

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Capítulo	Concepto	Euros
1	Impuestos directos	35.674,88
3	Tasas y otros ingresos	15.534,07
4	Transferencias corrientes	94.134,53
5	Ingresos patrimoniales	14.493,10
7	Transferencias de capital	356.000,00
Total ingresos		515.836,58

Plantilla de personal

- a) Personal funcionario:
Denominación: Secretaría-Intervención.
Número de plazas: 1.
Grupo: A/B.
Forma de provisión: interina.
Titulación académica: licenciada en derecho.
Agrupación Braojos y Madarcos.
- b) Personal laboral (contrato indefinido):
Denominación: auxiliar administrativo.
Número de plazas: 1.
- c) Personal laboral (contratos temporales):
Denominación: agente de Empleo y Desarrollo Local.
Número de plazas: 1.

Contra el acuerdo de aprobación definitiva podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo contencioso-administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a la publicación de este anuncio en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, las personas y entidades a que hacen referencia los artículos 63.1 de la Ley 7/1985, Reguladora de las Bases del Régimen Local, y 170.1 del Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales y por los motivos únicamente enumerados en el número 2 del citado artículo 170.

Horcajo de la Sierra, a 23 de marzo de 2006.—El alcalde-presidente (firmado).

(03/9.262/06)

HOYO DE MANZANARES

OTROS ANUNCIOS

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 110.f) del Real Decreto 1372/1986, de 26 de noviembre, del Reglamento de Bienes de las Entidades Locales, y el artículo 86 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, se hace público que en la Secretaría de este Ayuntamiento se encuentra el expediente de cesión gratuita de una parcela de terreno, bien patrimonial de este Ayuntamiento, a favor de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, para destinarlo a la construcción de una escuela de Educación Infantil Pública, para que los interesados puedan presentar las alegaciones que estimen pertinentes en el plazo de veinte días hábiles contados desde el siguiente al de la publicación del presente anuncio en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID. La consulta del expediente podrá realizarse en el horario de atención al público: de lunes a viernes, de nueve a catorce.

En Hoyo de Manzanares, a 6 de abril de 2006.—El alcalde, Fernando Esteban Núñez.

(03/9.349/06)

MAJADAHONDA

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

El Pleno del Ayuntamiento, en sesión celebrada el día 28 de febrero de 2006, acordó la aprobación definitiva de la ordenanza reguladora de publicidad exterior para Majadahonda y publicar el texto íntegro de la misma en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, entrando en vigor al día siguiente de su publicación, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.

Lo que se hace público para general conocimiento, advirtiéndose que dicho acuerdo agota la vía administrativa, pudiéndose interponer contra el mismo, en el plazo de dos meses, contados desde el día siguiente a la presente publicación, recurso contencioso-administrativo ante la Sala correspondiente del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 10 y 46.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, sin perjuicio de cualquier otro que estime oportuno.

ORDENANZA REGULADORA DE PUBLICIDAD EXTERIOR PARA LA CIUDAD DE MAJADAHONDA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Las instalaciones publicitarias en el término municipal de Majadahonda se regularán con carácter general por lo establecido en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre; Ley General de Publicidad y sus modificaciones posteriores; por la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid y demás normativa de desarrollo, y por las normas del Plan General de Ordenación Urbana, y por la presente ordenanza.

La ordenanza reguladora de publicidad exterior tiene por objeto establecer las condiciones que deben cumplir las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública, estableciendo además, como objetivo prioritario, la compatibilización de esta actividad con la protección y mejora de los valores del paisaje urbano, medioambientales y la imagen de la ciudad de Majadahonda.

La presente ordenanza se ocupa, por tanto, no solo de la publicidad en las denominadas vallas, sino también de la que emplea otros soportes, tales como las paredes medianeras, soportes no rígidos, anuncios luminosos en la coronación de edificios, etcétera, recogiendo las distintas formas de manifestación publicitaria: estática, móvil, aérea, impresa y audiovisual.

Hay que destacar entre las novedades que introduce la ordenanza, por una parte, las referidas a las limitaciones para evitar la proliferación indiscriminada de anuncios, regulando el número de ellos que pueden coronar los edificios e imponiendo un horario para los anuncios luminosos, y por otra, la obligación de suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los riesgos que pudieran derivarse de su instalación.

Además, la ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a que deberá sujetarse la publicidad en sus aspectos sustantivo y procedimental, fijando un procedimiento ágil y eficaz para mantener la disciplina en su cumplimiento, que es un aspecto básico de toda normativa.

TÍTULO I

Disposiciones de carácter general

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación.*—1. La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a que deberán sujetarse las distintas manifestaciones de publicidad perceptibles desde la vía pública, estableciendo además, como objetivo prioritario, la compatibilización de esta actividad con la protección y mejora de los valores del paisaje urbano, medioambientales y la imagen de la ciudad de Majadahonda.

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

Art. 2. *Concepto y modalidades.*—A efectos de esta ordenanza, se entiende por publicidad toda acción encaminada a difundir entre el público el conocimiento de la existencia de una actividad y/o mensaje de diversa índole, asistencial, cultural, religiosa, profesional, deportiva, económica o de productos y servicios, actividad política, sindical o cualquier otra dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

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

- Publicidad estática: tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas, exceptuándose la publicidad en mobiliario urbano.
- Publicidad móvil: aquella que sea autotransportada o remolcado su soporte por vehículo motor o especialmente diseñado para ella.

- Publicidad aérea: tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con aviones, globos o dirigibles.
- Publicidad impresa: tendrá esta consideración la que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada, o mediante dispensadores u otros medios.
- Publicidad audiovisual: tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con el apoyo de medios o instrumentos audiovisuales, mecánicos eléctricos o electrónicos.

Art. 3. *Actos sujetos a licencia.*—Todos los actos de instalación o difusión de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal.

No precisarán de dicha licencia:

- a) Las placas indicativas de dependencias públicas, centros de enseñanza, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas o actividades profesionales colocadas sobre las fachadas de los establecimientos o en sus propias parcelas.
- b) Las placas indicativas de actividades profesionales colocadas sobre las jambas de entrada a portales, con una superficie máxima de 0,10 metros cuadrados.
- c) Los anuncios colocados en las puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, limitados a indicar horarios en que se hallan abiertos al público, precios de los artículos ofrecidos, los motivos de su cierre temporal, de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares. No se permite la colocación de estos anuncios en las fachadas de los establecimientos.
- d) Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble y razón, colocados en el mismo, con una superficie máxima de 0,5 metros cuadrados.

Art. 4. *Condiciones generales y formas de publicidad prohibida.*—1. No se autorizarán en ningún caso aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

2. La publicidad incontrolada no está autorizada en el término municipal de Majadahonda.

3. En concreto, respecto a las diferentes modalidades de publicidad, se establecen las siguientes condiciones generales:

- a) Publicidad estática: con sujeción a las condiciones y requisitos previstos en la presente ordenanza.
- b) Publicidad móvil: este tipo de publicidad no será autorizable ni siquiera mediante estacionamiento o aparcamiento de vehículo, automóvil o remolque, salvo que 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.

No está sujeta a esta ordenanza la publicidad móvil con mensajes o propaganda institucional de las Administraciones Públicas o promovida por entidades declaradas de interés público, social, cultural y sin ánimo de lucro. No obstante, para estas últimas, será necesaria la previa notificación al Ayuntamiento, veinticuatro horas antes de efectuarse la actividad.

- c) Publicidad aérea: queda expresamente prohibido este tipo de publicidad dentro del término municipal de Majadahonda.

De manera especial y por motivos de interés social, previo informe de los Servicios Técnicos Municipales, se podrá, de forma temporal, dar licencia y/o autorización especial a la publicidad aérea en las siguientes modalidades:

- Con aviones o dirigibles según la legislación vigente en la materia.
 - Con globos estáticos o cautivos, siempre que se ubiquen en el interior de solares, de forma que los elementos de sustentación, así como el propio globo, no sobrepasen el perímetro de la finca. El Ayuntamiento la podrá autorizar en casos excepcionales (fiestas populares, etcétera) en otros lugares del municipio.
- d) Publicidad impresa: se prohíbe expresamente la utilización de dicha publicidad en las vías y espacios públicos del término municipal de Majadahonda. Queda en todo caso prohibido el lanzamiento y entrega de propaganda gráfica, así

como la publicidad mediante dispensadores de impresos u otros medios.

