencia, aducir alegaciones y aportar documentos u otros elementos de juicio, que serán tenidos en cuenta al redactar la propuesta de resolución por el instructor del expediente.
2. Sin perjuicio de lo anterior, en la resolución de inicio del procedimiento se concederá al interesado un plazo de quince días para realizar alegaciones y proponer o presentar pruebas o documentos en que base su defensa.

ARTÍCULO 41. PRUEBA.

1. Recibidas las alegaciones a que se refiere el artículo anterior, o transcurrido el plazo para ello, el instructor podrá acordar la apertura de un período probatorio, de conformidad con lo establecido en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, por un plazo no superior a treinta días ni inferior a diez días.
2. La práctica de las pruebas que el instructor estime pertinentes, se realizará de conformidad con lo establecido en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

ARTÍCULO 42. PROPUESTA DE RESOLUCIÓN.

1. Concluida, en su caso, la fase probatoria, el instructor del procedimiento formulará propuesta de resolución al órgano competente para sancionar, en la que se consignarán, de forma motivada, los hechos que se consideren probados y su exacta calificación jurídica, se determinará la infracción que aquéllos constituyan, se concretará la persona o entidad que resulte responsable y se especificará la sanción que propone que se imponga y las medidas provisionales que se hubieran adoptado.
2. La propuesta de resolución se notificará a los interesados, indicándoles la puesta de manifiesto del expediente a los efectos del artículo siguiente.

ARTÍCULO 43. AUDIENCIA DEL INTERESADO.

1. En la notificación a que se refiere el artículo anterior se ofrecerá al interesado un plazo de quince días, durante el cual puede formular alegaciones y presentar cuantos documentos y justificaciones estime convenientes.
2. Se podrá prescindir del trámite de audiencia, en los supuestos reglamentariamente previstos.
3. Transcurrido, en su caso, el plazo de audiencia, la propuesta de resolución se cursará inmediatamente al órgano competente para resolver el procedimiento, junto con todos los documentos, alegaciones e informaciones que obren en el mismo.

ARTÍCULO 44. RESOLUCIÓN.

1. La resolución del procedimiento sancionador será siempre motivada, y decidirá cuantas cuestiones hayan sido planteadas por los interesados y aquellas otras derivadas del procedimiento.
2. La resolución contendrá los elementos legal y reglamentariamente previstos; además, incluirá la valoración de las pruebas practicadas, y especialmente de aquellas que constituyan los fundamentos de la decisión, fijará los hechos y la persona o entidad responsable, la infracción o infracciones cometidas y la sanción o sanciones a imponer o bien la declaración de la no existencia de infracción o responsabilidad punible.

ARTÍCULO 45. PLAZOS PARA LA RESOLUCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS.

El procedimiento ordinario debe ser tramitado, resuelto y notificada la resolución en el plazo de seis meses contado desde su incoación; en caso de que se substanciará el procedimiento simplificado, dicho plazo deberá ser de un mes.

CAPÍTULO III. DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES.

ARTÍCULO 46. CONCEPTO DE INFRACCIÓN.

Son infracciones las acciones y omisiones, dolosas o imprudentes, que estén tipificadas en esta Ordenanza como infracción leve, grave o muy grave, y sancionadas como tales en la misma.

ARTÍCULO 47. REGLAS PARA LA IMPOSICIÓN DE SANCIONES.

1. La imposición de sanciones se hará siempre previo expediente tramitado al efecto, que se ajustará a la normativa de general y pertinente aplicación en materia de ejercicio de la potestad sancionadora, y a las previsiones contenidas en esta Ordenanza.
2. En la imposición de las sanciones se atenderán los siguientes criterios modificativos de la responsabilidad de los infractores y susceptibles de aplicación simultánea:
 - a) Intencionalidad o reiteración de conductas infractoras.
 - b) Resistencia, negativa u obstrucción a los agentes de la Autoridad y/o a la acción investigadora del Ayuntamiento.

- c) Utilización de medios fraudulentos o agresivos en la comisión de la infracción o la comisión de ésta por persona interpuesta.
- d) Utilización de personas que carezcan del preceptivo permiso de trabajo.
- e) La repercusión sobre la imagen turística y las repercusiones para el resto del sector.
- f) La reincidencia, por comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme.

ARTÍCULO 48. CRITERIOS DE GRADUACIÓN DE LAS SANCIONES.

1. En la aplicación de la sanción se seguirán las siguientes reglas:

- a) Cuando no concurre ninguna de las circunstancias agravantes de la responsabilidad previstas en los apartados a) al f) del artículo precedente, se individualizará la sanción imponiendo la señalada por la Ordenanza en la extensión adecuada a las circunstancias personales del infractor y a la mayor o menor gravedad del hecho, razonándolo en la resolución sancionadora.
- b) Cuando concorra una o varias de las circunstancias previstas en los apartados a) al f) mencionados, se impondrá la sanción en su grado medio o máximo, siguiendo idénticos criterios individualizadores que en el apartado anterior.
- c) Las reglas del apartado anterior no se aplicarán a las circunstancias que la Ordenanza haya tenido en cuenta al describir o sancionar una infracción, ni a las que sean de tal manera inherentes a la infracción, sin que la concurrencia de ellas no podría cometerse.

ARTÍCULO 49. INFRACCIONES LEVES.

Son infracciones leves:

- a) La ausencia o retraso en el pago de las tasas exigibles de una mensualidad.
- b) La realización de las conductas declaradas prohibidas por la Ordenanza cuando por su entidad y circunstancias concurrentes no constituyan infracción grave o muy grave.
- c) La contravención de los deberes y prohibiciones establecidos en la presente Ordenanza cuando, por su trascendencia, no constituya infracción grave o muy grave.

ARTÍCULO 50. INFRACCIONES GRAVES.

Son infracciones graves:

- a) El ejercicio de la actividad de promoción publicitaria regulada por esta Ordenanza sin ajustarse a las condiciones materiales determinadas en la propia autorización.
- b) La falta de uniformidad, el desaseo de los agentes de promoción publicitaria o el mal estado de conservación de los expositores o mostradores, cuando no constituya infracción leve.
- c) No estar debidamente identificadas las personas que actúen como agentes de promoción publicitaria.
- d) Las contravenciones a las prohibiciones contempladas en el artículo 25 de la presente Ordenanza.
- e) El ejercicio de la actividad fuera de las zonas de actuación permitidas o sin respetar las zonas de actuación exclusivamente reservadas a los titulares de otras autorizaciones.
- f) La obstaculización o resistencia a la actuación inspectora del Ayuntamiento o agentes de la autoridad o el no atender a los requerimientos efectuados por los mismos, cuando por su entidad no constituya infracción muy grave o leve.
- g) La falta de pago de las tasas exigibles de, al menos, dos mensualidades.
- h) El ejercicio de la actividad fuera del horario autorizado según lo previsto en el art. 17 de esta Ordenanza.
- i) La comisión de dos faltas leves en el término de seis meses.

ARTÍCULO 51. INFRACCIONES MUY GRAVES.

Son infracciones muy graves:

- a) El ejercicio de la actividad de promoción publicitaria sin la preceptiva autorización municipal.
- b) La presentación de documentos inexactos o alterados para lograr la obtención de las autorizaciones o credenciales.
- c) La utilización de las credenciales sirviéndose de agentes que carezcan del preceptivo permiso de trabajo.
- d) La utilización de la credencial cuando se haya denunciado su pérdida, o sea utilizada a favor de un local o actividad para el que no haya sido autorizado, aún cuando pertenezca a la misma empresa.
- e) El ejercicio de la promoción publicitaria sirviéndose de megafonía u otros elementos acústicos o utilizando sistemas agresivos, considerando en este último supuesto como tales los establecidos en el artículo 25.1) de esta Ordenanza.
- f) La comisión de dos infracciones graves cuando concorra la circunstancia de la reincidencia.
- g) No atender las empresas titulares de la actividad promocionada los requerimientos efectuados por el Ayuntamiento para que hagan cesar a sus agentes de promoción publicitaria la comisión de infracciones.
- h) El realizar la actividad careciendo de distintivo y realizada por agentes amparándose en supuesta situación de: "agente en período o situación de prácticas", estando totalmente prohibido éste término.
- i) El realizar la captación de cliente fuera de las zonas stand o quiosco, pudiendo la Autoridad competente proceder al retiro de la credencial de agente y la incautación del material publicitario.

ARTÍCULO 52. TIPOLOGÍA DE LAS SANCIONES.

1. Por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza, se podrán imponer las siguientes sanciones:

- a) Multa de hasta siete mil quinientos (7.500,00) euros.
- b) Suspensión de los efectos de la autorización, incluso sin posibilidad de volver a obtenerla de nuevo.
- c) Disminución del número de agentes acreditados y/o del horario de actuación de los mismos.

2.La sanción siempre consistirá en una multa económica, pudiendo, además, imponerse las sanciones contempladas en las letras b) y c) del apartado anterior en función de las circunstancias concurrentes en cada caso conforme señala el artículo 48 de la presente Ordenanza.

3.La revocación de la autorización no tendrá carácter de sanción, pudiendo ser revocada la misma conforme señala el artículo 9.4 de esta Ordenanza y artículo 16 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

ARTÍCULO 53. APLICACIÓN DE SANCIONES.

1.Las infracciones leves podrán ser sancionadas con:

- a) Multa de hasta 2.500,00 euros, y/o
- b) Suspensión de los efectos de la autorización por una duración máxima de seis meses.

2.Las infracciones graves podrán ser sancionadas con:

- a) Multa de 2501,00 euros a 5.000,00 euros, y/o
- b) Suspensión de los efectos de la autorización por una duración máxima de doce meses, y/o
- c) Disminución del número de agentes acreditados y/o del horario de actuación.

3.Las infracciones muy graves podrán ser sancionadas con:

- a) Multa de 5.001,00 euros a 7.500,00 euros, y/o
- b) Suspensión definitiva de los efectos de la autorización, sin posibilidad de volver a obtenerla de nuevo, y/o
- c) Disminución del número de agentes acreditados y/o del horario de actuación.

LIBRO SEGUNDO. PUBLICIDAD EXTERIOR.

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 54.- OBJETO Y AMBITO DE APLICACIÓN.

1.El presente Libro Segundo tiene por objeto regular las condiciones sustantivas y procesales de la publicidad que vaya a ser instalada o efectuada en el dominio público municipal o que sea perceptible desde este dominio.

También constituye su objeto la instalación de elementos de señalización o identificación, que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos.

2.Queda excluida de su campo de aplicación la señalización de calles, edificios y dotaciones públicas realizadas por las Entidades Públicas o por empresa concesionaria en cumplimiento de sus obligaciones.

3.El ámbito de aplicación de esta ordenanza se circunscribe al término municipal de Mogán y se concreta en todas las actividades publicitarias que se ejercen en el mismo y en las distintas modalidades que se regulan, sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 1 a 3 del Libro Primero de esta Ordenanza en materia de actividades promoción publicitaria.

