

**1. ENTIDAD ADJUDICADORA:**

a) Organismo: Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.

b) Dependencia que tramita el expediente: Servicio de Contratación.

c) Dirección de Internet del perfil del contratante: [www.laspalmasgc.es](http://www.laspalmasgc.es)

**2. OBJETO DEL CONTRATO:**

a) Número de expediente: 765/13-S.

b) Tipo: Gestión de Servicio.

c) Descripción: GESTIÓN DEL SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN Y EXPLOTACIÓN DEL SISTEMA DE BICICLETA PÚBLICA EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.

d) Lote (en su caso): No.

e) CPV (Referencia de Nomenclatura): 34430000-0.

f) Medio de publicación del anuncio de licitación: Boletín Oficial de la Provincia de Las Palmas.

g) Fecha de publicación del anuncio de licitación: 25/09/2013.

**3. TRAMITACIÓN Y PROCEDIMIENTO:**

a) Tramitación: Ordinaria.

b) Procedimiento: Abierto. Pluralidad de criterios.

**4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN:**

Importe neto: - euros. Importe total: - euros.

**5. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO:**

a) Fecha de adjudicación: 21/11/2013.

b) Fecha de formalización del contrato: 12/02/2014.

c) Contratista: Postigo Obras y Servicios, S.A.

d) Nacionalidad: Española

e) Importe o canon de adjudicación: En función de los diversos aspectos obrantes en la proposición económica de fecha 15/10/2013.

Las Palmas de Gran Canaria, a doce de febrero de dos mil catorce.

EL CONCEJAL DE GOBIERNO DEL ÁREA DE HACIENDA, PATRIMONIO Y CONTRATACIÓN (Decreto 15.593/2011, de 14 de junio), Agustín Manuel Gutiérrez Márquez.

1.416

**Área de Ordenación del Territorio,  
Urbanismo, Vivienda y Aguas****Servicio de Protección del Paisaje****ANUNCIO****1.466**

La Secretaría General del Pleno, de conformidad con el artículo 122.5,d) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, hace público lo acordado por la Comisión de Pleno de Desarrollo Sostenible, en sesión ordinaria celebrada el 14 de enero de 2014.

ÁREA DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO,  
URBANISMO, VIVIENDA Y AGUAS

ORDENANZA REGULADORA DE LA  
PUBLICIDAD EXTERIOR

**PRIMERO. APROBACIÓN INICIAL**

La aprobación inicial de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, mediante acuerdo de la Comisión de Pleno de Desarrollo Sostenible, en sesión ordinaria celebrada el 15 de octubre de 2013.

**SEGUNDO. INFORMACIÓN PÚBLICA**

El acuerdo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 49 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local (LRBRL), se ha sometido a información pública por un plazo de treinta días hábiles, a contar desde el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Provincia núm. 137, de 25 de octubre de 2013, en el tablón de edictos y en la página web de esta entidad, durante

los cuales los interesados podían examinar el expediente y presentar las reclamaciones que estimaran oportunas.

#### APROBACIÓN DEFINITIVA Y ENTRADA EN VIGOR

Conforme dispone el artículo 49 de la LRBRL, se procederá a la publicación íntegra del texto de la ordenanza, sin que entre en vigor hasta que se haya llevado a cabo dicha publicación y transcurra el plazo establecido en el artículo 65.2 de la LRBRL.

La comunicación del acuerdo al que alude el artículo 56.1 de la LRBRL, y que determina el inicio del transcurso del plazo aludido, se realizó al Gobierno de Canarias (Dirección General de Administración Territorial) y a la Delegación del Gobierno en Canarias, el día 23 de enero de 2014.

El texto íntegro de la ordenanza es el siguiente:

