



Proyecto de Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior

EXPOSICION DE MOTIVOS

Desde 1986 Alcorcón dispone de una Ordenanza que ha venido regulando los distintos aspectos de la actividad de publicidad exterior mediante sistemas y elementos visuales. No obstante, con el progreso de la ciudad y la aparición de nuevos sistemas y soportes de publicidad, esta ordenanza se ha visto superada en sus determinaciones y se hace imprescindible una nueva visión de la regulación de esta actividad. Por este motivo es por lo que se ha acometido la redacción una nueva norma en la que queden recogidos y regulados, además de los sistemas tradicionales, todos los avances que en materia de publicidad exterior se han producido en los últimos tiempos.

La evolución de la ciudad y del concepto de la actividad publicitaria en el seno de una sociedad moderna exige a la administración municipal la renovación los criterios establecidos a la hora de considerar las distintas formas de actividad publicitaria, y por ende de la normativa, que debe adaptarse a la nueva realidad del municipio. La proliferación de carteleros, carteles monopostes, y otros nuevos tipos de soportes publicitarios de gran impacto visual hacen necesaria una regulación exhaustiva que posibilite de un lado la realización efectiva de la actividad publicitaria y de otro la protección y mejora de los valores del paisaje y medioambiente urbano, así como en general de la imagen de Alcorcón.

Por otro lado, 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 cuando 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 estructura de la Ordenanza se organiza de la siguiente manera:

Los Títulos I y II contienen normas de carácter general en las que se determina el objeto de la Ordenanza, los medios de expresión publicitaria no permitidos, las condiciones y características que deben cumplir los soportes y la protección del entorno y del patrimonio del municipio.

Los Títulos III a VI se dedican a la regulación de los diferentes tipos de soportes publicitarios, sus características y emplazamientos.

El Título VII contempla la regulación de los elementos de señalización e identificación de establecimientos y actividades, estableciendo un régimen propio y diferenciado de la publicidad exterior.

En Título VIII se recoge la tramitación de las autorizaciones y licencias.

El Título IX regula el régimen disciplinario y sancionador.

Por último, las disposiciones transitorias se dedican a la regulación de las condiciones aplicables a los supuestos nacidos al amparo de la anterior Ordenanza. Para determinar la normativa aplicable a las solicitudes de licencias que se encuentren en tramitación se establece el criterio jurisprudencial de aplicación de la normativa en vigor en el momento de la resolución, siempre que ésta se realice dentro del plazo establecido.

TÍTULO I. DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL

Artículo 1. Objeto

La presente Ordenanza tiene por objeto regular los términos y condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema

utilizado para la transmisión del mensaje publicitario, con el fin de compatibilizar la actividad publicitaria con la protección y la mejora del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Alcorcón, para lo que se tienen en cuenta objetivos de prevención y corrección de la contaminación lumínica, mejora de la eficiencia energética de las instalaciones y reducción de la intrusión luminosa en los hogares.

Artículo 2. Definiciones

- A efectos de esta Ordenanza se entiende por:

a) Publicidad: de conformidad con el artículo 2.1 de la ley General de Publicidad, es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

b) Publicidad exterior: la que es visible desde las vías y espacios públicos siendo susceptible de atraer la atención de quienes transiten o permanezcan en la vía pública.

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

d) Órgano municipal competente: el que ostente la competencia en materia de publicidad exterior conforme a la organización de los servicios administrativos municipales.

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

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

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

h) Autorización de actuación de publicidad exterior: autorización administrativa especial que habilita a su titular para la realización de una acción de publicidad exterior en suelo de titularidad privada cuando no requiera la utilización de soportes fijos.

i) Vía de primer orden: aquellas situadas en suelo urbano en las que la velocidad máxima autorizada de circulación sea superior a 50 kilómetros/hora y/o que posean mediana.

k) Luz oblicua: cualquier proyección inclinada del haz de luz que pueda incidir en los huecos de ventanas.

l) Luz recta: aquella cuyo ángulo de incidencia sobre el plano de fachada enfrenteado es mayor o igual a 75°.

Artículo 3. Actividades no sujetas a regulación

No estarán sujetos a esta Ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria cuando se efectúen en vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares. Asimismo queda excluida del ámbito de la

Ordenanza la actividad informativa del Ayuntamiento, que tenga como fin la publicidad de sus bandos o cualquier otra información de interés público.

Las actividades realizadas durante las campañas electorales se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.

Tampoco será objeto de regulación por esta Ordenanza la señalización de edificios y dotaciones, en la vía pública, realizada por empresas concesionarias.

Se podrá retirar de forma inmediata y cautelar la publicidad que vulnere los principios establecidos en el artículo 3 de la Ley General de Publicidad.

Artículo 4. Medios de expresión publicitaria no autorizados.

1. Se prohíbe expresamente:

a) La fijación de publicidad mediante carteles, pegatinas, etiquetas, etc. sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, alumbrado, etc. rigiéndose el régimen disciplinario y sancionador por lo dispuesto en la Ordenanza para Convivencia Ciudadana.

b) La colocación de carteles indicativos o de señalización direccional en vía pública y la utilización de las señales de circulación, de los báculos y columnas de alumbrado público y de los rótulos viarios con esta finalidad.

c) La publicidad en cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado. En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o de su titular o de la marca comercial del producto.

d) La utilización de medios publicitarios sonoros, rigiéndose su régimen disciplinario y sancionador por la normativa municipal específica de protección contra la contaminación acústica.

2. El reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario esta condicionado al mantenimiento en todo momento del adecuado estado de limpieza y ornato, debiendo realizarse para ello la recogida de los elementos tirados al suelo varias veces a lo largo del tiempo que dure el reparto de publicidad, y siempre una vez que finalice, para dejar la vía pública en perfecto estado de limpieza siendo para la empresa publicitaria y la titular del producto o servicio que se publicite las responsables de la limpieza de las zonas donde se realice la entrega.

TÍTULO II. SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS

Artículo 5. Clases y características de los soportes publicitarios.

1. Los soportes publicitarios se clasifican en función de los materiales utilizados y su relación con la luz:

a) En relación a los materiales utilizados se distingue entre:

Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.

Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro de material flexible o blando.

b) En relación a la luz se distingue entre:

Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.

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

Soportes luminosos: son aquellos que proyectan la luz desde su interior.

2. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las condiciones de seguridad y calidad precisas para el desarrollo de su función.

