



## ORDENANZA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

### TITULO I. GENERALIDADES

#### CAPITULO PRIMERO: DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL

##### **ARTÍCULO 1. Objeto y ámbito de aplicación**

1.- La presente Ordenanza tiene por finalidad regular las condiciones a las cuales habrán de someterse las instalaciones y actividades publicitarias perceptibles desde las vías o espacios públicos dentro del término municipal de La Cabrera, compatibilizándolas con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la localidad, dentro del respeto y la protección, conservación, restauración, difusión y fomento de los valores artísticos, históricos, arqueológicos, típicos o tradicionales del patrimonio arquitectónico de la misma, así como de sus elementos naturales o urbanos de interés.

2.- Siguiendo lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad, modificada por la Ley 39/2002, de 28 de octubre, se entenderá por publicidad toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

3.- En el ámbito de aplicación de la presente Ordenanza se incluirá toda instalación y actividad publicitaria que, con independencia del sistema que utilice para la transmisión del mensaje, sea susceptible de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transporte y, en general, permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

4.- La presente Ordenanza será de aplicación a todas las instalaciones publicitarias, ya tengan carácter temporal o permanente y cualquiera que sea su tipo de soporte, para las cuales se requerirá la obtención de licencia urbanística.

Cuando el espacio ocupado y utilizado con carácter privativo por estas sea de dominio público será objeto de licitación pública y quedará sometido a lo previsto en la presente Ordenanza y a las condiciones que se establezcan en la concesión demanial.

Toda instalación de publicidad que suponga una utilización común especial normal de los bienes de titularidad municipal y uso público para la que se exija autorización administrativa demanial, se sujetará a las condiciones de la misma y a los preceptos de esta Ordenanza.

Las autorizaciones administrativas especiales que permitan ocupar espacios privados de uso público mediante instalaciones de publicidad deberán otorgarse de conformidad con la presente norma.

5.- La publicidad relacionada con convocatorias y procesos electorales se regulará



por la legislación del régimen electoral.

## **ARTÍCULO 2. Medios de expresión publicitaria y mensajes no autorizados**

1.- De acuerdo con lo previsto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de Publicidad no está permitida la emisión de mensajes y la utilización de medios publicitarios que atenten contra la dignidad de la persona, vulnere los valores y derechos constitucionales o promuevan el consumo de sustancias adictivas.

2.- Se prohíbe expresamente:

- a) La publicidad incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas, octavillas.
- b) La fijación de publicidad mediante carteles, pegatinas, etiquetas o similares y la realización de inscripciones o dibujos publicitarios, salvo en caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, sobre paramentos de edificios, monumentos, infraestructuras, elementos de mobiliario urbano, alumbrado, registros de instalaciones o cualquier otro servicio público. Se exceptúan de esta prohibición los elementos de mobiliario urbano previstos a tal efecto, tales como columnas de expresión libre o elementos similares.

3.- La utilización de medios publicitarios sonoros se regirá por la normativa vigente sobre protección del medio ambiente.

4.- La instalación de publicidad en vehículos auto-taxis se regulará por la normativa municipal específica.

5.- La publicidad a través de vallas transportadas o remolcadas por cualquier tipo de vehículo, en circulación o estacionado, sólo podrá ser autorizada, en su caso, cuando no se utilicen materiales reflectantes, colores o composiciones que puedan inducir a confusión con señales de circulación u obstaculizar el tráfico rodado.

## **CAPÍTULO SEGUNDO: DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS.**

### **ARTÍCULO 3. Características**

1.-El diseño y la construcción de los soportes publicitarios, tanto en sus elementos y estructuras de sustentación como en su conjunto, deberán reunir las necesarias condiciones de seguridad, estabilidad, calidad y estética.

2.- A efectos de esta Ordenanza se distinguen dos clases de soportes:

En función de los materiales utilizados y su relación con la luz pueden ser, sin que ambos grupos sean excluyentes entre sí:

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

-Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.

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



b) En relación a la luz se distingue entre:

- Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.
- Soportes iluminados: son los soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.
- Soportes luminosos o retroiluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior.

3.- Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. El saliente máximo sobre el elemento estructural o auxiliar será de 0,30 metros.

4.- En ningún caso se podrán incorporar elementos sonoros ni corpóreos a los soportes.

