

Una vez dentro, deberán seguir las instrucciones correspondientes, al efecto de formalizar y registrar su solicitud adecuadamente.

Para acceder es necesario poseer certificado digital, DNI electrónico o sistemas de claves concertadas de CI@ve.

2. El interesado/a que carezca de firma electrónica podrá enviar la referida subsanación al siguiente correo electrónico: subsanaciones@iass.es (se deberá hacer constar en el asunto del correo, la convocatoria a la que se refiere su subsanación).

Solo en el caso de optar por alguna de las dos modalidades de presentación de la documentación, citadas anteriormente (punto 1 y 2), y con la finalidad de acreditar la veracidad de la documentación enviada, en aquellos casos en los que no sean documentos compulsados, se exigirá como requisito indispensable la presentación de una declaración responsable mediante la presentación del documento habilitado para ello y que encontrará en la página web (DECLARACIÓN RESPONSABLE DE VERACIDAD DE LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA), debidamente cumplimentado y firmado.

Asimismo, en el caso de optar por la opción contenida en el punto 2 (envío por correo electrónico) y para poder asegurar la correcta recepción de la documentación que se adjunte, ésta no deberá superar en tamaño los 15Mb. En el caso de que supere dicho tamaño deberán remitir la documentación fragmentada en varios correos, indicando claramente en el asunto la convocatoria, el nombre, apellidos y DNI del aspirante y el número de orden del correo.

Para cualquier consulta podrán contactar con los siguientes teléfonos: 922.843.358 y 922.843.290.

En Santa Cruz de Tenerife, a veintinueve de abril de dos mil veintiuno.

LA PRESIDENTA DEL ORGANISMO AUTÓNOMO I.A.S.S., María Ana Franquet Navarro.

SANTA CRUZ DE TENERIFE

Organismo Autónomo Gerencia Municipal de Urbanismo

Secretaría Delegada

ANUNCIO

2609

91495

Doña Belinda Pérez Reyes, Secretaria Delegada de la Gerencia Municipal de Urbanismo del Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, certifica que:

El Excmo. Ayuntamiento Pleno, en Sesión Ordinaria, celebrada el día veintiséis de marzo de dos mil veintiuno, acordó aprobar definitivamente el texto íntegro de las Ordenanza sobre publicidad exterior, del tenor literal siguiente:

ANEXO I

ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

ÍNDICE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

Artículo 2. Definiciones.

Artículo 3. Exclusiones.

Artículo 4. Actuaciones no sujetas a comunicación previa.

Artículo 5. Prohibiciones.

Artículo 6. Condiciones generales de los soportes.

TÍTULO II. DISPOSICIONES SEGÚN EL EMPLAZAMIENTO DEL SOPORTE PUBLICITARIO

Artículo 7. Publicidad sobre soportes situados en edificios

Artículo 8. Publicidad en la azotea de los edificios.

Artículo 9. Publicidad en paredes medianeras.

Artículo 10. Publicidad en fachadas.

Artículo 11. Publicidad en edificios en construcción.

Artículo 12. Publicidad en solares o parcelas en suelo urbano.

Artículo 13. Publicidad en parcelas en suelo urbanizable.

TÍTULO III. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

Artículo 14. Normas generales.

Artículo 15. Procedimiento para la instalación de soportes publicitarios e inicio de la actividad publicitaria.

Artículo 16. Plazo de vigencia.

Artículo 17. Transmisión de las comunicaciones previas.

Artículo 18. Identificación de la instalación.

TÍTULO IV. RÉGIMEN SANCIONADOR

Artículo 19. Infracciones urbanísticas.

Artículo 20. Sanciones.

Artículo 21. Procedimiento sancionador.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición transitoria primera.

Disposición transitoria segunda.

Disposición transitoria tercera.

Disposición transitoria cuarta.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

Disposición derogatoria única.

DISPOSICIÓN FINAL

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La incidencia de la Directiva 2006/123/CE, en el marco jurídico de las Administraciones Públicas en general, y en particular en las de ámbito local, ha supuesto un avance en la simplificación administrativa y la aplicación de novedosas figuras jurídicas de intervención de la administración (comunicación previa y declaración responsable) en las actuaciones y actividades del ciudadano, que conllevan a configurar procedimientos ágiles, eficientes y eficaces.

Este marco normativo consolida el trabajo que desde esta Gerencia Municipal de Urbanismo se ha venido realizando en beneficio del ciudadano, materializándose en la implantación de procedimientos ágiles, transparentes y eficientes, que contemplan la obtención por el peticionario del presupuesto jurídico habilitante para el ejercicio del derecho que se insta en el menor tiempo posible, con un control a posteriori de la documentación y con el establecimiento de instrumentos jurídicos que legitiman el inicio del objeto o eficacia del derecho que se comunica iniciar o se declara desde el día de su presentación.

La publicidad exterior en las edificaciones y parcelas de dominio privado viene regulada en la Ordenanza de la Edificación (BOP número 97, 14 de agosto de 2017), la cual, a su vez, realizó una traslación del contenido del Ordenanza de Paisaje Urbano (BOP número 145, 5 de noviembre de 2014 y posterior modificación BOP número 49, 23 de abril de 2018). Esta Ordenanza de Edificación establecía unos principios y condiciones para la publicidad, que se diluían demasiado en el resto de la ordenanza, no ofrecían una profundidad y un alcance acorde con las exigencias y necesidades de los ciudadanos y empresas del sector.