4.Cuando existan regulaciones específicas de superior rango, o bien normas o convenios especiales o específicos de carácter urbanístico, aprobados por órgano competente para su aplicación en determinadas zonas o centros comerciales del municipio, o para determinadas actividades, las prescripciones de aquéllas/os se aplicarán con carácter preferente, siendo las prescripciones de esta Ordenanza aplicables con carácter supletorio y sin perjuicio de aquéllas/os.

5.A los efectos de la aplicación e interpretación de esta Ordenanza, se incluye un Anexo con la significación y alcance de los conceptos fundamentales utilizados en la misma.

ARTÍCULO 55.- MODALIDADES BÁSICAS.

El mensaje publicitario podrá manifestarse a través de las siguientes modalidades:

1.Publicidad estática: tiene esta consideración la que se lleva a cabo mediante instalaciones fijas.

2.Publicidad móvil: tiene esta consideración aquella que sea autotransportada o remolcado su soporte por vehículo motor.

3.Publicidad aérea: tiene esta consideración aquella que se lleve a cabo con aviones, globos o dirigibles.

4.Publicidad audiovisual: tiene esta consideración aquella que se lleva a cabo mediante instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos.

ARTICULO 56.- PROTECCIÓN DEL ENTORNO.

1. Con carácter general, salvo autorización expresa de la autoridad municipal competente que sea conforme a lo establecido en la normativa de vigente aplicación, cualquier actuación publicitaria deberá realizarse de forma que su impacto visual y ambiental sea mínimo. Por ello, no podrá producir daños en el entorno, ni será autorizable su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamiento de tierras o escombros, modificación de elementos arquitectónicos, etc.

2. En los lugares de paisaje abierto y natural, sea rural o marítimo, o en las perspectivas que ofrezcan los conjuntos urbanos de características histórico-artísticas, típicos o tradicionales y en las inmediaciones de las carreteras y caminos de trayecto pintoresco, no se permitirá que la situación o la instalación de elementos publicitarios limite el campo visual para contemplar las bellezas naturales, romper la armonía del paisaje o desfigurar la perspectiva propia del mismo.

Cuando por parte de los servicios técnicos municipales se considere necesario, para lograr la debida integración de la actuación publicitaria en el ambiente urbano, se podrá exigir, previa justificación, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos.

3. No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias que, por su ubicación o diseño, puedan perjudicar o comprometer la correcta iluminación de las vías públicas, la adecuada visibilidad y seguridad de los viandantes, del tráfico rodado y de su señalización.

4. La gestión de los residuos generados, en su caso, deberá realizarse de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal y autonómica reguladora de la generación, tratamiento y eliminación de residuos.

ARTÍCULO 57.- ACTUACIONES PROHIBIDAS:

1. Con carácter general, sin perjuicio de lo establecido en la presente Ordenanza, así como en regulaciones específicas de superior rango, o en normas, planes o convenios especiales o específicos de carácter urbanístico, aprobados por órgano competente para su aplicación en determinadas zonas o centros comerciales del municipio, se prohíben las instalaciones publicitarias con soporte fijo y, en particular, las vallas publicitarias en los Conjuntos Histórico-Artísticos o Bienes de Interés Cultural y en sus entornos de protección; en las Zonas de Interés Medioambiental; en los edificios, parques y jardines; establecimientos comerciales; así como en el mobiliario y demás elementos urbanos.

La autorización o licencia, que la autoridad municipal competente, en su caso, pueda otorgar, deberá ser congruente con los parámetros exigidos en la presente Ordenanza y en la normativa, planes o convenios de vigente aplicación, y que se consideren necesarios para lograr la debida integración de la actuación publicitaria en el ambiente urbano, pudiéndose exigir, previa justificación, la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos.

2. Actuaciones publicitarias expresamente prohibidas, salvo autorización expresa de la autoridad municipal competente que sea conforme a lo establecido en la normativa de vigente aplicación:

Las realizadas en dominio público:

a) Sin perjuicio de lo expuesto en el capítulo II del título II de este Libro Segundo de la presente Ordenanza sobre publicidad efímera, experimental y especial.

b) En todo caso, la explotación publicitaria privada en los edificios destinados a equipamiento o dotación de titularidad pública.

3. Asimismo, está expresamente prohibida la instalación de elementos publicitarios y de señalización publicitaria en los siguientes emplazamientos o situaciones:

a) La colocación o instalación de cualquier soporte publicitario que por su forma, color, diseño o inscripciones pueda ser confundido con las señales reglamentarias de tráfico, impida la visibilidad o produzca deslumbramiento a los conductores de vehículos y a los peatones, o en los lugares donde pueda perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad vial.

b) Sobre o desde los monumentos o jardines históricos declarados como Bienes de Interés Cultural, de conformidad con la Ley de Patrimonio Histórico de Canarias.

c) En las zonas de servidumbres y afectación de carreteras, conforme dispone la Ley de Carreteras de Canarias y en la normativa que la desarrolla, así como fuera de los tramos urbanos de las carreteras, según lo dispuesto en dicho texto legal.

d) En las zonas de servidumbre y afectación de costas, conforme a lo dispuesto en la Ley Costas y en la normativa que la desarrolla.

e) En suelo rústico, conforme a lo dispuesto en el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias (TR-LOTCEC).

f) En los lugares que obstaculicen el alumbrado de las vías públicas o la visión del mobiliario urbano, y en los que se limite directamente la luz o las vistas de los ocupantes de algún inmueble.

g) Las que impidan o dificulten la accesibilidad al interior de los edificios, a través de sus portales, locales comerciales, oficinas o cualquier otra vía de acceso a los mismos.

h) La publicidad aérea que afecte a las servidumbres aeronáuticas, según dispone la normativa reguladora de las servidumbres aeronáuticas del aeropuerto de Gran Canaria-Base Aérea de Gando, o según las condiciones reguladas por el Reglamento de Circulación Aérea.

4. También están prohibidas, por razón del contenido del mensaje y del medio y/o soporte utilizado para su difusión, salvo autorización expresa de la autoridad municipal competente que sea conforme a lo establecido en la normativa de vigente aplicación:

a) Aquellas actividades publicitarias que, por su objetivo, forma, contenido o finalidad, sean contrarias a las leyes y a las costumbres, sean denigrantes contra las personas o grupos, y especialmente aquellas instalaciones y/o actividades publicitarias definidas como ilícitas en el título II de la Ley General de Publicidad.

b) Los elementos e instalaciones publicitarias constituidos por materias fácilmente combustibles, a menos de treinta (30) metros de zonas forestales o de abundante vegetación.

c) La publicidad sonora que genere contaminación acústica conforme a lo establecido en la vigente Ley del Ruido y la vigente ordenanza municipal.

d) La publicidad a base de carteles, pegatinas o etiquetas fijadas sobre paramentos de edificios, muros o vallas de cerramiento, tanto de titularidad privada como de dominio público.

e) Toda clase de pintadas o pictogramas publicitarios en la vía pública, esencialmente sobre sus elementos estructurales como muros de contención, vallas de cerramiento o aceras.

Todo ello, sin perjuicio de las prohibiciones y limitaciones que pudieran legalmente establecerse en el marco de otras ordenanzas municipales con competencias concurrentes en la materia.

5. La instalación de publicidad en vehículos autotaxis se regulará por su normativa específica.

ARTÍCULO 58.- CONDICIONES DE ILUMINACIÓN.

1. Se fijan las siguientes condiciones de la iluminación para los soportes con iluminación:

a) La instalación eléctrica cumplirá las determinaciones establecidas por el Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión, o normativa sectorial que lo sustituya.

b) No se permitirá la iluminación de soportes publicitarios utilizando energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna. Se utilizarán, siempre que la instalación lo permita, dispositivos de ahorro energético y fuentes de energía renovables.

c) La iluminación proyectada, sobre cualquier tipo de soporte, deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de la superficie

publicitaria y tendrá un efecto de desvanecimiento, sin que pueda proyectarse directamente sobre la superficie que se pretende iluminar.

d) Se entiende por "luz oblicua" cualquier proyección inclinada del haz de luz que pueda incidir en los huecos de ventanas. Se entiende por "luz recta" aquella cuyo ángulo de incidencia sobre el plano de fachada enfrentado es mayor o igual a setenta y cinco (75°) grados.

e) Se utilizarán preferentemente luminarias no contaminantes y lámparas eficientes de bajo consumo. 2. Los elementos de identificación y señalización de actividades que cuenten con iluminación podrán encenderse desde las siete (7) de la mañana hasta la salida del sol y desde la puesta del sol hasta las doce (12) horas de la noche, o mientras que el establecimiento permanezca abierto al público, en función de su actividad y de conformidad con los horarios legalmente establecidos, excepto las cruces de las oficinas de farmacia, y las señalizaciones de edificios sanitarios, de fuerzas de seguridad, establecimientos y aparcamientos públicos, que podrán permanecer encendidas las veinticuatro (24) horas del día.

3. Los soportes publicitarios instalados en edificios, obras, en solares y terrenos sin uso, que cuenten con iluminación, excepto los soportes rígidos con iluminación (sistema de diodos emisores de luz u otros digitales), podrán mantenerse encendidos durante los siguientes horarios:

a) En el período comprendido desde el primer domingo del mes de noviembre hasta el último domingo del mes de marzo, desde las siete (7) horas de la mañana hasta la salida del sol y desde la puesta del sol hasta las doce (12) horas de la noche.

b) En el período comprendido desde el lunes siguiente al último domingo del mes de marzo hasta el sábado anterior al primer domingo del mes de noviembre, de lunes a domingo podrán mantenerse encendidos desde las seis (6) de la mañana a la salida del sol, y de lunes a jueves y los domingos desde la puesta del sol hasta la una (1) de la madrugada. Los viernes, sábados y vísperas de festivo el horario se puede prolongar desde la puesta del sol hasta las dos y treinta (2:30) horas de la madrugada. En el supuesto de que se produjesen molestias derivadas de la iluminación, el horario de funcionamiento quedará reducido al establecido para el período invernal, citado en el apartado anterior.

No obstante, la autoridad municipal competente podrá variar, motivando la resolución, los horarios establecidos anteriormente, e incluso establecer un horario diferente para zonas o emplazamientos concretos, sin necesidad de modificar la presente Ordenanza.

4. Excepcionalmente, podrán admitirse otras formas de iluminación o proyección publicitaria sobre edificios, vinculadas a formas de expresión publicitaria que puedan incluirse entre las actuaciones efímeras, experimentales o especiales de las expresadas en esta Ordenanza, siempre que cumplan las condiciones de protección del entorno y del patrimonio, así como las condiciones exigidas en los apartados 1.a y 1.b de este artículo, y quede justificada su integración en el paisaje urbano, lo que será valorado por los servicios técnicos municipales, para lo cual deberá aportarse la documentación técnica necesaria para dicha valoración (infografías, vídeos, etc.).

