

Importación, fije en cada resolución particular que apruebe, y a la vista de la calificación que de la misma haya hecho la Dirección General de Industrias Siderometalúrgicas y Navales, los porcentajes de cada parte, pieza y elemento que se autorice importar con bonificación arancelaria, sin que la suma global de estos porcentajes exceda del total autorizado en la resolución-tipo.

Artículo séptimo.—A los efectos de cómputo de porcentajes, se considera como producción nacional exclusivamente la que en forma indudable lo sea y aquellos elementos que se adquieran en el mercado nacional y que a su importación han quedado nacionalizados, siendo prácticamente imposible distinguirlos de los auténticamente nacionales.

Artículo octavo.—Las resoluciones particulares que se otorguen con base en esta resolución-tipo podrán establecer, si se juzgase necesario, un porcentaje máximo de productos terminados de origen extranjero que puedan incluirse en la fabricación nacional con la consideración de nacionales y, por consiguiente, sin incidir en el porcentaje previsto de los elementos extranjeros autorizados a ser importados con bonificación arancelaria.

Artículo noveno.—A partir del momento en que entre en vigor la primera resolución particular para la fabricación mixta de ventiladores para centrales térmicas de potencia superior a doscientos cincuenta MW, no se concederán nuevas bonificaciones o exenciones arancelarias para los ventiladores a que se refiere la resolución particular a través de los programas de acción concertada, como de los polos de promoción y desarrollo, centros y zonas de interés turístico, Empresas de interés nacional, sectores industriales o agrarios de interés preferente o zonas geográficas de preferente localización industrial, red del frío, Ley de Hidrocarburos y cualesquiera otras comprendidas en disposiciones de carácter análogo.

Artículo décimo.—La presente resolución-tipo tendrá una vigencia de dos años a partir de la fecha de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado». Este plazo es prorrogable si las circunstancias económicas así lo aconsejan.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en Madrid a diecisiete de febrero de mil novecientos setenta y dos.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Comercio,
ENRIQUE FONTANA CODINA.

DECRETO 465/1972, de 24 de febrero, por el que se modifica el Decreto número 187/1972, de 27 de enero, que establecía derechos específicos adicionales de los «ad-valorem» en la posición arancelaria 73.13-D-1.

A propuesta del Ministro de Comercio y en uso de la autorización conferida en el artículo sexto, número cuatro, de la Ley Arancelaria de primero de mayo de mil novecientos sesenta, y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día dieciocho de febrero de mil novecientos setenta y dos,

DISPONGO:

Artículo único.—El artículo segundo del Decreto número ciento ochenta y siete/mil novecientos setenta y dos, de veintisiete de enero, queda modificado en la siguiente forma:

La posición setenta y tres punto trece-D-uno del Arancel de Aduanas llevará la siguiente nota de asterisco:

«El derecho específico fijado para esta posición sólo será aplicable a la chapa de forma cuadrada o rectangular de espesor inferior a diez milímetros y de ancho inferior a dos mil milímetros.»

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en Madrid a veinticuatro de febrero de mil novecientos setenta y dos.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Comercio,
ENRIQUE FONTANA CODINA.

MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

DECRETO 466/1972, de 17 de febrero, por el que se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad.

El proceso de institucionalización de la actividad publicitaria, iniciado por la Ley sesenta y una/mil novecientos sesenta y cuatro, de once de junio, que aprobó el Estatuto de la Publicidad, requiere un progresivo desarrollo normativo en función de las necesidades de la realidad en que incide y, en su caso, de las demandas de los profesionales a que afecta.