#### “ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

##### ÍNDICE

##### PREÁMBULO (I-VI)

##### TÍTULO I. Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 2. Zonificación

Artículo 3. Protección del entorno

Artículo 4. Protección del patrimonio

Artículo 5. Actuaciones expresamente prohibidas

Artículo 6. Condiciones de iluminación

##### TÍTULO II. Actividades publicitarias

##### CAPÍTULO I. Instalaciones publicitarias

Artículo 7. Disposiciones generales

Artículo 8. Publicidad en coronación de edificios

Artículo 9. Publicidad en paredes medianeras

Artículo 10. Publicidad en fachadas

Artículo 11. Publicidad en obras

Artículo 12. Publicidad en solares o terrenos urbanos sin uso

CAPÍTULO II. Publicidad efímera, experimental y especial

Artículo 13. Actuaciones publicitarias efímeras

Artículo 14. Autorizaciones publicitarias experimentales

Artículo 15. Autorizaciones especiales

CAPÍTULO III. Publicidad en fiestas populares y publicidad electoral

Artículo 16. Publicidad en fiestas populares

Artículo 17. Publicidad electoral

TÍTULO III. Elementos de identificación y señalización

Artículo 18. Características generales

Artículo 19. Banderines

Artículo 20. Muestras

Artículo 21. Toldos, banderolas y otros elementos flexibles identificativos

Artículo 22. Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización

Artículo 23. Rótulos informativos y otros elementos de identificación

TÍTULO IV. Régimen de intervención administrativa

CAPÍTULO I. Intervención mediante licencia urbanística

Artículo 24. Objeto y contenido

Artículo 25. Actuaciones no sujetas a licencia urbanística

Artículo 26. Régimen jurídico de intervención administrativa

Artículo 27. Documentación técnica

Artículo 28. Vigencia de la licencia

Artículo 29. Exacciones	Disposición transitoria segunda. Normativa aplicable a las solicitudes en tramitación.
Artículo 30. Identificación de la instalación	Disposición derogatoria única. Derogación normativa.
Artículo 31. Deber de conservación y retirada de instalaciones	Disposición final única. Publicación y entrada en vigor.
Artículo 32. Régimen de actuaciones inmediatas	ANEXO I. Terminología
CAPÍTULO II. Régimen de intervención sobre actuaciones de publicidad efímera o experimental	ANEXO II. Vías comerciales
Artículo 33. Régimen de intervención de publicidad efímera o experimental	PREÁMBULO
TÍTULO V. Régimen disciplinario y sancionador	I
CAPÍTULO I. Protección de la legalidad	En el año 1998 el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria aprobó la última ordenanza reguladora de la publicidad exterior, que introdujo el concepto del paisaje urbano en la normativa municipal vinculado a la publicidad exterior. Esta ordenanza, publicada en el BOP el 17 de abril de 1998, y vigente en la actualidad, ha sido una excelente 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 instalación de la actividad publicitaria en defensa de los valores de nuestro paisaje urbano y del patrimonio histórico-artístico y natural.
Artículo 34. Régimen jurídico	Desde entonces, la legislación ha ido avanzando en materia de protección del paisaje, del medioambiente, del patrimonio histórico-artístico y natural, alcanzando a la publicidad exterior. La propia evolución de la ciudad, de la concepción social de la actividad publicitaria y de las costumbres de los ciudadanos, así como la evolución tecnológica de los medios y soportes publicitarios, exige a la Administración municipal una actitud receptiva con las tendencias actuales y la adopción de nuevas medidas protectoras para unas zonas e innovadoras en otras.
Artículo 35. Tipificación de las infracciones	Ha llegado, en consecuencia, el momento de proceder a una profunda actualización, acorde con los tiempos, sobre diversas cuestiones que, por novedosas, no fueron contempladas en la ordenanza vigente o que, por su regulación, han quedado obsoletas. Destaquemos, a título de ejemplo, las siguientes:
Artículo 36. Personas responsables	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actividad publicitaria innovadora, experimental o efímera.</li></ul>
Artículo 37. Singularidades y especificaciones sobre el procedimiento de restablecimiento de la legalidad	<ul style="list-style-type: none"><li>• Distinción entre actividad publicitaria y de señalización o identificación.</li></ul>
Artículo 38. Restablecimiento voluntario	
Artículo 39. Incumplimiento del deber de conservación	
CAPÍTULO II. Régimen sancionador	
Artículo 40. Compatibilidad de procedimientos	
Artículo 41. Tipos y cuantías de las sanciones	
Artículo 42. Cuantía de las sanciones por infracción en el dominio público	
CAPÍTULO III. Régimen disciplinario y sancionador de publicidad efímera y experimental	
Artículo 43. Régimen sancionador de las actuaciones publicitarias efímeras, experimentales y especiales	
Artículo 44. Clasificación de infracciones	
Artículo 45. Sanciones	
Disposición transitoria primera. Régimen y adecuación de las licencias.	

- Diferencia entre licencia urbanística de actividad publicitaria, autorización demanial y autorización administrativa previa.

- Intensidad de la iluminación de los soportes y horario de funcionamiento.

- Marco jurídico del restablecimiento de la legalidad y régimen sancionador.

## II

La ordenanza se dirige 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. Ante la proliferación de nuevas actuaciones publicitarias de carácter efímero, sin utilización de soportes fijos, se introduce, por primera vez, la posibilidad de autorizarlas de forma individual de acuerdo con el impacto y repercusión que puedan originar en el entorno.

La instalación de soportes publicitarios sometidos a la obtención de licencia urbanística se rige por las disposiciones de esta ordenanza y por las del 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).

La especialidad de los elementos de señalización e identificación de establecimientos y actividades es objeto de regulación específica dentro de esta ordenanza, determinándose, de forma independiente, las condiciones de las muestras, banderines y elementos análogos, así como los requisitos que deben cumplir los rótulos de identificación en coronación de edificios y en fachadas.

La ordenanza incluye asimismo, de forma pormenorizada, las características de la identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización, como los de carácter sanitario, cultural, social y turístico. Todos estos elementos de localización y señalización de establecimientos y actividades no se consideran actividad publicitaria en sentido estricto, pero contribuyen de forma determinante a la configuración del paisaje urbano de la ciudad, lo que justifica plenamente su regulación en esta ordenanza.

En definitiva, la nueva ordenanza reguladora de la publicidad exterior, además de establecer el régimen aplicable a la actividad publicitaria privada visible desde la vía pública, se constituye como una herramienta

que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica.

## III

Desde el punto de vista de las novedades de carácter técnico, hay que destacar su adecuación al Plan General Municipal de Ordenación vigente, respecto a la zonificación establecida para los edificios y áreas declarados Bienes de Interés Cultural, incluyendo los Conjuntos Histórico-Artísticos desarrollados por planes especiales de protección, en cumplimiento de las exigencias de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias.

Una importante novedad es la regulación de la intensidad y horarios de la iluminación de los soportes, estableciendo un claro marco normativo que va a permitir evitar molestias a los ciudadanos, con el objetivo de reducir la contaminación lumínica y el consumo injustificado de energía eléctrica.

Se regulan, asimismo, las actuaciones publicitarias efímeras que no precisan soportes, que quedan sujetas a la previa concesión de autorización administrativa, ya sean en vías y espacios de titularidad y uso público como en espacios privados visibles desde la vía pública.

## IV

El marco jurídico del restablecimiento de la legalidad y régimen sancionador precisa una profunda revisión por cuanto la ordenanza actual remite su regulación a la Ley 7/1990, de 4 de mayo, de Disciplina Urbanística y Territorial de Canarias, actualmente derogada, y a una Ordenanza Especial de Tramitación de Licencias y Control Urbanístico, nunca publicada.

En cuanto al restablecimiento de la legalidad, con la nueva regulación pretendemos dotarnos de un procedimiento sumario, por sencillo y eficaz, que consiga la eliminación efectiva de las agresiones publicitarias a nuestro entorno urbano y rural.