Previa solicitud, se podrá autorizar por parte del Ayuntamiento, el reparto de publicidad impresa en los siguientes casos:

- Con motivo de fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.
- Cuando se realice por entidades declaradas de interés público, social, cultural y sin ánimo de lucro.

En todo caso, el titular o beneficiario del mensaje será responsable de mantener limpio el espacio urbano que se hubiere visto afectado por la distribución de esta, para lo cual se fijará una fianza por los Servicios Técnicos Municipales para responder de esta obligación incluida en la autorización correspondiente.

- e) Publicidad audiovisual: la publicidad acústica quedará limitada a los horarios del comercio o especialmente autorizados en cada caso; la potencia de los altavoces no podrá ser superior, en función de la zona en que se desarrolle, a los niveles de recepción externos que fija la ordenanza municipal de medio ambiente.

Las proyecciones fijas o animadas, perceptibles desde la vía pública con fines publicitarios, se autorizarán a juicio de los servicios técnicos, cuando no sea previsible la aglomeración de público o de vehículos, y pueda obstruir la circulación de peatones por la acera o la de vehículos por la calzada.

También queda prohibida la publicidad que se sirva de la permanencia de personas o animales anuncio en la vía pública.

TÍTULO II

Condiciones generales de los emplazamientos

Art. 5. *Clasificación de los emplazamientos.*

Zona 1.—Vías rápidas y carreteras en tramo urbano:

- M-50.
- M-503, “Eje Pinar”.
- M-505, “Majadahonda-Villanueva del Pardillo”.
- M-854, “Entreáramos-Las Rozas”.
- M-503, “a Villanueva de la Cañada”.
- M-516, “a Boadilla del Monte”.
- Travesías del municipio.

Zona 2. Casco antiguo (mapa zonal anexo 1).

Zona 3. Espacios industriales terciarios.

Zona 4. Centros comerciales exentos.

Zona 5. Resto del suelo del término municipal:

- a) Suelo urbano.
- b) Suelo urbanizable: en el suelo urbanizable no se permitirá la instalación de elementos de publicidad exterior, salvo que así lo dispongan los instrumentos de desarrollo del Plan General de Ordenación Urbana, la Ley de Carreteras Estatal y Autonómica y siempre que no representen una agresión del paisaje urbano o natural del entorno. Con excepción de lo estipulado en el artículo 29 de la presente ordenanza.
- c) Suelo no urbanizable: no se permitirá en el suelo no urbanizable la instalación de elementos de publicidad exterior.

Art. 6. *Emplazamientos en suelo privado.*—Los elementos publicitarios solo podrán instalarse, de conformidad con lo estipulado en la presente ordenanza, en los siguientes lugares:

- a) En edificios (coronación, medianeras, superficies no rígidas sobre fachadas, superficies publicitarias en locales de negocio y oficinas, rótulos y carteles informativos).
- b) En solares o terrenos urbanos sin edificar.
- c) En terrenos próximos a vías de circulación rápida.
- d) En obras.
- e) En espacios industriales terciarios, centros comerciales exentos y aparcamientos.

Art. 7. *Emplazamientos en suelo de dominio público.*—El órgano municipal competente podrá señalar los lugares en que podrán instalarse elementos con fines publicitarios, así como fijar las características de las expresadas instalaciones.

La utilización de dichos espacios publicitarios se llevará a cabo por las distintas formas previstas por la normativa de aplicación, sin perjuicio de las previstas excepcionalmente en esta ordenanza.

Art. 8. *Restricciones a la publicidad.*—1. No se permitirán actividades publicitarias de cualquier clase en los siguientes lugares, salvo las excepciones recogidas en la presente ordenanza:

- a) Sobre o desde los monumentos o jardines históricos incoados o declarados como bienes de interés cultural de conformidad con la Ley del Patrimonio Histórico Español.
En los conjuntos históricos, sitios históricos o zonas arqueológicas, incoados o declarados, no se permitirá publicidad alguna en tanto no haya recaído la preceptiva autorización de la Administración competente, o bien se encuentren validados patrimonialmente los planes especiales de protección de las áreas afectadas por la declaración de Bienes de Interés Cultural, en virtud de lo dispuesto en la Ley 16/1985, del Patrimonio Histórico Español.
 - b) En los edificios incluidos en el Catálogo del Patrimonio Arquitectónico y Monumental del Plan General de Ordenación Urbana de Majadahonda, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los servicios técnicos competentes y que tengan por objeto la colocación de rótulos que pretendan difundir el carácter histórico-artístico del edificio o las actividades culturales o de restauración que en el mismo se realicen.
 - c) En las zonas afectadas por la Ley de Carreteras Estatal y por la Ley de Carreteras de la Comunidad Autónoma. Asimismo, se establecen las prohibiciones/restricciones recogidas dentro del Plan General de Ordenación Urbana de Majadahonda.
 - d) En los bienes de titularidad pública en general, destinados por el planeamiento urbanístico para equipamientos, dotaciones y servicios públicos, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los servicios técnicos competentes y que tengan por objeto la colocación de rótulos que pretendan difundir el carácter de los mismos.
 - e) En las vías pecuarias.
 - f) En edificios donde se incoe el expediente de declaración de ruina o se declare la misma; asimismo, en edificios en situación de fuera de ordenación sustantivo.
 - g) En los lugares en que pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante.
 - h) En aquellas áreas o sectores que puedan impedir, dificultar o perturbar la contemplación de los edificios o conjuntos enumerados en los anteriores apartados a) y b). Cuando su instalación perjudique las perspectivas urbanas y sobre las aceras de las fincas ajardinadas destinadas por el planeamiento para parques y jardines.
 - i) La colocación de rótulos, carteles o placas que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico, impidan su visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.
 - j) Los constituidos de materias combustibles en zonas forestales de abundante vegetación o de especies aisladas de consideración.
2. Tampoco se permitirán:
- a) Sobre o desde los edificios municipales, templos, cementerios, estatuas, monumentos, fuentes, arbolado, plantas, jardines públicos y recintos anejos.
 - b) En los muros de contención, pavimentos de las calzadas, aceras o bordillos, aunque sea parcialmente, y en los terrenos adquiridos o cedidos para vías o espacios libres públicos.
 - c) Con elementos sustentados o apoyados en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público, salvo lo previsto en la presente ordenanza.
 - d) En los edificios en los que se limiten las luces o vistas de los ocupantes de algún inmueble u ocasionen molestias a los vecinos, salvo autorización de los mismos o acuerdo de la comunidad de propietarios.
 - e) La fijación de carteles sobre recintos de urbanizaciones, edificios, vallas de cerramiento o cualquier otro elemento de la vía pública, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 6

de la presente ordenanza, y regulado específicamente en los correspondientes artículos posteriores.

- f) La utilización de publicidad en piezas de mobiliario urbano privado, para el ejercicio de la actividad o realización de obras.
- g) La utilización de publicidad en marquesinas y toldos salvo los correspondientes a la propia denominación del establecimiento o actividad. En el caso de marquesinas y toldos de quioscos de prensa, bebidas y comidas, helados, flores y similares no se permitirá la utilización de publicidad alguna.
- h) Los anuncios reflectantes.

TÍTULO III

Características generales de los soportes publicitarios

Art. 9. *Tipos de soportes.*—1. Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades:

- Vallas publicitarias: se considerará valla publicitaria exterior aquella instalación de implantación estática compuesta de un cerco de forma preferentemente rectangular y susceptible de contener en su interior elementos planos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijo o variable.
- Monopostes: se considera valla tipo monoposte a aquella instalación de implantación estática compuesta por un báculo que sirve de sustentación de un paramento preferiblemente rectangular y susceptible de contener en su interior elementos planos o corpóreos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijo o variable. Se asimilará a dicho concepto, a todos los efectos, aquellos formados por dos o más báculos bipostes, tripostes, etcétera
- Carteles: se considerarán carteles los anuncios litografiados o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina o cartón y otra materia de escasa consistencia y corta duración.
- Banderolas y pancartas: son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles.
- Rótulos: se consideran rótulos los anuncios, fijos o móviles, por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada, toldos, tela o cualquier otra materia que asegure su larga duración.