3. Los soportes rígidos que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total de estos soportes cuando sean opacos o iluminados, incluido dicho marco, no sobrepasará los treinta centímetros (30 cm.)

4. En ningún caso se podrán incorporar elementos sonoros ni que sobresalgan del plano frontal del soporte publicitario.

Artículo 6. Emplazamientos y superficie publicitaria.

1. Emplazamiento publicitario es cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta Ordenanza. Cada emplazamiento es único y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria.

2. La superficie publicitaria permitida en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y condiciones de iluminación. Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, la superficie publicitaria o de identificación del establecimiento estará contenida en un soporte externo.

Artículo 7. Condiciones de iluminación.

1. Se establecen los siguientes horarios de funcionamiento:

Los elementos de identificación y señalización de actividades, regulados en el Título VII, que cuenten con iluminación, podrán encenderse mientras que el establecimiento permanezca abierto al público en función de su actividad y de conformidad con los horarios legalmente establecidos, excepto las cruces de las oficinas de farmacia, reguladas en el artículo 30, que podrán permanecer encendidas las 24 horas del día.

Los soportes publicitarios instalados en edificios, obras, en solares y terrenos sin uso regulados en los Títulos IV, V y VI que cuenten con iluminación, podrán mantenerse encendidos en los siguientes horarios:

a) En el periodo comprendido desde el 1 de noviembre al 31 de marzo (periodo invernal), desde las 7:00 horas de la mañana al orto y desde el ocaso hasta las 22:00 de la noche.

b) En el periodo comprendido desde el 1 de abril al 31 de octubre (periodo estival), desde las 6:00 de la mañana al orto y desde el ocaso hasta la 24:00 horas.

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

a) La instalación eléctrica cumplirá las determinaciones establecidas por el *Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión, aprobado por Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto*.

b) No se permitirá la iluminación de soportes publicitarios utilizando energía producida por cualquier grupo autónomo de combustión interna.

c) Será obligatorio que los sistemas de iluminación cuenten con algún sistema automático que permita su apagado cuando se alcance el orto y no se conecte hasta haber alcanzado el ocaso.

d) La iluminación proyectada deberá tener siempre una orientación descendente con una sola línea de proyectores en la parte superior. La proyección de luz no podrá sobrepasar los límites de la superficie publicitaria.

e) Se utilizarán, en todo caso, luminarias no contaminantes y lámparas eficientes de bajo consumo, y solo cuando no sea viable técnicamente y este debidamente justificado en el proyecto técnico de la instalación, pueden emplearse otros tipos de luminarias.

3. La luminancia máxima de los soportes publicitarios y de los elementos de identificación de actividades, se limitará en función del tamaño de la superficie luminosa de acuerdo con los valores fijados en la siguiente tabla:

Luminancia Máxima en Superficies Luminosas

Superficie luminosa en m ²	Luminancia máxima en cd/m ²
Menor de 0,5 m ²	1.000 cd/m ²
0,5 < S < 2 m ²	800 cd/m ²
2 < S < 10 m ²	600 cd/m ²
Mayor de 10 m ²	400 cd/m ²

Artículo 8. Protección del entorno y el patrimonio

1. No será autorizable la actuación publicitaria que produzca daños en el entorno ni su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamiento de tierras o escombros, modificación de elementos arquitectónicos, etc.

2. No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias que por su ubicación o diseño puedan perjudicar o comprometer la adecuada visibilidad de los viandantes, del tráfico rodado y de su señalización.

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

4. La gestión de los residuos generados deberá realizarse de acuerdo con lo dispuesto en la normativa estatal y autonómica reguladora de residuos. Los proyectos técnicos de solicitud de las licencias publicitarias y de identificación deberán contar con un apartado en el que se establezcan las medidas de reciclado y reutilización de los materiales utilizados.

5. Se prohíbe, con carácter general, la publicidad comercial en los Bienes declarados de Interés Cultural y en sus entornos de protección sin perjuicio de lo dispuesto en la ley 10/1998, de 9 de julio, de Patrimonio Histórico de la Comunidad de Madrid.

TÍTULO III. PUBLICIDAD EN DOMINIO PÚBLICO

Artículo 9. Publicidad en dominio público.

Se prohíbe la utilización del dominio público con fines publicitarios y la explotación publicitaria en las parcelas y edificios de uso dotacional excepto:

1. La publicidad que se instale en los soportes instalados en parcelas y edificios municipales de uso dotacional y los soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, será objeto de licitación pública y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

2. La instalación de elementos de identificación en coronación de los edificios está permitida en los edificios de uso dotacional y se regirá por lo dispuesto en el Capítulo II del Título VII de la Ordenanza.

Artículo 10. Autorizaciones especiales.

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

2. Se podrá autorizar la utilización de los báculos y columnas del alumbrado público, como soporte divulgativo o informativo, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia así como para actuaciones de patrocinio. Su utilización, será igualmente autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones previstas en la legislación electoral.

3. Con ocasión de acontecimientos relevantes de carácter cultural, deportivo, social y otros de singular importancia se podrán realizar proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios de titularidad pública, **así como en la pantalla prevista en el edificio del Ayuntamiento**. Las proyecciones deberán contar con autorización municipal previa.

TÍTULO IV. PUBLICIDAD EN EDIFICIOS

Artículo 11. Tipos de instalaciones en edificios.

1. A efectos de esta Ordenanza, se distinguen dos clases de soportes, los publicitarios y los de identificación o señalización de actividades y establecimientos.

2. Los edificios podrán ser utilizados como emplazamientos para la instalación de los siguientes soportes publicitarios:

- a) Rótulos de publicidad en coronación de edificios.
- b) Publicidad en paredes medianeras.
- c) Superficies publicitarias sobre fachadas.

3. Los elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos instalados en edificios se regulan en el Título VII de esta Ordenanza.

CAPÍTULO I. RÓTULOS DE PUBLICIDAD EN CORONACIÓN DE EDIFICIOS

Artículo 12. Características.

1. Sólo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada edificio que se podrá emitir con efectos visuales siempre que no produzca destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea.

2. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas con elementos sueltos (letras y logotipos) de forma que, tanto de día como de noche, se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen, así como la del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando

especialmente su configuración cuando no están iluminadas, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

3. Sólo podrá instalarse el soporte publicitario sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiéndose ésta como el plano del peto de protección de cubierta, o en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización, a excepción de las instalaciones generales del edificio tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendederos o antenas.