5.- A los soportes con tecnología de iluminación digital -sistema de diodos emisores de luz u otros similares- se les aplicará el siguiente régimen.

a) Podrán mantener la conexión a su fuente de energía durante las horas diurnas -del orto al ocaso-, debiendo cumplir el horario de encendido inicial y apagado final establecido en apartados anteriores, sin superar los valores de luminancia máxima durante las horas nocturnas.

b) La orientación de los diodos de luz siempre será descendente para evitar la contaminación lumínica. En la licencia publicitaria se fijarán las condiciones técnicas, las de la explotación publicitaria y las del horario de cada instalación de acuerdo con el proyecto técnico presentado.

c) En el supuesto de que los mensajes publicitarios transmitidos mediante imágenes puedan afectar al tráfico rodado será preceptivo el informe favorable del servicio municipal competente en materia de movilidad.

6.- La autoridad municipal competente podrá establecer los ámbitos concretos del municipio en los que se puedan exceptuar los valores máximos de luminancia y los horarios de funcionamiento, con la finalidad de crear focos y escenas encendidas en los que se pueda intensificar la instalación de soportes publicitarios luminosos y la concentración de elementos de información.

TÍTULO II

ACTIVIDADES PUBLICITARIAS

ARTÍCULO 59.- DISPOSICIONES GENERALES.

Constituye el objeto del presente Título la regulación específica de las condiciones que han de cumplir las actividades publicitarias de un producto o un servicio que no se desarrolle directamente en el emplazamiento donde se encuentren situados, tanto sobre soportes físicos rígidos o flexibles, como aquellos otros medios novedosos de expresión publicitaria, tales como la publicidad efímera o experimental.

Dichas actividades publicitarias deberán ser solicitadas por los interesados, pudiendo ser autorizadas expresamente por la autoridad municipal competente, siempre que se cumplan las condiciones y parámetros establecidos en esta Ordenanza y sea conforme a la demás a normativa de vigente aplicación.

Del mismo modo, en aquellos supuestos en que así se considere oportuno por la autoridad municipal competente, mediante resolución debidamente motivada, y por razones eminentemente de seguridad, salubridad, protección del medio ambiente, ornato público y decoro, podrán ser desestimadas las solicitudes que hayan sido formuladas por los interesados.

CAPÍTULO I

INSTALACIONES PUBLICITARIAS

ARTÍCULO 60.- PUBLICIDAD EN FACHADAS.

1. Se podrán instalar los siguientes tipos de soportes publicitarios:

a) Soportes rígidos anclados al paramento.

b) Soportes flexibles que cubran temporalmente el paramento.

Asimismo, en las fachadas de los edificios se podrán instalar anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.

2. Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios, las fachadas ciegas de edificios de uso exclusivo terciario, excepto en fachadas a primera línea edificatoria de costa, edificios catalogados, en los Conjuntos Históricos, Bienes de Interés Cultural, y entornos de protección.

3. No se consideran fachadas ciegas, a efectos de esta Ordenanza, las construidas con paramentos translúcidos y aquellas que contengan aberturas, considerando como tales los huecos, lucernarios, superficies acristaladas, ventanas y, en general, toda zona susceptible de facilitar la entrada de luz y de aire. Los macizos de fábrica y superficies entre huecos de fachada no se consideran fachada ciega a efectos de su explotación publicitaria.

Excepcionalmente, podrán considerarse fachadas ciegas, con posibilidad de soportar publicidad, aquellos paños ciegos en los que la colocación de publicidad coadyuve a mejorar la composición de la fachada del edificio, lo que será valorado por los servicios técnicos municipales.

4. En vías de circulación rápida el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte (20) metros de distancia de la vía.

5. En los edificios destinados a museos, bibliotecas o análogos en el desarrollo de actividades culturales o de singular interés público, con independencia de su nivel de catalogación, se podrán anunciar sus exposiciones o actividades temporales mediante la instalación de soportes flexibles, tales como banderolas. Cuando las características del edificio lo requieran, se podrán instalar soportes con esta finalidad en el cerramiento de la parcela o en el espacio libre de la misma. Los situados en edificios catalogados, en los Conjuntos Históricos, Bienes de Interés Cultural y entornos de protección requerirán, para su aprobación, informe favorable de las comisiones u órganos competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

6. La superficie máxima publicitaria de los soportes rígidos y de los soportes flexibles no podrá exceder del cuarenta por ciento (40 %) de la totalidad del paramento.

7. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea retro-iluminada o proyectada. Cuando el haz de luz incida de forma directa u oblicua sobre ventana de edificaciones vecinas se deberá respetar una distancia de, al menos, quince (15) metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. En el caso de dotarse de sistemas de iluminación proyectada, se hará con una sola línea de proyectores o focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de cien (100) centímetros, debiendo el haz de luz no sobresalir de la superficie a iluminar.

8. Para la autorización de estos soportes se exigirá un estudio específico adaptado al edificio y a su entorno. Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación.

9. Los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas se instalarán en los huecos de fachada de los edificios, sin sobresalir de los mismos, en el plano paralelo a la fachada, sin volar sobre la vía pública. En cada vivienda o local que se anuncie se podrá instalar un número máximo de dos carteles. Las condiciones de la instalación deberán cumplir todas las normas de seguridad para evitar posibles daños a terceros. En ningún caso podrán disponerse anuncios que oculten o dificulten la iluminación o ventilación de los locales.

10. En plantas bajas se podrán autorizar soportes publicitarios opacos (no iluminados), en cerramientos de locales comerciales y oficinas no acondicionados y sin uso, excepto en los edificios catalogados y en los ámbitos de los Conjuntos Históricos, que no podrán exceder en ningún caso las dimensiones del cerramiento.

ARTÍCULO 61.- PUBLICIDAD EN CORONACIÓN DE EDIFICIOS.

1. En general, los soportes deberán estar integrados en la composición de las fachadas del edificio y sin afectar a los elementos de cubierta. Podrán admitirse, siempre que no se sitúen en edificios exclusivos de carácter oficial, sanitario, religioso o docente, o en edificios catalogados, y siempre que cumplan las condiciones de protección del entorno y que de justificada su integración en el paisaje urbano, lo que será valorado por los servicios técnicos municipales, aportando para ello la documentación técnica necesaria para su valoración (alzados, infografías, etc.).

No podrán ubicarse sobre edificios que estén a una distancia menor de veinte (20) metros de una vía de circulación rápida o en primera línea edificatoria de costa.

No se admitirán sobre edificios de menos de tres (3) plantas de altura sobre la rasante oficial, ni en calles de menos de diez (10) metros de anchura.

En aquellos edificios de uso exclusivo en los que exista un rótulo identificativo de la actividad del mismo no se admitirán rótulos publicitarios.

2. No obstante lo anteriormente expuesto, en ningún caso se permitirán vallas publicitarias, ni carteles, en coronación de edificios. Solo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada fachada de edificio, que se podrá emitir con efectos visuales siempre que no produzca destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales, ni que induzca a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea. Sus condiciones de iluminación se regirán por lo establecido en el artículo 58 de la presente Ordenanza, sin que se admita la luz emitida por proyección.

En ningún caso, los rótulos podrán colocarse sobre cubiertas de edificios si existen edificios residenciales de mayor altura a los que pueda ocultar vistas a espacios abiertos a menos de veinte (20) metros de distancia.

3. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas con elementos -letras y logotipos- sueltos, de forma que, tanto de día como de noche, se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen, así como la del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminadas, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

4. Solo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiendo ésta como el plano del peto de protección de cubierta o, en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la últi-

ma planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio, tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendedores o antenas.

5. Los soportes publicitarios no alterarán las condiciones constructivas ni compositivas del edificio.

6. La ubicación y dimensiones de los rótulos publicitarios se ajustarán a las siguientes condiciones:

a) Deberán retranquearse como mínimo cincuenta (50) centímetros desde el plano de fachada del edificio.

b) En los edificios entre medianeras, deberán separarse al menos dos (2) metros de las mismas.

c) Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10 %) de la del edificio con un máximo de cuatro (4) metros, medidos desde la línea de remate del peto de protección o barandal.

d) La longitud máxima de la superficie publicitaria será la equivalente a un tercio (1/3) de la longitud de la fachada. Excepcionalmente, podrán admitirse soluciones de mayor longitud, pudiendo alcanzar la totalidad de la fachada, en casos justificados de solución integrada en la composición de las fachadas del edificio, lo que será valorado por los servicios técnicos municipales.

e) Los soportes luminosos se situarán a más de veinticinco (25) metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial, sanitario o de hospedaje, si las luces inciden sobre ellas de forma oblicua, y a más de treinta (30) metros, si la luz es recta. A estos efectos, no se considerarán los huecos de ventana del propio edificio situados en el plano vertical del soporte.

7. El órgano municipal competente podrá imponer nuevas medidas correctoras para garantizar la inocuidad y seguridad de la instalación.

ARTÍCULO 62.- PUBLICIDAD EN PAREDES MEDIANERAS.

1. A efectos de esta ordenanza, se entiende por "medianera", o muro colindante con otra edificación, las superficies verticales ciegas de los edificios que se sitúan sobre los linderos de la parcela, que no reúnen la condición de alineación oficial. Por tanto, quedan incluidas tanto las que quedan al descubierto de forma temporal y circunstancial con un carácter provisional, como las que, por aplicación de las condiciones del planeamiento, quedan al descubierto con duración indefinida, al no colindar la edificación existente con la pared medianera, o al exceder su superficie de la edificación colindante.

2. Las fachadas ciegas de edificios existentes en el momento de la entrada en vigor de la Ordenanza y que, por aplicación de las condiciones del planeamiento, se sitúan en la alineación oficial, o colindan con terrenos no susceptibles de ser edificados, se asimilarán a las condiciones reguladas para las medianeras en el presente capítulo, a los solos efectos de su adecuación y explotación publicitaria.

3. Las paredes medianeras, formadas como consecuencia de diferencias de alturas en la edificación, por razones de planeamiento urbanístico, llevarán la misma consideración que las objeto de tratamiento de fachada.

4. Para conceder la licencia se requerirá un estudio de adecuación constructiva y compositiva para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse una actuación de larga duración e integrada en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas, constructivas y medioambientales del conjunto. Las obras de adecuación se autorizarán en la licencia, pudiéndose establecer condiciones adicionales respecto a los materiales, colores y motivos cuando las características del entorno lo requieran.

5. Para conceder la licencia en aquellas medianeras que recaigan sobre edificio lindante catalogado, en los Conjuntos Históricos, Bien de Interés Cultural y entornos de protección, se requerirá previo informe favorable de las comisiones u órganos competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural, que podrán imponer las condiciones que consideren en función de las características del edificio.

6. Podrán dotarse de sistemas de iluminación proyectada, con una sola línea de proyectores o focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de cien (100) centímetros, debiendo el haz de luz no sobresalir de la superficie a iluminar.

