

11675/10

AYUNTAMIENTO DE HUÉRCAL DE ALMERÍA**EDICTO**

Este Ayuntamiento tiene aprobado inicialmente, por acuerdo de fecha 26 de noviembre de 2010, Modificación Puntual de Normas Subsidiarias referido a UECF 1-A y 1-B, promovido por D. EPSA y redactado por D. Jorge Súnier Esteban, Arquitecto; quedando expuesto al público por plazo de un mes, a contar del siguiente al de publicación del presente edicto en el Boletín Oficial de la Provincial de Almería, a fin de que los interesados puedan examinar el expediente y presentar, por escrito, las alegaciones que estimen oportunas. Dentro de dicho plazo deberán subsanarse por el promotor las deficiencias, en su caso, advertidas. De conformidad con el artículo 27.2 de la Ley 7/2002, quedan suspendidas las licencias en las áreas del territorio objeto de la ordenación del Sector y cuyas determinaciones supongan modificación del régimen urbanístico vigente. De no presentarse alegaciones en el plazo referido, la aprobación inicial se elevará a definitiva sin precisar acuerdo expreso al respecto.

Lo que se hace público de conformidad con la Ley de Ordenación Urbanística de Andalucía de 17 de diciembre de 2002. Huércal de Almería, a 29 de noviembre de 2010.

EL ALCALDE, firma ilegible.

12166/10

AYUNTAMIENTO DE HUÉRCAL DE ALMERÍA**EDICTO**

Este Ayuntamiento tiene definitivamente aprobada la Ordenanza Municipal sobre ACTIVIDADES PUBLICITARIAS DEL TERMINO MUNICIPAL DE HUERCAL DE ALMERIA, cuyo texto figura seguidamente.

Entrará en vigor de conformidad con el art. 70.2 de la Ley 7/185, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local.

Contra dicho acuerdo que es definitivo en la vía administrativa, los interesados podrán interponer recurso contencioso administrativo ante el Juzgado de Almería de dicho orden jurisdiccional en el plazo de dos meses, a contar del día siguiente al de publicación del presente edicto en el BOP de Almería; y sin perjuicio de que los interesados puedan interponer cualquier otro que tengan por conveniente.

Huércal de Almería, a 17 de diciembre de 2010.

EL ALCALDE, firma ilegible.

Texto de la ordenanza:

**ORDENANZA MUNICIPAL DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS
EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE HUERCAL DE ALMERIA****Capítulo 1. DISPOSICIONES GENERALES****Artículo 1. Objeto y ámbito.**

La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que deberá someterse la publicidad instalada o efectuada en el dominio público municipal o bien perceptible desde este dominio.

El ámbito de aplicación de esta ordenanza se circunscribe al término municipal y se concreta todas las actividades publicitarias que se ejercen en el mismo y en las distintas modalidades que regulan.

A efectos tributarios, la publicidad y sus soportes se gravarán de acuerdo con lo dispuesto en las correspondientes ordenanzas fiscales.

Los títulos administrativos que autoricen la actividad publicitaria lo serán siempre por tiempo limitado, con independencia de las prórrogas que pudieran concederse.

Artículo 2. Publicidad en dominio público.

La publicidad en la vía pública se considerará, según los casos, uso común especial o uso privativo, conforme a lo previsto en la Ley de Bienes de las Entidades Locales de Andalucía y su Reglamento de desarrollo (Ley 7/1999, de 29 de septiembre y Decreto 18/2006, de 24 de enero, respectivamente).

Su ubicación, características técnicas y demás condiciones, vendrán determinadas de manera singular.

Artículo 3. Definiciones.

A los efectos de la presente Ordenanza se considera las siguientes denominaciones:

Publicidad: toda acción encaminada a difundir entre el público todo tipo de información y el conocimiento de la existencia de cualquier actividad, productos y/o servicios que se ofrezcan al consumo en general.

Carteleras o Vallas Publicitarias: soportes estructurales de implantación estática susceptibles de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad visual exterior, por medio de carteles.

Carteles: anuncios fijos o móviles, pintados o impresos, por cualquier procedimiento, y sobre cualquier material que asegure su permanencia, bien sea, luminosos, iluminados u opacos.

Artículo 4. Modalidades de Publicidad.

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

Publicidad estática: tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.