4. No se admitirán soportes con luz emitida por proyección. Por razones de seguridad no podrán instalarse soportes publicitarios luminosos si en la última planta existieran piscinas.

5. Los soportes publicitarios no alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

Artículo 14. Condiciones de la instalación.

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

- a) Deberán retranquearse como mínimo medio metro desde el plano de fachada.
- b) En los edificios entre medianeras, deberán retranquearse tres metros de las mismas.
- c) Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la del edificio con un máximo de cinco metros y medio (5,50 m.), medidos desde la línea de remate del peto de protección o barandal si éstos fueran opacos.
- d) La superficie publicitaria total será como máximo de setenta metros cuadrados (70 m²).
- e) Los soportes luminosos se situarán a más de veinticinco metros (25 m.) de huecos de ventanas de edificios de uso residencial, sanitario o de hospedaje si las luces son oblicuas y a más de treinta metros (30 m.) 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.
- f) Se considerará como superficie publicitaria el rectángulo virtual que comprenda la totalidad de los elementos del mensaje. La superficie opaca del rótulo no podrá sobrepasar el veinte por cien (20%) del total de la superficie publicitaria, y las instalaciones carecerán de fondos visibles durante el día.
- g) En las vías de primer orden la distancia mínima desde el edificio donde se instale el soporte a la vía de circulación será de veinte metros (20 m.).

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

CAPÍTULO II. PUBLICIDAD EN MEDIANERAS

Artículo 15. Ámbito de aplicación.

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

Artículo 16. Características.

1. Para conceder la licencia publicitaria se requerirá un estudio de adecuación constructiva y compositiva para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse una actuación de larga duración e integrada en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas del conjunto. Las obras de adecuación se autorizarán en la licencia publicitaria

pudiéndose establecer condiciones adicionales respecto a los materiales, colores y motivos cuando las características del entorno lo requieran.

2. No se admitirá como tratamiento de fondo la fijación de lonas, revestimientos o cualquier otro elemento decorativo diferente a la obra de fábrica o pintura. Las características de los soportes a instalar se adecuarán a lo dispuesto en el artículo 5.

3. La superficie publicitaria máxima a instalar no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la totalidad de la pared medianera, no pudiendo superar los treinta metros cuadrados (30 m²).

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

CAPÍTULO III. PUBLICIDAD SOBRE FACHADAS

Artículo 17. Clases de soportes.

Se podrán instalar los siguientes tipos de soportes publicitarios:

- a) Soportes rígidos anclados al paramento.
- b) Soportes flexibles que cubran temporalmente el paramento.

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

Artículo 18. Ámbito de aplicación.

1. Se consideran como emplazamientos susceptibles de instalación de soportes publicitarios, las fachadas ciegas de edificios de uso exclusivo terciario. Los macizos de fábrica y superficies entre huecos de fachada no se consideran fachada ciega a efectos de su explotación publicitaria.

2. En vías de primer orden el edificio en el que se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de veinte metros (20 m.) de distancia de la vía.

Artículo 19. Condiciones.

1. La superficie máxima publicitaria de los soportes rígidos y de los soportes flexibles no podrá exceder del cuarenta por ciento (40%) de la totalidad del paramento, no pudiendo superar los treinta metros cuadrados (30 m²).

2. En el caso de que la iluminación sea proyectada, el saliente máximo de los focos será de 50 centímetros (50 cm.), y tendrán que distar más de quince metros (15 m.) de los huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, de hospedaje o sanitario

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

4. Los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas se instalarán en los huecos de fachada de los edificios, sin sobresalir de los mismos o en el plano paralelo a la fachada sin volar sobre la vía pública. En cada vivienda o local que se anuncie se podrá instalar un número máximo de dos carteles.

TÍTULO V. PUBLICIDAD EN OBRAS

Artículo 20. Clases de soportes en obras.

En las obras únicamente serán autorizables los soportes rígidos.

Artículo 21. Ámbito de aplicación.

1. Las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán, de acuerdo con la Ordenanza municipal sobre licencias urbanísticas, las de nueva edificación, las de rehabilitación y reforma que afecten a elementos estructurales, las de demolición, restauración de fachadas y las de urbanización
2. Para la instalación de publicidad, las obras y el vallado, en su caso, deberán contar con las licencias y autorizaciones en vigor que sean legalmente exigibles. La publicidad será autorizada, como máximo, durante el periodo de vigencia de éstas.
3. Queda prohibida la instalación de publicidad antes del inicio de las obras, durante el tiempo en que se encuentren paralizadas o una vez finalizadas las mismas. Por el interesado deberá comunicarse las fechas de inicio, de terminación de las obras y, en su caso, de paralización de las mismas, con el fin de adaptar la vigencia de la licencia publicitaria.
4. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales del solar, terreno o edificación.

Artículo 22. Condiciones de los soportes.

1. Los soportes publicitarios rígidos en obras, tipo carteleras, deberán instalarse en la alineación oficial o en el cerramiento de la obra, en caso de estar autorizado, sin volar sobre la vía pública. Su altura máxima será de cinco metros y medio (5,50 m.) sobre la rasante del terreno en la alineación oficial y la superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m².) por cada cien metros (100 m.) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

En las vías de primer orden la distancia mínima desde el soporte publicitario a la vía, será de veinte metros (20 m.) y la altura del mismo no superará los cinco metros y medio (5,50 m.) sobre la rasante del terreno.

TÍTULO VI. PUBLICIDAD EN SOLARES Y TERRENOS SIN USO

Artículo 23. Definiciones y ámbitos de aplicación.

1. A los efectos de esta Ordenanza, se entiende por solar la parcela apta para ser edificada y por terreno sin uso aquella parcela que esté vacante y sin urbanizar. En ambos supuestos, no podrá existir ninguna edificación ni desarrollarse ninguna actividad. En el caso de contar con una edificación o construcción ésta deberá estar declarada en ruina de acuerdo con la legislación urbanística aplicable.
2. El espacio libre de parcela edificada no tiene la consideración de solar ni de terreno sin uso, no siendo un emplazamiento a efectos de explotación publicitaria, por lo que no se podrá instalar soportes publicitarios ni en su interior ni en el cerramiento perimetral de la parcela.

Artículo 24. Condiciones de los soportes en solares y terrenos sin uso.

1. Los soportes publicitarios no superarán los cinco metros y medio (5,50 m.) de altura sobre la rasante del terreno, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

2. Se instalarán sobre el cerramiento del solar y siempre en la alineación oficial, sin volar sobre la vía pública.

Cuando la alineación forme esquina a dos calles, se admitirá que el vértice el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de cuatro metros (4 m.) del mismo. Los soportes se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los linderos de las fincas colindantes.