La publicidad exterior constituye una importante actividad económica que además incide considerablemente en el paisaje urbano de nuestro municipio y por tanto ha de ser regulada de forma aislada y contemplando las nuevas tecnologías. Así, en consonancia con la creciente preocupación social por los aspectos medioambientales que puedan derivarse de cualquier actividad y con los objetivos de reducción del consumo energético y de prevención de la contaminación lumínica, se han adoptado medidas en cuanto a la intensidad de la luz permitida para los soportes publicitarios así como respecto de los horarios en los cuales se puede mantener la iluminación de los mismos.

La presente Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior se estructura en cuatro títulos (Disposiciones Generales, Disposiciones según el emplazamiento del soporte publicitario, Régimen Jurídico de los actos de publicidad y Régimen Sancionador), una Disposición Transitoria, una Disposición Final y una Disposición Derogatoria.

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente Ordenanza tiene por objeto, en el marco de las competencias ambientales y urbanísticas atribuidas a los municipios, regular la actividad de publicidad y las condiciones de las instalaciones destinadas a ésta, dentro del término municipal de Santa Cruz de Tenerife.

2. Es también objeto de esta Ordenanza el servicio al interés general, concretándose en la protección del paisaje urbano, rural y el medio ambiente, así como el respeto y conservación del emblemático Patrimonio Histórico de este término municipal.

Artículo 2. Definiciones.

A efectos de esta ordenanza se entiende por:

• **Actividad publicitaria:** El ejercicio de la actividad de publicidad exterior visibles desde la vía pública y la realización de las obras de instalación de los soportes publicitarios.

• **Azotea:** Cubierta plana transitable de un edificio.

• **Edificio exclusivo:** Edificio de uso no residencial vivienda en el que todos sus establecimientos se

destinan al desarrollo de actividades comprendidas en el mismo uso o el que está destinado en su totalidad a una sola actividad. Todo ello debe entenderse sin perjuicio de que puedan existir diversos titulares o propietarios en los distintos establecimientos del edificio, no perdiendo por ello su carácter de exclusividad.

• **Espacio libre de parcela urbanística edificada:** Terreno comprendido entre la línea de edificación (proyección en planta de las fachadas de ésta) y la alineación oficial de la parcela urbanística.

• **Fachadas:** Paramentos verticales de una edificación, donde se sitúan los huecos y todos los elementos arquitectónicos que los constituyan y que se encuentren en contacto con el exterior, visibles desde los espacios públicos o desde otros edificios.

• **Instalación publicitaria:** Conjunto de soportes instalados en un determinado emplazamiento.

• **Lona publicitaria:** Instalación publicitaria de carácter efímero, realizada sobre telas plastificadas, lonas, materiales textiles u otra clase de elementos flexibles.

• **Medianera consolidada:** Paramento ciego vertical de una edificación, que por aplicación de las condiciones del planeamiento tiene duración definitiva, encontrándose en alguna de las situaciones siguientes:

a. Que esté por encima de la altura reguladora máxima permitida para el inmueble contiguo.

b. Que colinde total o parcialmente con espacio libre de parcela edificada o esté situada en el interior de la manzana y que en cualquier caso sea visible desde el espacio público.

c. Que se encuentre sobre parcela o parte de parcela destinada a espacio libre público actual o de nueva creación.

• **Medianera no consolidada:** Paramento ciego vertical de una edificación que queda al descubierto de forma temporal y circunstancial y que no se encuentra en alguna de las circunstancias de medianera consolidada.

• **Paredes medianeras:** Aquellas fachadas del edificio sin huecos y que o bien tienen carácter provisional porque no se ha construido total o parcialmente la edificación de la parcela colindante o bien se ha

producido un desnivel entre dos edificaciones colindantes como consecuencia de la aplicación del planeamiento.

- Placas y escudos: Rótulos de dimensiones reducidas.

- Publicitar, publicidad: Cualquier acción encaminada a difundir entre el público marcas, símbolos o cualquier tipo de información de productos y de servicios, con el fin de promover, de forma directa o indirecta, el consumo, el conocimiento o la contratación de bienes muebles o inmuebles, o de servicios, derechos y obligaciones.

- Retroiluminado: Instalación para la iluminación realizada con luminaria trasera.

- Soportes electrónicos: Soportes publicitarios en los que el mensaje, sea cual fuere su forma de expresión, se materializa mediante efectos basados en la luz, distintos de la proyección, tales como pantallas con tecnología led, soportes dinámicos digitales, rayos láser, hologramas, rótulos electrónicos, etc.

- 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.

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

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

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

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

- Tratamiento pictórico: Utilización de la superficie de la medianera como base de un revestimiento de pintura, estuco o monocapa. Puede contener representaciones gráficas, que constituirán la causa principal de la armonización de la medianera con el paisaje urbano.

- Proyecciones publicitarias: publicidad fija o móvil realizada mediante proyección láser o proyectores cinematográficos sobre lienzos o paredes de edificaciones.