5.- Los soportes luminosos se ajustarán a las condiciones técnicas establecidas por la normativa sectorial y a los horarios de funcionamiento establecidos al efecto.

#### **ARTÍCULO 4. Superficies autorizables**

La superficie publicitaria autorizable vendrá definida en función del tipo de soporte tales como banderolas, muestras horizontales o verticales, trampantojos, lonas o vallas, monopostes y cualquier otro siempre que se cumplan las condiciones exigidas por la presente ordenanza; además de la zona de emplazamiento en el término municipal y de la posición en el inmueble.

Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia. Si el titular decidiera no explotar la totalidad de la superficie autorizada estará obligado a colocar, en las zonas libres de publicidad y hasta completar los límites de lo autorizado, elementos de carácter decorativo con condiciones estéticas acordes al emplazamiento.

La medición de alturas se realizará desde la rasante de la acera o terreno. En el caso de vías con pendiente se medirá desde el punto medio del soporte publicitario.

#### **ARTÍCULO 5. Protección del entorno y del patrimonio**

1.- No se autorizarán en ningún caso instalaciones que distorsionen o afecten perjudicialmente el paisaje urbano o natural, los edificios protegidos y los Bienes de Interés Cultural incluidos sus entornos declarados.

En caso de actuaciones de carácter provisional que utilicen lonas o cualquier otro elemento y que hayan de ser colocados con motivo de las operaciones de restauración de fachadas, habrá de estarse a lo establecido en la presente Ordenanza.

2.- Toda actuación que afecte a elementos catalogados o áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, deberá poner especial énfasis en su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido.



En los monumentos y jardines históricos queda prohibida la instalación de publicidad que impida o menoscabe la apreciación del bien dentro de su entorno.

Se prohíbe también toda publicidad que pueda alterar el volumen, la tipología, la morfología o el cromatismo de los inmuebles a los que hace referencia este artículo o que perturbe su contemplación.

## **TÍTULO II.- RÉGIMEN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.**

### **CAPÍTULO PRIMERO: DELIMITACIÓN DE ZONAS.**

#### **ARTÍCULO 6. Ámbitos**

A efectos de esta Ordenanza se establecen las siguientes zonas:

**Zona 1.** Suelo urbano.

**Zona 2.** Suelo rústico.

### **CAPÍTULO SEGUNDO: MODALIDADES DE PUBLICIDAD EXTERIOR.**

#### **ARTÍCULO 7. Régimen general y supuestos singulares**

Sólo se autorizarán las instalaciones publicitarias expresamente reguladas para cada una de las zonas establecidas.

Para edificios cuyo uso mayoritario sea distinto del de vivienda, será autorizable por el Ayuntamiento la instalación de elementos publicitarios singulares, bien en emplazamientos no previstos en la Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma, bajo las siguientes condiciones:

- Que las instalaciones publicitarias se integren en el proyecto arquitectónico del conjunto del inmueble.
- Que su finalidad resulte vinculada al uso previsto en el edificio.
- Que el dimensionamiento de los elementos publicitarios resulte proporcionado al propio uso previsto.
- Que el proyecto justifique expresamente la calidad de su diseño y su adecuada inserción en el paisaje urbano.
- Que no produzcan molestias a los vecinos próximos o a los usuarios de los espacios públicos.

En estos supuestos podrán señalarse en la licencia prescripciones técnicas particulares encaminadas a la mejor inserción en el paisaje urbano.

En todo caso, la vigencia de la licencia que se otorgue quedará condicionada al mantenimiento de las condiciones iniciales y de los demás requisitos específicos exigidos en la propia licencia.

#### **ARTÍCULO 8. Emplazamientos**

A efectos de esta Ordenanza se considerarán los siguientes supuestos de utilización de inmuebles como elementos de fijación del soporte publicitario:



- a) Publicidad en coronación de edificios.
- b) Publicidad en paredes medianeras y cerramientos laterales.
- c) Superficies publicitarias sobre fachadas.
- d) Superficies publicitarias en solares y obras.

### **ARTÍCULO 9. Características**

1.- Con carácter general las superficies publicitarias, iluminadas o no, deberán integrarse al máximo en el entorno urbanos donde se sitúen, tanto de día como de noche, respetando la composición y configuración de los inmueble, así como su perspectiva desde la vía pública.