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

4. La superficie publicitaria máxima será de doscientos cuarenta metros cuadrados (240 m².) por cada cien metros (100 m.) de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

Artículo 25. Condiciones de los soportes en solares o terrenos sin uso, colindantes con vías de primer orden.

1. En los emplazamientos definidos en el artículo 23, que sean colindantes con vías de primer orden, ninguno de los elementos del soporte publicitario deberá estar a una distancia inferior a veinte metros (20 m.) de la vía.

2. La instalación deberá cumplir las condiciones generales establecidas en el artículo 24 salvo las especialidades establecidas en los apartados siguientes.

3. Los soportes podrán situarse sobre el cerramiento o, alternativamente, en el interior de la parcela, pero no en ambas posiciones a la vez.

4. Los soportes instalados en terrenos situados en los tramos urbanos por los que discurren las carreteras nacionales y autonómicas se regularán de acuerdo con las siguientes condiciones, cumpliendo en el resto de los casos los requisitos establecidos por la normativa reguladora de las carreteras de ámbito estatal y autonómico.

a) La superficie publicitaria máxima se establecerá según la proporción de ciento veinte metros cuadrados (120 m².) por cada cien metros (100 m.) lineales de fachada del terreno a la vía, debiendo mantener una distancia mínima de diez centímetros (10 cm.) entre soportes.

b) No se permite la instalación, en un mismo emplazamiento, de distintos tipos constructivos de soportes publicitarios.

c) La distancia de los soportes a instalar en terrenos colindantes con fincas edificadas o vías públicas será igual o superior a la altura total del soporte instalado respecto a la fachada más próxima de la edificación existente en las fincas colindantes.

d) La altura máxima del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía será fijada mediante la relación proporcional entre la altura del soporte y la distancia a la vía rápida mediante la siguiente tabla, en función de la parte más próxima del soporte a la alineación, sin que en ningún caso pueda superarse la cota máxima de veinte metros (20 m.) de alto.

Altura máxima soporte	Distancia mínima a la vía de primer orden
Hasta 05,50 metros	20 metros
Hasta 12,00 metros	40 metros
Hasta 20,00 metros	50 metros

TÍTULO VII. ELEMENTOS DE SEÑALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES Y ESTABLECIMIENTOS

Artículo 26. Características generales de los elementos de identificación.

1. Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad a la que se dedique desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios.
2. Su instalación no podrá alterar las características arquitectónicas de los edificios ni de sus huecos de fachada y carpinterías. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas y constructivas del edificio y del ambiente urbano en que se instalen.
3. Las condiciones generales de iluminación se regulan en el artículo 6 de la Ordenanza. En el caso de iluminación proyectada, la línea de proyectores situada en la parte superior del soporte no podrá sobresalir más de cincuenta centímetros (50 cm.) de la fachada del local.

CAPÍTULO I. MUESTRAS, BANDERINES, TOLDOS Y ELEMENTOS ANÁLOGOS

Artículo 27. Muestras.

Son los carteles paralelos al plano de fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en planta baja y primera de los edificios.

1. Son condiciones comunes a la instalación de muestras, las siguientes:

- a) En el interior de los huecos de fachada del local en planta baja y primera, la altura máxima de las muestras será de noventa centímetros (90 cm.) en planta baja y de setenta (70 cm.) en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo, diez centímetros (10 cm.) con respecto al plano de fachada. En caso de que en los huecos de fachada del local no haya posibilidad de retranqueo, la muestra se instalará en el cristal de la ventana mediante grabación, serigrafía, elemento transparente superpuesto o similar.
- b) En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo, marca o texto compuesto con letra suelta inscribible en un polígono de superficie no mayor a treinta, 30 centímetros de lado y un saliente de 5 centímetros .
- c) En planta baja, sobre el dintel de los huecos de fachada del local y sin cubrir éstos, podrán ocupar una franja corrida de anchura no superior a sesenta centímetros (60 cm.) con un saliente de hasta diez centímetros (10 cm.). Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta centímetros (50 cm.) del hueco de acceso al establecimiento, debiendo dejar totalmente libre el dintel del mismo.
- d) Se podrán adosar a las marquesinas con una altura máxima igual al espesor de las mismas y cinco centímetros (5 cm.) de grosor.
- e) Las placas que se sitúen en las jambas de los portales ocuparán la dimensión máxima de un cuadrado de veinticinco centímetros (25 cm.) de lado y dos milímetros (2 mm.) de grosor.

2. Son condiciones particulares a la instalación de muestras con iluminación, las siguientes:

- a) Irán situadas a una distancia de al menos diez metros (10 m) de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m.) si las luces son rectas.
- b) Se situarán a una altura superior a 250 centímetros sobre la rasante de la calle o terreno y tendrán un saliente máximo al plano de fachada de veinte centímetros (20 cm.).

Artículo 28. Banderines.

1. Son los carteles perpendiculares al plano de fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido.

Estarán situados a una altura mínima de doscientos veinticinco centímetros (225 cm.) sobre la rasante de la acera o terreno, salvo los luminosos que irán situados a una altura superior a doscientos cincuenta (250 cm.) sobre la rasante de la calle o terreno. El saliente máximo será de ciento cincuenta centímetros (150 cm.) distando al menos 40 cm desde el borde de la calzada más próxima por la que circulen vehículos. Su dimensión vertical máxima será de ciento cincuenta centímetros (150 cm.). El grosor máximo de los banderines opacos e iluminados será de cinco centímetros (5 cm.) y el de los luminosos de quince centímetros (15 cm.).

2. Deberán cumplir las siguientes determinaciones específicas:

a) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y exclusivamente se colocarán en planta baja, haciendo referencia únicamente a la actividad y nombre del establecimiento.

b) No se instalarán banderines luminosos a menos de diez metros (10 m.) de los huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte metros (20 m.) si las luces son rectas.

Artículo 29. Toldos y otros elementos flexibles y banderolas.

1. Toldos y otros elementos flexibles.

Se permite el anuncio del nombre del establecimiento en la falda de los toldos y en la franja inferior del elemento flexible que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos.

Solo se autorizan en planta baja y primera y siempre con la misma longitud que el hueco, pudiendo admitirse mayores tamaños en planta baja cuando las características de la portada lo justifiquen arquitectónica y estéticamente.

