

III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

AYUNTAMIENTO DE

17

RIVAS-VACIAMADRID

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

El Pleno del Ayuntamiento en sesión celebrada el día 30 de septiembre de 2010, ha procedido a la aprobación definitiva de la ordenanza reguladora de la publicidad en el término municipal de Rivas-Vaciamadrid, publicándose el texto íntegro de la citada ordenanza:

ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EN EL TÉRMINO MUNICIPAL DE RIVAS-VACIAMADRID

TÍTULO I

Disposiciones de carácter general

Artículo 1. *Objeto.*—La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse los actos de publicidad informativa, así como las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública, situadas en espacios privados o públicos, con el objeto primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Rivas-Vaciamadrid, así como de todos aquellos aspectos relativos a la protección, conservación, restauración, difusión y fomento de los valores artísticos, históricos, arqueológicos, típicos o tradicionales del patrimonio arquitectónico de la ciudad y de los elementos naturales o urbanos de interés.

Queda sometida a las normas de esta ordenanza toda actividad publicitaria susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o colectivos de transporte y, en general, permanezcan o discurren en lugares o ámbitos de utilización común, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje.

Art. 2. *Medios de expresión publicitaria no autorizados.*—1. La utilización de medios publicitarios sonoros si bien se considera comprendida dentro del ámbito general de esta ordenanza se regirá por la Normativa de Protección del Medio Ambiente.

2. No está permitida dentro del término municipal la utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario, salvo en aquellos casos en los que el vehículo que se utilice como soporte de mensajes publicitarios esté destinado directamente a la actividad cuyo mensaje publicitan.

3. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley General de Publicidad, se prohíben aquellos medios que inserten publicidad que atente contra la dignidad de las personas, o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer, pudiendo ordenarse la retirada inmediata de la publicidad que vulnere esta prohibición.

Art. 3. *Otros medios de expresión publicitaria no contemplados.*—1. En general, no se consideran autorizables las actuaciones que no estén contempladas expresamente en la presente ordenanza.

2. Con carácter experimental y previo informe favorable de los Servicios Técnicos Municipales, se podrán autorizar actuaciones publicitarias no contempladas en esta ordenanza para su realización de forma temporal, a efectos de evaluar su impacto medioambiental y sobre el paisaje urbano, para lo cual, el responsable de la misma deberá presentar el correspondiente proyecto pormenorizado de la actividad para su estudio e informe por los servicios técnicos competentes.

Art. 4. *Otras autorizaciones.*—La ocupación de la vía pública con el establecimiento de stands, casetas, carpas y demás instalaciones similares de importante dimensión, o la utilización del mobiliario urbano, deberán contar con las preceptivas autorizaciones de obras y/o actividades, previo pago de las tasas de ocupación de dominio público que correspondan.

Art. 5. *Usos no permitidos.*—1. Queda prohibida expresamente la realización de publicidad o propaganda mediante carteles, pegatinas, etiquetas, carteles indicativos o de

señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o nombres de establecimientos, fijada en suelo de titularidad pública, sobre paramentos de edificios e instalaciones, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, alumbrado, registros de instalaciones, arbolado o elementos naturales o cualquier otro servicio público.

No obstante, el órgano municipal competente podrá autorizar con carácter excepcional la utilización de alguno de estos elementos urbanos como soporte divulgativo o informativo con motivo de acontecimientos y programas culturales, deportivos o análogos de singular importancia.

2. Igualmente queda prohibida la utilización de señales de circulación o rótulos via-rios para incluir dicho tipo de mensajes.

3. A todos ellos les será de aplicación el régimen sancionador y las medidas con-tenidas en el título XI de esta ordenanza, sin perjuicio de la aplicación preferente del régimen sancionador establecido, en su caso, en la normativa municipal específica.

TÍTULO II

Características de los soportes y emplazamientos

Art. 6. 1. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condicio-nes de seguridad y calidad.

2. Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total del soporte, incluido dicho marco, no sobrepasará los 0,30 metros.

Art. 7. 1. La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá de-finida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología zonal. Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia.

2. Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras no se permi-tirá la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones o dibujos directamente sobre edi-ficios, muros u otros elementos similares, siendo necesaria en todo caso la utilización de so-portes externos.

Art. 8. 1. No se autorizarán en ningún caso actuaciones que produzcan distorsio-nes perjudiciales para el paisaje urbano o natural, excepción hecha de las provisionales que utilicen lonas o cualquier otro elemento que hayan de ser colocados con motivo de las ope-raciones de restauración de fachadas, las cuales se ajustarán a las condiciones establecidas en el artículo 15 esta ordenanza. En cualquier licencia se podrá imponer el uso de materia-les, técnicas o diseños específicos si se considera necesario para lograr la debida integra-ción en el ambiente urbano.

2. Igualmente, se denegarán las solicitudes de licencia cuando con la instalación pro-puesta se perjudique o comprometa la visibilidad del tráfico rodado o a los viandantes.

3. Toda actuación que afecte a elementos catalogados o áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, deberá poner especial énfasis para su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferen-cias en la contemplación del bien protegido. Se tendrá especial atención en el respeto a los valores paisajísticos, así como el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios sin que pueda llegar a ocultarse sus elementos decorativos y ornamentales. Para estos casos la actuación deberá contar con informe técnico municipal favorable, para ello se podrá re-cabar toda la información necesaria para emitir el dictamen (estudios de impacto ambien-tal, reportajes fotográficos, infografías, etcétera). Salvo las excepciones que se puedan ad-mitir en función de las especiales características de un emplazamiento, las instalaciones se realizarán utilizando elementos sueltos (letras, logotipos, etcétera) debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción. Se podrán imponer tamaños y alturas me-nores a los permitidos con carácter general en función de las características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos ambientales negativos.