7. Salvo lo dispuesto en el apartado siguiente, la superficie publicitaria máxima que se instale no podrá exceder del cuarenta por ciento (40 %) de la totalidad de la pared medianera.

8. En medianeras objeto de tratamiento de fachadas, se requerirá un estudio de adecuación de toda la superficie de medianería, debiendo proyectarse un soporte publicitario o mural de larga duración e integrado en el tratamiento global de todos los paramentos, de forma que se mejoren las condiciones estéticas y medioambientales del conjunto.

9. No serán autorizables las vallas publicitarias, o carteles, en aquellas medianeras, visibles desde la vía pública, que surjan por la construcción de edificaciones de nueva planta a las que se les haya exigido tratamiento de fachada.

10. La vigencia de la licencia quedará limitada, con carácter general, a la obtención de licencia de obras de edificación en el solar o edificio al que recaiga la medianera donde se instale la valla publicitaria o cartelera.

ARTÍCULO 63.-. PUBLICIDAD EN OBRAS.

1. Las obras podrán ser utilizadas como soporte publicitario para la instalación de vallas y carteleras. A efectos de esta Ordenanza las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las de obra mayor de nueva planta, rehabilitación integral, restauración de fachadas o demolición de edificios. Para la instalación de publicidad, las obras y el vallado, en su caso, deberán contar con las licencias y autorizaciones en vigor que sean legalmente exigibles.

2. En las obras solamente serán autorizables los soportes flexibles sobre estructura de andamio. No se permitirán soportes retro-iluminados, y solamente se podrán admitir soportes luminosos con una sola línea de focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de cien (100) centímetros. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 58 de la presente Ordenanza.

3. Queda prohibida la instalación de publicidad antes del inicio de las obras de construcción y una vez finalizadas las mismas. Por el interesado deberán comunicarse las fechas de inicio, de terminación de las obras y, en su caso, de paralización de las mismas, con el fin de adaptar la vigencia de la licencia del elemento publicitario.

4. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales del solar, terreno o edificación, salvo en el supuesto de la instalación de los soportes flexibles sobre estructuras de andamio, en los que podrán figurar, en la

franja reservada para ello, las denominaciones de las actividades directamente afectadas por las obras y de las empresas actuantes en las mismas, de acuerdo con lo dispuesto en el apartado siguiente.

5. Los soportes publicitarios podrán cubrir la totalidad de la superficie del andamio, teniendo como limitación la altura del edificio y la longitud de fachada. En la parte inferior de la lona se reservará una franja corrida a lo largo de toda la lona de ciento cincuenta (150) centímetros de altura, en la que figurarán los elementos de identificación de los establecimientos existentes en el edificio, cuya localización quede afectada por la instalación del soporte, los de la empresa publicitaria y de las restantes empresas participantes en las obras, quedando prohibida la colocación de otros soportes rígidos o flexibles.

La publicidad deberá quedar integrada en la imagen del edificio y del entorno, y de forma excepcional, por razón de interés general, acontecimientos singulares para la ciudad o análogos, se podrá invertir el orden anterior, de forma que la publicidad quede instalada en la franja corrida a lo largo de toda la lona.

6. En caso de tratarse de un edificio catalogado, o situado en el ámbito del Recinto Histórico Artístico, no se permitirán las instalaciones publicitarias, salvo que éstas se sitúen en lonas, mallas o similares que reproduzcan la imagen de la fachada objeto de la obra a escala real. En este caso, el 85 por ciento de la superficie de la lona o malla reproducirá la imagen de la fachada y un máximo del 15 por ciento de dicha superficie podrá dedicarse a publicidad. Dicho porcentaje de publicidad irá situada en la franja definida en el párrafo anterior. En cualquier caso deberá predominar la imagen del edificio bien sea por la imagen en la lona, bien por dejar a la vista su estado natural con la malla de protección.

ARTÍCULO 64.- PUBLICIDAD EN SOLARES O TERRENOS URBANOS SIN USO.

1. A los efectos de esta ordenanza, se entiende por "solar" la parcela apta para ser edificada, y por "terreno sin uso" aquella parcela que esté vacante y sin urbanizar. En ambos supuestos, no podrá existir ninguna edificación ni desarrollarse ninguna actividad. En el caso de contar con una edificación o construcción, ésta deberá estar declarada en ruina de acuerdo con la legislación urbanística aplicable.

2. El "espacio libre de parcela edificada" no tiene la consideración de solar, ni de terreno sin uso, no siendo un emplazamiento a efectos de explotación publicitaria, por lo que no se podrán instalar vallas o soportes publicitarios, ni en su interior ni en el cerramiento perimetral de la parcela.

3. Las vallas y soportes publicitarios podrán situarse sobre los cerramientos de los solares, no pudiendo sustituir a éstos, y no superarán los quinientos cincuenta (550) centímetros de altura sobre la rasante del terreno, sin sobrepasar esta altura en ningún punto, ni producir vuelos sobre la vía pública. Los soportes aislados tipo monoposte, tótem o similar podrán alcanzar una altura mayor hasta un máximo de ocho (8) metros sobre la rasante del terreno, siempre que se justifique adecuadamente su necesidad y su integración en el entorno, lo que deberá acreditarse aportando fotografías e infografías de la solución propuesta.

4. Se podrán instalar en cualquier lugar del solar, sin sobrepasar los límites del mismo ni su cerramiento. No podrán situarse sobre los linderos de las fincas colindantes, salvo lo establecido en esta ordenanza para los casos de publicidad en paredes medianeras, y no podrán volar sobre la vía pública. En ningún caso, las vallas y rótulos publicitarios podrán colocarse en localizaciones que puedan ocultar vistas a espacios abiertos.

5. Solo podrán autorizarse cuando el cerramiento del solar esté previamente ejecutado, excepto en parcelas sin urbanizar o en proceso de urbanización.

6. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un solar o terreno sin uso.

7. Los soportes rígidos que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total de estos soportes cuando sean opacos o iluminados, incluido dicho marco, no sobrepasará los treinta centímetros (30 cm). La profundidad total de los soportes rígidos luminosos o retro-iluminados, así como de los que utilizan sistema de diodos o tecnología de iluminación digital, no sobrepasará los emisores de luz o similares cuarenta y cinco centímetros (45 cm). Las dimensiones máximas no superarán los 3,5 metros de altura y 8,5 metros de longitud, incluidos los marcos.

8. La superficie publicitaria máxima será de veinticuatro (24) metros cuadrados o una valla publicitaria por cada doce (12) metros lineales de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de cien (100) centímetros entre vallas o soportes publicitarios.

La posición y número de soportes no afectará la perspectiva del paisaje y dependerán de su inserción en el entorno, debiéndose aportar la documentación necesaria que justifique la armonía e inserción con el entorno, mediante infografías, fotomontajes, etc.

9. En caso de solares de menos de veinte (20) metros de línea de fachada situados entre medianeras edificadas con edificios de más de siete metros de altura, las vallas o soportes publicitarios deberán situarse sobre el cerramiento de parcela, pudiendo tener una superficie publicitaria mayor que la establecida en el párrafo anterior. En este caso, los espacios no ocupados entre soportes publicitarios habrán de cubrirse mediante elementos que conformen una superficie de fachada unitaria.

10. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea retro-iluminada o proyectada. Cuando el haz de luz incida de forma directa u oblicua sobre ventana de vecino colindante se deberá respetar una distancia de, al menos, quince (15) metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. En el caso de dotarse de sistemas de iluminación proyectada, se hará con una sola línea de proyectores o focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de cien (100) centímetros, debiendo el haz de luz no sobresalir de la superficie a iluminar. Podrán tener efectos visuales siempre que no produzcan destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 58 de la presente ordenanza.

11. Para la autorización de estos soportes se exigirá un proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno. Por parte de los servicios municipales se podrán establecer, previa justificación, condiciones específicas para dicha adaptación.

12. En los emplazamientos que sean colindantes con vías de circulación rápida y discurran por tramos urbanos, no se admitirá el sistema de iluminación en vallas publicitarias. Ninguno de los elementos del soporte publicitario deberá estar a una distancia inferior a veinte (20) metros de la vía.

13. La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general al comienzo de las obras de 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.

14. Cuando se dispongan en grupo no deben superar la dimensión máxima establecida. En este caso la separación entre unidades o grupos de vallas publicitarias será la equivalente al cincuenta por ciento (50 %) de la altura de la mayor colindante, debiendo tratarse la superficie existente entre estas con un elemento ornamental: celosías, lamas u otros elementos de unión diseñados al efecto, sin que puedan, en ningún caso, utilizarse como soporte de manifestaciones publicitarias.

Este tratamiento deberá plantearse sobre todo el perímetro del solar. La separación entre las vallas publicitarias y los edificios colindantes deberá ser como mínimo de dos (2) metros, debiendo tratarse esta de igual forma que la separación entre las vallas. No se permitirán en solares colindantes con edificaciones catalogadas.

CAPÍTULO II

PUBLICIDAD EFÍMERA, EXPERIMENTAL Y ESPECIAL

ARTÍCULO 65.- ACTUACIONES PUBLICITARIAS EFÍMERAS.

A efectos de esta ordenanza se entienden por acciones publicitarias “efímeras” las que para su ejecución no requieren la utilización de soportes fijos, pudiendo consistir en actuaciones con actores y/o público, ejecutándose en la vía pública o en espacios de titularidad privada visibles desde la vía pública.

Para autorizar las acciones publicitarias efímeras, se tendrá en consideración su impacto y repercusión en el paisaje urbano. En cualquier caso, se deberán tener en cuenta las limitaciones que establezcan las disposiciones legales vigentes sobre contaminación acústica, atmosférica y medioambiental.

ARTÍCULO 66.- AUTORIZACIONES PUBLICITARIAS EXPERIMENTALES.

1. Con carácter “experimental” se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta ordenanza para su realización de forma temporal, incluso en el dominio público municipal, a efectos de evaluar su impacto y su repercusión sobre el paisaje urbano.

2. En todas las actuaciones experimentales deberán reservarse espacios para la promoción de la ciudad o de acontecimientos en los que participe directamente. La determinación de los espacios, contenidos y formatos de promoción será coordinada por el órgano competente para otorgar la autorización de la actuación experimental y requerirá su conformidad, en la que figurarán las características de la acción de promoción.

3. Todas las actuaciones experimentales deberán tener en cuenta, en cualquier caso, las limitaciones que establezcan las disposiciones legales vigentes sobre contaminación acústica, atmosférica y medioambiental.

4. El régimen de intervención administrativa de autorización previa y el procedimiento sancionador de estas actuaciones publicitarias será el establecido en la presente ordenanza.

ARTÍCULO 67.- AUTORIZACIONES ESPECIALES.

1. Las actuaciones “singulares” que, justificadamente, puedan tramitarse como patrocinio de actividades y acontecimientos desarrollados por el Ayuntamiento de Mogán, sus organismos autónomos, entes y empresas municipales podrán ser objeto de autorización demanial en la que se establecerán las condiciones de la explotación publicitaria en dominio público municipal con carácter temporal.