En esta línea, constituye aspiración unánime de los Agentes de Publicidad la ordenación específica de su actividad a través de las correspondientes normas estatutarias a que la propia Ley citada se refiere en su artículo cincuenta y nueve y dentro del marco de las disposiciones complementarias y de desarrollo de la misma que en su disposición adicional primera faculta al Gobierno para dictar. Recogiendo esta aspiración y la conveniencia de dar desarrollo a los preceptos legales que se refieren a los Agentes de Publicidad, parece conveniente dictar las normas reglamentarias que perfilen los distintos aspectos de su actividad profesional y el ejercicio de la misma.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Información y Turismo, previo informe de la Organización Sindical, de acuerdo con lo previsto en el artículo ciento treinta punto cuatro de la Ley de Procedimiento Administrativo, de conformidad con el dictamen del Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día cuatro de febrero de mil novecientos setenta y dos,

DISPONGO:

Artículo primero.—Se aprueba el Estatuto Profesional de los Agentes de Publicidad que a continuación se inserta.

Artículo segundo.—Por el Ministerio de Información y Turismo se dictarán las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo de lo dispuesto en el Estatuto que se aprueba por el presente Decreto.

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en Madrid a diecisiete de febrero de mil novecientos setenta y dos.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Información y Turismo,
ALFREDO SANCHEZ BELLA

ESTATUTO PROFESIONAL DE LOS AGENTES DE PUBLICIDAD

CAPITULO PRIMERO

De la actividad profesional y requisitos para su ejercicio

Artículo 1.º 1. Agente de Publicidad es la persona natural que, debidamente autorizada, se dedica profesionalmente a ejercer una actividad de pura mediación consistente en gestionar en favor de las Agencias de Publicidad o de los medios cualquier tipo de publicidad, mediante el otorgamiento, respectivamente, de contratos de publicidad o de difusión.

2. La actividad profesional del Agente de Publicidad podrá ser ejercida libremente o al servicio exclusivo de alguna Agencia de publicidad o medio.

Art. 2.º Para usar la denominación o ejercer las actividades publicitarias a que se refiere el artículo anterior deberán reunirse los requisitos y cumplir las normas que en este Estatuto se establecen e inscribirse en el Registro General de Publicidad, existente en la Subdirección General de Actividades Publicitarias de la Subsecretaría del Departamento.

Art. 3.º Serán condiciones necesarias para ejercer la actividad de Agentes de Publicidad:

- Poseer la capacidad que exige el artículo cuarto del Código de Comercio para el ejercicio de la actividad mercantil.
- Poseer la necesaria moralidad.
- Acreditar suficientemente la debida solvencia económica y las necesarias condiciones de idoneidad profesional.

Art. 4.º La actividad profesional de Agente de Publicidad es incompatible:

- a) Con el ejercicio activo de la profesión periodística.
- b) Con el ejercicio activo de la profesión de Técnico de Radiodifusión.
- c) Con el ejercicio activo de la profesión de Técnico de Publicidad.
- d) Con la condición de empleado a sueldo de una Agencia de Publicidad o de un medio.
- e) Con el ejercicio de cualquier otra actividad, profesión u oficio que, por su naturaleza, comprometa la libertad de gestión que debe informar la actividad mediadora.

Art. 5.º Toda persona natural que pretenda ejercer la actividad profesional de Agente de Publicidad deberá solicitar previamente su inscripción en el Registro General de Publicidad, acompañando a la solicitud los siguientes documentos:

1. Declaración jurada en la que se manifieste: a) Que se dedicará profesionalmente a ejercer la actividad definida en el artículo primero, haciendo constar también si desarrollará o no la misma al servicio exclusivo de alguna Agencia o medio; b) Que no está incurso en ninguna de las incompatibilidades señaladas en el artículo cuarto.
2. Certificado acreditativo de idoneidad profesional, expedido por la Organización Sindical.
3. Certificación de antecedentes penales.
4. Documentación acreditativos de poseer la debida solvencia económica exigida para el ejercicio de la actividad.
5. Fotocopia del documento nacional de identidad.
6. Dos fotografías tamaño carnet.

Art. 6.º Practicada la inscripción, se procederá a expedir el título-licencia que legitime a la persona inscrita para el ejercicio de la actividad de Agente de Publicidad.