Publicidad móvil: tendrá esta consideración aquella que sea autotransportada o remolcada su remolque por vehículo de motor.

Publicidad aérea: tendrá esta consideración la que se desarrolla con aviones, globos o dirigibles.

Publicidad audiovisual: tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos eléctricos o electrónicos.

Mobiliario urbano publicitario (Mupis): tendrán esta consideración los soportes diseñados para albergar publicidad en la vía pública, generalmente dotados de iluminación y anclados al suelo.

Artículo 5. Limitaciones de orden general.

No se autorizarán las siguientes instalaciones publicitarias:

a) Las que por su forma, color, diseño o inscripciones puedan ser confundidas con las señales de tráfico, impidan la visibilidad o produzcan deslumbramiento a los conductores de vehículos y a los peatones, o en los lugares donde puedan perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad del peatón. Igualmente, cuando impidan la visibilidad de algún soporte previamente autorizado.

b) Sobre y desde los templos, cementerios, estatuas, fuentes y dotaciones de servicios públicos y demás elementos catalogados como edificios protegidos por motivos de su interés arquitectónico.

c) Todo tipo de pintadas o pictogramas en la vía pública, tanto si se realizan sobre sus elementos estructurales (calzadas, aceras, bordillos), como sobre su equipamiento (en árboles o en cualquier otro elemento vegetal, farolas, pilares, mobiliario urbano).

d) En los edificios en los que se limiten las luces o vistas de los ocupantes de algún inmueble u ocasionen molestias a los vecinos, salvo autorización de los mismos o acuerdo de los mismos, siempre y cuando se cumplan las normas urbanísticas vigentes.

e) En las zonas afectadas por la Ley General Estatal de julio de 1988, por Reglamento General de Carreteras de septiembre de 1994 y por la Ley de Carreteras de la Comunidad Autónoma Andaluza, o norma equivalente.

f) En edificios donde se incoe el expediente de declaración de ruina o se declare la misma.

g) Los constituidos de materias combustibles en zonas forestales de abundante vegetación o de especies aisladas de consideración. No se autorizarán en ningún caso, aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

Los temas publicitarios no podrán ser ofensivos a la moral ni a las Instituciones del Estado en general, ni dañar la sensibilidad del ciudadano con imágenes que impacten negativamente en sus usos y costumbres.

Artículo 6. Inscripción en el Registro Municipal.

Para poder ejercer la actividad de publicidad exterior en el término municipal, será requisito indispensable, que la persona física o jurídica que la promueva esté debidamente legalizada mediante la inscripción en el Registro Municipal de Empresas de Publicidad, y cumplimentados los requisitos que de la obligatoriedad de dicha inscripción se deduzcan, debiendo, en todo caso, para materializar dicha inscripción presentar la siguiente documentación:

Instancia formulada por la persona física o jurídica, solicitando quedar incluido en el Registro Municipal.

A la instancia se acompañará la siguiente documentación: Copia de NIF o CIF; Escritura de constitución de la sociedad en el supuesto de persona jurídica; Alta correspondiente al Impuesto de Actividades Económicas; Memoria de actividades en la que se especifiquen recursos técnicos y humanos con los que se cuente para el desarrollo de la actividad; Póliza de Seguro de Responsabilidad Civil.

Artículo 7. Efectos de la no inscripción en el Registro.

Las empresas no inscritas en el Registro que desarrollen actividad publicitaria sujeta a la Ordenanza, no podrán obtener la oportuna licencia, y su actividad se considerará ilegal y sujeta a las sanciones y acciones administrativas oportunas.

Capítulo 2. NORMAS TÉCNICAS, REQUISITOS Y LIMITACIONES PARTICULARES DE LAS DIFERENTES MODALIDADES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Artículo 8. Zonas de emplazamiento.

A efectos de la regulación contenida en esta Ordenanza, se distinguen las siguientes zonas dentro del Término Municipal de Huércal de Almería:

Zona 1: Suelo no urbanizable. No se permite la instalación de carteles ni vallas publicitarias.

Zona 2: Suelo urbano.

Zona 3: suelos próximos a carreteras estatales y de las Redes Básica y Local de la Comunidad Andaluza. Se estará a lo dispuesto en la legislación de carreteras vigente.

Zona 4: suelo urbanizable del resto del término municipal.

DE LAS DIVERSAS LOCALIZACIONES DE LAS MODALIDADES DE PUBLICIDAD.