Así, se actuará mediante órdenes de ejecución contra la instalación de actividad publicitaria expresamente prohibida por la presente ordenanza y, por otro lado, el previo requerimiento de suspensión de obras y/o cese de la actividad comportará en aquellas instalaciones con soporte, ya sea fijo o móvil, la retirada inmediata del mensaje publicitario.

En el régimen sancionador se contemplará de forma bien diferente al infractor que voluntariamente proceda de forma perentoria a la reposición de la realidad física alterada, de aquel que no asuma la responsabilidad de su conducta infractora, sujeto, en su caso, a la imposición de multas coercitivas.

Se incorporan procedimientos sancionadores específicos vigentes en materia de infracciones en los ámbitos de los espacios naturales protegidos, en nuestro patrimonio histórico-artístico y en el dominio público municipal.

Asimismo, debemos reseñar que un principio o criterio, consagrado por la doctrina jurisprudencial, inspira y motiva básicamente la nueva ordenanza: la licencia de instalación de actividad publicitaria, más que una licencia de obras en sentido estricto, es una licencia de actividad, de funcionamiento.

En consecuencia, en cuanto a la caducidad de la acción para el restablecimiento del orden jurídico perturbado, el plazo de cuatro años no comenzará a computarse a partir de la instalación del soporte publicitario o de identificación, sino del cese efectivo de la actividad.

## V

El nuevo texto se estructura en 5 títulos que comprenden 45 artículos, dos disposiciones transitorias, una derogatoria y una final, más dos anexos.

El título I, de disposiciones generales, determina el objeto de la ordenanza, los medios de expresión publicitaria no permitidos y la calificación tipológica en la que se divide el suelo (zonificación).

El título II se dedica a la regulación de los diferentes tipos de actividades publicitarias, con o sin soportes, sus características y emplazamientos.

El título III regula los elementos de identificación y señalización de establecimientos y actividades, estableciendo un régimen propio y diferenciado de la publicidad exterior.

El título IV regula el régimen jurídico de intervención administrativa mediante licencia urbanística, autorización de actuación publicitaria o autorización demanial.

El título V establece el procedimiento de restablecimiento de la legalidad infringida y el correspondiente régimen sancionador.

Las disposiciones transitorias se dedican a la regulación de las condiciones aplicables a los supuestos nacidos al amparo de la anterior ordenanza.

Por último, se incluyen dos anexos: el primero, con la significación y alcance de los conceptos fundamentales utilizados con objeto de facilitar la interpretación y ejecución de la ordenanza; y el segundo, que contiene la relación de calles comerciales, complementario a la zonificación.

## VI

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), hoy asumida en sus compromisos internacionales por el Reino de España (artículo 3.1 de la Carta Europea de Autonomía Local, de 15 de octubre de 1985, ratificada por Instrumento de 20 de enero de 1988). Tiene su refrendo en los artículos 2 y 25 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, de Bases del Régimen Local, en adelante LBRL.

Resulta incuestionable la potestad reglamentaria de las corporaciones locales, cuyo contenido material viene delimitado por los intereses propios del municipio cuya salvaguardia tiene legalmente atribuida. En este ámbito toda instalación publicitaria, con mayor o menor intensidad, conlleva un impacto en la ciudad que atañe a intereses netamente municipales e incide en ellos, por lo que resulta acorde con el orden delimitado que el municipio pueda establecer las disposiciones necesarias para el correcto régimen de autorización y utilización del mismo.

No obstante, esta competencia reglamentaria en la gestión de sus intereses propios “se ejercerá en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas”, quienes además están obligadas a “asegurar a los Municipios, Provincias y las Islas su derecho a intervenir en cuantos asuntos afecten directamente al círculo de sus intereses, atribuyéndoles las competencias que procedan”.

Se trata, pues, de una competencia no original, sino derivada, que precisa una habilitación legal expresa, que en el presente caso localizamos en el artículo 40 del Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias.

La nueva Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, que respeta los límites de la legislación estatal, autonómica y el planeamiento urbanístico municipal, tiene por objeto el reglamentar de forma minuciosa el régimen de autorización previa de este tipo de actividades, así como el restablecimiento de forma perentoria de la legalidad y la sanción al culpable de la infracción. Pretende no solo ser compatible con las medidas de protección del medioambiente natural y de nuestro patrimonio histórico-artístico, sino complementarlas y singularizarlas en el específico campo de la actividad publicitaria en nuestra ciudad.

## TÍTULO I

### Disposiciones generales

#### Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones sustantivas y procesales de la publicidad que vaya a ser instalada, visible desde el dominio público y cualquiera que sea el sistema empleado para la transmisión del mensaje.

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

3. Queda fuera del ámbito de la presente ordenanza la instalación de cualquier tipo de publicidad en el mobiliario urbano que sea objeto de regulación por la Ordenanza General sobre Mobiliario Urbano, publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 17 de julio de 1998.

No obstante, sí les será de aplicación a las infracciones cometidas por utilización indebida del mobiliario urbano como soporte publicitario, el régimen disciplinario y sancionador contenido en el título V de la presente ordenanza.

4. Queda también excluida de su campo de aplicación la señalización de calles, edificios y dotaciones públicas realizadas por empresa concesionaria en cumplimiento de sus obligaciones.

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 2. Zonificación.

A los efectos exclusivos de aplicación de esta ordenanza, el término municipal de Las Palmas de Gran Canaria se divide en las siguientes zonas:

- Zona 1: Comprende todo el suelo rústico, excepto el de protección de infraestructuras y equipamientos 3; el suelo urbanizable no sectorizado; y el dominio público municipal.

- Zona 2: Comprende las zonas declaradas Conjuntos Histórico-Artísticos y/o Bienes de Interés Cultural y los edificios protegidos incluidos en los Catálogos de Protección de los Planes Especiales de Protección, del Plan General Municipal de Ordenación (PGMO) de Las Palmas de Gran Canaria y planes de desarrollo, así como las zonas reguladas con ordenanza D, Dh, Ca y Ct.