2. En general, cualquier otro que sirva de soporte, medio o sustentación a sistema publicitario alguno, ya sea estático, móvil, aéreo, impreso, audiovisual o cualquier otro que se pudiera establecer.

Art. 10. *Condiciones generales de los soportes.*—Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad, además de contribuir al ornato público.

Art. 11. *Superficie autorizable del soporte.*—La superficie autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función de cada tipo soporte, lugar de ubicación y tipología zonal.

Art. 12. *Condiciones de seguridad y ornato.*—Los distintos elementos publicitarios deberán instalarse rígidamente anclados, mediante soporte justificado por certificado redactado por técnico competente, que necesariamente deberá estar visado por el Colegio correspondiente.

El soporte deberá garantizar la estabilidad del elemento publicitario, aun en las peores condiciones atmosféricas de todo tipo. Los materiales empleados garantizarán su buena conservación, al menos, durante el período de tiempo para el que se solicite la licencia. El Ayuntamiento, al amparo de las facultades que le confiere la legislación urbanística, dictará las órdenes de ejecución oportunas en orden al mantenimiento de las instalaciones en las debidas condiciones de seguridad y ornato público.

El beneficiario de licencia para la instalación de soportes publicitarios en un emplazamiento, estará obligado a cumplir con los requisitos que se le marquen por parte de los Servicios Técnicos Municipales del Ayuntamiento de Majadahonda, en cuanto a diseño y adecuación al entorno donde se ubique dicho emplazamiento.

Art. 13. *Identificación de los elementos publicitarios.*—1. En los módulos de fijación de vallas publicitarias deberá constar el nombre o razón social de la empresa propietaria y fijarse, además,

en la parte inferior del panel una placa de 50 centímetros de largo por 15 centímetros de alto; en el caso de los monopostes, será de 1,50 metros de largo por 0,50 metros de alto, siempre realizados en acero con fondo blanco e inscripción de las letras y números en color negro, en las que deberá constar:

- Empresa.
- Número resolución Alcaldía o número de licencia.
- Fecha (autorización).

2. En rótulos publicitarios de más de 1 metro cuadrado de superficie, deberá hacerse constar en sitio visible la fecha y número de resolución de Alcaldía por la que se ha autorizado. Por la falta de alguno de estos requisitos, se reputará a todos los efectos que la instalación publicitaria carece de autorización, procediéndose, previos los trámites oportunos, a su retirada.

Art. 14. *Dimensiones de las vallas publicitarias.*—1. Las dimensiones máximas no superarán los 3,5 metros de altura y 8,5 metros de longitud, incluidos marcos y fondo máximo de 0,3 metros, que podrá ampliarse hasta 0,5 metros cuando el procedimiento de iluminación sea interno o se trate de carteles con movimiento. En caso contrario, los elementos de iluminación estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán sobresalir más de 0,5 metros del plano de la cartelera. En todo caso, la altura máxima de coronación de las vallas no podrá superar los 8 metros.

2. La estructura de sustentación y los marcos de los elementos publicitarios deben estar diseñados y construidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que queden garantizadas la seguridad pública, una adecuada resistencia a los elementos naturales, una digna presentación estética y adecuadas, en todo caso, a las normas de publicidad exterior, quedando prohibida en todo momento la utilización de tirantes como medio de sujeción de la estructura de sustentación del elemento.

Art. 15. *Dimensiones de las vallas tipo monoposte.*—Las dimensiones máximas de los monopostes o hitos identificativos no superarán los 18 metros de altura total desde la rasante del suelo (13 metros de báculo + 5 metros del cartel). El tamaño del cartel sustentado por dicho báculo no será superior a los 10,40 metros de longitud y los 5 metros de altura.

Cuando dicho elemento se pretenda ubicar en las zonas 3 y 4 no podrá superarse la altura de coronación del edificio, y en todo caso, los 10 metros de altura.

Art. 16. *Agrupaciones de vallas.*—Solo se permitirán las agrupaciones de vallas publicitarias con las siguientes condiciones:

- a) La superficie del espacio publicitario de una agrupación de vallas publicitarias no superará los 60 metros cuadrados.
- b) La longitud máxima de proyección del grupo de vallas publicitarias en planta será de 17 metros lineales.
- c) La altura del límite superior de las vallas publicitarias, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 8 metros lineales. En el caso de los denominados monopostes, no podrá sobrepasar los 18 metros lineales medidos desde la rasante del terreno. En ningún caso se permitirán agrupaciones de vallas o instalaciones superpuestas denominadas a caballo.
- d) La distancia mínima entre agrupaciones de vallas publicitarias no podrá ser inferior a 500 metros lineales, y, siempre que se pueda, se procurará la alternancia con agrupaciones de vallas en el otro margen de la vía.

Art. 17. *Anuncios luminosos.*—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 balizamiento para navegación aérea.

El horario de funcionamiento de las fuentes de iluminación será de siete y treinta de la mañana a una y treinta de la madrugada, debiendo estar apagado el resto del tiempo.

TÍTULO IV

Condiciones de emplazamiento en dominio privado

Capítulo 1

Publicidad en edificios

Art. 18. *Publicidad en coronación de edificios.*—1. Emplazamiento de los soportes publicitarios: las superficies publicitarias en coronación de edificios comerciales y espacios industriales, 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.

Solo podrá instalarse una superficie sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiendo 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.

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.

No se permitirá en ningún caso este tipo de soportes publicitarios en edificios de viviendas, edificios catalogados o con ciertos niveles de protección, ni en edificios con carácter dotacional de uso público.

Son autorizables los anuncios luminosos en los términos establecidos en el artículo 17 de la presente ordenanza. 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.

2. Condiciones específicas de los soportes publicitarios: las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán retranquearse, como mínimo, medio metro desde el plano de fachada.

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 20 por 100 de la del edificio y, como máximo, alcanzará los 2,5 metros.

La superficie de los soportes publicitarios no podrá exceder de 50 metros cuadrados.

No existirán anuncios luminosos a menos de 15 metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial, sanitario u hotelero si las luces son oblicuas, o 20 metros si las luces son rectas. A estos efectos no se considerarán los huecos de ventana del propio edificio situados en el plano vertical del anuncio.

La superficie opaca del anuncio no podrá sobrepasar el 25 por 100 del total de la superficie publicitaria.

Solo podrá autorizarse publicidad en coronación de edificios cuando los mismos se hallen ubicados en calles con un ancho mínimo de 12 metros.

El Ayuntamiento en cualquier momento podrá imponer nuevas medidas correctoras cuando las impuestas en la licencia no fueran suficientes para garantizar la inocuidad de la instalación.

Art. 19. *Publicidad en paredes medianeras.*—Solo podrá autorizarse publicidad en paredes medianeras en edificios comprendidos en la zona 2 de la presente ordenanza.

Será susceptible de autorizarse la instalación de vallas publicitarias en aquellas medianeras que surjan como consecuencia de derribos de edificaciones o por una menor altura del edificio colindante. En ambos casos deberá contar con la conformidad de los propietarios o comunidades respectivas.

No se permitirán en aquellas medianeras que recaigan a edificio lindante incluido en el Catálogo del Plan General de Ordenación Urbana.

No serán autorizables las vallas publicitarias de aquellas medianeras, visibles desde la vía pública, que surjan por la construcción de edificaciones de nueva planta a las que se les haya exigido tratamiento de fachada.

Estas instalaciones comportarán el tratamiento completo del paramento de acuerdo con lo dispuesto en las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana, y la superficie destinada

a las carteleras no superará un tercio de la superficie de la medianera, siendo su saliente máximo de 0,3 metros.

La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general a la obtención de licencia de obras de edificación en el solar o edificio al que recaiga la medianera donde se instale la valla publicitaria.

Art. 20. Superficies publicitarias no rígidas.—1. Los soportes publicitarios no rígidos sobre fachadas tales como lonas decoradas, etcétera, solo serán autorizables con motivo de la ejecución de obras de reforma o rehabilitación del edificio.

2. No obstante, los edificios tales como museos, bibliotecas o análogos, con independencia de su nivel de catalogación, 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 cualquier caso, las autorizaciones serán de carácter temporal.