4. De manera general, con las salvedades que más adelante se indican, se prohíbe la publicidad en Bienes de Interés Cultural y sus entornos de protección, así como en los edi-ficios, parques y jardines, establecimientos comerciales y elementos urbanos singulares in-cluidos en los Catálogos de Protección correspondientes.

TÍTULO III

Clasificación tipológica del suelo

Art. 9. 1. A efectos de la aplicación de esta ordenanza se establece la siguiente clasificación tipológica del suelo del término municipal.

Área 1: Comprende la totalidad del suelo clasificado como no urbanizable, y el suelo clasificado como de sistemas generales, dotaciones públicas locales y redes públicas en general ubicadas en cualquier clase de suelo.

Área 2: Comprende el resto del suelo urbano consolidado (suelo urbano).

Área 3: Comprende el suelo urbano no consolidado (suelo urbanizable).

2. Con carácter general no se permite publicidad de ningún tipo en el Área 1, con la salvedad prevista en el artículo siguiente.

TÍTULO IV

Publicidad sobre soportes situados en suelo de titularidad pública

Art. 10. 1. Toda publicidad que pretenda utilizar soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, incluidas las vallas publicitarias en parcelas de titularidad municipal, salvo las muestras, los banderines y las demás actuaciones expresamente reguladas en esta ordenanza, será objeto de licitación pública de acuerdo con la legislación de contratos, excepto aquellas actuaciones puntuales que, justificadamente, puedan tramitarse por el Ayuntamiento de Rivas-Vaciamadrid.

2. No estarán comprendidos en el párrafo anterior los soportes situados sobre cerramientos de obras previstos en el artículo 16 de esta ordenanza dado el carácter provisional de la instalación.

TÍTULO V

Publicidad en edificios

Art. 11. A efectos de esta ordenanza se considerarán los siguientes supuestos de utilización de edificios como elementos de fijación del soporte publicitario:

- a) Publicidad en coronación de edificios.
- b) Publicidad en paredes medianeras.
- c) Superficies publicitarias no rígidas sobre fachadas.
- d) Superficies publicitarias opacas o luminosas en locales en planta baja.
- e) Rótulos informativos.
- f) Muestras, banderines y toldos, que se regulan en el título IX de esta ordenanza.

SECCIÓN PRIMERA

Publicidad en coronación

Art. 12. 1. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas de forma que tanto de día como de noche se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen como las del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminadas. En cualquier caso, solo se autorizará un mensaje publicitario por fachada con un máximo de dos en cada edificio.

2. Solo podrá instalarse una superficie sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiéndose esta como el plano de los petos 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 uso.

3. En ningún caso alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

4. Con carácter general, no se autorizan en el área residencial ni en edificios exclusivos de carácter dotacional público, este tipo de soportes publicitarios.

Art. 13. 1. Son autorizables los anuncios luminosos con mensaje o efectos visuales variables obtenidos por procedimientos exclusivamente eléctricos o electrónicos. No deberán producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la normativa sobre baliza-

miento para navegación aérea. Si la luz emitida lo es por proyección, la luz del foco no podrá exceder del área del anuncio, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo. Asimismo, el horario de funcionamiento de las fuentes de iluminación será el del horario de apertura del local, excepto los servicios de emergencia con regulación específica, debiendo estar apagadas el resto del tiempo. No obstante, previo informe de los Servicios Técnicos Municipales, se podrá definir un horario diferente para zonas o emplazamientos concretos.

2. Las dimensiones de dichas superficies cumplirán las siguientes condiciones:
 - En los edificios entre medianerías deberán situarse retranqueados 3 metros de los linderos.
 - La altura de los soportes publicitarios no podrá exceder del 10 por 100 de la del edificio y como máximo alcanzará los 2 metros.
 - La superficie de los soportes publicitarios no podrá exceder de 90 metros cuadrados.
 - La superficie opaca del anuncio no podrá sobrepasar el 25 por 100 del total de la superficie publicitaria.
3. El Ayuntamiento podrá imponer nuevas medidas correctoras cuando las impuestas en la licencia no fueran suficientes para garantizar la inocuidad de la instalación.

SECCIÓN SEGUNDA

Publicidad en medianeras

Art. 14. 1. A efectos de esta ordenanza se clasifican las paredes medianeras entre las que tienen carácter provisional y las que están consolidadas. Las primeras son aquellas que quedan al descubierto de forma temporal y circunstancial, mientras que las segundas, por aplicación de las condiciones del planeamiento, tienen duración indefinida.

2. En las provisionales, dentro de la Área 2, se admite la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado hasta una altura de 5 metros sobre la rasante de la vía pública y la mitad de la superficie de la total del paramento.

3. Se permite la publicidad para el caso de medianerías consolidadas dentro de las Área 2, En las medianerías consolidadas se requerirá un estudio de adecuación para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse un soporte publicitario de larga duración e integrado en el tratamiento global de todo el paramento de forma que se mejoren las condiciones estéticas y medioambientales del conjunto.

4. En vías de circulación rápida comprendidas en zonas autorizables el edificio donde se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de 25 metros de la vía de circulación.

5. En ningún caso la distancia del plano exterior del soporte publicitario o de alguno de sus componentes podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de la medianería.