- Tramo urbano: Los itinerarios de la red de carreteras que discurran por suelo clasificado, conforme al planeamiento urbanístico y en ambas márgenes, como urbano o urbanizable sectorizado ordenado, siempre que cuente con Plan Parcial definitivamente aprobado y proyecto de urbanización ejecutado.

- Valla publicitaria: son aquellas instalaciones estáticas compuestas por materiales consistentes y duraderos, de figura regular, dotados de marco, y destinados a la sucesiva colocación de carteles o adhesivos, normalmente de contenido variable en el tiempo.

Artículo 3. Exclusiones.

Se encuentran excluidos del ámbito de aplicación de la presente Ordenanza:

a) La publicidad regulada por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, por la Ley de Competencia desleal y por las normas especiales que regulen determinadas actividades publicitarias.

b) La publicidad en elementos ubicados en dominio público de uso y/o servicio público, que estará sujeta a la correspondiente contratación administrativa.

c) Los paneles informativos que se instalen en las obras en curso de ejecución.

d) La publicidad aérea, mediante avionetas, globos, dirigibles o similares, que se regirá por su legislación sectorial específica.

e) La publicidad electoral, que será autorizada en su caso mediante Decreto por el Alcalde o por la autoridad que se determine previa delegación, y se ajustará a las disposiciones previstas en materia electoral.

f) Las instalaciones de carácter efímero (pancartas, colgantes...), relativas a actos populares tales como: fiestas tradicionales, eventos deportivos, actos culturales o de reconocido interés, así como cualquier otra actividad de interés general no lucrativa, las cuales se regularán por la autorización administrativa correspondiente.

g) La publicidad ejercida en el servicio público de transporte, vehículos turísticos o taxis.

h) La publicidad en vehículos o remolques de cualquier clase y tamaño, en circulación o estacionado.

Artículo 4. Actuaciones no sujetas a comunicación previa.

No requerirán comunicación previa municipal, y estarán permitidas:

a) Las placas y escudos indicativos de actividades profesionales y similares, colocadas sobre las puertas de acceso o junto de ellas, con una superficie máxima de 0,20 metros cuadrados, así como las placas y escudos indicativos de dependencias públicas, centros de enseñanza, dotaciones y equipamientos de cualquier tipo, sedes de representaciones oficiales extranjeras, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias, o instituciones benéficas.

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 entidades benéficas.

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

d) Los que se limiten a indicar las situaciones de venta, alquiler o traspaso de un inmueble, colocados en el mismo, con una superficie máxima de 0,50 metros cuadrados.

Artículo 5. Prohibiciones.

1. Se prohíbe la instalación de cualquier soporte publicitario:

a) En cualquier categoría de suelo Rústico.

b) En edificios incluidos en el Catálogo de Protección del Patrimonio, declarados Bien de Interés Cultural y en sus entornos de protección, salvo la cubrición de las obras en curso de ejecución en las condiciones que se determinan en esta Ordenanza.

c) En las zonas de dominio público, de servidumbre y de afección de carreteras, salvo que dichas zonas se encuentren en los tramos de carretera que discurren por suelo urbano o que correspondan a una travesía, y tengan el informe preceptivo favorable del titular

de la misma, de conformidad con los artículos 45.2 y 48 de la Ley 9/1991, de 8 de mayo, de Carreteras de Canarias, así como lo dispuesto en el artículo 86 del Reglamento que la desarrolla, aprobado por Decreto 131/1995, de 11 de mayo.

d) En las zonas de servidumbre y afección de costas conforme a los artículos 25 y 38 de la Ley 22/88, de 28 de julio, de Costas y artículo 45, f) del Reglamento General de Costas.

e) 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 del peatón.

f) En forma de pintadas o pictogramas en cualquier elemento de la vía pública.

g) Constituido por materias combustibles a menos de treinta (30) metros de zonas forestales o de abundante vegetación.

h) Sobre inmuebles donde se incoe expediente de declaración de ruina o se declare la misma.

i) En aquellas zonas o espacios en los cuales las disposiciones especiales vigentes lo prohíban expresamente.

2. Asimismo, se prohíbe:

a) La publicidad que utilice a las personas como meros objetos sexuales, y que denigre su dignidad humana en función de su sexo u orientación sexual.

b) Las actividades publicitarias que comporten el lanzamiento de material de cualquier tipo a la vía pública.

c) Las proyecciones publicitarias fijas o animadas cuando afecten a la seguridad vial o cuando la previsión o comprobación de aglomeraciones de público para su observación dificulte la adecuada circulación viaria o peatonal.

d) La utilización del espacio aéreo para la colocación o suspensión de aparatos o artilugios, fijos o móviles, con o sin soporte, e incluso, rayos luminosos que contengan mensajes de identificación o de publicidad.

e) La publicidad sonora.

f) La publicidad a base de carteles, octavillas, pegatinas, etiquetas, etc., fijada sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, viario público, elementos de mobiliario urbano, etc.

g) Los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o denominación comercial de establecimientos.

Artículo 6. Condiciones generales de los soportes.

1. Los soportes publicitarios y todos sus elementos deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, salubridad, calidad y durabilidad, debiendo acreditarse mediante la documentación técnica exigida en el modelo normalizado de solicitud.