Art. 7.º 1. La inscripción en el Registro General de Publicidad será cancelada:

- a) Por fallecimiento del inscrito.
- b) A solicitud del interesado.
- c) Cuando se compruebe la inexactitud de los datos aportados por el solicitante.
- d) Cuando el inscrito deje de reunir algunos de los requisitos exigidos en el artículo tercero o quede incurso en cualquiera de los supuestos de incompatibilidad previstos en el artículo cuarto.

2. La cancelación de la inscripción determinará automáticamente la anulación del título-licencia.

Art. 8.º Contra la resolución denegatoria o cancelatoria de la inscripción podrá recurrirse en vía administrativa, de acuerdo con lo prevenido en el artículo 113 de la Ley de Procedimiento Administrativo y, agotada ésta, ante la jurisdicción contencioso-administrativa.

Art. 9.º Las Agencias de Publicidad y los medios no podrán utilizar los servicios de gestión publicitaria de personas naturales que no estén en posesión del título-licencia que habilite para el ejercicio de la actividad de Agente de Publicidad.

CAPITULO II

Del contrato de mediación o comisión publicitaria

Art. 10. 1. La actividad profesional de los Agentes de Publicidad, a que se refiere el artículo primero, en relación con las Agencias de Publicidad o con los medios, se realizará exclusivamente a través de contratos de mediación o comisión publicitaria. Por consiguiente, el Agente de Publicidad no podrá otorgar en su propio nombre contratos de publicidad o de difusión.

2. El contrato de mediación o comisión publicitaria tendrá siempre carácter mercantil y para su otorgamiento bastará la legitimación exigida para la realización de actos de administración ordinaria.

3. Dicho contrato se presumirá existente y no necesitará constar por escrito, cuando se expresa el nombre del Agente en el contrato de publicidad o de difusión gestionado por su mediación.

4. El Agente tendrá derecho a que se le expida una copia de los contratos en que ha sido mediador.

Art. 11. Cuando el contrato de mediación o comisión publicitaria conste por escrito, deberá contener los siguientes extremos:

- a) Fecha y lugar de su otorgamiento.
- b) Nombre y domicilio de las partes.
- c) Derechos y obligaciones.
- d) Delimitación, en su caso, de la zona y ámbito en que el Agente desarrollará su actividad.
- e) Reconocimiento o no, en favor del Agente, de los derechos de exclusiva en la zona o ámbito de que se trate.
- f) Cuantía y forma de pago de la comisión.
- g) Duración.
- h) Causas de extinción del contrato.

Art. 12. Los contratos de mediación o comisión publicitaria que se celebren entre un medio y un Agente de Publicidad no podrán contener condiciones económicas que impliquen preferencia o trato desigual.

Art. 13. El Agente de Publicidad no responderá frente a la Agencia de Publicidad, medio o cliente de las consecuencias económicas de su gestión, siempre que la misma se hubiera realizado de acuerdo con lo pactado al efecto y con las normas que sean de aplicación, a tenor de lo establecido en el artículo cuarto de la Ley 61/1964, de 11 de junio, por la que se aprobó el Estatuto de la Publicidad.

Art. 14. El Agente de Publicidad responderá de los actos realizados por las personas que tenga a su servicio, siempre que dichos actos estén relacionados con actividades publicitarias.

Art. 15. 1. La comisión constituirá el único medio de remuneración de la actividad del Agente de Publicidad y serán nulos todos los actos de clientes, de las Agencias, de los medios o de los propios Agentes que alteren la esencia de la comisión de único medio de pago de dicha actividad.

2. El Agente tendrá derecho al percibo de la comisión pactada sin que, en ningún caso, pueda ser renunciada ni cedida, total o parcialmente.

Art. 16. El derecho al percibo de la comisión nacerá desde el día de celebración del contrato de publicidad o de difusión gestionado por el Agente de Publicidad y se hará efectivo en los plazos pactados.

Art. 17. Las modificaciones que, después de su percepción y en perjuicio del Agente de Publicidad se introduzcan en los contratos de publicidad o de difusión gestionados por él, no alterarán el importe de la comisión pactada.

Art. 18. 1. En el ejercicio de su actividad el Agente tendrá derecho al respeto por las Agencias de Publicidad y los medios de su cartera de cliente.