6. Tanto las instalaciones de paredes medianeras provisionales, como las de consolidadas, podrán dotarse de sistemas de iluminación proyectada, siempre que disten más de 15 metros a huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, hotelero o sanitario.

7. Se prohíben los anuncios luminosos, con iluminación desde el interior a través de la placa anunciante, transparente o traslúcida en zonas de uso característico residencial.

8. En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,80 metros, y en todo caso el haz luminoso no deberá sobrepasar los límites de la medianera, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo.

SECCIÓN TERCERA

Superficies no rígidas sobre fachadas

Art. 15. 1. Los soportes publicitarios no rígidos sobre fachadas tales como lonas decoradas, etcétera, solo serán autorizables en las superficies ciegas de fachadas de edificios exclusivos de Uso Terciario Comercial, situados en las Áreas 2 y 3; si además se trata de vías de circulación rápida el edificio deberá estar al menos 25 metros de la línea del arcén.

2. No obstante, los edificios tales como Centros Culturales, museos, bibliotecas o análogos, podrán publicitar sus exhibiciones o actividades temporales mediante la instalación de soportes no rígidos, tales como banderolas, paralelas o perpendiculares a fachada, ejecutadas en tela o materiales análogos. Para la concesión de los mismos se exigirá proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno. En función de las características del proyecto, las autorizaciones serán temporales o indefinidas.

3. Quedan prohibidos los anuncios en tela u otros materiales que no reúnan las mínimas condiciones de ornato o estética.

SECCIÓN CUARTA

Superficies publicitarias opacas o luminosas en locales en planta baja

Art. 16. 1. Se autorizarán soportes publicitarios para papel pegado o pintados en cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja. En ningún caso el plano exterior del soporte publicitario podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de fachada del local. El borde superior de la superficie publicitaria permanecerá por debajo del plano inferior del forjado del suelo de la planta primera. El plano de fachada del local que no quede cubierto por la superficie publicitaria deberá dotarse del cerramiento adecuado.

2. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, tanto interior como proyectada, siempre que disten más de 15 metros en horizontal a huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, hotelero o sanitario.

3. En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,80 metros, y en todo caso el haz luminoso no deberá sobrepasar los límites de la medianera, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo.

TÍTULO VI

Publicidad en obras

Art. 17. 1. A efectos de esta ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las de nueva planta, sustitución, obras especiales de reconstrucción y recuperación tipológica, reestructuración general y total, demolición total, restauración de fachadas y urbanización en las Áreas 2 y 3. Queda excluida de la necesidad de previa licencia de obras la colocación del cartel que se exige como uno de los documentos a presentar para la concesión del Boletín de Inicio de Obras, tal y como se refleja en la ordenanza de tramitación de licencias. Este cartel deberá incluir el número de expediente de la licencia y una breve definición de las obras para la que esta se pretende. Sus dimensiones máximas serán las fijadas en el artículo siguiente.

2. En todo caso, para poder instalar elementos publicitarios en obras se deberá contar previamente con la preceptiva licencia de obras y/o, en su caso, de su vallado, en vigor. La instalación solo será autorizable durante el período de vigencia de la licencia de obras, y se ajustará a los términos previstos en los artículos siguientes.

3. En las vías de circulación rápida la distancia mínima del soporte publicitario a la línea de arcén será de 25 metros y la altura del mismo no superará la prevista en el artículo 15.

Art. 18. 1. Los soportes publicitarios en obras no podrán sobresalir del plano de la valla de obras o andamiaje autorizados en la licencia. En el caso de soportes para papel pegado o pintura, la altura máxima de estos será de 5,50 metros sobre la rasante del terreno en el exterior de la valla, en el Área 2.

2. También se admiten en el Área 2, los soportes publicitarios no rígidos situados sobre estructuras de andamiaje que podrán cubrir la totalidad de la longitud de fachada teniendo como limitación la altura del edificio. Las obras susceptibles de servir para la instalación de estos soportes son las citadas en el artículo 26.

3. Los soportes publicitarios no rígidos tales como lonas decoradas, siempre estarán condicionados a la licencia de obras correspondiente y tendrán un plazo máximo de validez de seis meses, el cual únicamente podrá ser prorrogado una sola vez por el mismo plazo mediante la correspondiente solicitud, aportando los documentos que justifiquen la necesidad de prorrogar la instalación del correspondiente andamiaje para la ejecución de la obra. Agotada la prórroga, no se volverá a conceder una nueva licencia hasta transcurridos tres años desde el fin de la misma.

Art. 19. Se entiende por rótulos de identificación los carteles o rótulos ubicados en obras cuya finalidad sea indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas que tengan título legal suficiente sobre las mismas o dar a conocer la clase de obra de que se trata, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad publicitaria, los cuales, deberán cumplir las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento de obra.

TÍTULO VII

Publicidad en solares o terrenos urbanos sin uso

Art. 20. A efectos de esta ordenanza los solares o terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los situados en el Área 2 y 3.

Art. 21. 1. Los soportes publicitarios en este tipo de emplazamientos se instalarán preferentemente sobre el cerramiento del solar y siempre en la alineación oficial. Los soportes solo podrán autorizarse cuando el cerramiento esté previamente realizado, excepto en los Suelos Urbanizables en desarrollo en su fase de obras de urbanización donde podrán eximirse estas condiciones durante el tiempo que duren las mismas. Se exceptúan los casos en que la alineación forme esquina a dos calles, en los que se admitirá que el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de 4 metros del vértice.