2.- Los elementos publicitarios no deberán producir, tanto en los inmuebles del entorno como en la vía pública, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales de tráfico.

3.- A efectos de esta Ordenanza las paredes medianeras y los cerramientos laterales se clasifican en provisionales y consolidadas.

4.- Los elementos publicitarios no rígidos tales como lonas decoradas, banderolas y similares sólo serán autorizables con carácter temporal vinculados a la convocatoria y duración de los eventos autorizados.

## **CAPÍTULO TERCERO: DELIMITACIÓN DE ZONAS.**

### **ZONA 1.- Suelo Urbano**

#### **ARTÍCULO 10. Solares en suelo urbano**

En solares y obras situadas en suelo urbano, podrá colocarse publicidad no luminosa siempre que se ajuste a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno. Se dispondrá sobre estructuras de sustentación que se conformarán a modo de cerramiento del solar ocupando todo el frente a vía pública con una altura máxima de 6 metros.

#### **ARTÍCULO 11. Edificios en rehabilitación**

En edificios en rehabilitación podrá rotularse publicidad en los cerramientos de protección de fachadas, colocados a manera de trampantojos con límite de altura máximo el de la propia fachada pudiendo ocuparse hasta un 50 por 100 de la superficie del trampantojo en cada fachada con motivos publicitarios y el resto con motivos singulares de la composición y configuración del propio edificio o del entorno.

El Ayuntamiento podrá determinar las características de los trampantojos en edificios declarados Bienes de Interés Cultural, en sus entornos y en conjuntos históricos o artísticos de especial relevancia para la ciudad, poniendo especial énfasis en su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido.

Igualmente serán de aplicación las normas de protección establecidas es el artículo 5 de la presente ordenanza.

#### **ARTÍCULO 12. Zonas en edificios**



A efectos de colocación de elementos publicitarios en edificios se establecen cuatro zonas diferenciadas:

- Soportales, planta baja y entreplanta.
- Planta de piso.
- Coronación.
- Medianerías y cerramientos laterales.

### **ARTÍCULO 13. Soportales, planta baja y entreplanta**

En planta baja y entreplanta, original o integrada con posterioridad a la planta baja, de los edificios con uso comercial, talleres artesanales o similar y siempre que la actividad se ajuste a las Normas Subsidiarias y se disponga de las oportunas licencias, o en su caso, se haya comunicado previamente a este Ayuntamiento el cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente, se permitirá la instalación de:

a) Banderolas publicitarias, entendidas como elementos perpendiculares al plano de fachada, salvo en el interior de los soportales y columnas de los mismos. El vuelo autorizado será el establecido en las normas del Plan General con un límite máximo total de 60 cm., En cualquier caso, deberán quedar ancladas por debajo del forjado de techo de la planta baja.

El espesor máximo será de 8 cm. y su altura respecto a la rasante de la calle igual o superior a 2,20 metros.

Se realizarán en colores acordes a los del edificio, pudiendo ser únicamente luminosos el texto (Nombre y uso del local) y logotipo, que ocuparán un máximo del 20% de la superficie del elemento publicitario siendo opaca el resto de dicha superficie.

Excepcionalmente, para locales de farmacia, hospitales o servicios públicos de primera necesidad se podrán autorizar características formales y localización diferente a las referidas, que se aplicarán con carácter general para todos los establecimientos del sector.

No se permitirá más de una banderola por cada fachada del local o establecimiento. Podrán colocarse hasta un máximo de dos si se superan los 8 m. de frente de fachada o el local dispone de dos fachadas diferentes.

b) Muestras publicitarias, ancladas al paño ciego de fachada del local ocupando una superficie virtual máxima del 10 % de aquella. Podrán realizarse en letra corpórea recortada luminosa, retroiluminada o iluminada mediante proyectores, con saliente máximo respecto del plano de fachada de 8 cm. También podrán autorizarse letras luminosas corpóreas sin soporte con un frente máximo de 5 cm. o realizadas en tubo de neón, siempre con ocultación del cableado.

c) Muestras publicitarias incorporadas a la carpintería del local. Se ejecutarán dentro del hueco de fachada, incorporadas al acristalamiento de la carpintería con un saliente máximo de 2 cm. sobre este, sin ocultar la perfilería ni las particiones, y ocupando un porcentaje del 20 % de la superficie del hueco, con las mismas condiciones de color e iluminación que las banderolas. Se admiten en esta ubicación rotulaciones con letra luminosa o tubo de neón con las mismas condiciones establecidas en el párrafo anterior.



d) No se considerarán muestras publicitarias las placas de acreditación profesional o mercantil situadas colocadas en el exterior de los accesos a los edificios y cuyas dimensiones máximas sean de 0,30 x 0,30 metros y su espesor no exceda de 2cm.