Artículo 9. Publicidad Estática.

Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades: Vallas publicitarias, Carteles y Monopostes.

Artículo 10. Vallas Publicitarias.

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, una digna presentación estética y adecuadas, en todo caso, a las norma de publicidad exterior, quedando prohibida en todo momento, la utilización de tirantes como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.

Artículo 11. Vallas publicitarias en dominio público.

Podrá realizarse publicidad estática mediante vallas situadas en suelo de titularidad municipal en las parcelas de propiedad municipal, antes de que se destine al uso previsto en el planeamiento urbanístico.

Sólo se permitirá la instalación de vallas publicitarias en dominio público mediante régimen de concesión como consecuencia de concurso convocado por el Ayuntamiento y regulado por los pliegos de condiciones que establezcan al efecto.

Las condiciones y situaciones de instalación, salvo lo dispuesto en los apartados anteriores, serán las establecidas en el pliego de condiciones que rija el concurso y esta Ordenanza.

Artículo 12. Vallas publicitarias en dominio privado perceptibles desde la vía pública.

Sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

Suelo urbanizable (Zonas 3 y 4): Podrá autorizarse la instalación, cuando lo permitan los instrumentos de desarrollo del P.G.O.U., la ley de Carreteras Estatal y Autonómica y siempre que no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno.

Suelo urbano (Zona 2): Estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares: Medianeras de edificios, Solares, Vallados de protección y andamios de obras

Vallas publicitarias en medianeras de edificios: Será susceptible de autorizar la instalación de vallas publicitarias en aquellas medianeras que surjan como consecuencia de derribos de edificaciones o por una menor altura del edificio colindante. En ambos casos deberá contar con la conformidad de los propietarios o comunidades respectivas. No se permitirán en aquellas medianeras que recaigan a edificio lindante. No serán autorizables las vallas publicitarias de aquellas medianeras, visibles desde la vía pública, que surjan por la construcción de edificaciones de nueva planta a las que se les haya exigido o sea exigible tratamiento de fachada. La superficie destinada a las carteleras publicitarias en las medianeras no podrá exceder del 50% del paramento, siendo su saliente máximo de 0,30 metros sobre el plano de medianería, como cualquier ornamento de la misma. Las manifestaciones publicitarias sobre medianeras, realizadas con tratamientos superficiales de carácter duradero (pintura o elementos similares) se autorizarán con las mismas limitaciones que las vallas publicitarias.

Vallas publicitarias en solares: Se admitirá la instalación de vallas publicitarias en solares previa concesión de licencia municipal antes de que se destinen al uso previsto en el planeamiento, dentro del perímetro de las mismas y observando las siguientes condiciones:

- La altura máxima de la parte superior de la cartelera será de 7,5 metros medidos desde la rasante de la calle, no permitiendo vuelo alguno sobre la vía pública.

- Podrán disponerse en grupos que no superen la superficie máxima de 50 m².

- El retranqueo mínimo a línea de fachada será de 1 metro.

- La separación entre vallas publicitarias y los edificios colindantes deberá ser como mínimo de 2 metros.

La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general al comienzo de la edificación.

Vallas publicitarias en vallas de protección y andamios de obras. Podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias sobre las vallas de protección de obras de nueva planta o rehabilitación integral de edificios, siempre que conlleven la desocupación total del inmueble en el curso de las obras, no pudiendo sustituir en ningún caso a las vallas de protección, y se contemplen dichas vallas publicitarias en los estudios de seguridad y salud.

A su vez, se regirá bajo esta Ordenanza los carteles de obra nueva en los que se anuncie la promoción de edificaciones a ejecutar, siendo las condiciones de implantación las correspondientes a las disposiciones de vallas publicitarias en solares.

Artículo 13. Carteles.

Se prohíbe toda fijación de carteles sobre edificios, muros, vallas de cerramiento o de cualquier otro elemento visible desde la vía pública con excepción del mobiliario urbano que contando con autorización municipal, admita superficie destinada a la instalación de esta modalidad publicitaria y en aquellos sitios indicados y diseñados especialmente para esta finalidad por el Ayuntamiento.

Artículo 14. Monopostes.

Se entiende por monoposte aquella instalación publicitaria estática cuya estructura de sustentación sea un único apoyo, generalmente de naturaleza metálica.