2. Se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los divisorios con fincas colindantes.

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

Art. 22. 1. La superficie publicitaria máxima será de 240 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del solar. En el Área 2 si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 60 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

2. La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de 5,50 metros respecto a la rasante de la acera en la alineación oficial, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

Art. 23. Los carteles o rótulos identificativos que en solares sobre los que tengan título legal suficiente sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, cumplirán las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento.

TÍTULO VIII

Publicidad en terrenos sin uso próximos a vías de circulación rápida

Art. 24. 1. A los efectos de la publicidad regulada en este título, los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los correspondientes a las Áreas 2 y 3.

2. En ningún caso el soporte publicitario podrá estar a distancia inferior a 25 metros de la vía rápida.

Art. 25. 1. En los terrenos situados en el Área 2, solo podrá autorizarse la instalación de soportes publicitarios cuando estos cuenten con cerramiento autorizado con arreglo a planeamiento.

2. Los soportes podrán situarse sobre el cerramiento o, alternativamente, en el interior de la parcela, pero no en ambas posiciones a la vez. En ningún caso la distancia a la vía rápida será inferior a 25 metros.

3. A efectos de la explotación publicitaria no podrá segregarse un solar o terreno.

Art. 26. 1. Si la superficie publicitaria se instala sobre el cerramiento de terrenos situados en el Área 2, la extensión máxima será de 240 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del terreno. Si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 60 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

2. La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de 5,50 metros respecto a la rasante del terreno exterior en contacto con el vallado, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

3. Si la superficie publicitaria no se instala sobre el cerramiento del terreno, se aplicarán las condiciones del artículo 28.

Art. 27. 1. En los terrenos situados en el Área 3, los soportes publicitarios se podrán situar libremente, si bien las licencias que se otorguen tendrán el carácter de autorización de usos y obras provisionales, de conformidad con lo dispuesto en la legislación urbanística aplicable, carácter que será anotado en el Registro de la Propiedad para su constancia. No podrán instalarse sobre las líneas divisorias con fincas colindantes.

2. A efectos de explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un terreno.

Art. 28. En terrenos situados en el Área 3 con frente a una vía rápida la superficie publicitaria máxima será de 150 metros cuadrados por cada 100 metros lineales de fachada del terreno con la vía rápida.

La parte más próxima del soporte publicitario a la alineación de la vía rápida será como mínimo de 25 metros.

Para distancias superiores a 25 metros, la proximidad desde el borde inferior del soporte al punto de medición de la rasante será de 2/3 de la altura máxima.

La altura máxima del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía rápida será fijada mediante la siguiente tabla en función de la parte más próxima del mismo a la alineación.

Distancia altura máxima:

- 25 metros 5,50 metros.
- 40 metros 12 metros.
- 50 metros 15 metros.

Y así proporcionalmente, no pudiendo superarse en ningún caso la cota máxima de 20 metros de alto.

Art. 29. Los carteles o rótulos identificativos que en terrenos sobre los que tengan título legal suficiente sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, cumplirán las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento.

TÍTULO IX

Muestras, banderines y elementos análogos. Soportes verticales tipo tótem o monopostes

Art. 30. Se regula en el presente título la publicidad que tiene por fin exclusivo la señalización de establecimientos. Salvo las excepciones que más adelante se indican, no podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad del local de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a la que se dedique.

SECCIÓN PRIMERA

Muestras

Art. 31. Son los anuncios paralelos al plano de fachada. Tendrán un saliente máximo respecto a esta de 15 centímetros. Para las Áreas descritas en la presente ordenanza, además de las situaciones señaladas anteriormente se permite lo siguiente:

- a) En planta baja, las muestras podrán ocupar únicamente una faja de anchura inferior a 90 centímetros, situada sobre el dintel de los huecos y sin cubrir estos. Deberán quedar a una distancia superior a 50 centímetros del hueco del portal, dejando totalmente libre el dintel del mismo. Se exceptúan las placas que, ocupando como dimensión máxima un cuadrado de 25 centímetros de lado y 2 centímetros de grueso, podrán situarse en las jambas.
- b) En edificio exclusivo de uso no residencial, podrán colocarse muestras opacas como coronación de los edificios, que podrán cubrir toda la longitud de la fachada, con una altura no superior al 1/10 de la que tenga dicha fachada, sin exceder de 2 metros, cuando esté ejecutada con letra suelta, y 3 metros cuando se trate del logotipo.
- c) En los edificios exclusivos, con uso no residencial, podrán también instalarse muestras en fachada, previa presentación de un estudio ó propuesta de conjunto de la misma, mediante letras sueltas que no podrán exceder de 2 metros de altura, o 3 metros si se trata del logotipo.
- d) Las muestras luminosas, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situadas a una altura superior de 3 metros sobre la rasante de la calle o terreno. No existirán muestras luminosas a menos de 15 metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o 20 metros si las luces son rectas.