Art. 21. Superficies publicitarias en locales de negocio y oficinas.—1. Marquesinas: se prohíbe la construcción de marquesinas, excepto en los siguientes casos:

- Cuando estén incluidas en el proyecto del edificio en obras de nueva planta.
- Cuando se trate de actuaciones conjuntas de proyecto unitario acordes con la totalidad de la fachada del edificio, de idénticas dimensiones, saliente y materiales en todos los locales de planta baja, exista compromiso de ejecución simultánea por todos los propietarios de los locales y estéticamente resulte aceptable a juicio de los Servicios Técnicos Municipales.

La altura mínima libre desde la cara inferior de las marquesinas hasta la rasante de la acera o terreno será superior a 340 centímetros. El saliente de la marquesina no excederá la anchura de la acera menos 60 centímetros y, salvo el caso de marquesinas formadas por elementos translúcidos y con espesor menor a 15 centímetros, únicamente podrán cubrir los vanos de la planta baja con un saliente máximo de un 1 metro. Con la solicitud de licencia deberán presentarse fotografías en escorzo de la fachada existente y la acera, a fin de garantizar que la instalación de marquesina no causa lesión al ambiente urbano ni al arbolado.

Las marquesinas no podrán verter por goteo, a la vía pública. Su canto no excederá del 15 por 100 de su menor altura libre sobre la rasante del terreno o acera, y no rebasará en más de 10 centímetros la cota de forjado de suelo del primer piso.

2. Portadas y escaparates: la alineación exterior no podrá rebasarse en planta baja con salientes superiores a 15 centímetros con ninguna clase de decoración de los locales comerciales, portales o cualquier otro elemento. En aceras de anchura menor de 100 centímetros, no será permitido saliente alguno.

3. Toldos: los toldos móviles estarán situados, en todos sus puntos, incluso los de estructura, a una altura mínima sobre la rasante de la acera de 225 centímetros. Su saliente respecto a la alineación exterior no podrá ser superior a la anchura de la acera menos 60 centímetros, sin sobrepasar los 2 metros y respetando en todo caso el arbolado existente. Los toldos fijos cumplirán las condiciones previstas para las marquesinas.

4. Muestras: los anuncios paralelos al plano de fachada tendrán un saliente máximo respecto a esta de 10 centímetros, debiendo además cumplir las siguientes condiciones:

Quedan prohibidos los anuncios estables en tela u otros materiales que no reúnan las condiciones mínimas de dignidad estética.

En planta baja podrán ocupar únicamente una faja de ancho 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 una superficie máxima de 0,10 metros cuadrados y 2 milímetros de grueso, podrán situarse en las jambas. Cumplirán las condiciones que se señalen para cada lugar, no permitiéndose en el recinto histórico y en edificios catalogados más que las letras sueltas de tipo clásico, sobrepuestas directamente a la fachada. Se podrán adosar en su totalidad al frente de las marquesinas, cumpliendo las limitaciones señaladas para estas y pudiendo sobrepasar por encima de ellas una altura máxima igual al espesor de estas.

Las muestras colocadas en las plantas de los edificios podrán ocupar únicamente una faja de 70 centímetros de altura como máximo, adosada a los antepechos de los huecos y deberán ser independientes para cada hueco, no pudiendo reducir la superficie de iluminación de los locales.

Las muestras luminosas, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situadas a una altura superior a 3 metros sobre la rasante de la calle o terreno.

En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,50 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.

Requerirán para su instalación la conformidad de los inquilinos, arrendatarios o, en general, de los usuarios de los locales con huecos situados a menos de 15 metros de anuncio, o 20 metros si lo tuvieren enfrente.

5. Banderines: los anuncios normales 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 45 centímetros. Su dimensión vertical máxima será de 90 centímetros. En las plantas de pisos únicamente se podrá situar a la altura de los antepechos.

En zonas de edificación no residencial se permitirán los banderines verticales con altura superior a 90 centímetros, con un saliente máximo igual que el señalado para las marquesinas.

Los banderines luminosos, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación, irán situados a una altura superior a 3 metros sobre la rasante de la calle o terreno.

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

Requerirán para su instalación la conformidad de los inquilinos, arrendatarios o, en general, de los usuarios de los locales con huecos situados a menos de 15 metros de anuncio o 20 metros, si lo tuvieren enfrente.

En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,45 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.

Art. 22. Carteles y rótulos informativos.—Los carteles o rótulos que en las fincas sobre las 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, se registrarán, cuando se sitúen en edificios, por las normas previstas en esta ordenanza para las denominadas “muestras”.

Capítulo 2

Publicidad en solares o terrenos urbanos sin edificar

Art. 23. Emplazamiento de los soportes publicitarios.—A efectos de esta ordenanza, los solares susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los situados en las zonas 1, 2, 3, 4 y 5 (suelo urbano).

Los soportes publicitarios en este tipo de emplazamientos se instalarán sobre el reglamentario cerramiento opaco 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.

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

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

Los monopostes se alinearán en los vértices de la parcela o solar, respetando un mínimo de 5 metros lineales desde el bordillo

de la acera de los viales del polígono hacia dentro de dicha parcela y/o terreno. La altura máxima permitida en este caso no podrá superar los 10 metros desde la rasante del terreno.

Solo se podrá instalar una unidad de monoposte autopromocional en cada parcela.

Art. 24. *Condiciones específicas de los soportes publicitarios.*—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. Solo en la zona 3 se permitirán los soportes denominados “Monoposte”, dentro de la parcela de las empresas propietarias, exclusivamente como anuncios corporativos y/o de difusión de la propia marca, nunca como soportes de libre promoción a terceros.

La superficie publicitaria máxima será de 60 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del solar. En la zona 5 (suelo urbano), deberán cubrirse mediante lamas o celosías los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua. Si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 40 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas, celosías u otras soluciones similares.

Art. 25. *Carteles o rótulos.*—Los carteles o rótulos 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 excepto en el caso de los denominados monopostes anteriormente referidos, que será de un máximo total de 40 metros cuadrados.

Capítulo 3

Publicidad en terrenos próximos a las vías de circulación

Art. 26. *Emplazamiento de los soportes publicitarios.*—A los efectos de la publicidad regulada en este capítulo, los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los correspondientes a la zona 1.

Para esta zona, se establecen las restricciones marcadas dentro del Plan General de Organización Urbana de Majadahonda.

En ningún caso el soporte publicitario podrá estar a distancia inferior a 40 metros de la vía rápida, contados a partir de la línea del arcén.

En los terrenos situados en la zona 1 solo podrá autorizarse la instalación de soportes publicitarios cuando estos cuenten con cerramiento autorizado con arreglo a planeamiento.

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

Art. 27. *Condiciones específicas de los soportes publicitarios.*—La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de 8 metros respecto a la rasante del terreno exterior en contacto con el vallado, sin sobrepasar esta altura en ningún punto, a excepción de los denominados monopostes cuyas dimensiones máximas no superarán los 18 metros de altura total desde la rasante del suelo (13 metros de báculo + 5 metros del cartel). El tamaño del cartel sustentado por dicho báculo, no será superior a los 10,40 metros de longitud y los 5 metros de altura.

Se permite este tipo de instalación en todas aquellas parcelas ubicadas en la zona 1, cuyo frente mínimo a la vía pública sea mayor de 100 metros lineales. En todo caso, la distancia entre soportes ubicados en el interior de la misma parcela será mayor de 250 metros.

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

Si la superficie publicitaria se instala sobre el cerramiento de terrenos situados en zona 1, la extensión máxima será de 60 metros cuadrados por cada 500 metros de línea de fachada del terreno. Si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 40 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

Como resumen de lo reflejado anteriormente se relaciona la siguiente tabla:

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
40 metros	12 metros
50 metros	15 metros
60 metros	18 metros

Y así proporcionalmente, no pudiendo superarse en ningún caso la cota máxima de 18 metros de alto, a excepción de lo estipulado en el artículo 15 de la presente ordenanza.

Art. 28. *Carteles o rótulos.*—Los carteles o rótulos en terrenos sobre los que tenga 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 según los terrenos tengan o no cerramiento, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento, excepto en el caso de los denominados monopostes que podrán alcanzar como máximo los 40 metros cuadrados.