Podrá autorizarse la instalación, cuando lo permitan los instrumentos de desarrollo del P.G.O.U., la ley de Carreteras Estatal y Autonómica, la normativa reguladora de servidumbres aeronáuticas y siempre que no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno.

Su regulación y limitaciones de orden general serán las descritas en el artículo 5, y su régimen jurídico el descrito en el capítulo 4 de esta Ordenanza.

Artículo 15. Publicidad móvil.

Este tipo de publicidad será autorizable siempre que cuente con el informe favorable del Área de Policía y Protección Ciudadana y no se efectúe mediante estacionamiento o aparcamiento del vehículo o remolque.

Artículo 16. Publicidad aérea.

Será susceptible de utilizar publicidad aérea en la modalidad con aviones o dirigibles según la legislación vigente en la materia.

El Ayuntamiento podrá autorizar en casos excepcionales (fiestas populares, etc.) la instalación de globos cautivos o estáticos en zonas acordadas previamente por el Ayuntamiento, con la autorización de la autoridad competente en materia de servidumbres aeronáuticas.

Artículo 17. Publicidad audiovisual.

La publicidad acústica quedará limitada a los horarios del comercio o especialmente autorizados en cada caso; la potencia de los altavoces no podrá ser superior, en función de la zona que se desarrolle, a los niveles de recepción externos que fija la ley GICA y legislación vigente en la materia.

Artículo 18. Mobiliario urbano publicitario (MUPIS).

Este caso concreto de la modalidad de publicidad estática se personaliza en soportes expresamente diseñados para albergar publicidad en la vía pública, generalmente dotado de iluminación y anclados al suelo.

Solo se permitirá la instalación de mupis en dominio público mediante régimen de concesión como consecuencia de concurso convocado por el Ayuntamiento y regulado por los pliegos de condiciones que se establezcan al efecto.

Todo ello sin perjuicio de convenios existentes a la aprobación de la presente Ordenanza.

Capítulo 3. PUBLICIDAD EN PERIODO ELECTORAL Y FIESTAS POPULARES.

Artículo 19.- Régimen específico. Periodo electoral.

La publicidad en los periodos electorales se regulará por Decreto de la Alcaldía, sin perjuicio de lo establecidos en las disposiciones vigentes

Artículo 20.- Régimen específico. Fiestas populares y Deportivas.

1.- La Alcaldía podrá dictar las disposiciones especiales que considere oportunas para regular la publicidad durante las fiestas populares y/o deportivas, de tal manera que causen los mínimos inconvenientes a los intereses de los ciudadanos.

2.- La entidad interesada, respecto a este supuesto, estará obligada a retirar los elementos publicitarios subsistentes, una vez acabado el periodo festivo y, en caso de no hacerlo en el plazo de cinco días, previo el oportuno requerimiento, lo harán los servicios municipales a costa del titular de la publicidad.

Capítulo 4.- REGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO

Artículo 21. Régimen general

Están sujetos a la previa licencia municipal, la ejecución de las instalaciones precisas para la realización de los actos de publicidad exterior y transmisión de mensajes publicitarios reflejados en esta Ordenanza.

Se exceptúan de esta obligación los anuncios colocados en las puertas, vitrinas y escaparates comerciales, así como las placas o rótulos indicativos de actividades profesionales o comerciales colocadas sobre las puertas de acceso a dicho establecimiento o lugar de trabajo.

Se exceptúan asimismo las placas identificativas de dependencias públicas, centros de enseñanzas, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas.

Con respecto a las instalaciones publicitarias en bienes de titularidad municipal el Ayuntamiento previa concesión de explotación indicará los lugares en los que podrán instalarse elementos con fines publicitarios, así como fijar las características de las expresadas instalaciones.

Las autorizaciones para instalaciones publicitarias, cualquiera que sea su modalidad, en dominio público o en suelo urbanizable, se entenderá siempre a precario, pudiendo el Ayuntamiento ordenar su retirada en cualquier momento sin derecho a indemnización o reclamación alguna.

Igualmente las licencias podrán ser revocadas o suspendidas por la causas y circunstancias previstas en el art. 16 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

Las licencias se otorgarán salvo el derecho de propiedad y sin perjuicio de tercero, y su otorgamiento no podrá ser invocado para excluir o disminuir la responsabilidad civil o penal que le resulten imputables por aplicación del ordenamiento jurídico vigente.