SECCIÓN SEGUNDA

Banderines

Art. 32. Son los anuncios perpendiculares al plano de fachada. Estarán situados, en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 225 centímetros, con un saliente máximo de 80 centímetros (el saliente máximo coincidirá con dos veces el ancho de la muestra o cómo máximo el vuelo de planta inmediata superior, si existiese, con una medida máxima de 0,80 metros en este caso). Su dimensión vertical máxima será de 90 centímetros. Se tendrán presentes también las siguientes particularidades:

- a) En zonas de uso cualificado no residencial se permiten banderines de hasta 200 centímetros de altura e idéntico saliente al ya mencionado. En edificios de uso exclusivo hotelero también se permite este tipo de banderín, pudiendo tener una altura igual a la de la mitad del edificio con el saliente ya mencionado.
- b) Los banderines luminosos, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situados a una altura superior a 3 metros sobre la rasante de la calle o terreno. No existirán banderines luminosos a menos de 15 metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas. No se autoriza la instalación de elementos publicitarios luminosos intermitentes, móviles, etcétera en toda el área residencial, salvo normativa sectorial específica.
- c) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y exclusivamente en planta baja. Harán siempre referencia a la actividad y nombre del establecimiento en cuestión, tolerándose en ellos la publicidad de tipo comercial siempre que sea compatible con la antedicha condición.
- d) Se prohíbe la instalación de este tipo de elementos en los edificios catalogados, salvo los que el Ayuntamiento autorice por considerar que se integran en la estética del edificio.

SECCIÓN TERCERA

Toldos y otros elementos flexibles

Art. 33. Se permite la publicidad referente al establecimiento en la falda de los toldos rectos y móviles que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. En plantas de pisos no tendrán una anchura mayor que la del hueco, recogándose en el interior del mismo.

SECCIÓN CUARTA

Elementos verticales tipo tótem o monopostes

Art. 34. 1. Se entiende por elementos de publicidad tipo “tótem” aquellos elementos verticales, aislados o no de la edificación, que en su cuerpo publicitan las actividades o usos.

2. Se colocarán en el interior de la parcela, en las áreas de retranqueo sin impedir el paso a vehículos y peatones. La altura máxima no podrá sobrepasar en 1 metro la altura máxima permitida de la edificación.

3. En ningún caso podrá volar sobre vía pública ningún elemento del tótem.

SECCIÓN QUINTA

Otras actuaciones

Art. 35. 1. En los casos que se considere conveniente para la mejora del paisaje urbano, el Ayuntamiento podrá promover programas de adecuación arquitectónica para ordenar la publicidad en un determinado conjunto, barrio edificio o ambiente.

2. Se permite la publicidad en el interior de los huecos de planta mediante cristales grabados, y elementos análogos sin que puedan componer textos o dibujos con otros huecos del edificio. En ningún caso estos elementos supondrán una merma de las condiciones estéticas de la finca o de iluminación natural del local al que pertenezca el hueco.

SECCIÓN SEXTA

Otras condiciones

Art. 36. 1. Los elementos publicitarios no podrán alterar las características físicas del hueco y sus carpinterías.

2. Se podrá autorizar la instalación de muestras o banderines luminosos que tengan por objeto indicar la localización de locales que presten servicios de interés para la colectividad.

SECCIÓN SÉPTIMA

Materiales

Art. 37. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas del ambiente urbano y constructivas del edificio en que se instalen. Para justificar debidamente el cumplimiento de esta condición, en la solicitud de licencia se documentará con total precisión la ubicación, dimensiones, materiales, colores y diseño de los elementos publicitarios solicitados.

TÍTULO X

Régimen jurídico de los actos de publicidad

Capítulo 1

Normas generales

Art. 38. 1. Estarán sujetas a previa licencia municipal, sin perjuicio de las autorizaciones que fuere procedente obtener con arreglo a otras legislaciones específicas aplicables, toda actividad o instalación publicitaria perceptibles desde la vía pública, salvo las excepciones expresamente previstas en esta ordenanza. Las licencias de esta naturaleza que se otorguen quedarán sujetas durante toda su vigencia a una relación permanente con la Administración Municipal, la cual podrá exigir en cada momento la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés público o la imposición de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben.

2. Las licencias urbanísticas para el ejercicio de la actividad publicitaria a través del medio o elemento publicitario autorizado serán transmisibles, pero el antiguo y el nuevo titular deberán comunicarlo por escrito al Ayuntamiento en el plazo máximo de quince días naturales desde que dicha transmisión se efectúa, sin cuyo requisito quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia. A la comunicación se acompañará copia de la licencia que se pretende transmitir.

Art. 39. Toda actividad o instalación publicitaria que emplee medios o elementos eléctricos o electrónicos para su difusión deberá ajustarse, además, a la normativa técnica que le resulte de aplicación.

Art. 40. 1. Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos y obras precisas para conservarlas.

2. 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 párrafo anterior, a cuyo efecto, les concederá un plazo de entre ocho y quince días, 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 dichos plazos, en cuyo caso el Ayuntamiento podrá conceder un plazo mayor.

3. El incumplimiento de las órdenes de ejecución habilitará al Ayuntamiento para adoptar cualquier de los medios de ejecución forzosa previstos en la Ley 30/1992 de 26 de noviembre, reguladora del Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, así como en la Ley del Suelo 9/2001 de 17 de julio y demás normativa sectorial que le sea de aplicación.

Capítulo 2

Documentación, procedimiento y otras exigencias

Art. 41. *Documentación.*—El procedimiento de tramitación de la licencia para autorizar la actividad publicitaria permisible al amparo de la presente ordenanza, se iniciará mediante la presentación de solicitud formalizada en el modelo normalizado correspondiente, que contendrá los datos exigidos por la Ley 30/1992 de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, para la iniciación de los procedimientos administrativos.