Capítulo 4

Publicidad en obras

Art. 29. *Emplazamiento de los soportes publicitarios.*—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 zonas 2, 3, 4 y 5; incluso en edificios u otros elementos catalogados.

En todo caso deberán contar previamente con la preceptiva licencia de obras y de su vallado en vigor, y la publicidad en ellas solo será autorizable durante la duración de las mismas, en los términos previstos en los artículos siguientes.

En las vías de circulación rápida la distancia mínima del soporte publicitario a la línea de arcén será de 40 metros, y la altura del mismo no superará la prevista en el artículo 27 de la presente ordenanza.

Art. 30. *Condiciones específicas de los soportes publicitarios.*—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 las zonas 2, 3, 4 y 5.

En ningún caso las instalaciones publicitarias, en dicho cerramiento de la obra, podrán sobrepasar el 40 por 100 de la superficie del mismo.

Art. 31. *Carteles o rótulos.*—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, sus ejecutores, etcétera, y no tengan finalidad publicitaria, deberán solicitar la preceptiva licencia municipal para su instalación que les será otorgada siempre que cumplan las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento de obra. No se permite la instalación de monopostes.

Art. 32. *Banderolas y pancartas.*—1. En andamios de obras y durante la ejecución de estas, se podrá autorizar, como proyecto especial, la instalación de pancartas con imágenes arquitectónicas o expresiones artísticas que tiendan a evitar el impacto de las mismas, permitiéndose destinar un máximo del 15 por 100 de su superficie a mensajes publicitarios. Estarán realizadas en material textil o similar.

2. Siempre estarán condicionados a la licencia de obras correspondiente y tendrán el plazo máximo de validez de la misma.

Capítulo 5

Publicidad en aparcamientos

Art. 33. *Emplazamiento de los soportes publicitarios.*—A los efectos de la publicidad regulada en este capítulo, los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los correspondientes a la zonas 3 y 4.

Los soportes en ningún caso podrán ubicarse sobre el cerramiento de la parcela.

No se podrán situar más de dos soportes por cada 1.000 metros cuadrados de superficie de aparcamiento, ni por cada 200 metros de línea de fachada y fondo de la parcela.

La distancia mínima entre soportes será de 50 metros. La distancia del soporte publicitario al borde de calle o calzada, será al menos de 10 metros.

Art. 34. *Condiciones específicas de los soportes publicitarios.*—La altura máxima de los soportes será de 5 metros respecto a la rasante del terreno exterior en contacto con el vallado, sin sobrepasar esta altura en ningún punto, a excepción de los monopostes, cuyas dimensiones máximas no superarán los 10 metros de altura total desde la rasante del suelo (6,5 báculo + 3,5 cartel).

— El tamaño máximo del cartel de la valla será de 2,5 × 1,50.

— El tamaño máximo del cartel del monoposte será de 5,5 × 3,5.

Art. 35. *Banderolas.*—Se permitirá en dicho emplazamiento el uso de banderolas publicitarias que deberán ajustarse a las siguientes características:

La altura máxima del mástil que lo sustente no podrá superar los 5 metros de longitud vertical, siendo las dimensiones máximas permitidas del banderín de 1 metro de anchura y 2,5 metros de altura.

TÍTULO V

Condiciones de emplazamiento en dominio público

Art. 36. *Acontecimientos o actividades ciudadanas de gran relieve.*—El órgano municipal competente podrá autorizar, con carácter excepcional y temporalmente limitado, la utilización de las instalaciones de cualquier servicio público municipal para sustentar elementos publicitarios referentes a acontecimientos o actividades ciudadanas de gran relieve, tales como ferias, congresos, exposiciones, juegos o campeonatos deportivos de notoria importancia u otros similares.

Art. 37. *Rótulos y anuncios luminosos.*—Los anuncios luminosos podrán autorizarse, excepcionalmente por la Alcaldía, en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante el período de las fiestas.

1. Los anuncios luminosos solo podrán instalarse suspendidos en la vía pública como parte integrante del alumbrado de adorno de las calles.

Estas instalaciones tendrán la solidez necesaria para garantizar la seguridad vial.

2. Serán de aplicación las siguientes normas:

- En la solicitud de licencia se deberá expresar forma, dimensiones, materiales, y contenido del luminoso, la altura mínima sobre la calzada en que deba situarse y acompañar informe de técnico competente, visado por su colegio profesional, que justifique la estabilidad al viento de la sujeción y demás elementos del luminoso. A la solicitud se acompañará una simulación gráfica del luminoso y su integración en el adorno de las calles.
- Los luminosos se colocarán de forma que no perturben la libre circulación de los viandantes o vehículos, ni puedan ocasionar daños a las personas, a la vía pública o a los árboles existentes en la misma. En todo caso, la parte inferior del luminoso no podrá situarse a menos de 5 metros de altura sobre la calzada.
- Los anuncios luminosos deberán diseñarse de forma integrada en el conjunto de anuncios luminosos de las fiestas. Su tamaño no excederá, en ningún caso, del resto de tiras de iluminación.
- Se autorizará un único anuncio luminoso por cabecera de calle iluminada que cumpla los requisitos mínimos del párrafo anterior, e irá ligado necesariamente a otro que expresará el nombre de la comisión de fiestas solicitante.

Art. 38. *Publicidad en mobiliario urbano y en carteles indicativos o de señalización direccional.*—El Ayuntamiento se reserva el derecho de utilizar o no el mobiliario urbano, como medio de soporte publicitario en aquellos sitios indicados y diseñados especialmente para esta finalidad por el Ayuntamiento.

Igualmente, se reserva el derecho a utilizar o no las instalaciones destinadas a prestar servicios públicos en las vías públicas de la ciudad que puedan servir de elemento sustentador de actividades publicitarias en:

- Indicadores callejeros: el Ayuntamiento fijará, en cada caso, las condiciones mínimas que deban reunir los letreros rotulados de las vías públicas para asegurar su perfecta visibilidad.
- En cualquier otro destinado a la información ciudadana: el Ayuntamiento fijará en cada caso, además de las dimensiones, los lugares en que hayan de instalarse y restantes condiciones que, en cada caso, procedan así como los porcentajes de reserva de espacio que deberán quedar a disposición del Ayuntamiento para los avisos o anuncios que estimara conveniente.

Art. 39. *Banderolas y pancartas.*—Las banderolas solo podrán instalarse en:

1. En fachadas de museos o edificios públicos con salas de exposiciones. Por motivo de estas podrán autorizarse su instalación con carácter excepcional por un período no superior a dos meses, que deberán ser retirados en un plazo máximo de diez días, transcurridos los cuales lo harán los servicios municipales a costa del infractor.

Estas instalaciones tendrán la solidez necesaria para garantizar la seguridad vial.

2. Las pancartas podrán autorizarse excepcionalmente por la Alcaldía, en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante las fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano. En estos casos serán de aplicación las siguientes normas:

- En la solicitud de la licencia se deberá expresar forma, dimensiones, materiales y contenido de la pancarta, el emplazamiento pretendido, la altura mínima sobre la calzada en que deba situarse y acompañar informe de técnico competente, visado por su colegio profesional, que justifique la estabilidad al viento de la sujeción y demás elementos de la pancarta.
- Las pancartas habrán de colocarse de forma que no perturben la libre circulación de viandantes o vehículos, ni pueda ocasionar daños a las personas, a la vía pública o a los árboles o instalaciones existentes en la misma. En todo caso, la parte inferior de la pancarta no podrá situarse a menos de 5 metros de altura sobre la calzada.
- Las pancartas deberán retirarse por los propios titulares de la licencia dentro de los diez días siguientes a la terminación de los acontecimientos de interés ciudadano o fiestas populares, en su caso. De no hacerlo, se retirarán por las brigadas municipales a costa de los titulares de la licencia.

TÍTULO VI

Régimen jurídico de las autorizaciones de los actos de publicidad y su procedimiento

Capítulo 1

Normas generales

Art. 40. *Licencia municipal.*—Estará sujeta 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 perceptible desde la vía pública.

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.