2. La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento dependerá del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología edificatoria.

3. Esta superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la autorización, si bien, en caso de que no se utilice en su totalidad, deberá cubrirse el espacio sobrante con algún elemento decorativo que respete la estética del emplazamiento.

4. Excepto en el caso de tratamientos pictóricos de paredes medianeras, no se permitirá la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones o dibujos directamente sobre edificios, muros u otros elementos constructivos, debiendo utilizarse soportes externos.

5. Los soportes publicitarios luminosos, iluminados o retroiluminados no deberán producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir con la normativa sobre balizamiento para la navegación aérea, así como con las condiciones legalmente previstas en cuanto a contaminación lumínica y eficiencia energética.

6. Los motores de los soportes publicitarios con movimiento, sistema “tridínamic” o similar, deberán estar integrados en el soporte y debidamente aislados acústicamente.

7. La medición de la altura se realizará desde la rasante de la acera o terreno del solar o parcela. En el caso de vías con pendiente se medirá desde el punto más bajo del soporte publicitario.

TÍTULO II. DISPOSICIONES SEGÚN EL EMPLAZAMIENTO DEL SOPORTE PUBLICITARIO

Artículo 7. Publicidad sobre soportes situados en edificios.

Los soportes publicitarios en edificios podrán colocarse:

- a) En la azotea de los edificios.
- b) En paredes medianeras.
- c) Sobre fachadas.

Artículo 8. Publicidad en la azotea de los edificios.

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

a) Sólo podrán instalarse soportes publicitarios sobre la azotea de la última planta del edificio siempre que la altura de éste cumpla con las determinaciones urbanísticas del Plan General de Ordenación y que ninguna zona de la azotea se destine a pieza habitable de vivienda.

b) Estos soportes deberán retranquearse del plano de fachada de la edificación a vía o espacio libre público una distancia igual a la altura total del soporte, que no podrá superar los cinco (5) metros. En los edificios entre medianeras, deberán retranquearse tres (3) metros de las mismas.

c) La superficie publicitaria total máxima será de treinta y cinco (35) metros cuadrados, entendiéndose por tal, el rectángulo virtual comprensivo de la totalidad de los elementos del mensaje publicitario.

d) 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.

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

f) Los soportes luminosos se situarán a más de veinticinco (25) metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial, sanitario o turístico, 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.

g) En el supuesto de que los soportes publicitarios sean electrónicos, con tecnología led o análogas, deberá tenerse en cuenta, además de las condiciones anteriores, que su instalación no producirá deslumbramientos a la vía pública, ni a los ocupantes de los edificios que rodeen la instalación, manteniendo las distancias señaladas en el apartado anterior.

2. En ningún caso podrán alterar las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de evacuación a través de la azotea.

3. Las condiciones de iluminación se regirán por lo establecido en la presente Ordenanza, sin que se admita la luz emitida por proyección. Por razones de seguridad no podrán instalarse soportes publicitarios luminosos si en la última planta existieran piscinas.

4. Los soportes luminosos y electrónicos deberán cumplir con las exigencias derivadas de la Ley 31/1998, de 31 de octubre, sobre Protección de la Calidad Astronómica de los Observatorios del Instituto Astrofísica de Canarias que, en virtud del RD 243/1992, de 13 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley, es de aplicación en la Isla de Tenerife para la protección de los observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias.

Artículo 9. Publicidad en paredes medianeras.

1. Se permite la colocación de soportes publicitarios sobre paredes medianeras consolidadas o no consolidadas.

2. La iluminación deberá de realizarse mediante aparatos exteriores o retroiluminación y formarán una solución uniforme y homogénea en el conjunto del emplazamiento sin producir cambios de color, intermitencias ni destellos.

3. En el caso de las paredes medianeras no consolidadas, el título jurídico que legitime la instalación o difusión de la publicidad tendrá carácter provisional, sujeta a la condición de que la misma habrá de desmantelarse y los usos cesar cuando lo acuerde la Administración sin generar derecho a indemnización alguna, debiendo constar en el Registro de la Propiedad la aceptación de las indicadas condiciones.

4. La publicidad se realizará mediante lonas, u cualquier soporte publicitario integrado en la edificación, si bien, salvo en el caso de lonas, para su autorización, a no ser que esté incorporado en el proyecto técnico de la edificación, deberá presentarse, específicamente, además de la que fuera precisa conforme a lo dispuesto en la normativa, documentación técnica suscrita por técnico competente, cuyo objeto se base en la integración del soporte en el inmueble. A estos efectos, deberá detallarse la situación del soporte, el diseño de los elementos de sustentación y su anclaje sobre el edificio, siendo procedente acreditar fehacientemente la solidez del conjunto, en especial ante la posible acción del viento.

5. Podrán instalarse soportes electrónicos (tecnología led, etc..), previa presentación de documentación técnica suscrita por técnico competente, de acuerdo con los siguientes criterios:

a) La instalación de pantallas no ocupará más de un 80 por ciento de la superficie de la pared medianera.

b) La pantalla podrá permanecer encendida desde las 7:00 hasta las 22:00 horas.

c) El intervalo mínimo de rotación será de 10 segundos.