Junto al impreso normalizado de solicitud deberá adjuntarse la siguiente documentación:

- Impreso de autoliquidación de tasa e Impuesto de Construcciones, Instalaciones y Obras.
- Impreso de autoliquidación de la tasa por ocupación del dominio público con rótulos, carteles y demás elementos publicitarios, en el caso de ocupaciones de dicho dominio.
- Proyecto técnico suscrito por facultativo competente, visado por su colegio profesional, integrado por memoria, planos y presupuesto, en el caso de que fuese preceptivo dicho requisito conforme a la ordenanza municipal de Tramitación de Licencias Urbanística, Obras en Vía pública y Actividades.
- Dirección facultativa, visada por el colegio profesional correspondiente y compromiso de asumir el mantenimiento de las condiciones de la instalación durante la vigencia de la licencia, caso de otorgarse.
- Plano parcelario a escala mínima 1/2.000 en el que se señalen claramente los límites del lugar donde se pretenda llevar a cabo la instalación.
- Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros de forma que permita su perfecta identificación.
- Autorización del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres meses.
- Fotocopia de la licencia de obras 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 en el que se adoptó la resolución con la claridad precisa para permitir su inmediata localización y comprobación.
- En el caso de las solicitudes de licencia provisional de soportes publicitarios a ubicar en el área 3 a las que se refiere el artículo 27, deberá también aportarse presupuesto que evalúe los costes de demolición y desmantelamiento.
- Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil.

Art. 42. *Procedimiento.*—1. La solicitud de licencia se tramitará por el procedimiento normal previsto en la ordenanza de tramitación de licencias urbanísticas, obras en vía pública y actividades. En las solicitudes de superficies publicitarias luminosas en coronación de edificios, se acordará un período de información pública y trámite de alegaciones a los propietarios de los edificios colindantes al de la instalación y enfrentados a ellos. No obstante, el Ayuntamiento podrá acordar la necesidad de dicho trámite en otros supuestos con carácter general.

2. Cuando la actuación publicitaria consistiera en una muestra, toldo o banderín podrá tramitarse su autorización incluida en la licencia de obras. Si se solicitase autónomamente la instalación de una muestra, toldo o banderín, dicha solicitud se tramitará por el procedimiento de licencia de obra menor. En este caso no será necesario presentar proyecto técnico visado ni Dirección Facultativa visada por colegio profesional.

3. En los supuestos en que se exija el seguro de responsabilidad civil, la eficacia de la licencia quedará condicionada a la presentación de la copia del correspondiente contrato, no pudiendo hasta entonces ser retirada la licencia.

Art. 43. *Seguro de responsabilidad civil.*—Además de la documentación señalada, en los casos en los que la actividad publicitaria requiera la necesidad de realizar obras o instalaciones que necesiten proyecto técnico para obtener la preceptiva licencia, antes de retirar la licencia, el titular deberá aportar justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil, sin franquicia, que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

En concreto deberá garantizarse, al menos, los importes que se especifican en función del tipo de instalación que se utilice:

- En los casos de carteleras publicitarias: 300.000 euros.
- En los casos de superficies publicitarias en coronación de edificios: 600.000 euros.
- En los casos de lonas publicitarias: 1.200.000 euros.

Art. 44. *Exacciones.*—Las actividades reguladas en la presente ordenanza estarán sujetas al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales.

Art. 45. *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 de las mismas el número de expediente que identifique la correspondiente licencia.

Cuando la instalación carezca de los datos identificativos señalados en el párrafo precedente o estos no se correspondan con los existentes en los archivos municipales, se podrá considerar que no está garantizada la seguridad de la misma al no existir constancia de dirección facultativa, si esta fuese necesaria, ni compromiso cierto del mantenimiento de la instalación en condiciones adecuadas.

Capítulo 3

Plazos de vigencia

Art. 46. 1. El plazo de vigencia de las licencias reguladas en esta ordenanza, salvo las actuaciones recogidas en el título IX, será de dos años desde la fecha de su concesión, prorrogable hasta un máximo de seis años por períodos bianuales.

2. La vigencia de las licencias reguladas en el título IX de esta ordenanza estará vinculada a la vigencia de la respectiva licencia de la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que se refiera la instalación publicitaria.

3. Las prórrogas se solicitarán con una antelación mínima de tres meses a la de la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

- Impreso de autoliquidación de la correspondiente tasa urbanística.
- Impreso de autoliquidación de tasa por ocupación de dominio público, para el caso de que la instalación publicitaria estuviera ubicada en él.
- fotografías actualizadas del emplazamiento.
- certificado de facultativo competente donde se testifique que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estéticas previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
- Acreditación de haber abonado prórroga de la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia en su caso.
- La prórroga se entenderá automáticamente concedida transcurrido el plazo de tres meses desde la solicitud de la misma, salvo que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias y estas no hayan sido resueltas antes de finalizar el plazo de vigencia.

En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la licencia quedará automáticamente sin vigencia.

4. Cuando la licencia pierda su vigencia, el titular de la misma estará obligado al desmontaje y retirada a su cargo de la totalidad de los elementos que componían la instalación en el plazo máximo de quince días naturales a contar desde que se extingue dicha vigencia. En caso de no hacerlo, el Ayuntamiento podrá retirarlo adoptando las medidas establecidas en esta ordenanza.

Art. 47. Las licencias concedidas en aplicación de esta ordenanza tendrán carácter de licencias de tracto sucesivo y quedarán sin efecto si se incumpliese cualquiera de las condiciones a que estuvieren subordinadas.

TÍTULO X

Régimen disciplinario y sancionador

Capítulo I

Restablecimiento de la legalidad

Art. 48. *Servicios de inspección.*—El ejercicio de las funciones de inspección y comprobación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente ordenanza corresponderá a los agentes del Cuerpo de Policía Municipal, así como a los funcionarios adscritos a los Servicios Técnicos del órgano competente para otorgar la autorización.