2. Se podrá autorizar la utilización de los báculos y columnas de alumbrado público, como soporte divulgativo o informativo, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia, así como para actuaciones de patrocinio.

3. Con ocasión de acontecimientos relevantes de carácter cultural, deportivo, social y otros de singular importancia se podrán realizar proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios de titularidad pública o privada que afecten al paisaje urbano, pudiendo superar, excepcionalmente, los límites de luminancia establecidos. Las proyecciones deberán contar con autorización municipal previa.

CAPÍTULO III .

PUBLICIDAD EN FIESTAS POPULARES Y PUBLICIDAD ELECTORAL.

ARTÍCULO 68.- PUBLICIDAD EN FIESTAS POPULARES.

La autoridad municipal competente 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.

En cualquier caso, la entidad interesada, siendo ésta en principio la misma que instaló la publicidad, deberá retirar los elementos publicitarios subsistentes una vez acabado el período festivo. En caso de no hacerlo en el plazo de 10 días, previo oportuno requerimiento, lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del titular de la publicidad. Todo ello, sin perjuicio de las posibles sanciones que pudieran corresponderle al responsable de la infracción, como consecuencia del incumplimiento de lo establecido en la presente Ordenanza o en la normativa sectorial aplicable.

ARTÍCULO 69.- PUBLICIDAD ELECTORAL.

Todo lo que se refiera a publicidad electoral en los períodos electorales, oficialmente convocados, se ordenará por acuerdo de la autoridad municipal competente, de conformidad con lo establecido en la legislación electoral vigente. No obstante, estará sujeta a los requisitos regulados en los apartados siguientes.

1. Queda totalmente prohibida la publicidad electoral a base de carteles, pegatinas, etiquetas, panfletos, etc., que queden pegados directamente sobre paramentos de edificios, monumentos, árboles, obras y vías públicas y elementos de mobiliario urbano, parques y jardines, así como en el paisaje rústico.

2. En consecuencia con el punto anterior, únicamente se permitirá en el municipio de Mogán la publicidad electoral exterior a través de carteles, pancartas y banderolas respetando en todo momento el paisaje urbano, y debiendo ubicarse únicamente, y de conformidad con lo establecido en la sección 5ª, del Capítulo VI, del Título I, de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General:

a) En los báculos, columnas, postes o farolas del alumbrado público.

b) En la parte interior de las ventanas, ubicadas en locales en planta baja, de las sedes de los partidos políticos o de los particulares que así lo permitan.

c) En balcones de edificios, a través de anillas o abrazaderas, siempre y cuando se adopten las medidas de seguridad oportunas para evitar que los mismos se desprendan sobre la vía pública.

d) A través de cualquier tipo de vehículo o remolque

3. Una vez finalizado el día de las votaciones, los partidos políticos, coaliciones o federaciones electorales deberán retirar los elementos publicitarios subsistentes en los soportes descritos en el apartado 2 anterior. En caso de no hacerlo en el plazo de diez (10) días, previo oportuno requerimiento, lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del partido político, coalición o agrupación electoral anunciante. Todo ello, sin perjuicio de las posibles sanciones que pudieran corresponderle al responsable de la infracción, como consecuencia del incumplimiento de lo establecido en la presente ordenanza o en la normativa sectorial aplicable.

TÍTULO III.

ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN Y SEÑALIZACIÓN.

ARTÍCULO 70.- CARACTERÍSTICAS GENERALES.

1. Son elementos de identificación y señalización aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos donde se ubican estos elementos. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios, a la que se dedique.

2. Su instalación deberá adecuarse a las condiciones del edificio y del entorno y no podrá alterar las características arquitectónicas de los edificios ni de sus huecos de fachada y carpinterías. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas y constructivas del edificio y del ambiente urbano en que se instalen.

3. Las condiciones generales de iluminación se regulan en el artículo 58 de la Ordenanza, debiendo cumplir, además, las especificaciones que se establecen para cada tipo de soporte en este título, prohibiéndose la instalación de elementos de identificación y señalización luminosos con mensaje móvil o variable.

En el caso de iluminación proyectada, la línea de proyectores situada en la parte superior del soporte no podrá sobresalir más de sesenta (60) centímetros de la fachada del local.

4. En los edificios declarados Bien de Interés Cultural no se podrán instalar elementos de identificación, salvo en el supuesto de los establecimientos comerciales tradicionales y con especiales exigencias de señalización regulados en el artículo 75 de esta ordenanza. En todo caso, se requerirá informe favorable de las comisiones u órganos competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

5. Los rótulos y otros elementos de identificación no podrán instalarse en edificios declarados Bien de Interés Cultural y en los catalogados con nivel de protección integral, salvo las excepciones que las comisiones u órganos competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural puedan establecer en razón a sus especiales características y su integración en el entorno.

ARTÍCULO 71.- BANDERINES.

1. Son los carteles identificativos, perpendiculares al plano de fachada del local, realizados con cualquier clase de material rígido o flexible, con marco o estructura rígida, no admitiéndose en ningún caso la publicidad de actividades ajenas al mismo.

Su instalación se ajustará a las condiciones establecidas en el presente artículo, salvo las excepciones contempladas en el artículo 75 de esta Ordenanza para la señalización de servicios de emergencia y sanitarios, entre otros.

2. En general, no se permitirá la instalación de banderines en edificios declarados o incoados como Bienes de Interés Cultural, ni en edificios catalogados con nivel de protección integral. La instalación de banderines opacos en el resto de edificios catalogados con nivel de protección inferior y edificios incluidos en los Conjuntos Históricos deberá integrarse en la estética del edificio y contar con informe favorable de las comisiones u órganos competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

3. En general, salvo las excepciones contempladas en la ordenanza para la señalización de servicios de emergencia, no se permiten banderines en calles de anchura inferior a siete (7) metros o sobre aceras inferiores a ciento veinte (120) centímetros.

4. En el resto de situaciones, cumplirán las siguientes condiciones:

a) Estarán situados a una altura mínima de doscientos cincuenta (250) centímetros sobre la rasante de la acera o terreno, salvo los luminosos, que irán situados a una altura superior a trescientos (300) centímetros sobre la rasante de acera o terreno.

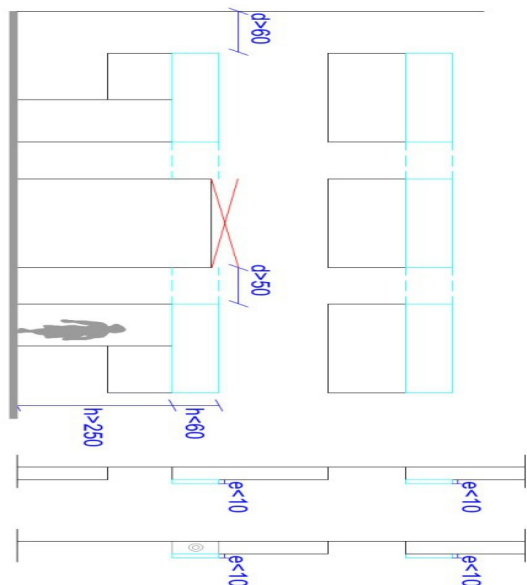
b) Su dimensión vertical máxima será de sesenta (60) centímetros. El saliente máximo será de ochenta (80) centímetros.

c) En los edificios exclusivos con uso terciario recreativo, comercial o industrial que dispongan de fachada ciega, podrán instalarse banderines con mayores dimensiones, siempre que no cubran elementos decorativos o huecos o descompongan la ordenación de la fachada, para cuya comprobación será preciso un estudio técnico del frente de la fachada completa que justifique su adecuada integración.

- d) Se situarán a una distancia mínima de sesenta (60) centímetros de los linderos medianeros del edificio y del portal del edificio.
- e) El grosor máximo de los banderines opacos será de cinco (5) centímetros y el de los luminosos de quince (15) centímetros.
- f) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y, exclusivamente, se colocarán en planta baja, haciendo referencia únicamente a la actividad y nombre del establecimiento, sin incorporar elementos publicitarios.
- g) No se instalarán banderines luminosos a menos de diez (10) metros de los huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte (20) metros si las luces son rectas.
- h) Podrán exceptuarse del cumplimiento del régimen de distancias establecido en el párrafo anterior en aquellos supuestos en los que no sea posible su cumplimiento y concurren circunstancias que hagan necesaria su identificación al prestar un servicio de carácter social, sanitario, cultural, o similar.

ARTÍCULO 72.- MUESTRAS.

- Son los anuncios paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, pudiendo ser opacas o contar con iluminación, no admitiéndose en ningún caso la publicidad de actividades ajenas al local.
- La instalación de muestras en los edificios declarados o incoados como Bienes de Interés Cultural, y en edificios catalogados con nivel de protección integral, deberá contar con informe favorable de las comisiones u órganos competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural.
- Podrán instalarse:
 - En planta baja y en planta primera: sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir estos, a una altura mínima de doscientos cincuenta (250) centímetros sobre la rasante de acera o terreno. Podrán ocupar una franja corrida de altura inferior a sesenta (60) centímetros, con un espesor de hasta diez (10) centímetros. Deberán quedar a una distancia horizontal superior a sesenta (60) centímetros de los linderos del edificio y a cincuenta (50) centímetros del hueco de acceso al portal del edificio, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.
 - Cuando se coloquen puertas o persianas de seguridad y aparezcan en fachada los cajones de los enrollables, la cartelería deberá integrarse con éstos, como si fueran el dintel de la puerta, respetando, en cualquier caso, la distancia de doscientos cincuenta (250) centímetros sobre la rasante de la acera.
 - Se podrán adosar a las marquesinas existentes en el edificio con una altura máxima igual a la de su parte frontal y cinco (5) centímetros de espesor.
 - En los edificios exclusivos con uso terciario recreativo, comercial o industrial que dispongan de fachada ciega, podrán instalarse muestras con mayores dimensiones, siempre que no cubran elementos decorativos o huecos o descompongan la ordenación de la fachada, para cuya comprobación será preciso un estudio técnico del frente de la fachada completa que justifique su adecuada integración.
 - En edificios de uso no residencial, podrán colocarse muestras opacas como coronación de los edificios, que podrán cubrir toda la longitud de la fachada, con una altura no superior al décimo (1/10) de la que tenga dicha fachada, sin exceder de cuatro (4) metros, y siempre que esté ejecutada con letra suelta. Como excepción, en los edificios de una o dos plantas se permitirá que la altura de la muestra sea de un (1) metro como máximo.



ARTÍCULO 73. TOLDOS, BANDEROLAS Y OTROS ELEMENTOS FLEXIBLES.