Artículo 10. Publicidad en fachadas.

1. Se admite la instalación de publicidad en las siguientes condiciones:

a) En planta baja y zócalos diferenciados del resto del edificio:

- Se podrá colocar publicidad exclusivamente relativa al local o negocio en puertas acristaladas, ventanas o escaparates ocupando una superficie efectiva total por hueco del 30 %. El resto del escaparate o hueco donde se instale deberá permanecer con sus características iniciales a fin de no restringir o disminuir su iluminación. Se admitirá también los rótulos que anuncien la venta o el alquiler de los locales situados en el mismo edificio.

- No se admitirá publicidad de acuerdo con el apartado anterior en aquellos casos en los que se dispongan rótulos identificadores dentro del mismo hueco.

- En edificios residenciales en cuyas plantas inferiores exista un centro comercial con varias actividades se admitirá la colocación de publicidad de acuerdo con el apartado 1 siempre que corresponda al establecimiento.

- Se habilitarán además zonas en los espacios ciegos de las distintas fachadas para la colocación de publicidad tipo cartelera, publicidad que no podrá superar el 10% del sumatorio de los referidos espacios ciegos.

b) En las plantas piso y ático que anuncien la venta o alquiler de inmuebles situados en el edificio, en las condiciones siguientes:

- La instalación de un único rótulo por vivienda o unidad de local a cada fachada a la que dé frente.

- Se situará en el interior de las ventanas correspondientes al piso o local de que se trate.

- En el mensaje no puede constar otra información que la identificación del vendedor, el objeto del anuncio y los medios de contacto.

c) En edificios exclusivos:

- La ocupación máxima de la fachada será del 30%. Se admite la habilitación de zonas en los espacios ciegos de fachada o fachadas con el destino publicitario de todas las actividades que se desarrollen en el edificio, tipo cartelera. En edificaciones de este tipo de nueva planta el proyecto de ejecución ha de definir estos espacios habilitados para la actividad publicitaria.

- Se admite la actividad publicitaria en los espacios libres de edificios exclusivos dentro de la alineación oficial, en el monolito identificador, siempre y cuando la publicidad esté relacionada con la actividad del establecimiento en cuestión (horarios, servicios). Se podrá instalar un solo monolito y su altura será como máxima de doce (12) metros. En el caso de identificar varias actividades que se ejerzan en el mismo edificio tendrán la denominación de directorio.

También se admiten soportes electrónicos en los espacios libres, sujeto a las siguientes condiciones:

d. No podrá producir deslumbramiento ni molestias visuales a las personas, ya sean peatones u ocupantes de los edificios que los rodeen, carecerán de sonido y no inducirán a la confusión con señales de tráfico.

e. Se situarán a una distancia de al menos 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.

f. La altura máxima del soporte será de tres con cincuenta (3,50) metros y se situará a tres (3) metros de los linderos con otras parcelas y se retranqueará cinco (5) metros de la alineación exterior o pública.

- Se admite la disposición de lonas publicitarias que podrán publicar sus exhibiciones o actividades temporales:

a. Que las lonas publicitarias estén realizadas en un material lo suficientemente rígido como para permitir que durante el tiempo que dure su colocación no se produzcan deterioros ni desperfectos.

b. Que se sitúen a una altura mínima sobre la rasante de la acera de dos con cincuenta (2,50) metros.

c. Que el anclaje que se realice de la lona publicitaria a la fachada no permita ocasionar desperfectos a la misma ni el descuelgue del elemento, no pudiendo ser en ningún caso objeto de peligrosidad para personas o bienes.

d. Para la concesión de las lonas publicitarias se exigirá un estudio específico adaptado al edificio y a su entorno, que recoja los sistemas de anclaje y de seguridad previstos.

e. Esta actividad publicitaria está sujeta a un plazo, según el período solicitado, que quedará establecido en la comunicación previa.

2. Asimismo, podrán instalarse en la fachada soportes electrónicos, previa presentación de documentación técnica suscrita por técnico competente, según los criterios expuestos en el apartado 6 del artículo anterior, si bien la ocupación máxima de la fachada correspondiente no podrá superar el 30% de superficie de la misma.

3. La publicidad prevista en este artículo se realizará de manera que no descompongan la ordenación de la fachada y no se disminuya la iluminación, la ventilación ni la seguridad contra incendios, en el caso de que se sitúen sobre huecos de la fachada, debiendo además mantener, en cualquier caso, las debidas condiciones de conservación, ornato y decoro.

Artículo 11. Publicidad en edificios en construcción.

1. La publicidad en edificios en construcción sólo será autorizable durante el periodo de vigencia del título habilitante legalmente exigible, quedando prohibida la instalación de publicidad antes del inicio de las obras o una vez finalizadas las mismas.

2. La actividad publicitaria en las vallas de protección de las obras, estará sujeto a las siguientes condiciones:

a) Se admitirá si se coloca en la coronación del citado cerramiento, quedando expresamente prohibida el adosamiento a la misma, así como cualquier tipo de carteles.

b) Se realizará mediante soportes rígidos manteniendo la superficie de exposición paralela a la alineación del mismo. La altura del límite superior de las vallas publicitarias, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar seis (6,00) metros. Habrán de separarse una distancia mínima de ocho (8,00) metros en el caso de que existan edificaciones colindantes de uso residencial. Se admitirá una valla por cada línea de fachada y en chaflanes cuando cuenten con una dimensión mínima de seis (6,00) metros, pudiendo separarse lo suficiente para su colocación.