- Zona 3: Comprende la primera línea edificatoria de los frentes marítimos de la ciudad.

- Zona 4: Vías de carácter eminentemente comercial, definidas en el anexo II, y edificios comerciales exclusivos (centros comerciales y grandes superficies).

- Zona 5: Resto del término municipal.

#### Artículo 3. Protección del entorno.

1. Con carácter general, 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 4. Protección del patrimonio.

1. Se prohíben, con carácter general, 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 y elementos urbanos incluidos en los catálogos de protección con nivel de protección integral.

2. Toda actuación publicitaria que afecte a elementos catalogados con menor nivel de protección que el señalado en el párrafo anterior estará sometida a las condiciones y limitaciones necesarias para garantizar su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido. Se respetarán los valores paisajísticos y el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios, sin ocultar sus elementos decorativos y ornamentales.

Se podrán imponer tamaños y alturas menores a los permitidos con carácter general, en función de las características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos ambientales negativos.

3. Salvo las excepciones que la Comisión Insular y el Consejo Municipal de Patrimonio Histórico puedan admitir en función de las especiales características de cada emplazamiento, las instalaciones se realizarán preferentemente con elementos sueltos -letras, logotipos-, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

En cualquier caso, será de aplicación preferente y directa lo dispuesto en la Ley 4/1999, de 15 de marzo,

de Patrimonio Histórico de Canarias y, en su caso, en los correspondientes Planes Especiales de Protección vigentes para cada uno de los respectivos ámbitos previstos por el Plan General de Ordenación.

#### Artículo 5. Actuaciones expresamente prohibidas.

##### 1. En dominio público.

a) Excepto en los supuestos regulados en el capítulo II del título II de la presente ordenanza sobre publicidad efímera, experimental y especial, se prohíbe la utilización del dominio público con fines publicitarios, incluido el mobiliario, toldos, cortavientos y caballetes de las terrazas en la vía pública, y en las vallas de encauzamiento peatonal en aceras.

b) La explotación publicitaria de los edificios destinados a equipamiento o dotación de titularidad pública.

2. Está expresamente prohibida la instalación de actividades publicitarias y elementos de señalización 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 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias.

c) En las zonas de servidumbres y afectación de carreteras conforme a la Ley 9/1991, de 8 de mayo, de Carreteras de Canarias y su Reglamento aprobado por Decreto 131/1995, de 11 de mayo, así como fuera de los tramos urbanos de las carreteras según lo dispuesto en el artículo 31 de dicho texto legal.

d) En las zonas de servidumbre y afectación de costas conforme a lo dispuesto en los artículos 25 y 38 de la Ley 22/1988, de 28 de julio, de Costas y artículo 45, f) del Reglamento General de Costas.

e) En suelo rústico, conforme a lo dispuesto por el artículo 65, apartados a) y d), del Decreto Legislativo

1/2000, de 8 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias.

f) En los lugares que obstaculicen el alumbrado de las vías públicas o la visión del mobiliario urbano, que limiten 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 recogidas en el Real Decreto 417/2011, de 18 de marzo, por el que se actualizan las servidumbres aeronáuticas del aeropuerto de Gran Canaria-Base Aérea de Gando, o a las condiciones que regula el Real Decreto 57/2002, de 18 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Circulación Aérea.

3. También están prohibidas por razón de contenido del mensaje y del medio y/o soporte utilizado para su difusión:

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 actividades 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 para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios.

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 37/2003, de 17 de noviembre, de 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, así como el reparto en la vía pública

de folletos, anuncios, octavillas o cualquier otro producto publicitario.

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.

4. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 17 de esta ordenanza durante periodos electorales, se prohíbe la publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, excepto la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros y aquellos vehículos homologados especialmente adaptados para la explotación publicitaria, siempre que circulen por circuitos acotados o emplazamientos específicos, sirvan para eventos especiales o formen parte de actuaciones efímeras.

En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios.

5. La instalación de publicidad en vehículos auto-taxis se regulará por su normativa municipal específica.

#### Artículo 6. 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, aprobado por Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto, 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 al orto y desde el ocaso 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 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 digital -sistema de diodos emisores de luz u otros similares-, podrán mantenerse encendidos en los siguientes horarios:

a) En el periodo comprendido desde el último domingo de octubre a la víspera del último domingo de marzo -periodo invernal-, desde las siete (7) horas de la mañana al orto y desde el ocaso hasta las doce (12) de la noche.

b) En el periodo comprendido desde el último domingo de marzo a la víspera del último domingo de octubre -periodo estival-, de lunes a domingo desde las seis (6) de la mañana al orto y de lunes a jueves y los domingos desde el ocaso hasta la una (1) de la madrugada. Los viernes, sábados y vísperas de festivo el horario se puede prolongar desde el ocaso 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 periodo invernal.

No obstante, la Alcaldía o el órgano en quien delegue la competencia sobre actividades publicitarias podrá variar, motivando la resolución, los horarios establecidos en el actual y precedente número e incluso establecer un horario diferente para zonas o emplazamientos concretos, sin necesidad de modificar esta 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 los artículos 14, 15 y 16, 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 que deberá aportarse la documentación técnica necesaria para su valoración (infografías, vídeos, etc.).

## TÍTULO II

### Actividades publicitarias

#### CAPÍTULO I

##### Instalaciones publicitarias

###### Artículo 7. 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.

###### Artículo 8. 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. Solamente se admitirán en zonas 4 y 5 y siempre que no se sitúen en edificios exclusivos de carácter oficial, sanitario, religioso o docente o en edificios catalogados.

Excepcionalmente, podrán admitirse en edificios situados en zona 3 en el entorno de los tramos VI y VII de la avenida Marítima del Norte o Alcaravaneras,

siempre que cumplan las condiciones de protección del entorno y quede 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. 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 6 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 sueltos -letras y logotipos- u opacos y continuos 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.