2. Banderolas.

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

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

b) Sólo se colocará una banderola por establecimiento.

c) Las banderolas en planta baja deberán dejar una altura libre desde el plano de la acera de doscientos veinticinco centímetros (225 cm.) con una longitud máxima de ciento cincuenta centímetros (150 cm.).

d) Podrán contar con iluminación exterior, proyectándose de arriba hacia abajo sin exceder de los límites de su superficie.

Artículo 30. Identificación de establecimientos con especiales exigencias de señalización.

1. Para señalar las oficinas de farmacia y otros centros y establecimientos de carácter sanitario a los que se refiere el Real Decreto 1277/2003, de 10 de octubre, por el que se establecen las bases generales sobre autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios; las dependencias de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad y de Protección Civil así como otros establecimientos con especiales exigencias de señalización se podrán instalar soportes luminosos con independencia de las zonas en las que se sitúen.

2. Para identificar las oficinas de farmacias se instalarán cruces de malta o griegas de color verde que deberán cumplir las condiciones señaladas para la instalación de las muestras y banderines con las siguientes especialidades:

a) Se colocarán sobre la fachada propia del local como muestra o banderín. Solo se permitirá la instalación de una muestra y un banderín por fachada del local. En supuestos excepcionales por la

dificultad de visualizar el local desde la vía pública, se podrá colocar un banderín en la fachada de otro edificio distinto al del local.

b) El bastidor tendrá una dimensión máxima de ciento veinticinco centímetros (125 cm.) tanto si se coloca como banderín o muestra sobre la fachada. El saliente del soporte será de treinta centímetros (30 cm.).

b) Tendrán iluminación fija sin intermitencia, destellos ni mensajes móviles, pudiendo figurar el horario de la farmacia (12H ó 24H) por sobrepasar los establecidos con carácter general, sin que puedan contener ningún tipo de logo, referencia a la actividad, nombre, información o publicidad.

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

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

a) En edificios de uso exclusivo de servicios terciarios de hospedaje se podrán instalar banderines o banderolas de doscientos centímetros (200 cm.) de altura o hasta un máximo de altura igual a la mitad de la del edificio, con un saliente de ochenta centímetros (80 cm.).

b) En el supuesto de edificios de uso residencial en los que se encuentren implantadas, en planta de pisos, actividades comprendidas en el uso de servicios terciarios de hospedaje, amparadas en licencia, se podrán instalar banderines o banderolas en fachada de los edificios con las condiciones señaladas en el apartado anterior. En el supuesto de su implantación aislada las condiciones de los banderines o banderolas de identificación se ordenarán para cada edificio en particular mediante la presentación de un proyecto arquitectónico de la fachada sin que, en ningún caso, su altura pueda exceder de la del alto del hueco de fachada correspondiente y un saliente máximo de ochenta centímetros (80 cm.), instalándose un banderín por establecimiento.

CAPÍTULO II. RÓTULOS Y OTROS ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN

Artículo 31. Definición y clases.

Se entiende por rótulos de identificación los carteles que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a las que se dedican sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria.

1. Rótulos y otros elementos de identificación en edificios.

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

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

b) Los rótulos de identificación que se sitúen en coronación de edificios se les aplicarán las condiciones establecidas el Capítulo I del Título IV.

c) Podrán colocarse elementos de identificación opacos en la fachada superior de la última planta del edificio, que podrán cubrir toda la longitud de la fachada, mediante letras sueltas con una altura no superior a ciento veinte centímetros (120 cm.) previa presentación de un proyecto arquitectónico de conjunto de la misma.

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

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

2. Carteles de identificación en solares o terrenos sin uso y colindantes con vías de primer orden.

Se podrán instalar en solares y terrenos sin uso regulados en el Título VI de esta Ordenanza, carteles identificativos sin que, en ningún caso, puedan tener finalidad publicitaria, no pudiendo sobrepasar los veinticuatro metros cuadrados (24 m2.) por emplazamiento y cumpliendo las demás determinaciones contenidas en dicho Título.

3. Hitos comerciales identificativos.

En edificios de uso exclusivo no residencial se podrán instalar hitos comerciales identificativos en el espacio libre de parcela, dentro de la alineación oficial. Su altura será un medio de la altura del edificio con un máximo de doce metros (12 m.). **Excepcionalmente se podrá autorizar una altura superior a la indicada en atención a la entidad del establecimiento comercial y su ubicación, al objeto de facilitar la localización y acceso del mismo a sus clientes y usuarios.**

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto de edificación sin que su instalación pueda suponer, en ningún caso, un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones y vías de circulación colindantes. En el supuesto de colindar con vías de primer orden deberán respetar el régimen de distancias establecido en el artículo 25.

TÍTULO VIII. RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS LICENCIAS Y AUTORIZACIONES

CAPÍTULO I. DE LAS LICENCIAS Y AUTORIZACIONES

Artículo 32. Objeto, contenido y clases de licencias y autorizaciones.

1. La realización de cualquier clase de actividad, acción o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística o autorización administrativa, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

2. En todo caso, la administración municipal podrá exigir la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés general o de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben por disposiciones de carácter general.

3. La actividad publicitaria y la identificación de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrollen mediante la instalación de soportes con estructuras y materiales que puedan estar anclados al pavimento, instalados sobre fachadas, ser autoportantes o cualquier otra modalidad, así como cuando requieran por sus características constructivas y de seguridad, la redacción de un proyecto técnico.

Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en esta Ordenanza y en la normativa municipal reguladora de la tramitación de las licencias urbanísticas así como en la legislación urbanística de la Comunidad de Madrid.

4. Las actuaciones publicitarias en dominio público reguladas en el artículo 11 de la Ordenanza estarán sujetas a autorización demanial de acuerdo con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales. En el caso de que para su realización requieran la utilización de estructuras o soportes descritos en el apartado tercero deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para las licencias urbanísticas.

5. Las siguientes instalaciones **no** requerirán la previa obtención de licencia ni autorización:

- a) Instalación de los anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.
- b) Instalación de los elementos de identificación en el cristal interior de los huecos de fachada de la planta de pisos de edificios de uso no residencial mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto.

Artículo 33. Vigencia de las autorizaciones y licencias.

1. Las autorizaciones y licencias para instalaciones publicitarias tienen carácter temporal, siendo su plazo de vigencia de **tres** años desde la fecha de su concesión.