Art. 41. *Sujeción a normativa sectorial.*—Los actos de publicidad exterior realizados mediante instalaciones luminosas, eléctricas o mecánicas, además de cumplir la normativa específica de dichos actos, deben acomodarse a la normativa técnica que resulte de aplicación.

Art. 42. *Conservación y seguridad de los soportes.*—1. Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias deberán man-

tenerlas en condiciones de seguridad, salubridad y ornato público, pudiendo ordenarse por el Ayuntamiento a la ejecución de las obras necesarias para conservar las condiciones mencionadas.

2. Asimismo, durante la vigencia de la licencia los propietarios de las instalaciones señaladas en la Disposición Adicional Primera están obligados a suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra, sin franquicia alguna, los riesgos que pudieran derivarse de la instalación o explotación publicitaria en la cuantía que determina la disposición adicional primera

Capítulo 2

Titularidad de la licencia

Art. 43. *Sujetos titulares de la licencia.*—Podrán ser titulares de la licencia:

- a) Las personas físicas o jurídicas, que realicen directamente las actividades comerciales, industriales o de servicio a que se refiere los elementos publicitarios.
- b) Aquellas personas físicas o jurídicas que de forma habitual y profesional se dediquen a la actividad publicitaria.

Art. 44. *Obligaciones y derechos.*—La titularidad de la licencia comporta:

- a) La imputación de las responsabilidades de todo orden que se deriven de las instalaciones y de los mensajes publicitarios correspondientes.
- b) La obligación del pago de los impuestos, precios públicos y cualesquiera otras cargas fiscales que graven las instalaciones o actos de publicidad.
- c) El deber de conservar y mantener el material publicitario y su sustentación por parte del titular de la misma, en perfectas condiciones de ornato y seguridad.
- d) En la ejecución y montaje de las instalaciones se adoptarán cuantas medidas de precaución fueren necesarias al objeto de evitar riesgos a personas y cosas.

Las licencias se otorgarán dejando a salvo el derecho de propiedad y sin perjuicio de terceros.

No podrá ser invocado dicho otorgamiento para tratar de excluir o disminuir en alguna forma, las responsabilidades civiles o penales, que deben ser asumidas íntegramente por los titulares de las licencias o propietarios de las instalaciones, incluso en lo que respecta a cualquier defecto técnico de la instalación o a efectos del mensaje publicitario.

Capítulo 3

Documentación y procedimiento

Art. 45. *Documentación general.*—Para la tramitación del expediente de solicitud de licencia a que se refiere esta ordenanza, y sin perjuicio de las autorizaciones que procedan por otras Administraciones Públicas competentes, será preceptivo, según las distintas modalidades de publicidad, la presentación en el Ayuntamiento de Majadahonda de la siguiente documentación:

- a) Instancia debidamente cumplimentada.
- b) Carta de pago de haber satisfecho el ingreso de la tasa o precio público liquidado de acuerdo con la ordenanza fiscal correspondiente.
- c) Proyecto suscrito por técnico competente y visado por el colegio profesional correspondiente, que necesariamente contendrá:
 - c.1) Memoria justificativa en la que se acredite la adecuación del elemento a instalar a la ordenanza, no incurriendo en ninguna de las prohibiciones señaladas en su articulado.
 - c.2) Memoria descriptiva del o de los elementos a instalar especificando dimensiones, sistema de montaje y lugar exacto donde se pretenda instalar el elemento publicitario, con justificación técnica de los elementos estructurales sustentantes necesarios para su estabilidad y seguridad, hipótesis de cálculo y seguridad frente a la acción del viento.
 - c.3) Planos de situación (escala mínima 1:1.000), emplazamiento en el solar, edificio, etcétera (escala mínima 1:100), secciones y alzados tanto del elemento

como de las fachadas, cierres o elementos verticales sobre los que se instale, en los que se refleje exactamente las proyecciones, tanto sobre el suelo como sobre los paramentos verticales, de la totalidad del elemento publicitario y su estructura sustentante (escala mínima 1:100).

- c.4) Mediciones y presupuesto.
- c.5) Fotografías a color, tamaño mínimo 13 × 18 centímetros, de las fachadas o medianeras del edificio o de la parcela sobre la que se realice la instalación, tomadas desde la vía pública de forma que permitan la perfecta identificación del mismo.
- c.6) Proyecto específico de las instalaciones eléctricas de acuerdo con la normativa vigente, en caso de que se trate de un elemento luminoso o con mecanismos que precisen instalación eléctrica de lo que en cada caso se requiera por los Servicios Técnicos Municipales.

Art. 46. *Documentación específica.*—1. Según las distintas modalidades de manifestación publicitaria se exigirá lo siguiente:

- a) En vallas publicitarias y manifestaciones publicitarias sobre medianeras realizadas con pinturas o elementos similares: los requisitos indicados en los apartados a), b), c) del artículo anterior
- b) En rótulos: los requisitos siguientes:
 - b.1) En aquellos rótulos cuya superficie sea inferior a 2 metros cuadrados, solo serán exigibles los puntos a), b), y c.5) del artículo anterior.
 - b.2) En aquellos rótulos cuya superficie sea mayor de 2 metros cuadrados, será exigible lo indicado en los apartados a), b), c) del artículo anterior
- c) En banderolas: serán exigibles los apartados a), b), c.2), c.3), c.5) del artículo anterior.
- d) En pancartas en andamios de obra: será exigible los apartados a), b), c) del artículo anterior.
- e) En rótulos con iluminación: independientemente de su superficie, además de lo indicado en el punto b) de este epígrafe, se exigirá lo dispuesto en el punto c.6) del artículo anterior.

2. En el caso de vallas publicitarias, lonas y rótulos en coronación de edificios, los solicitantes de la licencia deberán acreditar la suscripción de una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los daños que puedan derivarse de la colocación y explotación de dichos elementos.

3. Las vallas publicitarias, rótulos en plantas superiores de edificios, excluida la planta baja y rótulos en coronación de edificios, una vez finalizado el plazo de vigencia de la licencia de instalación, si no hubiesen variado las condiciones urbanísticas ni las características técnicas del elemento para solicitar una nueva licencia, no será necesario aportar el proyecto técnico indicado en el artículo anterior, aportando en su defecto la documentación prevista en el artículo 50.2.

Art. 47. *Tramitación.*—La solicitud de licencia se tramitará de conformidad con lo establecido en la legislación urbanística de aplicación, Plan General de Ordenación Urbana y demás reglamentación prevista en el ámbito municipal.

A estos efectos y de conformidad con el artículo 59 del Plan General de Ordenación Urbana del Ayuntamiento de Majadahonda, la colocación de anuncios estará sujeta a licencia de obra menor, exceptuando los situados sobre la cubierta de los edificios que están sujetas a licencia de obra mayor.

Cuando la actuación publicitaria consistiera en una muestra, toldo o banderín, podrá tramitarse su autorización incluida en la licencia de obras.

Art. 48. *Fianzas.*—El Ayuntamiento podrá exigir el depósito de una fianza o aval que garantice la reposición o restauración de los elementos de la urbanización que, a juicio de los servicios técnicos, pudiesen quedar afectados, o bien, para cubrir los gastos de limpieza subsidiaria de la vía y espacios públicos cuando se trate de determinadas actividades publicitarias que puedan causar daños en ellos.

La cancelación se efectuará una vez que haya finalizado la actividad y se hayan retirado completamente todos los elementos.

Art. 49. *Informes técnicos.*—En todo caso corresponderá a los Servicios Técnicos Municipales, con el fin de unificar criterios y

agilizar los correspondientes trámites, emitir el informe técnico previsto en la normativa vigente sobre otorgamiento de licencias, así como informar sobre las cuestiones que puedan plantearse respecto a la interpretación de esta ordenanza.

Capítulo 4

Vigencia, eficacia, revocación y caducidad de las licencias

Art. 50. *Vigencia y eficacia*.—1. Vigencia de las licencias: las autorizaciones para instalaciones publicitarias o el ejercicio de actividades de dicha naturaleza, tendrán la vigencia que se establezca en la resolución que las otorgue. Si en la resolución no se estableciera plazo de vigencia, este será con carácter general el siguiente:

Las vallas publicitarias, monopostes, lonas, rótulos superiores de edificios, excluida la planta baja y rótulos en coronación de edificios, un año de vigencia.