Artículo 22. Titularidad.

Podrán ser titulares de la licencia las personas físicas o jurídicas, que:

a) Realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refiere los elementos publicitarios.

b) De forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria y se encuentren incluidas en el Alta correspondiente del Impuesto sobre Actividades Económicas e inscrita en el Registro Municipal.

Artículo 23. Solicitud y Documentación.

22.1. Para la tramitación del expediente de solicitud de licencia a que se refiere esta Ordenanza y sin perjuicio de las autorizaciones que procedan por otras Administraciones Públicas competentes, será preceptivo, según las distintas modalidades de publicidad, la presentación de la documentación que señala el Anexo I.

22.2. Según las modalidades de manifestación publicitaria se exigirá lo siguiente:

1. Modalidad estática: requisitos indicados en los apartados a), b), c), d), e) del anexo I.

2. Modalidad móvil: requisitos indicados en los apartados a), b), e) del anexo I, así mismo deberán acompañar la propuesta de recorrido a fin de garantizar la seguridad del tráfico rodado y peatonal.

3. Modalidad aérea: requisito indicado en el apartado c) del anexo I así mismo se aportará la documentación que exija la legislación específica aplicable.

4. Modalidad audiovisual: requisito indicado en el apartado c) del anexo I., así mismo se aportará la documentación que exija la legislación específica aplicable.

Artículo 24. Vigencia, Eficacia y Caducidad de las licencias.

23.1. Vigencia de las licencias.

Las autorizaciones para instalaciones publicitarias o el ejercicio de actividades de dicha naturaleza tendrán la vigencia que se establezca en la Resolución que las otorgue. Si en la Resolución no se estableciera plazo de vigencia, éste será con carácter general de dos años. Salvo disposición específica en contra, una vez agotada la vigencia de la licencia, los titulares podrán instar prórrogas por el mismo espacio de tiempo, debiendo acreditarse por técnico idóneo, que tanto el soporte como la cartelera se hallan en perfectas condiciones de estabilidad, seguridad y ornato. La solicitud de prórroga deberá realizarse en el primer trimestre del año natural. Finalizado el plazo de vigencia su titular o persona que se subrogue en los derechos de éste, deberá proceder al desmontaje y retirada de la instalación en un plazo de 15 días.

El titular vendrá obligado a comunicar cualquier variación que se produzca en las condiciones de la licencia, especialmente, los cambios de titularidad (cualquiera que fuere su causa), desmontaje de las instalaciones antes de la terminación de la licencia y la renuncia.-

23.2. Eficacia de las licencias.

La eficacia de la licencia queda condicionada a la efectividad del pago de cuantos impuestos, tasas o precios públicos puedan devengarse como consecuencia de las instalaciones publicitarias.

23.1. Caducidad de las licencias.

Las licencias caducarán cuando: a) Se cumpla el plazo para el que fueron concedidas y no haya sido renovadas. b) Se compruebe, en su caso, que la instalación realizada no se corresponde con el proyecto presentado. c) En los supuestos de variación de la clasificación del suelo.

La declaración de caducidad requerirá la previa audiencia del interesado, salvo en el caso de la letra a' anterior, en que será automática una vez vencido el plazo.-

Artículo 25.- Seguros y Fianzas.

1.- El Ayuntamiento podrá exigir, para la concesión de licencias de las instalaciones publicitarias, que a juicio de los Servicios Técnicos presente algún riesgo o peligro, la formalización previa de un seguro de responsabilidad civil suficiente que cubra los daños que puedan ocasionarse a terceros, y con la duración que coincida con la actividad que se desarrollará.

2.- Asimismo, el Ayuntamiento podrá exigir el depósito de una fianza o aval que garantice la reposición de los elementos de la urbanización que al parecer de los Servicios Técnicos puedan quedar afectados, o bien para cubrir los costes de limpieza subsidiaria de la vía y estaciones públicas, cuando se trate de determinadas actividades publicitarias que puedan causar deterioro.

3.- La cancelación del seguro y/o fianza se efectuará una vez finalizada la actividad y retirados completamente todos los elementos y comprobada la inexistencia de daños y/o perjuicios posibles.

Artículo 26.- Conservación de instalaciones publicitarias.