2. La vigencia de la licencia para instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de éstas.

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

4. Las licencias y autorizaciones publicitarias quedarán sin efecto si se incumpliesen cualquiera de las condiciones o prescripciones bajo las que fueron concedidas.

Artículo 34. Prórroga de las licencias.

1. Las licencias publicitarias se podrán prorrogar por una sola vez y por un plazo máximo igual al inicialmente acordado.

2. Las prórrogas se concederán expresamente por el órgano municipal competente. Se solicitarán por su titular con anterioridad a la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

- a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG.
- b) Certificado de facultativo competente, visado por el colegio profesional, en el que conste que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
- c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido, en su caso, para la concesión de la licencia.
- d) Acreditación del pago de las tasas correspondientes.

En caso de no ser presentados los documentos anteriores o éstos presentaran deficiencias, se otorgará un plazo diez días para que se subsane la deficiencia o se presente la nueva documentación requerida, con advertencia de que, si así no se hiciera, se le tendrá por desistido de su petición.

Si una vez comprobadas las instalaciones se advirtieran deficiencias o incumplimiento de las condiciones y prescripciones bajo las que se concedió, no procederá la concesión de la prórroga solicitada.

La resolución por la que se deniegue la prórroga de la licencia contendrá también la orden de desmontaje y retirada de la instalación publicitaria que deberá realizarse en el plazo máximo de 5 días a contar desde la recepción de la notificación. En el supuesto de no realizarlo por sí mismo se podrá retirar mediante ejecución sustitutoria a su cargo.

Artículo 35. Transmisión de las licencias y autorizaciones.

1. La licencia publicitaria para el ejercicio de la actividad publicitaria será transmisible, pero tanto el antiguo como el nuevo titular deberán notificarlo al Ayuntamiento, en el plazo máximo de un mes

desde la transmisión, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia. A la notificación, se acompañará copia de la licencia que se pretende transmitir.

2. Las licencias de identificación, reguladas en el Título VII de la Ordenanza, se podrán transmitir siempre que no varíe el contenido de dicha identificación al mantenerse el mismo nombre, marca comercial o logotipo. En caso contrario, el nuevo titular no queda amparado en la licencia anterior debiendo solicitar nueva licencia para la identificación o señalización de su actividad y establecimiento.

CAPÍTULO II. PROCEDIMIENTO

Artículo 36. Procedimiento de tramitación de las licencias y autorizaciones.

1. Las solicitudes de licencias urbanísticas publicitarias y de identificación de rótulos y otros elementos de identificación, regulados en el Capítulo II del Título VII, y las autorizaciones contempladas en esta Ordenanza que para requieran la utilización de estructuras y soportes fijos con proyecto técnico su realización se tramitarán por el procedimiento normal regulado por la Ordenanza especial de licencias y control urbanístico.

2. Las solicitudes de autorización previstas en esta Ordenanza que no requieran la utilización de estructuras y soportes fijos se tramitarán conforme al procedimiento establecido en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial que pudiera ser de aplicación.

Artículo 37. Iniciación.

Los procedimientos de tramitación de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación así como de las autorizaciones especiales y de actuación de publicidad exterior reguladas en la presente Ordenanza, se iniciarán mediante la presentación de la solicitud en impreso normalizado, acompañada de una memoria explicativa, en la que se expongan todos los extremos relativos al desarrollo de la actuación que se pretenda, tales como el medio de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas y de iluminación, especialmente, las relativas al cumplimiento de los valores máximos de luminancia, dimensiones, determinación de las características del emplazamiento, horarios, determinación de la ocupación de dominio público, y demás características de la actividad publicitaria y de identificación de las actividades y establecimientos, aportándose cuantos permisos o autorizaciones sean necesarios de acuerdo con la normativa sectorial de aplicación.

Artículo 38. Documentación.

1. Cuando se trate de instalaciones publicitarias y de identificación que requieran proyecto técnico deberá aportarse, además de la documentación indicada en el artículo anterior la siguiente:

a) Proyecto técnico suscrito por técnico competente, visado por el colegio profesional **en los supuestos que legalmente sea obligatorio.**

b) Dirección facultativa, visada por el Colegio profesional correspondiente.

c) Certificado de la Dirección Facultativa, visado por el colegio profesional correspondiente, en el que conste que los soportes con iluminación cumplen los valores máximos de luminancia establecidos en el artículo 7 de la Ordenanza.

d) Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros y soporte digital JPG de forma que permita su perfecta identificación.

e) Autorización del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres meses.

f) Fotocopia de la licencia de obras u orden de ejecución para aquellos casos en los que la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén efectuando o vayan a efectuarse las obras. En su defecto, el peticionario podrá aportar los datos concretos del expediente que contenga la resolución de forma que permita su localización y comprobación.

g) Documento justificativo del pago de la tasa por prestación de servicios urbanísticos y del impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras.

La documentación relativa a la instalación y su emplazamiento, deberá acompañarse de un soporte informático en CD donde figure digitalizada.

2. En el supuesto de soportes en obras, deberá comunicarse la fecha de inicio de las obras de acuerdo con lo dispuesto en la Ordenanza especial de licencias y control urbanístico y en la normativa urbanística, a efectos de iniciar el cómputo del plazo correspondiente. Los soportes publicitarios autorizados sólo se podrán instalar cuando las obras estén en curso de realización.

3. Una vez concluida la instalación deberá aportarse declaración de la dirección facultativa, visada por el Colegio Profesional correspondiente **en los supuestos que legalmente sea obligatorio**, en la que conste que la misma se ha realizado de acuerdo con el proyecto técnico presentado y con cumplimiento de la normativa de aplicación.

Artículo 39. Resolución y silencio administrativo.

1. Transcurrido el plazo de dos meses para el otorgamiento de las licencias urbanísticas publicitarias y de identificación reguladas en el Capítulo II del Título VII, sin dictarse resolución expresa, el interesado podrá entender otorgada la licencia por silencio administrativo, salvo en los supuestos excepcionales previstos en la normativa urbanística y medioambiental.

En el supuesto de las autorizaciones contempladas en esta Ordenanza, **es decir, autorizaciones sobre bienes de dominio público o titularidad municipal**, transcurrido el plazo de dos meses sin dictarse resolución expresa, se considerará denegada la autorización.

2. En ningún caso podrán adquirirse por silencio administrativo facultades contrarias a las determinaciones establecidas en esta Ordenanza, en la normativa urbanística, técnica o ambiental que sean de aplicación.