- Los toldos, banderolas o elementos flexibles únicamente podrán portar el anuncio del nombre que identifica a un establecimiento o una actividad comercial, no admitiéndose en ningún caso la publicidad de productos, servicios o actividades ajenas al mismo.
- Se permite el anuncio del nombre del establecimiento en la falda de los toldos y en la franja inferior del elemento flexible, que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. Deberán situarse a una altura superior a doscientos cincuenta (250) centímetros de la rasante oficial de la acera o terreno. Se prohíben los toldos rígidos, fijos o con apoyos estructurales en la vía pública. Tampoco se permitirán

toldos que superen un saliente desde el plano de fachada de un tercio (1/3) de la anchura de la acera ni un cuarto (1/4) de la anchura de la calle, con un máximo de doscientos cincuenta (250) centímetros.

En ningún caso la instalación de toldos podrá obstaculizar o limitar el paso de vehículos de emergencia en calles peatonales o plazas, ni podrá alterar las condiciones de la vegetación o del mobiliario urbano existente. Tampoco se autorizarán toldos que limiten u obstaculicen la visión de las señales de tráfico.

En los edificios declarados o incoados como Bienes de Interés Cultural, y en edificios catalogados con nivel de protección integral, solo se podrán autorizar en planta baja y, siempre, con la misma longitud que el hueco del local donde se ubique, debiendo justificar su integración estética y arquitectónica en la fachada. En estos casos, además de las limitaciones al saliente del toldo establecidas en las condiciones generales, el saliente del toldo no podrá exceder del plano de fachada más de ciento veinte (120) centímetros.

3. Se podrán instalar banderolas de señalización o identificación, realizadas en lonas, telas plastificadas, materiales textiles u otra clase de elementos flexibles, en toda clase de edificios con las siguientes características:

- Su ancho será como máximo de sesenta (60) centímetros.
- Solo se colocará una banderola por establecimiento y fachada.
- Las banderolas en planta baja deberán dejar una altura libre desde el plano de la acera de doscientos cincuenta (250) centímetros.

En edificios catalogados y en ámbitos de Conjuntos Históricos, deberá presentarse proyecto justificativo de su integración en la fachada del edificio, debiendo contar con informe favorable de las comisiones u órganos competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural, con carácter previo a la concesión de la licencia.

ARTÍCULO 74. RÓTULOS INFORMATIVOS Y OTROS ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN.

Son rótulos de identificación los que indican la denominación social de personas físicas o jurídicas o el servicio de la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen sin tener, en ningún caso, finalidad publicitaria.

1. Cuando se ubiquen rótulos de identificación en la planta baja del edificio, tendrán una dimensión máxima de veinticinco (25) centímetros de lado y cinco (5) milímetros de espesor y se situarán junto a las jambas de los huecos de acceso al portal del edificio. Cuando se dispongan varios rótulos de diferentes actividades o servicios deberá presentarse estudio unitario, que justifique la adecuada integración en la fachada.

2. Los rótulos de identificación en los edificios de uso exclusivo distinto al residencial se podrán situar en coronación, en la última planta y en las fachadas de los edificios, salvo en planta baja y primera, que se regulan como "muestras", de acuerdo con las siguientes condiciones:

- Solo podrá colocarse un tipo de soporte de identificación o publicitario por edificio.
- A los rótulos de identificación que se sitúen en coronación de edificios se les aplicarán las condiciones establecidas en el artículo 61 de la presente ordenanza.
- Podrán colocarse elementos de identificación opacos en la fachada superior de la última planta del edificio, que podrán cubrir toda la longitud de la fachada, mediante letras sueltas con una altura no superior a ciento veinte (120) centímetros, previa presentación de un proyecto arquitectónico de conjunto de la misma que justifique su adecuada integración en el edificio.

3. En el supuesto de edificios de uso residencial en el que se encuentren implantadas actividades en planta de pisos, amparadas por licencia, se podrán regular las características de sus elementos de identificación y señalización de acuerdo con las condiciones establecidas en el apartado anterior mediante la suscripción de convenio.

4. En edificios retranqueados de la alineación oficial y de uso exclusivo no residencial se podrán instalar hitos comerciales identificativos en el espacio libre de parcela, tipo monoposte, tótem o similar, dentro de la alineación oficial. Su altura máxima será la que señala la ordenanza o norma zonal para la altura máxima del edificio, con un máximo absoluto de doce (12) metros.

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación sin que su instalación pueda suponer, en ningún caso, un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes y vías de circulación de vehículos. Se deberá justificar su integración en el entorno, de manera que no llegue a existir saturación de elementos en un ámbito concreto, lo que será valorado por los servicios técnicos municipales. En el supuesto de colindar con vías de circulación rápida deberán respetar el régimen de distancias establecido en el artículo 60.4 de esta Ordenanza.

ARTÍCULO 75. IDENTIFICACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS CON ESPECIALES EXIGENCIAS DE SEÑALIZACIÓN.

1. Para señalar las oficinas de farmacia y otros centros y establecimientos de carácter sanitario, las dependencias de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, de Protección Civil, así como otros establecimientos con especiales exigencias de señalización, como los aparcamientos públicos, se podrán instalar soportes luminosos con independencia de las zonas en las que se sitúen.

2. Para identificar las oficinas de farmacias se instalarán cruces de malta de color verde en un 90 % de su superficie, que deberán cumplir las condiciones señaladas para la instalación de las muestras y banderines con las siguientes especialidades:

- El bastidor tendrá una dimensión máxima de ciento veinticinco (125) centímetros, tanto si se coloca como banderín o como muestra sobre la fachada. El saliente del soporte será de treinta (30) centímetros.
- Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario 12 h ó 24 h, sin que puedan contener en relación a la farmacia ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.
- Se colocarán sobre la fachada propia del local, como muestra o banderín. Solo se permitirá la instalación de una muestra y un banderín por fachada del local. En supuestos excepcionales, por la dificultad de visualizar el local desde la

vía pública, se podrá colocar un banderín en la fachada, o en el espacio libre de parcela del propio edificio o de otro edificio distinto al del local, en cuyo caso el bastidor será como máximo de noventa (90) centímetros.

d) Los huecos de ventanas existentes en el mismo edificio en el que se encuentre instalada la oficina de farmacia no deben considerarse incluidos en el régimen de distancia de las luces rectas y oblicuas establecido en el artículo 71 de esta ordenanza para los banderines con iluminación. Se evitará la contaminación lumínica a través de los huecos de ventana de otras piezas del edificio y, en caso de los soportes con iluminación digital, su haz de luz deberá orientarse en sentido descendente.

e) La altura de más de doscientos cincuenta (250) centímetros es de aplicación a las cruces de farmacia, incluidos aquellos supuestos que supongan colocarlas fuera de la fachada propia del local, elevándolas hasta completar la altura exigida.

f) En la fachada del local se podrá colocar una muestra con las condiciones exigidas en el artículo 72 para colocación de la palabra "farmacia" e identificación del titular o titulares de la misma.

3. Los elementos de identificación de otros servicios de carácter sanitario, de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, de Protección Civil, así como otros con especiales exigencias de señalización por el servicio que prestan, cumplirán las condiciones señaladas para las oficinas de farmacia adaptadas a sus propias características. En todo caso, serán muestras o banderines con iluminación fija y no intermitente o destellante, sin mensajes luminosos en movimiento, y su color y forma serán los que se establezcan como distintivos corporativos en su normativa específica, o mediante acuerdo o convenio entre el Ayuntamiento y las entidades más representativas de cada uno de los sectores con especiales exigencias de señalización.

4. Para los establecimientos destinados al uso de servicios terciarios de hospedaje se establece un régimen de señalización especial acorde con la función social que desempeñan y su participación en el fomento del ámbito turístico-cultural del municipio.

La identificación de las actividades y establecimientos situados en los edificios declarados o incoados como Bienes de Interés Cultural, y en edificios catalogados con nivel de protección integral, deberá contar con informe favorable de las comisiones u órganos competentes en protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

5. Las condiciones de señalización de las actividades de hospedaje se establecen con carácter general a continuación, sin perjuicio de que mediante la suscripción de convenios se fijen las características concretas de color, materiales, diseño y similares en función de la ubicación, condiciones de protección del edificio, marca comercial, etc.:

a) En edificios de uso exclusivo de servicios terciarios de hospedaje se podrán instalar banderines o banderolas de doscientos (200) centímetros de altura, o hasta un máximo de altura igual a la mitad de la del edificio, con un saliente de ochenta (80) centímetros, o elementos identificativos de la actividad en la coronación de los edificios en las condiciones establecidas en el artículo 74 de esta ordenanza, sin perjuicio de lo establecido en esta Ordenanza en cuanto a los edificios declarados o incoados como Bienes de Interés Cultural, y en edificios catalogados con nivel de protección integral.

b) Los banderines o elementos de identificación del establecimiento situados en coronación de edificios podrán tener iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles. Su iluminación se adecuará a las condiciones que establece el artículo 58 de la presente Ordenanza.

c) En el supuesto de edificios de uso residencial en los que se encuentren implantadas, en planta de pisos, actividades comprendidas en el uso de servicios terciarios de hospedaje, amparadas por licencia, se podrán instalar banderines o banderolas en fachada de los edificios con las condiciones señaladas en el apartado anterior, excepto en las plantas de uso residencial vivienda, donde no se admitirán banderines luminosos. En el supuesto de su implantación aislada las condiciones de los banderines o banderolas de identificación se ordenarán para cada edificio, en particular, mediante la presentación de un estudio arquitectónico de la fachada, sin que, en ningún caso, su altura pueda exceder de la del alto del hueco de fachada correspondiente y un saliente máximo de ochenta (80) centímetros, instalándose un banderín por fachada del establecimiento.

TÍTULO IV

RÉGIMEN DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA

CAPÍTULO I

INTERVENCIÓN MEDIANTE LICENCIA URBANÍSTICA

ARTÍCULO 76. OBJETO Y CONTENIDO.

1. Está sujeta a licencia urbanística la instalación de actividades publicitarias y de identificación o señalización, mediante soportes fijos o móviles, contemplados en la presente Ordenanza, así como cualquier otra modalidad que por sus características técnicas y exigencias de seguridad requiera la redacción de un proyecto y dirección técnica para su ejecución.

2. La solicitud de instalación de elementos identificadores en fachadas como muestras, banderines, banderolas, rótulos, toldos y elementos análogos, regulados en el título III, podrá tramitarse conjuntamente con la licencia de obras de acondicionamiento del correspondiente local.

3. Salvo que en las disposiciones legales y reglamentarias se disponga otra cosa, corresponderá a la Alcaldía u órgano en quien delegue, la competencia para instruir y resolver las solicitudes de licencia urbanística para la instalación de actividades publicitarias, y cualquier otro procedimiento previsto en la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 77. ACTUACIONES NO SUJETAS A LICENCIA URBANÍSTICA.