En ningún caso se permitirán vallas publicitarias en coronación de edificios.

4. Solo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio,

entendiendo esta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendederos 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 si estos fueran opacos.

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 son oblicuas y a más de treinta (30) metros si las luces son rectas. 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 9. 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 de las zonas 3, 4 y 5 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. La colocación de vallas publicitarias podrá admitirse en las medianeras situadas en los siguientes ámbitos:

a) No se permitirán en la zona 1.

b) En la zona 2 solo se autorizarán previo informe favorable de las comisiones 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.

c) En todas las zonas 3, 4 y 5, excepto en los edificios catalogados. 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.

d) No se permitirán vallas publicitarias en aquellas medianeras que recaigan sobre edificio lindante catalogado, ni en los Conjuntos Históricos y entornos de protección de un Bien de Interés Cultural.

6. Salvo en la zona 2 y 3, 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, siempre que disten más de quince (15) metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 6 de la presente ordenanza.

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. Dentro de la zona 4 se admite la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado hasta una altura máxima de cinco (5) metros sobre la rasante de la vía pública y de superficie máxima la mitad (1/2) de la total del paramento.

8. En medianeras objeto de tratamiento de fachadas, así como en las ubicadas en las zonas 2 y 3, 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 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.

#### Artículo 10. 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 en las zonas 3, 4 y 5, excepto en fachadas a primera línea edificatoria de costa.

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, ventanas -practicables o no-, superficies acristaladas 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, situados en las zonas 1, 2 y 3, 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 la zona 2 requerirán para su aprobación informe favorable de las comisiones 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 retroiluminada o proyectada con una sola línea de focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de cien (100) centímetros, siempre que disten más de quince (15) metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 6 de la presente ordenanza.

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 podrán instalar en la fachada de edificios situados en todas las zonas establecidas en la ordenanza. 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, 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 11. 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 en cualquier zona de la ciudad, incluidos los edificios catalogados. 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 retroiluminados, 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, siempre que disten más de quince (15) metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 6 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 los edificios declarados Bien de Interés Cultural y en los catalogados con protección integral, además de la franja definida en el párrafo anterior, predominará la imagen del edificio catalogado, bien en su estado natural con la malla de protección o con la representación gráfica del edificio sobre ella, en la que figurará una fotografía, imagen o alzado del edificio al menos en un 80 % de la superficie de la lona, pudiendo destinarse el resto del soporte a la publicidad. Los soportes en estos edificios, además de aquellos edificios no catalogados situados en la zona 2, requerirán para su aprobación informe favorable de las comisiones competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

Artículo 12. 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, esta 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. Los solares y terrenos sin uso susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios son los situados en las zonas 3, 4 y 5.

4. Las vallas y soportes publicitarios podrán situarse sobre los cerramientos de los solares, no pudiendo sustituir a estos, 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.

5. 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 los casos de paredes medianeras reguladas por el artículo 9 de la presente ordenanza, 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.

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

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

8. 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 retroiluminados, así como de los que utilizan tecnología de iluminación digital -sistema de diodos emisores de luz o similares-, no sobrepasará los cuarenta y cinco centímetros (45 cm). Las dimensiones máximas no superarán los 3,5 metros de altura y 8,5 metros de longitud, incluidos marcos.

9. 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.

10. 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.

11. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea retroiluminada con efectos visuales siempre que no produzcan destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico, o proyectada con una sola línea de focos situados en la parte superior de la superficie publicitaria, con un saliente máximo de cien (100) centímetros, siempre que disten más de quince (15) metros de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario. El haz luminoso de la iluminación proyectada no deberá sobrepasar la superficie publicitaria. En todo caso se cumplirán las condiciones de iluminación y horarios reguladas en el artículo 6 de la presente ordenanza.

12. 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.

13. En los emplazamientos que sean colindantes con vías de circulación rápida y discurren 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.

14. 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.

15. 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 13. 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 14. 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 15. Autorizaciones especiales.

1. Las actuaciones singulares que, justificadamente, puedan tramitarse como patrocinio de actividades y acontecimientos desarrollados por el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, 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 16. Publicidad en fiestas populares.

La Alcaldía podrá adoptar las disposiciones especiales que considere oportunas para regular la publicidad durante las fiestas populares, de tal manera que cause los menores inconvenientes a los intereses de los ciudadanos.

En cualquier caso, la entidad interesada, siendo esta en principio la misma que colocó la publicidad, deberá retirar los elementos publicitarios subsistentes una vez acabado el periodo 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.

#### Artículo 17. Publicidad electoral.

Todo lo que se refiera a publicidad electoral en los periodos electorales, oficialmente convocados, se ordenará por acuerdo de la Junta de Gobierno de la Ciudad, 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 y parques y jardines.

2. En consecuencia con el punto anterior, se permitirá en el municipio de Las Palmas de Gran Canaria la publicidad electoral exterior a través de carteles, respetando en todo momento el paisaje urbano, y debiendo ubicarse principalmente:

a) En los báculos o columnas del alumbrado público, de conformidad con lo establecido en el artículo 55 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

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. Terminado el periodo electoral, los partidos políticos, coaliciones o federaciones electorales deberán retirar los elementos publicitarios subsistentes en los soportes descritos en el apartado 2. 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.

### TÍTULO III

#### Elementos de identificación y señalización

##### Artículo 18. Características generales.

1. Son elementos de señalización e identificación 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 6 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 22 de esta ordenanza. En todo caso, se requerirá informe favorable de las comisiones 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 competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural puedan establecer en razón a sus especiales características y su integración en el entorno.

6. Los elementos de identificación que se instalen en las restantes zonas, además de cumplir sus condiciones específicas, podrán realizarse de acuerdo con las reguladas para la zona 2.

##### Artículo 19. 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 22 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 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 zonas 1 y no podrán situarse banderines en calles de anchura inferior a siete (7) metros o sobre aceras inferiores a ciento veinte (120) centímetros.