Artículo 40. Licencias de identificación y señalización de actividades y establecimientos.

1. La solicitud de instalación de muestras, banderines, toldos y elementos análogos, regulados en el Capítulo I del Título VII, podrá tramitarse conjuntamente con la licencia de obras o de implantación de actividad en el local. Si se solicitase autónomamente su instalación, la solicitud se tramitará según el procedimiento **abreviado** previsto en la normativa municipal correspondiente a licencias urbanísticas.

A la solicitud de licencia se deberá acompañar certificado de técnico competente o del fabricante del elemento de identificación en el que conste que los soportes con iluminación cumplen los valores máximos de luminancia establecidos en el artículo 7 de la Ordenanza.

Se deberá justificar documentalmente el cumplimiento de las condiciones establecidas respecto a los materiales utilizados, dimensiones, colores y diseño de los elementos de identificación para garantizar su integración en el edificio y en el entorno en el que se instalan.

2. Los rótulos y otros elementos de identificación regulados en el Capítulo II del Título VII se solicitarán y resolverán de forma independiente por el procedimiento normal regulado en el artículo 14

de la Ordenanza especial de licencias y control urbanístico, debiendo aportarse la documentación señalada en el artículo 38 de esta Ordenanza.

CAPÍTULO III. OTRAS DISPOSICIONES SOBRE LAS AUTORIZACIONES Y LICENCIAS

Artículo 41. Seguro de responsabilidad civil.

Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera licencia urbanística por implicar la realización de obras o instalaciones, deberá el titular, antes de retirar la licencia, aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

Asimismo, cuando la actuación publicitaria requiera la obtención de autorización deberá aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el plazo de realización de la acción publicitaria de que se trate.

Artículo 42. Exacciones.

Las actividades reguladas en la presente Ordenanza estarán sujetas al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales, tanto en la solicitud inicial de la autorización o licencia como, en su caso, en la petición de la concesión de prórroga.

CAPÍTULO IV. CONSERVACIÓN DE LA INSTALACIÓN

Artículo 43. Identificación de la instalación.

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, el nombre de la empresa de publicidad titular de la licencia.

Artículo 44. Deber de conservación y retirada de instalaciones.

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

Artículo 45. Orden de ejecución.

El órgano municipal competente podrá ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el artículo anterior.

A estos efectos, se concederá al propietario o titular de las instalaciones publicitarias un plazo no superior a un mes en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizar las obras o actuaciones en dicho plazo, en cuyo caso se podrá conceder un plazo mayor.

El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para adoptar cualquiera de estas medidas:

- a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación.
- b) Imposición de las sanciones previstas en la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid o norma que la sustituya.

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

Dichas medidas serán las que técnicamente se consideren imprescindibles para evitar el peligro inmediato, debiendo observarse el principio de intervención mínima.

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del titular de la licencia, de la empresa publicitaria, de la entidad o persona cuyo servicio o producto se anuncie o del titular del terreno o edificio en el que esté instalado el soporte.

TÍTULO IX. RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y SANCIONADOR

CAPÍTULO I. INSPECCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD

Artículo 46. Servicios de inspección.

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

Artículo 47. Protección de la legalidad.

1. Cuando la instalación de soportes, sujetos a intervención municipal, se realizase sin licencia urbanística publicitaria o de identificación, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, se adoptarán las medidas contempladas en el Capítulo II del Título V de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid **o norma que la sustituya**, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes.

2. La utilización del dominio público municipal sin la previa obtención de autorización administrativa dará lugar al ejercicio de las facultades y prerrogativas para la defensa del patrimonio municipal de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

Artículo 48. Restablecimiento de la legalidad.

Las medidas de restablecimiento de la legalidad y el ejercicio de las facultades y prerrogativas en defensa del patrimonio municipal son independientes de la imposición de sanciones que procedan por la comisión de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza y en la legislación urbanística y patrimonial.

La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia al infractor de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario, así como con el resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

Transcurridos los plazos sin que el interesado lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente acordará la retirada o desmontaje de la instalación publicitaria con reposición de la situación alterada a su estado originario, siendo a cargo del interesado el coste de todas las medidas adoptadas.

Los vehículos que transmitan mensajes publicitarios dentro del término municipal pueden ser retirados de la vía pública por los efectivos de la Policía Municipal encargados de la vigilancia del tráfico, para evitar la utilización de las vías públicas con fines publicitarios.

CAPÍTULO II. INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 49. Régimen Jurídico aplicable a las infracciones.

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 y en la del patrimonio de las administraciones públicas.
2. Cuando la actividad publicitaria se realizase sin licencia urbanística publicitaria o de identificación, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, le será de aplicación lo dispuesto en el Capítulo III del Título V de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid o norma que la sustituya, sin perjuicio de que en los preceptos de esta Ordenanza se realice una identificación más concreta de la conducta infractora prevista en el artículo 227 de dicha Ley y una determinación más precisa de las sanciones, introduciendo las correspondientes especificaciones y graduaciones.
3. Cuando la actividad publicitaria utilice el dominio público local sin la previa autorización administrativa se aplicará el régimen sancionador contemplado en el Título IX de la ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas. Si la actividad realizada afectase a un ámbito o bien declarado de interés cultural o protegido se aplicará lo dispuesto en la normativa reguladora del Patrimonio Histórico-Artístico.
- 4.- Cuando la actividad publicitaria vulnere lo dispuesto en la normativa relativa a parques y jardines, a movilidad, a limpieza viaria y a contaminación medioambiental se le aplicará el régimen sancionador previsto en aquellas y, en su defecto, se estará a lo dispuesto en la presente Ordenanza.
- 5.- A la ejecución de acciones publicitarias sin la obtención de la previa autorización de actuación de publicidad exterior le será de aplicación el régimen sancionador establecido en esta Ordenanza.

Artículo 50. Clasificación de infracciones.

Las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente Ordenanza constituyen infracciones a la misma que se clasifican en muy graves, graves y leves.

1. Infracciones muy graves. Se considerarán infracciones muy graves:

- a) La instalación de soportes publicitarios, sin la correspondiente licencia o autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma.
- b) La instalación de soportes publicitarios o de identificación sin la correspondiente licencia urbanística o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, sin respetar las distancias establecidas respecto a las vías de primer orden.
- c) La instalación de soportes con una superficie publicitaria igual o superior al doble de la permitida en la correspondiente licencia publicitaria.
- d) La colocación de publicidad o de elementos de identificación directamente sobre los edificios sin utilización de soportes externos cuando produzca daños muy graves a los mismos por el deterioro causado o se trate de edificios catalogados.
- e) El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del paisaje urbano mediante: la tala de árboles sin autorización, la modificación irreversible o la alteración de elementos naturales o arquitectónicos.
- f) La segregación de los emplazamientos a efectos de su explotación publicitaria.
- g) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, que impida a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos su utilización.
- h) La realización de cualquier clase de acción publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.
- i) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- j) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos sean muebles o inmuebles.