El resto de los soportes publicitarios mantendrá su vigencia siempre y cuando se encuentren en las debidas condiciones de ornato y conservación y el emplazamiento conserve las condiciones urbanísticas de origen.

Finalizado el plazo de vigencia, su titular o persona física o jurídica que se subroge en los derechos de este, deberá proceder al desmontaje y retirada de la instalación en el plazo máximo de quince días.

2. Prórrogas: las licencias de actos de publicidad solo serán prorrogables por un año. La prórroga deberá solicitarse con al menos dos meses de antelación a la fecha en que finalice el período para el que se concedió dicha licencia.

A tal efecto se solicitará al Ayuntamiento adjuntando la siguiente documentación:

- Fotografías actualizadas del emplazamiento.
- Certificado suscrito por técnico competente y visado por su colegio profesional, de que la instalación se encuentra en las debidas condiciones de estabilidad y seguridad. En el certificado de seguridad deberá figurar necesariamente la referencia del expediente en que se haya tramitado la licencia correspondiente.
- Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia en su caso.

Para la zona 1 se establecerá un turno rotatorio de concesión de licencias, teniéndose en cuenta la fecha de registro de entrada de las solicitudes.

3. Eficacia de las licencias: la eficacia de la licencia, queda condicionada a la efectividad del pago de cuantos impuestos tasas o precios públicos puedan devengarse como consecuencia de las instalaciones publicitarias, así como a la suscripción del correspondiente seguro de responsabilidad civil previsto en la disposición adicional primera de la presente ordenanza.

4. De la revocación de las licencias: las autorizaciones para instalaciones publicitarias podrán ser revocadas y suspendidas cuando se den las circunstancias previstas en el artículo 16 del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

No habrá lugar a indemnización alguna, cuando con anterioridad del cumplimiento del plazo de vigencia se demoliere el edificio donde estuviese colocado el anuncio publicitario, se edificase en el solar o se alterasen las condiciones histórico artísticas del edificio, calle, zona o donde se ubiquen.

Las licencias que autoricen la instalación de rótulos o carteles que contengan la denominación del establecimiento comercial o industrial ubicado en el mismo lugar que tales carteles o rótulos, quedarán igualmente sin efecto y sin derecho a indemnización caso de demolición del edificio, cambio de titularidad o cese de actividad o alteración de las condiciones histórico artísticas del inmueble, calle o zona.

Art. 51. *Transmisión de la licencia*.—Las licencias de publicidad exterior serán transmisibles, pero el antiguo y el nuevo titular debe-

rán comunicarlo por escrito al Ayuntamiento adjuntando la siguiente documentación:

- Fotografías actualizadas del emplazamiento.
- Certificado suscrito por técnico competente y visado por su colegio profesional, de que la instalación se encuentra en las debidas condiciones de estabilidad y seguridad. En el certificado de seguridad deberá figurar necesariamente la referencia del expediente en que se haya tramitado la licencia correspondiente.
- Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia en su caso.

De no solicitar dicha transmisión ambas partes quedarán sujetas a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia.

Art. 52. *Caducidad*.—1. Las licencias caducarán en los siguientes supuestos:

- a) Cuando no se hubiera iniciado la ejecución de las actuaciones amparadas por las mismas en el plazo fijado en la correspondiente licencia, que con carácter general será de dos meses, salvo causa no imputable al titular de la licencia.
- b) Cuando no se cumpliera el plazo de terminación fijado en la correspondiente licencia, que con carácter general será de dos meses, salvo causa no imputable al titular de la licencia.
- c) Cuando el funcionamiento de la actividad publicitaria fuera interrumpida durante un período superior a seis meses, salvo causa no imputable al titular de la licencia.

2. Con carácter excepcional y atendiendo al proyecto planteado, las licencias podrán contemplar otros plazos de iniciación y ejecución.

3. La declaración de caducidad de la licencia, de oficio, o a instancia de cualquier persona, será efectuada por el órgano competente para conceder la licencia, previa audiencia al interesado una vez transcurridos e incumplidos cualesquiera de los plazos previstos anteriormente.

TÍTULO VII

Régimen sancionador

Art. 53. *Concepto de infracción y sujetos responsables*.—1. Son infracciones las acciones y omisiones que vulneren las prescripciones de esta ordenanza y restantes normas urbanísticas de aplicación, así como las contenidas en la legislación urbanística, de protección del medio ambiente o del patrimonio histórico-artístico en su caso.

2. De las infracciones de esta ordenanza serán responsables:

- a) En primer lugar la empresa publicitaria o, en su caso, la persona física o jurídica que hubiese dispuesto la colocación del anuncio sin la previa licencia o concesión, o con infracción de las condiciones impuestas en las mismas o de los preceptos de la presente ordenanza.
- b) El titular o beneficiario del mensaje.
- c) El propietario del lugar en que se haya efectuado la instalación, cuando lo hubiera autorizado.

En todo caso para la determinación del sujeto responsable se estará con carácter general a lo dispuesto en la legislación sectorial de aplicación.

Art. 54. *Procedimiento sancionador*.—La tramitación de los procedimientos sancionadores, se sujetará a lo dispuesto en la legislación básica que afecte a la Administración Local, el Decreto 245/2000, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento para el ejercicio de la potestad sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid y supletoriamente a lo establecido en el las normativas estatales y sectoriales.

Art. 55. *Actuaciones ilegales y protección de la legalidad urbanística*.—1. Sin perjuicio de la sanción que corresponda, el Ayuntamiento podrá disponer el desmontaje o retirada de la instalación publicitaria y el restablecimiento de la realidad material alterada con la infracción. El responsable de la infracción, una vez que

se acuerde el desmontaje, vendrá obligado a la retirada del elemento publicitario en el plazo que se determine en la orden.

En caso de incumplimiento, y de conformidad con lo previsto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, se procederá a la ejecución sustitutoria a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y depósito de la instalación retirada.

2. En el supuesto de instalaciones antirreglamentarias de carteleras, carteles, rótulos, banderolas, pancartas o cualquier otro medio publicitario, sobre el suelo o vuelo de la vía pública, la autoridad municipal podrá proceder a su retirada inmediata, una vez acreditada tal invasión, notificando esta decisión al titular si fuese conocido.

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

A estos efectos, si la actuación consistiese en la implantación sin licencia de una instalación publicitaria, la autoridad competente podrá disponer su inmediato desmontaje, al no existir garantías de sus condiciones de seguridad.

4. 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 de los gastos ocasionados con el desmontaje, transporte y depósito en su caso.

Art. 56. *Tipificación de infracciones.*—Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves:

1. Son infracciones leves:

- La utilización de publicidad móvil, aérea, impresa o audiovisual de conformidad con lo previsto en el artículo 4 de la presente ordenanza.
- El estado de suciedad o deterioro de la instalación o del entorno cuando sea causado por aquella.
- El incumplimiento de los requerimientos tendentes a corregir las deficiencias advertidas en las instalaciones.
- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando puedan ser objeto de legalización posterior.
- La instalación de elementos publicitarios que habiendo obtenido la licencia oportuna no se ajusten al contenido de la misma.

2. Graves:

- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por incumplimiento de las prescripciones sobre tamaño y distancia establecidas en la presente ordenanza.
- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por ubicarse en suelos, lugares o por medios no autorizados en el artículo 8.2.
- Las infracciones calificadas como leves cuando se aprecie su reincidencia.

3. Muy graves:

- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por ubicarse en suelos, lugares o por medios no autorizados en el artículo 8.1.
- El incumplimiento de las condiciones de seguridad y solidez exigidas a la instalación y mantenimiento de los elementos publicitarios.
- Las infracciones calificadas como graves cuando se aprecie su reincidencia.

Art. 57. *Sanciones.*—Las infracciones serán sancionadas del modo siguiente:

1. Leves.

— Multa de 600 euros:

- La utilización de publicidad móvil, aérea, impresa o audiovisual de conformidad con lo previsto en el artículo 4 de la presente ordenanza.

- El estado de suciedad o deterioro de la instalación o del entorno cuando sea causado por aquella.
- El incumplimiento de los requerimientos tendentes a corregir las deficiencias advertidas en las instalaciones.