2. A todos los efectos se considerará cliente de un Agente de Publicidad la persona, natural o jurídica, que por mediación de aquél otorgue un contrato de publicidad o de difusión con una Agencia de Publicidad o un medio.

Art. 19. Cuando el Agente de Publicidad comunique por escrito a una Agencia de Publicidad o medio que está en gestiones con una persona determinada para la celebración de un contrato de publicidad o de difusión, dicha Agencia de Publicidad o medio considerará cliente del Agente a la persona de que se trate y se abstendrá de realizar cualquier acto que implique desconocimiento de tal derecho.

Art. 20. Cuando un medio conceda contractualmente la exclusiva de gestión publicitaria de sus espacios en la forma prevista en el artículo 15 de la Ley 61/1964, de 11 de junio, tanto dicho medio como el exclusivista considerarán clientes de un determinado Agente de Publicidad a las personas que, en la fecha de tal concesión, tuvieren concertados contratos de difusión por mediación de dicho Agente.

Art. 21. Cuando el Agente de Publicidad pruebe que un contrato de difusión gestionado por una Agencia de Publicidad es resultado de su propia actividad mediadora, el medio considerará cliente del Agente de que se trate a la persona que haya celebrado dicho contrato de difusión.

Art. 22. Se considerarán causas de pérdida de clientela por parte del Agente de Publicidad:

- a) La anulación del título-licencia.
- b) La extinción del contrato de mediación o comisión publicitaria.
- c) La extinción del contrato de publicidad o de difusión celebrado por su mediación.

Art. 23. El contrato de mediación o comisión publicitaria se extinguirá por las causas expresamente previstas en él, y, en todo caso:

- a) Por extinción o resolución del vínculo contractual.
- b) Por fallecimiento del Agente de Publicidad.
- c) Por anulación del título-licencia.

CAPITULO III

De la jurisdicción competente

Art. 24. La corrección y sanción administrativa de las infracciones no constitutivas de delito que se cometan por el Agente de Publicidad en el ejercicio de su actividad profesional, contraviniendo lo previsto en la Ley 61/1964, de 11 de junio, y en el presente Decreto, corresponderá al Ministerio de Información y Turismo.

Art. 25. En cuanto a las jurisdicciones penal y laboral, se estará a lo dispuesto en el artículo 64 de la Ley 61/1964, de 11 de junio.

Art. 26. Las cuestiones de naturaleza civil que surjan en el cumplimiento e interpretación del contrato de mediación o comisión publicitaria, se dirimirán ante los Tribunales ordinarios, sin perjuicio de que los interesados puedan previamente someterlas al Jurado de Publicidad, en aplicación de lo dispuesto en la Ley 61/1964, de 11 de junio, y disposiciones de desarrollo de la misma.

DISPOSICION FINAL

De conformidad con lo dispuesto en el artículo cinco de la Ley 61/1964, de 11 de junio, reguladora del Estatuto de la Publicidad, correspondiendo al Ministerio de Información y Turismo la ordenación e inspección de la actividad de los Agentes de Publicidad, así como la regulación de las condiciones necesarias para su ejercicio, quedando a salvo la competencia que corresponda a otros Ministerios sobre la forma en que deba desarrollarse dicha actividad respecto a determinados lugares o en relación con productos concretos.

DISPOSICION TRANSITORIA

Las relaciones de los Agentes de Publicidad con las Agencias o medios continuarán rigiéndose según lo establecido en los contratos vigentes en el momento de la entrada en vigor del presente Decreto, hasta la extinción de los mismos.

DECRETO 467/1972, de 17 de febrero, por el que se extiende a los Municipios de las costas cantábrica y gallega la aplicación del Decreto 3787/1970, de 19 de diciembre, sobre requisitos mínimos de infraestructura en los alojamientos turísticos.

El Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta, de diecinueve de diciembre, sobre requisitos mínimos de infraestructura en los alojamientos turísticos, determinaba en su disposición adicional cuarta que sus preceptos serían de aplicación inmediata en todos los Municipios en la costa mediterránea y del golfo de Cádiz, así como en todo el territorio de las islas Baleares y Canarias. Asimismo dejaba a criterio del Ministerio de Información y Turismo, según lo aconsejara las circunstancias, la extensión del ámbito de aplicación de estas disposiciones a otros Municipios y provincias.

A la vista de los resultados obtenidos en materia de infraestructura turística desde la entrada en vigor de dicha disposición legal y teniendo en cuenta las previsiones de futuro que aconsejan la adopción de medidas dirigidas a evitar la agudización de problemas tan acuciantes como los que se contemplan en el articulado del referido Decreto, el Ministerio de Información y

Turismo, tras los estudios e informes pertinentes, estima llegado el momento de extender a los Municipios de las costas cantábrica y gallega la aplicación de las normas sobre requisitos mínimos de infraestructura en los alojamientos turísticos, al objeto de evitar situaciones de más difícil solución.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Información y Turismo y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día cuatro de febrero de mil novecientos setenta y dos,

DISPONGO:

Artículo primero.—Las prescripciones contenidas en el Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta, de diecinueve de diciembre, serán de aplicación, en las mismas circunstancias y condiciones previstas en dicha disposición, a los establecimientos turísticos situados en los Municipios de las costas cantábrica y gallega.

Artículo segundo.—Uno. Los titulares de alojamientos turísticos que se encuentren en construcción a la entrada en vigor del presente Decreto deberán adoptar las medidas necesarias para que al momento de solicitar la reglamentaria autorización de apertura y funcionamiento puedan acreditar que aquéllos están dotados de las instalaciones que se relacionan en el artículo segundo del Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta, de diecinueve de diciembre, y en las condiciones que determinan los artículos tres a ocho de la misma disposición.

Dos. Si los establecimientos indicados estuviesen en avanzado estado de construcción y su apertura prevista para antes del día treinta y uno de diciembre de mil novecientos setenta y dos, podrán solicitar del Ministerio de Información y Turismo una prórroga de seis meses, contados desde dicha fecha, para subsanar las deficiencias que pudieran existir.

Tres. El cumplimiento de lo dispuesto en los artículos tres a ocho del Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta, de diecinueve de diciembre, se acreditará acompañando a la solicitud de apertura los documentos a que se refieren los apartados b) y c) del número dos del artículo once del mismo Decreto.

Artículo tercero.—Uno. Los establecimientos turísticos que, debidamente autorizados, se encuentren en funcionamiento a la entrada en vigor del presente Decreto y que carezcan de alguna o algunas de las instalaciones que se determinan en los artículos tres a ocho del Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta deberán tener subsanadas sus deficiencias antes del uno de julio de mil novecientos setenta y tres.

Dos. Cuando por el volumen de las obras a realizar se precisara de un plazo mayor, el interesado deberá solicitarlo de la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas, justificando debidamente los fundamentos de su pretensión. El expediente se tramitará a través de la Delegación Provincial de Información y Turismo.

Tres. Si se tratare de deficiencias que afecten a todos o a un gran número de establecimientos situados en un lugar o zona determinada y de imposible o muy difícil corrección por los particulares, la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas procederá de acuerdo con lo dispuesto en el artículo catorce del Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta.

En todo caso, el Ministerio de Información y Turismo, previo dictamen de los Servicios Técnicos pertinentes y oídos los interesados, podrá decretar el cierre temporal de aquellos establecimientos que no reúnan las debidas condiciones técnicas, a tenor de lo dispuesto en los artículos tres, cuatro, cinco, seis y ocho del Decreto tres mil setecientos ochenta y siete/mil novecientos setenta.

DISPOSICION FINAL

Quedan derogadas cuantas normas y disposiciones reglamentarias se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto, que entrará en vigor a los treinta días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Así lo dispongo por el presente Decreto, dado en Madrid a diecisiete de febrero de mil novecientos setenta y dos.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Información y Turismo,
ALFREDO SANCHEZ BELLA