En el supuesto de colocarse en número mayor de cuatro, deberán agruparse en un soporte común de dimensiones máximas 0,60 x 0,80 m. realizado en material transparente en el supuesto de edificios catalogados.

e) En los toldos y otros elementos de protección solar, que se situarán a una altura mínima de 2,20 m. sobre la rasante de la calle, podrá figurar el nombre del local comercial y el uso, ocupando como máximo una superficie del 20 % del mismo.

#### **ARTÍCULO 14. Planta de piso**

En plantas de piso se admiten únicamente rotulaciones incorporadas al acristalamiento de la carpintería sin saliente sobre este, sin ocultar la perfilería y sus particiones, ocupando un porcentaje del 20% de la superficie del hueco y en colores acordes a los del edificio.

#### **ARTÍCULO 15. Coronación**

En la coronación de edificios y en los petos de remate se prohíben con carácter general las banderolas.

#### **ARTÍCULO 16. Medianerías y cerramientos laterales**

Se prohíbe la publicidad en medianerías y cerramientos laterales salvo que forme parte de un proyecto unitario para la rehabilitación estética de la medianería o cerramiento.

El proyecto deberá ser aprobado por el Ayuntamiento y su finalidad primordial será la de conformar un mural con elementos arquitectónicos ornamentales, entre los que podrá incluirse un motivo publicitario cuyas dimensiones no superarán el 10 por 100 de la superficie total de la medianería o cerramiento, debiendo quedar incorporado en el conjunto sin desequilibrar su composición.

#### **ARTÍCULO 17. Casos singulares**

Para casos singulares con características diferentes a las reseñadas en los artículos anteriores o por motivos de interés público, el Ayuntamiento exigirá la presentación de proyectos detallados y podrá autorizar la publicidad siempre que se justifique suficientemente.

Estos proyectos comprenderán planos del conjunto de las fachadas, documentación fotográfica, detalles en color real y fotomontaje del resultado.

#### **ARTÍCULO 18. Prohibiciones**

No se permitirá manifestación de actividad publicitaria alguna:

- a) Sobre edificios calificados como monumento.
- b) En los recintos declarados jardines o sitios históricos.
- c) En las áreas que impidan o dificulten la contemplación de los edificios, áreas o recintos citados en los anteriores apartados.

#### **ARTÍCULO 19. Solares en suelo urbanizable con planeamiento urbanístico**



### **desarrollado**

En solares y terrenos sin uso, así como en la parte no ocupada de solares con uso –siempre que dicha parte no ocupada sea igual o superior al 50% de la superficie total de la parcela-, podrán instalarse soportes publicitarios no luminosos sobre el reglamentario cerramiento opaco del solar o terreno, o bien en paralelo y retranqueados sobre aquel, y luminosos fijos que se hallen a una distancia mínima de 8 m. medida perpendicularmente a cualquier edificación residencial.

En los casos en que la alineación forme esquina a dos calles, se admitirá que el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de 4 metros del vértice.

Por cada 100 m. de línea de fachada del solar o terreno se permiten 240 m<sup>2</sup> de superficie publicitaria, con una separación entre carteleras de 1,00 m. debiéndose cubrir mediante lamas o celosías los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua.

Las alturas mínima y máxima de los soportes serán de 2,20 y 6 metros, respectivamente, sobre la rasante de la vía pública y su vuelo máximo sobre la misma de 0,30 m.

### **ARTÍCULO 20. Obras de edificación**

En obras de edificación podrán colocarse soportes publicitarios siempre que se ajusten a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno. Se dispondrán sobre estructuras de sustentación que se conformarán a modo de cerramiento con una superficie máxima de 240 m<sup>2</sup> de superficie publicitaria por cada 100 metros lineales de fachada del solar o terreno.