— Multa de 750 euros:

- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando puedan ser objeto de legalización posterior.
- La instalación de elementos publicitarios que habiendo obtenido la licencia oportuna no se ajusten al contenido de la misma.

2. Graves.

— Desde 750 euros hasta 15.000 euros:

- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por incumplimiento de las prescripciones sobre tamaño y distancia establecidas en la presente ordenanza.
- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por ubicarse en suelos o lugares no autorizados en el artículo 8.2.
- Las infracciones calificadas como leves cuando se aprecie su reincidencia.

3. Muy graves.

— Desde 15.000 euros hasta 30.000 euros:

- La instalación de elementos publicitarios sin licencia cuando no puedan ser objeto de legalización posterior por ubicarse en suelos o lugares no autorizados en el artículo 8.1.
- El incumplimiento de las condiciones de seguridad y solidez exigidas a la instalación y mantenimiento de los elementos publicitarios.
- Las infracciones calificadas como graves cuando se aprecie su reincidencia.

La imposición de sanciones y la exigencia de responsabilidades, se adecuarán, en todo caso, a lo establecido en la legislación estatal, autonómica y demás normativa de aplicación.

Art. 58. *Exclusión del beneficio económico y graduación de las sanciones.*—1. En ningún caso la infracción urbanística puede suponer un beneficio económico para el infractor. Cuando la suma de la multa impuesta y del coste de las actuaciones de reposición de los bienes y sustitución a su primitivo estado arroje una cifra inferior a dicho beneficio se incrementará la cuantía de la multa hasta alcanzar el montante del mismo.

2. Para graduar la cuantía de cada infracción, conjuntamente se podrán valorar, entre otras, las circunstancias siguientes:

- Grado de intencionalidad.
- La naturaleza de la infracción.
- La gravedad del daño producido.
- El grado de malicia, participación y beneficio obtenido.
- La irreversibilidad del daño producido.
- Los factores atenuantes o agravantes.
- Peligro para la salud e integridad de las personas, animales y bienes.
- La reincidencia. Se considera reincidente el titular de la actividad que hubiera sido sancionado anteriormente una o más veces por el mismo concepto en los doce meses precedentes.

Art. 59. *Compatibilidad de las sanciones.*—Cuando la misma conducta resulte sancionable con arreglo a dos o más normas, se impondrá únicamente la sanción más grave de las que resulten aplicables, o, a igual gravedad, la de superior cuantía, salvo que en ambas normas se tipifique la misma infracción, en cuyo caso, prevalecerá la norma especial.

DISPOSICIÓN ADICIONAL

Primera.—La póliza de seguro de responsabilidad civil, establecida en el artículo 42 de la presente ordenanza, deberá concertarse garantizando, al menos, los siguientes importes:

- En 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: 600.000 euros.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

En tanto en cuanto permanezcan vigentes las licencias de publicidad, concedidas con anterioridad a la entrada en vigor de la presente ordenanza, tendrán el plazo que corresponde a la vigencia de su licencia, según el artículo 24.1 de la anterior ordenanza, y, en su caso, el año de prórroga que el mismo artículo contempla para adaptarse a lo contenido en la misma si antes no caduca la licencia que posea.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

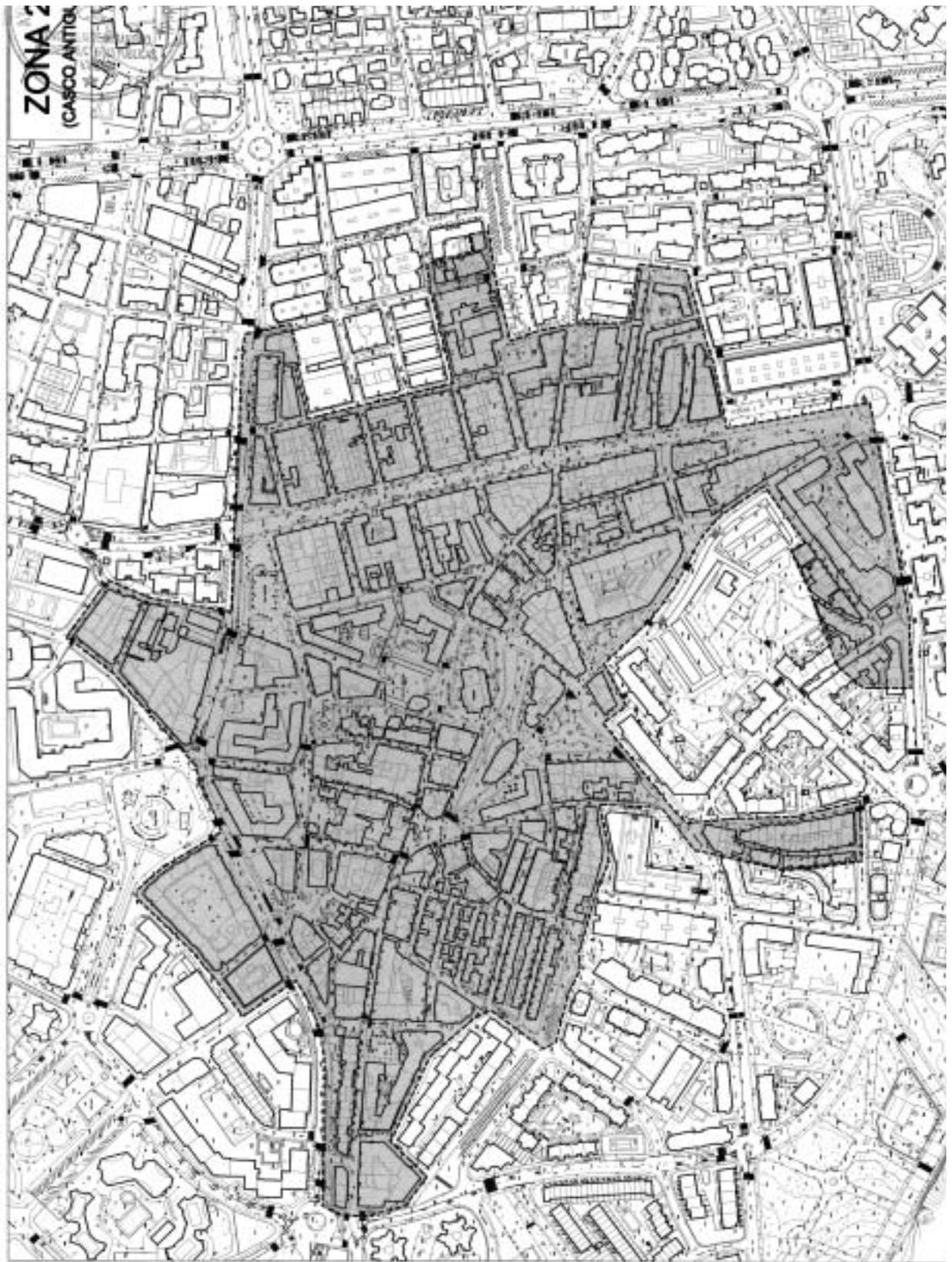
A la entrada en vigor de esta ordenanza, quedará derogada la ordenanza de reguladora de la publicidad exterior y locales comerciales aprobada por el Pleno del Ayuntamiento de Majadahonda en 2 de junio de 1986.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.—Habilitaciones para el desarrollo reglamentario y adecuación de la ordenanza.

- 1.^a Se faculta expresamente al alcalde-presidente para dictar las disposiciones de desarrollo de la presente ordenanza que resulten necesarias para la aclaración e interpretación o para su ejecución y mejor aplicación, sin que tales facultades comprendan las de modificación de la misma.
- 2.^a La promulgación y entrada en vigor con posterioridad a la vigencia de esta ordenanza, de normas con rango superior que afecten a materias reguladas en ella, determinará la aplicación automática de tales normas, sin perjuicio de la posterior adaptación a aquellas de la presente ordenanza.

Segunda.—*Entrada en vigor.*—La presente ordenanza entrará en vigor, una vez aprobada definitivamente por el Ayuntamiento, al día siguiente de la publicación de su texto completo en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.



Majadahonda, a 24 de marzo de 2006.—El alcalde-presidente, Narciso de Foxá Alfaro.

(03/8.365/06)