Art. 49. *Protección de la legalidad.*—1. En el caso de elementos o instalaciones publicitarias ejecutadas o en proceso de ejecución sin la preceptiva autorización o licencia, o sin ajustarse a las condiciones señaladas en ellas, se estará a lo dispuesto en el capítulo 2 del título V de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, y en el resto de la legislación urbanística y ambiental aplicable con las especialidades previstas en los apartados siguientes.

2. En cualquier caso, podrá llevarse a cabo la retirada inmediata de cualquier instalación publicitaria por parte de los servicios municipales, cuando concurren razones de urgencia relacionadas con la seguridad de la instalación que aconsejen la inmediata ejecución de dicha medida. Dicha actuación material no exigirá la previa adopción de resolución alguna, pero los funcionarios intervinientes levantarán acta sucinta de lo actuado y de las circunstancias concurrentes.

3. Cuando las instalaciones publicitarias sean no legalizables conforme a la presente ordenanza, se procederá a impedir con carácter definitivo dicha actividad previa audiencia a los interesados. En el caso de que estos resulten desconocidos, los servicios municipales procederán a su retirada inmediata sin necesidad de dictarse resolución alguna.

4. Si la instalación publicitaria se encontrase situada sobre el suelo o el vuelo público, de carácter demanial o patrimonial, la Administración Municipal dispondrá sin más trámite su retirada inmediata por parte de los servicios municipales, en ejercicio de sus potestades de recuperación de oficio de sus propios bienes, notificando esta decisión al titular si fuese conocido.

5. La retirada de cualquier instalación publicitaria efectuada por la Administración Municipal en cumplimiento de los preceptos de esta ordenanza se entenderá efectuada siempre a costa del obligado, a quien se exigirá el abono correspondiente por la vía de apremio si fuese necesario.

Art. 50. Las actuaciones ilegales en esta materia darán lugar, además de a la imposición de la sanción correspondiente, a la adopción de las medidas necesarias para la restauración del orden jurídico infringido o de la realidad física alterada como consecuencia de dicha actuación.

Capítulo II

Infracciones y sanciones

Art. 51. *Infracciones.*—Tendrán la consideración de infracciones las acciones u omisiones que vulneren las prescripciones contenidas en la presente ordenanza, y en la normativa urbanística y concordante que le sea de aplicación.

Art. 52. *Sujetos responsables.*—1. Serán responsables solidarios de las infracciones tipificadas en esta ordenanza la empresa publicitaria titular de la instalación, las personas físicas o jurídicas promotoras del producto o servicio que se publicite, el titular o en su caso el ocupante del inmueble o espacio en que se haya efectuado la instalación, sin perjuicio de las responsabilidades en la que pudieran incurrir, a su vez, los técnicos autores del proyecto, de la dirección facultativa o de los certificados de las condiciones de la instalación.

Para la identificación de las empresas propietarias de las instalaciones únicamente tendrá validez el número asignado en la correspondiente licencia, colocado en lugar visible de la instalación conforme al artículo 45.

Cuando la instalación carezca del citado número o cuando este no se corresponda con el existente en los archivos municipales será considerada anónima y, por tanto, carente de titular. En tales casos la responsabilidad será subsidiaria del anunciante.

Sin perjuicio de las sanciones que puedan corresponder, el órgano municipal competente podrá disponer, tan pronto se tenga conocimiento de su colocación, el desmontaje de

aquellos elementos publicitarios cuya instalación resulte anónima por aplicación de los párrafos anteriores de este artículo.

Art. 53. *Clasificación de las infracciones.*—Las infracciones se clasifican según la gravedad en muy graves, graves y leves.

1. Se conceptuarán como infracciones muy graves:

(1) En general:

- a) La realización de actividades publicitarias que impliquen un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos, sean muebles, o inmuebles, o impidan su utilización por otra u otras personas.
- b) La realización de actividades publicitarias en lugares o zonas prohibidas expresamente por esta ordenanza.

(2) Como tipo especial de infracción muy grave se prevé la colocación de carteles o soportes de publicidad sin licencia, siempre que conforme a la normativa urbanística aplicable dichas instalaciones requieran la obtención de previa licencia de obra mayor.

2. Se conceptuarán como infracciones graves:

- a) El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de seguridad u ornato, siempre que en este último caso la referida instalación incida negativamente de una forma manifiesta en el entorno.
- b) Las acciones destinadas al ejercicio de la actividad publicitaria que produzcan una alteración grave del paisaje urbano mediante la modificación irreversible o la alteración de elementos naturales o arquitectónicos.
- c) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o de la documentación aportados para la obtención de la correspondiente autorización.
- d) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal que sean requeridos por esta, así como la obstaculización de la labor inspectora.
- e) La comisión de dos o más infracciones leves en el término de un año.

3. Se conceptuarán como infracciones leves:

- a) La realización de actividades publicitarias que contravengan las condiciones establecidas en las licencias o autorizaciones otorgadas que no causen una repercusión perjudicial en el paisaje urbano o el ornato público.
- b) El no mantener la instalación en las debidas condiciones de conservación, ornato y limpieza, sin incidir negativamente de manera manifiesta en el entorno.
- c) No comunicar a la administración municipal los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.
- d) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente ordenanza no sea clasificada como grave o muy grave.