3. Se admitirán las agrupaciones de vallas publicitarias, que además de cumplir con lo establecido en apartado anteriores tendrán las siguientes condiciones:

a) El solar donde se construya deberá de tener una línea de fachada superior a los 50 ml.

b) Se admitirá la agrupación de vallas publicitarias, separadas entre sí una distancia máxima de 0,50 m.

c) Se permite sólo una línea o batería de vallas publicitarias; por tanto, se descarta la superposición de este elemento.

d) En solares con línea de fachada superior a los 100 ml, se admitirá 2 agrupaciones de vallas publicitarias siempre que exista una distancia mínima entre agrupaciones de vallas publicitarias igual a la longitud de una valla publicitaria.

4. Los espacios intermedios entre vallas publicitarias y cerramientos, o cuando la estructura de sustentación de la valla publicitaria se vea desde las vías o espacios públicos inmediatos o contiguos, se complementarán

con planchas, tableros, tiras, bandas, o elementos similares que confieran al conjunto un aspecto homogéneo, regular y ordenado, así como también un resultado formal armónico y coherente con el entorno, que en ningún caso podrá utilizarse como soporte de manifestaciones publicitarias.

5. La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y contruidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas, la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, y una digna presencia estética, quedando prohibida en todo momento, la utilización de elementos atirantados como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.

6. Sólo se permitirán lonas publicitarias situadas sobre las fachadas o las estructuras de andamiaje. Estos soportes deberán cubrir la totalidad de la fachada teniendo como limitación la altura máxima del futuro edificio.

Artículo 12. Publicidad en solares o parcelas en suelo urbano.

1. Cualquier soporte publicitario que se instale se encontrará dentro del volumen máximo que podría construirse en esa parcela según el Plan General de Ordenación.

2. A efectos de garantizar la seguridad de la instalación, los soportes publicitarios o vallas publicitarias sólo se podrán instalar en solares y parcelas en suelo urbano que cuenten con cerramiento de dos (2) metros de altura (según Ordenanza de Edificación) situado en su alineación oficial.

3. Las vallas publicitarias se situarán dentro del solar o terreno, detrás y adosadas al cerramiento y mantendrán en todo caso la superficie de exposición paralela a la alineación del mismo. La altura del límite superior de las vallas publicitarias, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar los seis (6,00) metros.

4. Se admitirán las agrupaciones de vallas publicitarias, conjunto de dos unidades, que además de cumplir con lo establecido en el apartado anterior tendrán las siguientes condiciones:

a) El solar o terreno deberá de tener una línea de fachada superior a los cincuenta (50,00) metros, admitiéndose dos agrupaciones de vallas publicitarias

cuando supere los sesenta (60,00) metros, tres agrupaciones de vallas cuando supere los ochenta (80) metros, y así sucesivamente a medida que se aumenta la proporción de los 20 metros de fachada.

b) Se permite sólo una línea o batería de vallas publicitarias, colocadas en la misma posición. Se descarta la superposición de elementos.

5. Los espacios intermedios entre vallas publicitarias y cerramientos, o cuando la estructura de sustentación de la valla publicitaria se vea desde las vías o espacios públicos inmediatos o contiguos, se complementarán con planchas, tableros, tiras, bandas, o elementos similares que confieran al conjunto un aspecto homogéneo, regular y ordenado, así como también un resultado formal armónico y coherente con el entorno, que en ningún caso podrá utilizarse como soporte de manifestaciones publicitarias.

6. La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y contruidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas, la seguridad pública, una adecuada resistencia a los fenómenos naturales y una digna presencia estética.

7. En el supuesto de que los soportes publicitarios sean electrónicos se ajustarán a las condiciones señaladas en el artículo 10 para los espacios libres en edificios exclusivos.

Artículo 13. Publicidad en parcelas en suelo urbanizable.

1. Los soportes publicitarios en parcelas en suelo urbanizable cumplirán las condiciones señaladas en el artículo anterior y se instalarán como mínimo a una distancia de ocho metros (8) de los edificios más próximos, a excepción de su vallado perimetral de protección, el cual, además de tener las características establecidas en las Ordenanzas de Edificación para este tipo de suelo, podrá limitarse a una separación de tres (3) metros como mínimo en todo el entorno de los soportes publicitarios.

2. La altura máxima de estos soportes será de seis (6) metros desde la rasante de la parcela.

3. El título jurídico que legitime la instalación o difusión de la publicidad, lo será con carácter provisional, sujeta a la condición de que la misma habrá de

desmantelarse y los usos cesar cuando lo acuerde esta Administración sin generar derecho a indemnización alguna, debiendo constar en el Registro de la Propiedad la aceptación de las indicadas condiciones.

Artículo 14. Publicidad con carácter provisional.