### **ARTÍCULO 21. Edificios en rehabilitación**

En edificios en rehabilitación podrá rotularse publicidad en los cerramientos de protección de fachadas, colocados a manera de trampantojos y teniendo como límite de altura máximo el de la propia fachada, pudiendo ocuparse hasta un 50 por 100 de la superficie del trampantojo en cada fachada con motivos publicitarios y el resto con motivos singulares de la composición y configuración del propio edificio o del entorno.

Si las lonas u otros elementos publicitarios no luminosos se disponen directamente en el plano de fachada de edificios en rehabilitación, se ubicarán en los huecos de la misma, con una superficie máxima del 50 por 100 de la superficie total de huecos y adaptándose a los mismos.

## **ZONA 2.-SUELO RÚSTICO.**

### **ARTÍCULO 22. Condiciones**

Las instalaciones publicitarias en esta zona deberán ajustarse a las condiciones estéticas y medio ambientales del entorno y las luminosas no podrán ser móviles ni intermitentes.

Se requerirá, en todo caso, informe medioambiental de la Consejería que tenga atribuidas las competencias en esta materia.

### **ARTÍCULO 23. Distancias**

La distancia de las instalaciones publicitarias a las carreteras en cualquiera de sus modalidades queda regulada por la normativa sectorial de carreteras.





## **ARTÍCULO 24. Características**

Las instalaciones publicitarias tendrán una altura máxima de 10 metros desde la rasante del terreno hasta su coronación y contarán con una superficie cuya envolvente no sea superior a 16 x 6 metros, excepto los monopostes, cuya altura máxima será de 20 metros, no pudiendo ser su superficie superior a 12 x 5 metros.

## **CAPÍTULO CUARTO: RÉGIMEN JURÍDICO. OBJETO Y CLASES DE LICENCIAS Y AUTORIZACIONES.**

### **ARTÍCULO 25. Objeto**

1.- La realización de cualquier clase de instalación, actividad o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en esta Ordenanza, queda sometida a la previa obtención de licencia urbanística o de cualquier otro título habilitante necesario, así como a la presentación de comunicación previa relativa al cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente cuando sea procedente; sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

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

### **ARTÍCULO 26. Licencias urbanísticas**

1.- La actividad publicitaria queda sujeta a la obtención de licencia urbanística cuando se desarrolle mediante la instalación de cualquier tipo de soporte, ya sea con carácter temporal o con carácter permanente, así como cuando requiera por sus características constructivas o de seguridad la redacción de un proyecto técnico, con excepción de lo previsto en el artículo siguiente.

2.- Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en esta Ordenanza, en la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid

### **ARTÍCULO 27. Comunicaciones previas**

1.- Quedan excluidas de obtener licencia urbanística las instalaciones publicitarias vinculadas al ejercicio de actividades económicas recogidas en el anexo del Decreto-Ley 19/2012, de 25 de mayo, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, desarrolladas en establecimientos permanentes cuya superficie útil de exposición y venta al público sea igual o inferior a 300 m<sup>2</sup>, siempre que no tengan impacto en el patrimonio histórico-artístico ni en el uso privativo y ocupación de bienes de dominio público y supongan la realización de obras de acondicionamiento de local que no requieran de la redacción de proyecto de obra de conformidad con la Ley 38/1999, de Ordenación de la Edificación.

2.- En el supuesto previsto en el apartado anterior deberá presentarse comunicación previa relativa al cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente.



## **ARTÍCULO 28. Autorizaciones y concesiones demaniales**

1.- Las instalaciones publicitarias en dominio público estarán sujetas al otorgamiento de concesión o autorización demanial. Igualmente necesitarán autorización administrativa las instalaciones publicitarias que utilicen espacios privados de uso público. En todo caso estos supuestos se regirán, sin perjuicio de lo dispuesto en la presente Ordenanza, por las condiciones establecidas en aquellas, de conformidad con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales y el Decreto de 17 de junio de 1955 por el que se aprueba el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

2.- Para su realización las instalaciones publicitarias deberán cumplir las condiciones técnicas exigidas en esta Ordenanza o en cualquier otra norma sectorial que sea de aplicación.