No necesitarán licencia municipal:

a) Las placas y escudos indicativos de dependencias públicas, sedes de representaciones oficiales extranjeras, actividades corporativas, federativas, hospitales, clínicas y dispensarios, actividades profesionales y similares, colocados sobre puertas de acceso o cerca de ellas.

b) Las banderas, banderolas o estandartes y elementos similares representativos de los diferentes países, estados, organismos oficiales, centros culturales, religiosos, deportivos, políticos, colegios profesionales y centros con actividades

similares, así como los elementos anunciadores de los eventos organizados por centros culturales, museos o deportivos en sus propias fachadas (no así de los patrocinadores de los mismos).

c) Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, que se limiten a indicar los horarios en que permanecen abiertos al público, precios de los artículos en venta, los motivos de un posible cierre temporal, de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares, siempre con carácter circunstancial, o que formen parte de la composición del escaparate.

d) La cartelería que se limite a indicar las situaciones de venta o alquiler de un inmueble, colocada en el interior del mismo, sin que en ningún momento vuele sobre la vía pública.

e) Los preceptivos carteles de obra de construcción, edificación y urbanización, de conformidad con la legislación sectorial aplicable.

f) La publicidad institucional de campañas cívicas y/o eventos municipales y de otras administraciones estatales y autonómicas.

ARTÍCULO 78. RÉGIMEN JURÍDICO DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

El régimen jurídico de las solicitudes de licencias urbanísticas para la instalación de actividad publicitaria será el establecido en el Título V del Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias, en el Título VIII del Reglamento de Gestión y Ejecución del Sistema de Planeamiento de Canarias, así como en la vigente Ordenanza Municipal Reguladora de Licencias de Obra Menor, y sin perjuicio de cualquier otra normativa de carácter sectorial que resulte de aplicación.

En cuanto a la documentación técnica exigible, vigencia de la licencia, exacciones que se han de abonar, identificación de la instalación, deber de conservación y retirada de instalaciones, régimen de actuaciones inmediatas, etc..., además de lo previsto en la presente Ordenanza, se estará a lo dispuesto en la normativa anteriormente citada.

CAPÍTULO II

RÉGIMEN DE INTERVENCIÓN SOBRE ACTUACIONES DE PUBLICIDAD EFÍMERA O EXPERIMENTAL

ARTÍCULO 79. RÉGIMEN DE INTERVENCIÓN DE PUBLICIDAD EFÍMERA O EXPERIMENTAL.

1. Si la actuación publicitaria se realiza en "suelo de titularidad y uso público", queda sujeta a autorización para actuación de carácter publicitario, de acuerdo con la Ley de Patrimonio de las Administraciones Públicas, el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales, las Ordenanzas municipales reguladoras de la Utilización Privativa o Aprovechamiento Especial del Dominio Público Local, sin perjuicio de cualquier otra normativa de carácter sectorial que resulte de aplicación.

2. Si la actuación publicitaria se realiza en "suelo de titularidad y uso privado":

a) Si requiere la utilización de estructuras o soportes que, por sus características técnicas y de seguridad, precisen de la redacción de un proyecto técnico, será necesaria la obtención previa de la autorización de actuación de publicidad exterior, debiendo cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

b) En caso contrario, la realización de las actuaciones publicitarias efímeras o experimentales en suelo de titularidad privada, visibles desde la vía pública, solo queda sujeta a la previa autorización de publicidad exterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 84 bis de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, cuando esté justificada, y de forma proporcionada, por razón de su impacto y repercusión en el paisaje y entorno urbanos, protección del patrimonio arquitectónico, afección al funcionamiento de los servicios públicos y, en cualquier caso, por razones de seguridad y salubridad públicas.

En cualquier caso, el promotor de la actividad experimental o efímera deberá presentar, con treinta (30) días de antelación a la fecha prevista para su ejecución, una comunicación previa con declaración responsable, exponiendo su naturaleza y características, así como las medidas que se adoptarán, en su caso, para controlar el normal desarrollo de la misma.

Durante el referido plazo el Ayuntamiento podrá exigir, en su caso, de forma motivada la adopción de medidas complementarias a las ofrecidas por el promotor.

TÍTULO V.

RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y SANCIONADOR.

CAPÍTULO I

PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD.

ARTÍCULO 80. RÉGIMEN JURÍDICO.

Sin perjuicio de lo establecido en la legislación sectorial que resulte de aplicación, el régimen jurídico de los procedimientos de restablecimiento de la legalidad y sancionador será el establecido en el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias (aprobado por Decreto Legislativo 1/2000, de 8 de mayo), concretamente en el capítulo V del título V y en el título VI, aplicándose con carácter subsidiario y para los supuestos no previstos el título XI de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

El ejercicio de las funciones de inspección y comprobación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente ordenanza corresponderá a los servicios técnicos del órgano municipal competente, así como a los Agentes de la Policía Municipal, como encargados de la vigilancia del cumplimiento de la normativa municipal.

Corresponderá a la Alcaldía u órgano en quien delegue, de conformidad con la legislación vigente, la competencia para resolver los procedimientos disciplinarios y sancionadores regulados en el presente título.

ARTÍCULO 81. TIPIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES.

1. Infracciones tipificadas por las normas legales vigentes:

- a) La colocación de carteles y cualesquiera otros soportes de publicidad o propaganda sin contar con la preceptiva licencia urbanística, conforme lo dispuesto en el artículo 223 del TR-LOTCEC.
- b) El incumplimiento del deber legal de conservar las instalaciones, construcciones y edificaciones en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, de conformidad con la obligación contenida en el artículo 202.3.d) del TR-LOTCEC.
- c) La realización, sin la debida licencia, de obras, instalaciones, actividades, trabajos y usos de todo tipo en espacios públicos, sistemas generales y Espacios Naturales Protegidos, según el artículo 213 del TR-LOTCEC.
- d) Colocar sin autorización, en las fachadas o cubiertas de los Bienes de Interés Cultural, rótulos, señales, símbolos, cerramientos o rejas, según el artículo 96.i de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias.
- e) Instalar antenas, conducciones aparentes y cualquier clase de publicidad comercial, no autorizada, en bienes declarados de interés cultural, de conformidad con lo prescrito en el artículo 96.j de la citada LPHC.

2. Infracciones tipificadas por esta Ordenanza:

- a) La instalación de actividades o la realización de actuaciones publicitarias reguladas como expresamente prohibidas en el artículo 57 de esta ordenanza.
- b) La instalación de las actividades publicitarias y elementos de identificación o señalización, así como el ejercicio de las actuaciones publicitarias reguladas en los títulos II y III, del Libro Segundo, de esta Ordenanza, sin contar con la previa y preceptiva licencia urbanística o autorización administrativa, o sin ajustarse a las condiciones de las mismas, sin perjuicio de lo establecido en el apartado 1 de este artículo.

ARTÍCULO 82. PERSONAS RESPONSABLES.

De las infracciones de la presente Ordenanza (Libro Segundo), serán responsables solidarios las personas naturales o jurídicas que hayan instalado y ordenado instalar las actividades publicitarias o elementos de señalización ejecutados, sin licencia o no ajustados a la misma, y los propietarios de los terrenos, solares, edificaciones y construcciones donde se ubican o fijan los soportes publicitarios, cuando lo hubieren autorizado.

ARTÍCULO 83. RESTABLECIMIENTO DE LA LEGALIDAD.

1. En las actividades publicitarias y las de identificación de actividades y establecimientos que se desarrollen mediante la instalación de soportes rígidos y fijos, con elementos y estructura portante o autoportante, o cualquier otro que, según la presente ordenanza, requiera por sus características técnicas y de seguridad la presentación de un proyecto técnico, y se carezca de la preceptiva licencia, producirá los siguientes efectos:

a) La obligación, por parte de los responsables de la infracción, de retirar, en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas, previo el oportuno requerimiento, el mensaje publicitario integrado en el soporte, que quedará vacío de contenido, con apercibimiento, en caso de incumplimiento, de ejecución subsidiaria inmediata por parte del Ayuntamiento, que procederá al precinto de la instalación.

En el supuesto de que el mensaje y el soporte sean indivisibles, se adoptarán las medidas necesarias para el cese efectivo de la concreta actividad publicitaria en el mismo plazo.

b) El Ayuntamiento, de conformidad con el procedimiento vigente, requerirá al infractor para que, en el plazo de tres (3) meses, solicite la preceptiva licencia de legalización de la instalación, apercibiéndole de la imposición de hasta diez (10) multas coercitivas y la incoación de procedimiento sancionador, salvo que resulte manifiestamente improcedente su legalización.

c) En los supuestos donde resulte manifiestamente improcedente la legalización, se dictará resolución mediante la que, tras acreditar la ilegalidad del soporte publicitario y la imposibilidad de la futura concesión de la preceptiva licencia municipal, se exigirá al responsable que proceda a su desmontaje y a la retirada de todos los elementos integrantes del mismo en el plazo cuarenta y ocho horas.

Si se tratara de actividad publicitaria instalada en dominio público municipal considerada anónima, se podrá disponer el desmontaje inmediato de la misma.

2. Si la instalación, ejecutada sin contar con la preceptiva licencia, fuera mediante muestras, banderines, toldos, banderolas y rótulos en fachada, sujetos a la misma por una simple obra de fijación del soporte, el requerimiento previo de suspensión de obras y cese de la actividad que acredite la situación de ilegalidad supondrá que, el infractor tiene la obligación de retirar el mensaje de identificación con el soporte que lo sustenta en el plazo cuarenta y ocho horas, sin perjuicio de que pueda solicitar, posteriormente, la preceptiva licencia municipal, ajustándose a las exigencias técnicas de la presente ordenanza.

3. En los supuestos de infracción mediante actividad publicitaria con soportes móviles en obras, medianeras y fachadas ciegas de uso terciario se actuará en la forma señalada en el apartado anterior.

4. El derecho a ejercitar la acción para el restablecimiento de la legalidad vulnerada caducará transcurridos cuatro años desde el cese efectivo de la actividad publicitaria, con las excepciones contempladas en el artículo 180.2 del TR-LOTCEC.

ARTÍCULO 84. RESTABLECIMIENTO VOLUNTARIO.

1. En la resolución de inicio del restablecimiento del orden jurídico perturbado se indicará al interesado que, el pleno y exacto cumplimiento voluntario y en plazo de la obligación de restablecimiento en los términos fijados por la Administración, determinará la no incoación de expediente sancionador alguno en vía administrativa, salvo en caso de reincidencia.

2. El pleno y exacto cumplimiento supondrá, además del cese de la actividad publicitaria, el desmontaje de la instalación y la retirada de sus elementos.

3. El restablecimiento voluntario de la legalidad por el infractor no requerirá autorización previa, ni trámite administrativo alguno, pudiendo realizarse incluso cuando se hayan adoptado medidas cautelares suspensivas de la actuación.

ARTÍCULO 85. INCUMPLIMIENTO DEL DEBER DE CONSERVACIÓN.

Ante el incumplimiento del deber de conservación en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro de las instalaciones publicitarias, tipificado como infracción en el presente título, el Ayuntamiento dictará, al amparo del artículo 157.2 del TR-LOTCEC, la correspondiente orden de ejecución a la persona responsable, para que proceda a su adecuado mantenimiento o retirada de la instalación.