Se podrá autorizar la actividad de publicidad con carácter provisional sujeta a las circunstancias y requisitos establecidos en la Ley del Suelo y los reglamentos que la desarrollan. En cualquier caso, la eficacia de su autorización vendrá condicionada, entre otras cuestiones, a la constitución de garantía suficiente para cubrir los costes de demolición y erradicación de la actividad publicitaria una vez venzan los plazos establecidos o la Administración así lo acuerde.

TÍTULO III. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

Artículo 15. Normas generales.

1. Está sujeta a comunicación previa, sin perjuicio de los demás títulos jurídicos habilitantes que sean procedentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable, la instalación de los soportes necesarios para la difusión de publicidad y la actividad de publicidad.

2. La persona física o jurídica propietaria de los soportes publicitarios está obligada a la conservación del perfecto estado de seguridad y ornato los mismos, así como al desmontaje a su cargo de la instalación durante el mes siguiente al cese de la actividad. En caso de incumplimiento se procederá, previo trámite de audiencia, a efectuar el desmontaje en ejecución subsidiaria y a costa del obligado.

Artículo 16. Procedimiento para la instalación de soportes publicitarios e inicio de la actividad publicitaria.

1. El título habilitante para la instalación de los soportes e inicio para la difusión de publicidad, se regirá por el régimen de comunicación previa previsto en el artículo 332 de la Ley 4/2017, del Suelo y de Espacios Protegidos de Canarias, debiendo contener la documentación requerida en el modelo normalizado establecido por esta Administración y la justificación del pago de la tasa correspondiente.

2. La presentación de la comunicación previa deberá tener lugar, en todo caso, quince días antes, como mínimo,

del inicio de la obra, el uso o la actuación, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección que corresponden a esta Gerencia Municipal de Urbanismo.

Artículo 17. Plazo de vigencia.

1. El título habilitante de la actividad publicitaria tendrá plazo indefinido, salvo lo dispuesto en el apartado siguiente.

2. Las autorizaciones otorgadas con carácter provisional, en los supuestos que procediere, cesarán en el momento que la Administración ordene la retirada de los soportes publicitarios, y al concluir las condiciones que posibilitaron el otorgamiento de la autorización provisional.

Artículo 18. Transmisión de las comunicaciones previas.

Las comunicaciones previas para la instalación e inicio de la actividad publicitaria serán transmisibles mediante comunicaciones previas, debiendo el antiguo y el nuevo titular poner en conocimiento de esta Gerencia de Urbanismo dicha cesión mediante modelo normalizado.

Artículo 19. Identificación de la instalación.

Los propietarios o titulares de los soportes publicitarios tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el número del expediente administrativo de la comunicación previa, la fecha de concesión y el nombre o denominación social del titular de la misma.

TÍTULO IV. RÉGIMEN SANCIONADOR

Artículo 20. Infracciones urbanísticas.

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

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

3. Se considerarán infracciones leves:

a) El estado de suciedad o deterioro del soporte

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

b) No comunicar los cambios de titularidad.

c) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

4. Se considerarán infracciones graves:

a) La instalación de soportes publicitarios sin la correspondiente comunicación previa o sin ajustarse a las condiciones de esta Ordenanza.

b) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria, sin la correspondiente presentación de comunicación previa o sin sujetarse a las condiciones establecidas en las mismas.

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

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

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

f) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria cuando cause molestias a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos o impidan el normal funcionamiento de los servicios públicos.

g) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria que utilice a las personas como meros objetos sexuales, y que denigre su dignidad humana en función de su sexo u orientación sexual.

h) La reincidencia en faltas leves en una o varias instalaciones del mismo titular.

5. Se considerarán infracciones muy graves:

a) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

b) La realización de cualquier actuación de publicidad

que afecten a bienes catalogados, espacios naturales protegidos, y sus zonas de protección.

6. Serán responsables de la infracción las personas físicas o jurídicas que realicen acciones u omisiones tipificadas en la presente Ordenanza y en la normativa de aplicación, considerando a estos efectos como promotor al titular de la instalación publicitaria, sea persona física o jurídica, así como el propietario del terreno, inmueble o concesionario de la instalación donde haya sido colocada la publicidad, éste último cuando haya tenido conocimiento de la instalaciones o actividades infractoras y siempre de manera subsidiaria ante la imposibilidad de identificar al promotor de la misma. Salvo prueba en contrario, se presumirá la existencia de conocimiento cuando por cualquier acto se haya cedido el uso del suelo o de la edificación para la realización de cualquier clase de instalación de soportes publicitarios o actividad publicitaria.

No obstante lo anterior, subsidiariamente, para el supuesto de no ser posible identificar al titular de la empresa de instalación publicitaria, ni al propietario del terreno, se considerará promotor al titular del producto o servicio anunciado.

7. Asimismo, serán responsable los profesionales firmantes de la documentación técnica, de su veracidad, calidad y ajuste a las normas que en cada caso sean legalmente aplicables.

Artículo 21. Sanciones.

1. La comisión de las infracciones dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

a) Las infracciones leves: con multa de hasta 750 euros.

b) Las infracciones graves: con multa desde 751 euros hasta 1.500 euros.

c) Las infracciones muy graves: con multa desde 1.501 hasta 3.000 euros.

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

Artículo 22. Procedimiento sancionador.