4. En la zona 2, salvo en las excepciones contempladas en esta ordenanza para la señalización de servicios de emergencia, sanitarios, etc., no se permitirán banderines luminosos. Excepcionalmente, se podrán admitir banderines opacos o iluminados de forma externa mediante focos o proyectores sobre la parte superior con efecto de desvanecimiento, de dimensiones máximas sesenta por cuarenta (60x40) centímetros, y solamente se permitirán en planta baja e integrados en la estética del edificio.

5. 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 cien (100) centímetros. El saliente máximo será de ochenta (80) centímetros.

c) Se situarán a una distancia mínima de sesenta (60) centímetros de los linderos medianeros del edificio y del portal del edificio.

d) El grosor máximo de los banderines opacos e iluminados será de cinco (5) centímetros y el de los luminosos de quince (15) centímetros.

e) 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.

f) 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.

g) 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, etcétera.

#### Artículo 20. Muestras.

1. Son los anuncios paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en planta baja y primera de los edificios, pudiendo ser opacos o contar con iluminación, no admitiéndose en ningún caso la publicidad de actividades ajenas al mismo.

2. La instalación de muestras en los edificios catalogados con nivel de protección integral en cualquier zona de la ciudad o de cualquier nivel de protección en el ámbito de un Conjunto Histórico deberá contar con informe favorable de las comisiones competentes en la protección del patrimonio histórico, artístico y natural.

3. En la zona 1 deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) En el interior de los huecos de fachada del local en planta baja y primera, la altura máxima de las muestras será de sesenta (60) centímetros en planta baja y de cuarenta (40) centímetros en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco. Podrán admitirse muestras instaladas en el cristal de la ventana mediante grabación, serigrafía, elemento transparente superpuesto o similar.

b) En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta inscribible en un polígono de superficie no mayor a treinta (30) centímetros de lado y un saliente de cinco (5) centímetros.

4. En la zona 2 deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) Solamente se permitirán en el interior de los huecos de fachada del local en planta baja. La altura máxima de las muestras será de sesenta (60) centímetros en planta baja, sin que puedan sobresalir del hueco.

b) Fuera del interior de los huecos solamente se permitirán en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta.

c) Las placas de identificación que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán una dimensión máxima de un cuadrado de veinte (20) centímetros de lado y cinco (5) milímetros de grosor. Cuando se dispongan varios rótulos deberán situarse de manera ordenada sobre soporte unitario y dimensiones idénticas, aportando proyecto unitario que justifique la adecuada integración en la fachada.

5. En las restantes zonas podrán instalarse:

a) En planta baja, 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 anchura inferior a sesenta (60) centímetros con un saliente 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.

b) Se podrán adosar a las marquesinas existentes en el edificio con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco (5) centímetros de grosor.

c) 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.

d) En edificios de uso no residencial, podrán colocarse anuncios opacos 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 21. Toldos, banderolas y otros elementos flexibles identificativos.

1. 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.

2. 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 catalogados y en situados en la zona 2 solo se autorizan 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:

a) Su ancho será como máximo de cincuenta (50) centímetros.

b) Solo se colocará una banderola por establecimiento y fachada.

c) 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 competentes en materia de protección del patrimonio histórico, artístico y natural con carácter previo a la concesión de la licencia.

Artículo 22. Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización.

1. Para señalar las oficinas de farmacia y otros centros y establecimientos de carácter sanitario a los que se refiere el Real Decreto 1277/2003, de 10 de octubre, por el que se establecen las bases generales sobre autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios, las dependencias de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y 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:

a) 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.

b) Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario de la farmacia -12 h o 24 h-, sin que puedan contener ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.

c) 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 19 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 20 para colocación de la palabra “farmacia” e identificación del titular o titulares de la misma, conforme a lo establecido por el artículo 38, apartado b), de la Ley 4/2005, de 13 de julio, de Ordenación Farmacéutica de Canarias.

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 de la ciudad.

La identificación de las actividades y establecimientos situados en la zona 2 y en edificios catalogados con

niveles 1 y 2 de protección deberá contar con informe favorable de las comisiones 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 23 de esta ordenanza, excepto en zonas 1 y 2, donde se ajustarán a las condiciones establecidas en estas zonas en sus respectivos artículos.

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 6 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.

Artículo 23. 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. Rótulos y otros elementos de identificación en edificios. 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:

a) Solo podrá colocarse un tipo de soporte de identificación o publicitario por edificio.

b) A los rótulos de identificación que se sitúen en coronación de edificios se les aplicarán las condiciones establecidas en el artículo 8 de la presente ordenanza.

c) 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.

d) Cuando se sitúen en las fachadas de edificios de uso exclusivo no residencial, situados en la zona 2, se permite la colocación de la identificación de la actividad en el cristal interior de los huecos de planta de pisos, con una altura de hasta treinta (30) centímetros y ancho igual al del hueco, mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

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.

3. Hitos comerciales identificativos. 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 10.4 de esta ordenanza.

#### TÍTULO IV

##### Régimen de intervención administrativa

#### CAPÍTULO I

##### Intervención mediante licencia urbanística

#### Artículo 24. 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. Corresponderá a la Alcaldía u órgano unipersonal en quien delegue, de conformidad con la legislación vigente, 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 25. 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 26. Régimen jurídico de intervención administrativa.

El régimen jurídico de las solicitudes de licencias urbanísticas para la instalación de actividad publicitaria será el establecido en los capítulos I a IV del título V del Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio y de Espacios Naturales de Canarias, y capítulo III del título VIII del Reglamento de Gestión y Ejecución del Sistema de Planeamiento de Canarias.

### Artículo 27. Documentación técnica.

1. La solicitud de licencia para la instalación de soportes de publicidad exterior y elementos de señalización o identificación deberá estar suscrita por persona física o jurídica, con capacidad legal suficiente, en impreso oficial que al efecto tenga establecido el Ayuntamiento.