2. Infracciones graves. Se consideran infracciones graves:

- a) La realización de actividades publicitarias sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas, cuando no se consideren como infracciones muy graves.
- b) La instalación de los elementos de identificación de actividades y establecimientos sin contar con las autorizaciones o licencias preceptivas o contraviniendo las condiciones de las otorgadas.
- c) La instalación de soportes con una superficie publicitaria que exceda de la permitida en la correspondiente licencia publicitaria hasta el doble de la misma.
- d) La falta de mantenimiento de las instalaciones en los términos establecidos en la Ordenanza cuyo deterioro y falta de ornato suponga un menoscabo del entorno y del paisaje urbano.
- e) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones cuando generen molestias a los vecinos, conductores y transeúntes.
- f) La instalación o mantenimiento de los soportes publicitarios en obras sin haberse iniciado o después de haber finalizado las mismas.
- g) La instalación de soportes publicitarios en solares y terrenos sin uso fuera de la alineación oficial o volando sobre la vía pública.
- h) La realización de cualquier acto que dañe a las especies vegetales o arbóreas instaladas en suelo público o privado, tales como podas sin autorización, con especial atención al arbolado de alineación. Existe una vinculación entre la realización de un acto lesivo para las especies vegetales y arbóreas y los soportes publicitarios cuando por su crecimiento y porte afectan o dificultan la visualización de los soportes publicitarios y del resultado del acto lesivo queda expedita la visualización de toda la superficie publicitaria instalada.
- i) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez que la licencia ha perdido su eficacia.
- j) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización especial o de actuación de publicidad exterior o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma.
- k) La realización de cualquier clase de acción 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.
- l) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando cause daños en los espacios públicos, en sus instalaciones y elementos o en los equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- m) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentación aportados para la obtención de la correspondiente autorización.
- n) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente Ordenanza.
- o) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por la Administración Municipal en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.
- p) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o a los agentes del Cuerpo de la Policía Municipal que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.
- q) La falta de identificación de los soportes publicitarios.

3. Infracciones leves. Se consideran infracciones leves:

- a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.
- b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.
- c) El incumplimiento de los horarios de inicio o apagado de las instalaciones publicitarias y de identificación de establecimientos con iluminación.
- d) La falta de presentación de la declaración de la dirección facultativa de adecuación de la instalación al proyecto autorizado y a la normativa de aplicación.
- e) La falta de comunicación de la finalización de las obras en caso de producirse con anterioridad a la finalización prevista en la licencia publicitaria.

- f) La colocación de anuncios individuales de venta y alquiler de pisos y locales incumpliendo las condiciones establecidas en el artículo 19.4.
- g) La colocación de elementos de identificación en planta de pisos de edificios de uso no residencial incumpliendo las condiciones establecidas en el artículo 31.1,d).
- h) La utilización de cualquier clase de vehículo, bicicleta o remolque, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje bien sea en circulación o estacionado.
- i) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

Artículo 51. Prescripción de las infracciones y sanciones.

Las infracciones y sanciones prescribirán en aplicación de la normativa aplicable de acuerdo con su naturaleza jurídica según lo establecido en el artículo 50 de la Ordenanza.

Artículo 52. Sujetos responsables.

Serán sujetos responsables de las infracciones, las personas físicas o jurídicas que realicen las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ordenanza y en la normativa de aplicación, las personas físicas o jurídicas promotoras del producto o servicio que se publicite y el propietario del suelo o del inmueble en el cual se haya cometido la infracción cuando haya tenido conocimiento de las instalaciones o actividades infractoras. 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 actividad publicitaria.

Las multas que se impongan a los distintos responsables por una misma infracción tendrán entre sí carácter independiente.

Artículo 53. Sanciones.

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

1. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora del patrimonio de las administraciones públicas y del patrimonio histórico se sancionarán de conformidad con lo dispuesto en las mismas.

2. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, con las siguientes multas:

- a) Infracciones muy graves: de 20.001 a 30.000 euros.
- b) Infracciones graves: de 6.001 a 20.000 euros.
- c) Infracciones leves: de 600 a 6.000 euros.

3. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente Ordenanza se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, con las siguientes multas:

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

Artículo 54. Graduación de las sanciones.

Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá al importe de los daños causados; su incidencia en el patrimonio histórico, artístico y natural de la ciudad; la naturaleza de la infracción; la intensidad en la perturbación ocasionada en el paisaje urbano; la intensidad de la perturbación ocasionada en la utilización del espacio público; la reiteración y grado de culpabilidad; la reincidencia

en la comisión de otra infracción de la misma naturaleza en el término de un año, el posible beneficio económico del infractor y demás circunstancias concurrentes.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA. RÉGIMEN Y ADECUACIÓN DE LAS LICENCIAS.

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

2. Las instalaciones publicitarias y de identificación y señalización de establecimientos que a la fecha de entrada en vigor de la presente ordenanza no dispongan de la correspondiente licencia o autorización, deberán en el plazo de seis meses adaptarse a las determinaciones contenidas en la misma, previa solicitud de la correspondiente licencia. Una vez transcurrido este plazo, se iniciarán los correspondientes expedientes de disciplina urbanística para el restablecimiento de la legalidad.

3. Los elementos de señalización e identificación de actividades y establecimientos regulados en el en el Título VII, que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza, cuenten con licencia municipal y se ajusten a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, mantendrán su vigencia indefinida. En todo caso, si se solicitase cualquier modificación en la licencia será preceptiva su adaptación a las determinaciones de esta Ordenanza.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA. NORMATIVA APLICABLE

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

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Queda derogada la Ordenanza de reguladora de la publicidad exterior mediante sistemas y elementos visuales, aprobada definitivamente en sesión plenaria de 19 de diciembre de 1986 y cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente Ordenanza.

DISPOSICIÓN FINAL. ENTRADA EN VIGOR DE LA ORDENANZA.

La presente Ordenanza entrará en vigor al día siguiente de su publicación integra en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.