Los procedimientos administrativos sancionadores por infracciones tipificadas en la presente ordenanza se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición transitoria primera.

En tanto en cuanto permanezcan en vigor las licencias de publicidad concedidas con anterioridad a la entrada en vigor de la Ordenanza, no precisarán adecuarse a lo dispuesto en ésta. Pero una vez finalizado el plazo de validez de la licencia sin haber tramitado su prórroga, su titular deberá retirar la instalación en el plazo máximo de cinco días, transcurrido dicho plazo sin haberlo hecho, se iniciará el correspondiente procedimiento de restablecimiento de la legalidad.

Disposición transitoria segunda.

Los soportes publicitarios que se encuentren instalados sin título habilitante en el momento de la entrada en vigor esta Ordenanza, contarán con el plazo de doce (12) meses para adaptarse a los preceptos de la misma. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen sancionador que esta Ordenanza establece para la instalación de soportes publicitarios sin la correspondiente licencia municipal.

Los expedientes de licencias para la instalación de los soportes para la difusión de publicidad que se encuentren en trámite en el momento de la entrada en vigor de esta Ordenanza, les serán de aplicación los preceptos de la misma.

Disposición transitoria tercera.

Los expedientes de licencias para la instalación de los soportes para la difusión de publicidad que se encuentren en trámite en el momento de la entrada en vigor de esta Ordenanza, les serán de aplicación los preceptos de la misma.

Disposición transitoria cuarta.

Los expedientes para la instalación de los soportes para la difusión de publicidad que se encuentren en trámite en el momento de la entrada en vigor de esta

Ordenanza y que se sitúen en las en las zonas de dominio público, de servidumbre y de afección de carreteras en los tramos que discurran por suelo urbano o que correspondan a una travesía, deberán acreditar ante la Gerencia Municipal de Urbanismo de Santa Cruz de Tenerife, en el plazo de seis (6) meses desde la entrada en vigor de la Ordenanza, el cumplimiento de lo establecido en el artículo 5.1, c) de la misma, acreditando en el expediente la obtención del informe previo y preceptivo favorable del titular de la vía. Transcurrido dicho plazo sin haberlo acreditado, los expedientes se tendrán por desistidos.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

Disposición derogatoria única.

Queda derogado todo lo referido a la publicidad exterior señalado en la Ordenanza Municipal de Edificación de Santa Cruz de Tenerife, así como cuantas normas de igual o inferior rango contravengan el contenido normativo de la presente Ordenanza Municipal Reguladora de la Publicidad Exterior.

DISPOSICIÓN FINAL

De conformidad con los artículos 56.1, 65.2 y 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local:

a) El acuerdo de aprobación definitiva se comunicará, conteniendo el texto íntegro de la referida disposición, a la Administración General del Estado y a la de la Comunidad Autónoma.

b) Transcurrido el plazo de quince días desde la recepción de las comunicaciones, el acuerdo y el texto íntegro de la disposición se publicarán en el Boletín Oficial de la Provincia, por anuncio del Secretario General del Pleno.

c) La disposición general entrará en vigor al día siguiente de su íntegra publicación, extendiéndose la oportuna diligencia por el Secretario General del Pleno, que será comunicada a todos los órganos y unidades de la Administración Municipal, dando cuenta al Pleno.

En Santa Cruz de Tenerife, a veintinueve de abril de dos mil veintiuno.

LA SECRETARIA DELEGADA, Belinda Pérez Reyes.

ARONA

Área de Economía y Hacienda

ANUNCIO

2610

91945

Doña Raquel García García, Teniente de Alcalde del Área de Gobierno de Hacienda y Recursos Humanos del Ayuntamiento de Arona (Tenerife),

HACE SABER:

De conformidad con lo establecido en el artículo 17.1 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, se anuncia el plazo de exposición pública de los siguientes expedientes:

- EXPEDIENTE INSTRUIDO PARA LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA FISCAL MUNICIPAL NÚMERO 15, REGULADORA DE LA TASA POR OCUPACIÓN DE TERRENOS DE USO PÚBLICO POR MESAS Y SILLAS CON FINALIDAD LUCRATIVA.

- EXPEDIENTE INSTRUIDO PARA LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA FISCAL MUNICIPAL NÚMERO 17, REGULADORA DE LA TASA POR OCUPACIÓN DEL SUBSUELO, SUELO Y VUELO DE LA VÍA PÚBLICA (Tarifa XII).

- EXPEDIENTE INSTRUIDO PARA LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA FISCAL MUNICIPAL NÚMERO 30, REGULADORA DE LA TASA POR INSTALACIÓN, USO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN EL MERCADO MUNICIPAL DEL AGRICULTOR DE ARONA.

Aprobados provisionalmente por Acuerdo Plenario en sesión ordinaria celebrada el día 29 de abril de 2021.

Asimismo, y de acuerdo con lo establecido en el artículo 17.3 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales, por un plazo de TREINTA (30) DÍAS HÁBILES, contados a partir del día siguiente al de la publicación del presente anuncio, los interesados podrán examinar el expediente y presentar las reclamaciones que estimen oportunas. En el caso de que no se hubieran presentado reclamaciones, se entenderán definitivamente adoptados los acuerdos, hasta entonces provisionales, sin necesidad