1.- Los titulares de licencias y de las concesiones se encargarán de que el material publicitario y sus elementos de sustentación se mantengan en perfecto estado de seguridad y conservación.

2.- En caso de incumplimiento del deber de conservación por parte de los titulares de autorizaciones y/o propietarios de las instalaciones, el Ayuntamiento las considerará como residuo y, previa audiencia al interesado, procederá a su retirada a través de los servicios municipales correspondientes; sin perjuicio de la incoación del correspondiente expediente sancionador.

Artículo 27.- Ordenes de Ejecución y actuación subsidiaria.

1.- Las órdenes de desmantelamiento o retirada de carteles, rótulos u otras instalaciones similares deberán ser cumplidas por la empresa publicitaria en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas.

2.- En caso de incumplimiento, el Ayuntamiento, a través del procedimiento legalmente establecido, procederá a su retirada a costa de las empresas afectadas, las cuales deberán pagar los gastos correspondientes a la ejecución subsidiaria, sin perjuicio de lo determinado en la resolución del expediente sancionador que se incoe.

3.- Cuando las instalaciones publicitarias no se encuentren amparadas de la correspondiente licencia o concesión administrativa, el Ayuntamiento procederá dictar orden de retirada, que será inmediatamente efectiva mientras no esté legalizada la instalación.

Artículo 28.- Instalaciones publicitarias en dominio público sin licencia o concesión.

1.- Las instalaciones publicitarias sin licencia o concesión que se encuentren ubicadas en terrenos de dominio público municipal podrán ser retiradas por el Ayuntamiento de forma directa y sin necesidad de requerimiento previo al responsable de la instalación.

2.- Los gastos que se generen por la retirada de dichas instalaciones publicitarias ser repercutirán al interesado y/o propietario de las mismas, sin perjuicio de la incoación del oportuno expediente sancionador.

Artículo 29. Datos identificativos de la carteleras o vallas publicitarias

En todas las carteleras o vallas deberá constar necesariamente, el número de Registro que le haya sido asignado como empresa de publicidad y el número de expediente de concesión de licencia, así como el nombre de la empresa.

Cuando la cartelera carezca de alguno de los citados datos identificativos o estos no correspondan con los obrantes en los archivos municipales, la cartelera se considera anónima y por tanto carente de titular, pudiendo ser retiradas por la Administración en cualquier momento.

Capítulo 3.1. PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

Artículo 30. Concepto de infracción.

Son infracciones las acciones y omisiones que vulneren las prescripciones de esta Ordenanza y las contenidas en la Ley de Suelo y demás normas urbanísticas. En el supuesto de que la instalación antirreglamentaria de carteleras, carteles y demás modalidades publicitarias supongan ocupación de vía pública en planta o vuelo, la Autoridad Municipal podrá proceder a su retirada, una vez acreditada tal invasión, sin que haya derecho a reclamar por los posible daños que pudiera sufrir la instalación publicitaria y sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.

En caso de que exista peligro inminente para el ciudadano, bienes o tránsito rodado, la manifestación publicitaria, podrá ser retirada de oficio por el Ayuntamiento, sin requerimiento previo al titular del anuncio y sin perjuicio de que continúe la tramitación del expediente sancionador correspondiente.

CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 31. Infracciones leves.

Las que comporten el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del deber de conservación y mantenimiento.

Las que comporten el incumplimiento de las órdenes municipales sobre corrección de deficiencias advertidas en la instalación o ejercicio de la actividad.

Cualquier otra infracción de las disposiciones de esta Ordenanza que no se encuentre tipificada como infracción grave.

Artículo 32. Infracciones graves.

La ausencia de licencia o el incumplimiento de las condiciones de ésta en la colocación de carteles.

Las que comporten el incumplimiento de lo preceptuado en el artículo 5 de esta Ordenanza.

El incumplimiento de órdenes de ejecución en relación con el mantenimiento y conservación de las instalaciones.

La reincidencia en faltas leves en un periodo de treinta días consecutivos.

Artículo 33. Sanciones.

Las infracciones leves serán sancionadas hasta 3.000,00 euros.

Las infracciones graves serán sancionadas hasta 20.000,00 euros.

Artículo 34.- Procedimiento Sancionador. Responsables

Sin perjuicio del restablecimiento del ordenamiento urbanístico infringido no se podrá imponer sanción alguna, sin la previa tramitación del correspondiente expediente sancionador, según lo dispuesto en el R.D. 1.398/93, de 4 de agosto.