El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para la ejecución subsidiaria a costa del interesado, e imposición de hasta diez (10) multas coercitivas.

CAPÍTULO II

RÉGIMEN SANCIONADOR

ARTÍCULO 86. PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

La potestad sancionadora se ejercerá observando el procedimiento establecido al efecto en el Libro Primero de la presente ordenanza y, en lo no previsto, por lo establecido en el Reglamento de procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, siendo el plazo máximo para dictar resolución de seis meses.

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y defensa del patrimonio municipal serán compatibles, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 83 de la presente Ordenanza, con la incoación del correspondiente expediente sancionador por la comisión de las infracciones, por acción u omisión, a la presente Ordenanza y a la legislación urbanística y territorial aplicable.

ARTÍCULO 87. TIPOS Y CUANTÍAS DE LAS SANCIONES.

1. Con carácter general, de conformidad con el artículo 223 del TRLOTCEC, las infracciones en materia de actividades y actuaciones publicitarias contempladas en el presente Libro Segundo serán sancionadas con multa de 60,10 a 3.005,06 euros, sin perjuicio de la sanción que, en su caso, pudiera determinarse por norma de superior rango.

2. De conformidad con el artículo 213 del TRLOTCEC, se sancionará con multa de entre 3.000 a 180.000 euros la realización, de obras, instalaciones, trabajos, actividades o usos de todo tipo en terrenos destinados a dotaciones públicas, sistemas generales, a espacios naturales protegidos, incluidas sus zonas periféricas de protección, y a otras áreas de protección ambiental establecidas en los planes insulares de ordenación que impidan, dificulten o perturben dicho destino y que se ejecuten sin la debida aprobación, autorización, licencia u orden de ejecución, siempre y cuando no resulten legalizables.

3. En cualquier caso, el importe mínimo y máximo de las multas será el establecido en cada momento por el TR-LOTCEC.

4. La sanción se graduará según la apreciación de circunstancias atenuantes y agravantes, y en función de la localización, el tamaño y la incidencia en el medio urbano y natural, aplicándose en su grado máximo cuando se incumplan las medidas que se adopten para la protección de la legalidad y el restablecimiento del orden jurídico perturbado.

CAPÍTULO III

RÉGIMEN SANCIONADOR DE LA PUBLICIDAD EFÍMERA, EXPERIMENTAL Y ESPECIAL.

ARTÍCULO 88. RÉGIMEN SANCIONADOR DE LAS ACTUACIONES PUBLICITARIAS EFÍMERAS, EXPERIMENTALES Y ESPECIALES.

1. A la ejecución de actuaciones publicitarias sin la obtención de la previa autorización de actuación de publicidad exterior, le será de aplicación el régimen sancionador establecido en este Título.

2. Aquellas actuaciones publicitarias definidas como ilícitas en el título II de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, reformada por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad, podrán ser inmediatamente paralizadas y, en su caso, se podrá retirar de forma inmediata el material publicitario utilizado.

3. Se actuará de la misma forma si la realización de cualquier clase de actuación publicitaria, incluida la que se desarrolle mediante actores, sin la preceptiva autorización o comunicación previa, o sin ajustarse a las condiciones establecidas en las mismas, impide a los ciudadanos permanecer en los espacios libres o transitar por las vías públicas.

ARTÍCULO 89. CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES.

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

1. Se considerarán infracciones "muy graves":

a) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria que impida el normal funcionamiento de los servicios públicos o suponga una grave y relevante obstrucción para el mismo.

b) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.

c) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos, sean muebles o inmuebles.

2. Se considerará infracción "grave" la realización de actividades publicitarias sin la correspondiente presentación de comunicación previa, o sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas, o contraviniendo las condiciones de las otorgadas.

3. Se considerará infracción "leve", la realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando no concurren las circunstancias anteriores.

ARTÍCULO 90. SANCIONES.

Las infracciones derivadas del incumplimiento del presente Capítulo se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, con las siguientes cuantías:

- a) Infracciones muy graves: de 1.501 euros hasta 3.000 euros.
- b) Infracciones graves: de 751 euros hasta 1.500 euros.
- c) Infracciones leves: de 60,10 euros hasta 750 euros.

DISPOSICIÓN ADICIONAL.

Se faculta a la Alcaldía-Presidencia al objeto de dictar los Bandos o Normas complementarias de gestión, técnicas y de interpretación que se estimen necesarias para la aplicación de la presente Ordenanza y para el desarrollo de la prestación de los servicios municipales afectados. Todo ello de conformidad con lo dispuesto en la vigente legislación de régimen local y sectorial aplicable.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS.

PRIMERA.-RÉGIMEN Y ADECUACIÓN DE LAS LICENCIAS.

1. Las instalaciones publicitarias y de identificación de actividades que, a la entrada en vigor de esta ordenanza, cuenten con licencia municipal de carácter temporal podrán mantenerse, si se ajustan a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, hasta la finalización de su plazo de vigencia, sin posibilidad de prórroga. En todo caso, si se solicitase durante dicho período cualquier modificación en la licencia, incluido el cambio de titularidad, será preceptiva la adaptación de la instalación a las determinaciones de esta ordenanza.

2. Las muestras, banderines, toldos y elementos análogos que, a la entrada en vigor de esta ordenanza, cuenten con licencia municipal y se ajusten a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, mantendrán su vigencia. En todo caso, si se solicitase cualquier modificación en la licencia, incluido el cambio de titularidad si afecta a la identificación del establecimiento, será preceptiva su adaptación a las determinaciones de esta ordenanza.

SEGUNDA. NORMATIVA APLICABLE A LAS SOLICITUDES EN TRAMITACIÓN.

Las licencias publicitarias y de identificación, que se encuentren en tramitación en el momento de la entrada en vigor de esta ordenanza, se otorgarán conforme a la normativa vigente en el momento de la resolución, siempre que ésta se produzca dentro del plazo legalmente establecido.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA. DEROGACIÓN NORMATIVA.

A la entrada en vigor de la presente Ordenanza quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan o contradigan la presente, y, en particular, las siguientes:

1. La Ordenanza Reguladora de la Actividad de Promoción Publicitaria en el Municipio de Mogán (publicada en el B.O.P. nº 160, del viernes 16-12-2005).
2. El párrafo tercero, del apartado 28, del artículo 26, de la Ordenanza Municipal de Tráfico, Circulación de Vehículos a Motor y Seguridad Vial (BOP nº 136, del 22-10-2010).

DISPOSICIONES FINALES.

PRIMERA.-En todo lo no previsto en la presente Ordenanza se estará a lo dispuesto en la Ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases de Régimen Local (modificada por la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local), y su normativa complementaria; 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); así como, la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias (modificada por la Ley 5/1999, de 15 de marzo); Decreto 272/1997, de 27 de noviembre, sobre regulación de los alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido en la Comunidad Autónoma de Canarias; Decreto 190/1996, de 1 de agosto, regulador del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora en materia turística y de la inspección de turismo; Ley 34/1988, General de Publicidad; Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias (Decreto legislativo 1/2000, de 8 de mayo); y demás normativa concordante y de desarrollo aplicable.

SEGUNDA.-De conformidad con el artículo 70.2, en relación con el 65.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, la presente Ordenanza entrará en vigor, una vez aprobada definitivamente, a los quince días de su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia.

ANEXO I.

TERMINOLOGÍA

A efectos de esta ordenanza se entiende por:

1.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.

Según el medio por el que se manifiesta podrá ser:

A.Publicidad estática: la que se desarrolla mediante instalaciones o soportes fijos.

B.Publicidad móvil: aquella que sea autotransportada o remolcada su soporte por cualquier tipo de vehículo rodado.

C.Publicidad aérea: aquella que se desarrolla con vehículos aéreos autónomos o teledirigidos, sean a motor o hinchables.

D.Publicidad audiovisual: la que se apoya en instrumentos audiovisuales, mecánicos eléctricos o electrónicos.

2.Publicidad exterior: la 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 discurren por lugares o ámbitos de utilización común.

3.Vía pública: todo espacio de titularidad pública por el que transitan o en el que permanecen los ciudadanos.

4.Emplazamiento publicitario: cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta ordenanza. Cada emplazamiento es único y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria. La superficie publicitaria permitida en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, condiciones de la iluminación, ubicación y tipología zonal.

5.Soporte publicitario: un soporte publicitario es el espacio o el objeto que sirve para mostrar un determinado mensaje publicitario. Según el tipo de soporte pueden distinguirse:

A.Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de textura flexible o blanda.

B.Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.

C.Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz ni reciben o emiten luz.

D.Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.

E.Soportes luminosos o retroiluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior por cualquier sistema de iluminación.

F.Soportes fijos: además de los soportes regulados en esta ordenanza, se entiende por fijos los soportes que para su montaje o utilización precisen de la realización de obras en el terreno o paramento sobre el que se instalen.

G.Soportes móviles: los que para su montaje o utilización precisen instalaciones o estructuras eventuales, desmontables o portátiles.

6.Valla o cartelera publicitaria: se consideran vallas publicitarias aquellas instalaciones compuestas de un marco de forma geométrica, comprensivas en su interior de elementos planos y dimensiones normalizadas, materiales resistentes y digna presentación estética, que hagan posible la fijación de carteles para la difusión de mensajes publicitarios.

7.Acciones publicitarias efímeras: las que para su ejecución no requieren la utilización de soportes fijos, pudiendo consistir en actuaciones con actores y/o público, ejecutándose en la vía pública o en espacios de titularidad privada visibles desde la vía pública, con una duración inferior a seis horas diarias.

8.Órgano municipal competente: el que ostente la competencia en materia de publicidad exterior conforme a la organización de los servicios administrativos y al régimen municipal vigente de delegaciones y desconcentraciones.

9.Licencia publicitaria: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y el ejercicio de la actividad de publicidad exterior.

10.Licencia de identificación: licencia urbanística que habilita a su titular para la realización de las obras de instalación de los soportes y la exhibición de la identificación del establecimiento en el ejercicio de su actividad.

11.Autorización especial: autorización demanial que habilita a su titular para la realización de una acción publicitaria en dominio público municipal. Cuando se requiera la utilización de soportes con estructuras fijas deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

12.Autorización de actuación de publicidad exterior: autorización administrativa especial que habilita a su titular para la realización de una actuación de publicidad exterior en suelo de titularidad privada cuando requiera la utilización de soportes o estructuras no fijas que por sus características técnicas y de seguridad precisen de la redacción de un proyecto técnico o cuando concurren razones de interés general.

13.Vías de circulación rápida: se definen como aquellas en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, conforme a la señalización específica correspondiente, sea superior a 50 kilómetros/hora.

14.Primera línea edificatoria de costa: aquella zona de edificación situada en frentes abiertos al mar, con amplias perspectivas visuales”.