2. A la solicitud se acompañarán los siguientes documentos:

a) Plano de situación fotogramétrico del Plan General vigente, a escala mínima 1/2000, señalando la ubicación de la parcela donde se pretenda realizar la instalación.

b) Plano de emplazamiento del soporte o elemento que se pretende instalar sobre la parcela, edificación o finca (fachada, medianera, planta baja, coronación, etc.), a escala mínima 1/100, señalando claramente su posición y sus límites en relación con la finca en que se ubica.

c) Planos y memoria descriptivos del elemento publicitario y su soporte reflejando cotas, materiales, texturas y colores, e indicando si lleva algún tipo de iluminación, así como la relación con las rasantes y alineaciones oficiales (vuelos).

d) Memoria justificativa y descriptiva de la actuación.

e) Fotografías en formato mínimo 8x11 centímetros del edificio o parcela donde se implanta la instalación, así como cualquier otro elemento gráfico complementario que se considere oportuno para la mejor comprensión de la propuesta, tales como infografías, fotomontajes, etc.

f) Presupuesto total de la instalación.

g) Acreditación, en su caso, de seguro de responsabilidad civil por daños corporales o materiales a terceros, causados por el incumplimiento por parte de las personas responsables del deber de conservación y/o retirada de las instalaciones a que se refieren los artículos 31 y 39 de la presente ordenanza.

3. Será preceptiva la presentación de proyecto, suscrito por técnico competente, cuando sea necesario por las características o complejidad de la instalación y en los casos en que se trate de tratamiento completo de fachadas y medianeras.

Se exigirá, asimismo, proyecto técnico cuando la instalación o soporte publicitario se sitúe en zonas 1, 2 y 4.

### Artículo 28. Vigencia de la licencia.

1. La licencia urbanística para instalaciones publicitarias reguladas en el capítulo I del título II de esta ordenanza habilitará para el ejercicio o funcionamiento de la actividad de forma indefinida.

2. La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de estas o, en su caso, al plazo de vigencia de la licencia urbanística que las autoriza.

3. La vigencia de las licencias de identificación de actividades y establecimientos es indefinida, si bien estará condicionada al ejercicio de la actividad por el titular de la misma, debiendo solicitarse una nueva licencia en caso de transmisión o modificación de la licencia de actividad, siempre que ello suponga la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento.

### Artículo 29. Exacciones.

Las actividades reguladas en la presente ordenanza estarán sujetas al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales.

### Artículo 30. Identificación de la instalación.

1. Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible, y dentro del marco perimetral del soporte, el nombre del titular de la licencia. No se podrán colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los soportes.

En el supuesto de los rótulos en coronación de edificios la identificación deberá incluirse en el rectángulo virtual, sin computar a efectos de superficie publicitaria, con una superficie máxima del 10 %.

2. La ausencia de identificación del soporte de la actividad publicitaria, en los términos establecidos, supondrá su consideración como instalación anónima, con las consecuencias dispuestas en el artículo 37.1.c) de la presente ordenanza.

Artículo 31. Deber de conservación y retirada de instalaciones.

1. Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos de mantenimiento y limpieza así como las obras de reparación que sean precisas para su adecuada conservación, incluso cuando se deriven de actos vandálicos o de pintadas sobre cualquier parte de la instalación publicitaria.

2. Una vez producido el cese de la actividad, los titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán proceder a su desmontaje y a la retirada total de los elementos integrantes de las mismas.

Artículo 32. Régimen de actuaciones inmediatas.

1. Si por parte de los servicios municipales se apreciara la existencia de un peligro grave e inminente para la seguridad de las personas o los bienes, se tomarán las medidas necesarias para evitarlo, sin que sea precisa resolución administrativa previa. Esta se adoptará con posterioridad, mediante la correspondiente orden de ejecución.

2. Dichas medidas serán las que técnicamente se consideren imprescindibles para evitar el peligro inmediato, pudiendo consistir en apeos, apuntalamientos, etc., incluyendo el desmontaje o retirada si fuera necesario.

3. Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del responsable de la instalación y del propietario del terreno o edificio en el que esté instalado el soporte, de forma solidaria.

## CAPÍTULO II

Régimen de intervención sobre actuaciones de publicidad efímera o experimental

Artículo 33. 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 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto

1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales.

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 exigirá, 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 34. Régimen jurídico.

El TR-LOTCEC, en sus artículos 166.q, 213 y 223, determina de forma específica la intervención administrativa mediante autorización previa y la

tipificación de las infracciones, incluso en dominio público municipal, de las actividades publicitarias.

En consecuencia, el régimen jurídico de los procedimientos de restablecimiento de la legalidad y sancionador será el establecido en el citado TR-LOTENC, 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 LBRL.

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

#### Artículo 35. 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-LOTENC.

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-LOTENC.

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-LOTENC.

d) Colocar sin autorización, en las fachadas o cubiertas de los Bienes de Interés Cultural, rótulos, señales, símbolos, cerramientos o rejas, establecido en el artículo 96.i de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias -en adelante LPHC-.

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 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 5 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 de esta ordenanza, sin contar con la previa y preceptiva licencia urbanística o autorización administrativa, o sin ajustarse a las condiciones de las mismas.

c) El incumplimiento del deber de conservación establecido en el artículo 31 de esta ordenanza.

#### Artículo 36. Personas responsables.

Serán personas responsables de las referidas infracciones 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.

Artículo 37. Singularidades y especificaciones sobre el procedimiento de 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 -vallas y carteleras, rótulos en coronación de edificio y otros-, el requerimiento municipal de suspensión de obras y cese de la actividad por carecer 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 diez días 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 la posible legalización, como en los siguientes supuestos:

b.1) La instalación o ejercicio de cualquier tipo de modalidad publicitaria recogida en el artículo 5 de esta ordenanza como expresamente prohibida.

b.2) La instalación de actividades publicitarias en dominio público municipal, salvo las homologadas e instaladas de conformidad con lo dispuesto en la vigente ordenanza municipal sobre mobiliario urbano.