En las actuaciones sin licencia o contra la licencia concedida, serán sancionados el promotor de la publicidad, el propietario del inmueble y, en su caso, el técnico autor del proyecto. Las personas jurídicas serán sancionadas por las infracciones cometidas por sus órganos o agentes y asumirán el coste de las medidas de reparación del orden urbanístico alterado, con independencia de las indemnizaciones de todo orden a que hubiere lugar.-

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.- Las instalaciones de publicidad exterior en sus distintas modalidades, que se encuentren instaladas en el momento de la entrada en vigor de la presente Ordenanza, tendrán un plazo de dos meses, para adaptarse a los preceptos de la misma, mediante la solicitud de la oportuna licencia, o retirada de las que no fueran legalizables. Trascurrido dicho plazo sin haberlo efectuado se procederá a su retirada por ejecución subsidiaria.

DISPOSICIÓN FINAL

- 1.- En todo lo no previsto por la presente ordenanza se estará a la normativa legal aplicable, estatal o autonómica.
- 2.- Esta ordenanza entrará en vigor de conformidad con lo dispuesto en el art. 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen local.

ANEXO I

- a) Instancia debidamente cumplimentada.
- b) Carta de pago de haber satisfecho el ingreso de la Tasa o Precio Público liquidado con la Ordenanza Fiscal correspondiente.
- c) Proyecto suscrito por técnico competente y visado por el Colegio Profesional correspondiente, que necesariamente contendrá:
 1. Memoria justificativa en la que se acredite la adecuación del elemento a instalar, no incurriendo en ninguna de las prohibiciones señaladas en su articulado.
 2. Memoria descriptiva del elemento o elementos a instalar especificando dimensiones, sistemas de montaje y lugar exacto donde se pretenda instalar el elemento publicitario, con justificación técnica de los elementos estructurales sustentantes necesarios para su estabilidad y seguridad, hipótesis de cálculo y seguridad frente a la acción del viento.
 3. Planos de situación (escala mínima 1: 1.000), emplazamiento en el solar, edificio, etc. (escala mínima 1:100), secciones y alzados tanto para el elemento como de las fachadas, cierres o elementos verticales sobre los que se instale, en los que se refleje exactamente las proyecciones, tanto sobre el suelo como sobre los paramentos verticales, de la totalidad del elemento publicitario y su estructura y cimentación sustentante.
 4. Mediciones y presupuesto.
 5. Dos fotografías a color de formato 18*24 centímetros o similar del lugar y entorno donde se quieren instalar los elementos publicitarios, tomadas desde la vía pública de forma que permitan la perfecta identificación del mismo.
 6. Proyecto específico de las instalaciones eléctricas de acuerdo con la normativa vigente.
- d) Autorización de la propiedad del edificio, local o parcela y en su caso acuerdo de la Comunidad de propietarios.
- e) Acreditación para las personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.

12145/10

AYUNTAMIENTO DE HUÉRCAL-OVERA

ANUNCIO relativo a modificación de Bases de la convocatoria para cubrir una plaza de Técnico de Medio Ambiente

Por Resolución de la Alcaldía de fecha 14 de diciembre de 2010 se acuerda modificar la base 3.1.e) de las Bases que han de regir la convocatoria para la provisión, mediante el sistema de concurso-oposición libre, de una plaza de Técnico de Medio Ambiente, publicadas en el Boletín Oficial de la Provincia de Almería número 202, de 21 de octubre de 2010, quedando con la siguiente redacción:

“3.1.e) Estar en posesión del Título de Ingeniero Técnico Forestal o haber cursado el Primer ciclo (tres primeros años completos) de la Licenciatura de Ciencias Ambientales, Ciencias Químicas, Ingeniería Química o Biología, o estar en condiciones de obtenerlo en la fecha de finalización de presentación de instancias. En el caso de titulaciones expedidas en el extranjero, será necesario aportar la correspondiente documentación que acredite su homologación.”

El plazo de la presentación de instancias previsto en las bases se ampliará en veinte días naturales, contados a partir del siguiente en que aparezca el presente anuncio en el Boletín Oficial de la Provincia de Almería.

En Huércal-Overa, a 14 de diciembre de 2010.

EL ALCALDE-PRESIDENTE, Luis García Collado.