Art. 54. *Graduación de las sanciones.*—1. Se considerará circunstancia atenuante de la responsabilidad el haber procedido el responsable a la legalización, rectificación correspondiente y/o en su caso a la retirada de la instalación publicitaria antes de la iniciación de la actuación sancionadora.

2. Se considerarán circunstancias agravantes de la responsabilidad de los autores de una infracción:

- a) El haber alterado los supuestos de hecho que presuntamente legitimasen la actuación o mediante falsificación de los documentos en que se acreditase el fundamento legal para la obtención de la licencia.
- b) La reiteración y la reincidencia.
- c) Si como consecuencia de la instalación resultasen daños o perjuicios a otros particulares.

3. Son circunstancias que, según cada caso, pueden atenuar o agravar la responsabilidad:

- a) El mayor o menor conocimiento técnico de los pormenores de la actuación de acuerdo con la profesión o actividad habitual del responsable.
- b) El mayor o menor beneficio obtenido de la infracción o, en su caso, el haberla realizado sin consideración ninguna al posible beneficio económico que de la misma se derivare.

Art. 55. *Cuantía de las sanciones.*—1. La comisión de las infracciones tipificadas en la presente ordenanza dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones, de acuerdo con lo establecido en el artículo 141 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local:

- a) En el caso de las infracciones calificadas como muy graves en el artículo 53.1 (1) con multa desde 1.501 euros hasta 3.000 euros, y para el caso de la infracción tipificada en el artículo 53.1 (2), con multa desde 1.501 euros a 18.000 euros, en función de la localización, tamaño e incidencia en el medio físico y en el entorno.
 - b) En el caso de infracciones graves, con multa de 751 euros hasta 1.500 euros.
 - c) En el caso de infracciones leves, con multa de 300 euros a 750 euros.
2. En ningún caso la comisión de la infracción urbanística podrá suponer un beneficio económico para el infractor y a fin de evitarlo:
- a) Cuando la suma de la multa impuesta y del coste de las actuaciones de reposición de los bienes y situaciones a su primitivo estado arrojase una cifra inferior a dicho beneficio, se incrementará la cuantía de la multa hasta alcanzar el montante del mismo.
 - b) En aquellos casos en los que la infracción que se impute consista en haber llevado a cabo la actividad publicitaria sin obtener la preceptiva licencia, la cuantía de la multa determinada conforme a lo dispuesto en el artículo 53, será incrementada con el importe que constituiría el coste de su legalización.

Art. 56. *Prescripción.*—1. Las infracciones tipificadas en la presente ordenanza tendrán un plazo de prescripción de tres años las calificadas como muy graves; dos años las infracciones graves y un año las infracciones leves.

2. Las infracciones se considerarán derivadas de una actividad continuada y su plazo de prescripción comenzará a computarse desde la fecha en que se produzca el cese efectivo de la actividad publicitaria o la retirada de la instalación o elemento publicitario.

3. Las sanciones previstas en la presente ordenanza prescribirán a los tres años las impuestas por infracciones muy graves; a los dos años las impuestas por infracciones graves, y al año la impuesta por infracciones leves.

4. El plazo de prescripción de las sanciones comenzará desde el día siguiente a aquél en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción.

5. La prescripción quedará interrumpida con la iniciación, con conocimiento del interesado, de los correspondientes procedimientos de restablecimiento de legalidad y sancionador, respectivamente, reanudándose su cómputo en el caso de quedar paralizados dichos procedimientos durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

Art. 57. *Retirada de los soportes publicitarios.*—1. Aparte de la sanción que en cada caso corresponda, la Administración Municipal podrá disponer el desmontaje o retirada de los elementos o instalaciones publicitarias con reposición de las cosas al estado anterior a la comisión de la infracción.

2. Realizada la ejecución o reposición subsidiaria se concederá a los titulares de los elementos o instalaciones un plazo de diez días para que presenten escrito en el que manifiesten su voluntad expresa de hacerse cargo de los elementos retirados mediante su recogida de los almacenes municipales en el día y hora que a tal efecto le señale la administración. En dicha resolución se les apercibirá de que transcurrido el citado plazo sin manifestar de forma expresa su voluntad al respecto, se considerará que el interesado renuncia a la recuperación de dichos elementos facultando en ese caso a esta Administración a disponer libremente de los mismos.

3. La acción sustitutoria por parte de la Administración, conllevará la repercusión de los gastos por ejecución y almacenaje al responsable de las instalaciones o elementos publicitarios.

Art. 58. *Procedimiento sancionador.*—Los procedimientos sancionadores se tramitarán de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento para el ejercicio de la Potestad Sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid, aprobado por Decreto 245/2000, de 16 de noviembre.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

1. Los soportes e instalaciones publicitarias que se encuentren instalados y cuenten con licencia en el momento de entrar en vigor esta ordenanza, podrán mantenerse si se ajustan a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida hasta la finalización de su pla-

zo de vigencia, sin posibilidad de prórroga. De no haberse establecido en la concesión de licencia plazo específico, se estará al régimen general previsto en esta ordenanza.

2. En todo caso será de aplicación el régimen sancionador que la presente ordenanza establece.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente ordenanza.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente ordenanza entrará vigor al día siguiente de su publicación en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Contra el acto de aprobación definitiva, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante el Tribunal Superior de Justicia de Madrid en plazo de dos meses contados a partir del día siguiente al de la publicación de este anuncio en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Rivas-Vaciamadrid, a 14 de octubre de 2010.—El alcalde-presidente, José Masa Díaz.

(03/39.641/10)