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 de diez (10) días.

Si se tratara de actividad publicitaria instalada en dominio público municipal considerada anónima según lo dispuesto en el artículo 30 de esta ordenanza, 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 de diez (10) días, 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-LOTENC.

#### Artículo 38. 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 exacto y pleno 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 39. 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 los artículos 35.1.b) y 35.2.c) de esta ordenanza, el Ayuntamiento dictará, al amparo del artículo 157.2 del TR-LOTENC, 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 40. Compatibilidad de procedimientos.

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y defensa del patrimonio municipal serán compatibles, salvo lo establecido en el artículo 37 de la presente ordenanza, con la incoación del correspondiente expediente sancionador por la comisión de las

infracciones por acción u omisión de la presente ordenanza y de la legislación urbanística y territorial aplicable.

#### Artículo 41. Tipos y cuantías de las sanciones.

1. Las infracciones en materia de actividades y actuaciones publicitarias se clasifican como leves y serán sancionadas con multa de 60,10 a 3.005,06 euros.

2. En cualquier caso, el importe mínimo y máximo de las multas será el establecido en cada momento por el TR-LOTCENC y, además, se actualizará automáticamente en la cantidad que resulte de la aplicación del índice de precios al consumo en los términos expuestos en su disposición adicional séptima.

3. 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.

Artículo 42. Cuantía de las sanciones por infracción en el dominio público.

De conformidad con el artículo 213 del TR-LOTCENC, si la infracción se realiza en dominio público, la cuantía de la multa oscilará entre 600,01 y 60.101,21 euros en atención al carácter específico de la misma.

### CAPÍTULO III

Régimen disciplinario y sancionador de publicidad efímera y experimental

Artículo 43. 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 esta ordenanza.

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 44. Clasificación de infracciones.

Las infracciones se clasifican en muy graves y graves.

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 considera 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.

#### Artículo 45. Sanciones.

Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente ordenanza 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.

Disposición transitoria 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 periodo 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 indefinida. 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.

Disposición transitoria 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 esta se produzca dentro del plazo legalmente establecido.

Disposición derogatoria única. Derogación normativa.

Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a la presente ordenanza y, en particular, las siguientes:

1. La anterior Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 17 de abril de 1998.

2. El artículo 2 del título preliminar y el título III de la Ordenanza General sobre Mobiliario Urbano, publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 17 de julio de 1998, en lo relativo exclusivamente a la instalación de terrazas en la vía pública y a la utilización de su mobiliario como soporte publicitario.

3. Los artículos 10.7, 32, 35.16, 50.1, 53, 54 y 76.b) de la Ordenanza General de Convivencia Ciudadana y Vía Pública, publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 19 de enero de 1998.

Disposición final única. Publicación y entrada en vigor.

El acuerdo de aprobación y la ordenanza se publicarán íntegramente en el Boletín Oficial de la Provincia de Las Palmas, entrando en vigor al día siguiente de su publicación.

## 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:

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

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

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

4. 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 discurran 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:

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

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

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

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

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

6. 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.

7. 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, dimensiones normalizadas correspondientes a múltiplos de 8x3 metros, 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, como el paseo de Las Canteras, Alcaravaneras, San Cristóbal, Ciudad del Mar, avenida Marítima del Norte, etc.

15. Publicidad anónima: aquella instalación publicitaria que incumpla la obligación sobre la necesaria identificación del titular de la licencia, conforme a lo dispuesto en el artículo 30 de esta ordenanza.

## ANEXO II

Vías comerciales

- C/ José Mesa y López.
- C/ Juan Manuel Durán.
- C/ Néstor de la Torre.
- C/ General Mas de Gaminde.
- C/ Fernando Guanarteme.
- C/ Olof Palme.
- C/ Galicia.
- C/ La Naval.
- C/ Juan Rejón.
- C/ Albareda.
- C/ Presidente Alvear.
- C/ Ripoche.
- C/ León y Castillo.
- C/ Rafael Cabrera.
- C/ Francisco Gourié.
- C/ Luis Doreste Silva.
- Paseo de Tomás Morales.
- C/ Pedro Infinito.
- C/ Tomás Miller.
- C/ Luis Morote.
- C/ General Vives.
- Avda. Pintor Felo Monzón.
- C/ Fondos de Segura”.

## RÉGIMEN DE RECURSOS:

Contra el citado acto expreso, que es definitivo en vía administrativa, podrá interponerse en el plazo de DOS MESES, contados desde el día siguiente al de la publicación del presente anuncio, Recurso Contencioso-Administrativo, ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Canarias (sede de Las Palmas), a tenor de lo establecido en los artículos 8 y 10 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, en concordancia con el artículo 109 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Todo ello sin perjuicio de cualquier otra acción o recurso que se estimare oportuno interponer.

Lo que se hace público para general conocimiento.

Las Palmas de Gran Canaria, a trece de febrero de dos mil catorce.

LA SECRETARIA GENERAL DEL PLENO, Ana María Echeandía Mota.

1.472

## **Concejalía Delegada de Salud Pública, Cementerios y Servicios Funerarios**

### **Unidad Técnica de Salud Pública**

#### **ANUNCIO**

**1.467**

Se hace público, a los efectos del artículo 59.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero, que por parte de la Instructora del expediente sancionador APP número 41/13 de la Unidad Técnica de Salud Pública, se ha dictado la siguiente propuesta de resolución de fecha 20 de enero de 2014:

“(…) PRIMERO. A la vista de los antecedentes obrantes en el expediente de que se trata, imponer a Sebastián A. Saavedra González, provista de D.N.I. número 43659738B, la sanción de 2.404,05 euros como autor y responsable de una infracción administrativa