## **ARTÍCULO 29. Autorizaciones especiales**

1.- Podrán autorizarse instalaciones publicitarias puntuales en báculos, banderolas, columnas de alumbrado público u otros soportes de titularidad municipal, en el caso de patrocinios de actividades culturales, deportivas u otras de singular importancia, acordados por el Ayuntamiento de La Cabrera, sus Organismos Autónomos, Entes y Empresas Municipales con otras Administraciones Públicas o con entidades o empresas privadas. En ese supuesto será preciso informe previo justificativo del servicio o unidad que haya tramitado el patrocinio, en el que se establezcan las condiciones de la explotación publicitaria en dominio público municipal con carácter temporal.

2.- Con ocasión de acontecimientos relevantes de carácter cultural, deportivo, social y otros de singular importancia se podrán realizar proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios de titularidad pública. Las proyecciones deberán contar con autorización municipal previa y en ella se establecerá el plazo máximo de duración y demás condiciones.

## **CAPÍTULO QUINTO: PROCEDIMIENTO.**

### **ARTÍCULO 30. Solicitudes**

La solicitud de licencia o autorización para la instalación de publicidad exterior, así como la comunicación previa deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente y se tramitará conforme al régimen general, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente Ordenanza o en cualquier otra normativa sectorial aplicable.

### **ARTÍCULO 31. Documentación**

Con carácter general se acompañarán a la solicitud los siguientes documentos:

a) Proyecto técnico suscrito por facultativo competente, comprendiendo memoria, planos, pliego de condiciones y presupuesto, con acreditación del cumplimiento de la



normativa técnica de la edificación reguladora de estructuras, cargas y efectos del viento y, en su caso, de la reglamentación sobre instalaciones eléctricas.

b) Plano parcelario oficial a escala 1/2.000 marcando claramente los límites del lugar donde se pretenda realizar la instalación.

c) Fotografías del emplazamiento desde diferentes ángulos y tomadas desde la vía pública, de modo que permitan la perfecta identificación del mismo, en formato mínimo de 8 x 11 centímetros.

d) En el caso de instalaciones publicitarias en plantas de piso, luminosas o iluminadas, autorización de los propietarios de viviendas que tengan huecos situados a una distancia inferior a 3 metros.

f) En el supuesto previsto en el artículo 24, relativo a la instalación de soportes publicitarios sobre el cerramiento de solares o terrenos y en caso de no estar ejecutado o presentar deficiencias dicho cerramiento, proyecto técnico correspondiente al mismo.

e) Estudio de Seguridad, cuando sea necesario por las características de la instalación.

No obstante, en los casos en que la instalación pretendida pueda calificarse como obra menor en base a los criterios contenidos en las Normas Subsidiarias, la solicitud se realizará conforme a lo establecido para dicha clase de obras en aquellas Normas, adjuntando, cuando proceda, la autorización a que se refiere el apartado d) anterior.

Cuando la instalación publicitaria sea inferior a 5 metros cuadrados, y se sitúe anclada a fachada, suelo o vía pública, se solicitará como una licencia de obra menor, adjuntando, cuando proceda, la autorización a que se refiere el apartado d) anterior.

Cuando la instalación sea superior a 5 metros cuadrados pero inferior a 10 metros cuadrados, será necesario aportar certificado de seguridad firmado por un técnico competente y visado por su colegio profesional.

Cualquier tamaño superior a 10 metros cuadrados, requerirá la aportación de los documentos señalados, así como justificante de la dirección facultativa.

### **ARTÍCULO 32. Seguro de responsabilidad civil**

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

Cuando la actuación publicitaria requiera la obtención de otras autorizaciones distintas también deberá aportarse justificante de pago y póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los posibles daños a personas o cosas durante el plazo de realización de la acción publicitaria de que se trate.

### **ARTÍCULO 33. Exacciones**

Las actividades reguladas en la presente Ordenanza estarán sujetas al pago de las



exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales.

### **ARTÍCULO 34. Vigencia**

1.- Las licencias de instalaciones publicitarias referidas o vinculadas a una actividad autorizada y ubicada en el inmueble donde se ejerza tendrán vigencia mientras se desarrolle dicha actividad y quedarán sometidas al cumplimiento continuo de los requisitos establecidos en las mismas. En caso de modificaciones en la actividad que supongan la alteración del nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de la actividad o establecimiento deberá solicitarse nuevamente la licencia, o en su caso, presentarse la correspondiente comunicación previa.

2.- Las condiciones y pliegos de contratación de autorizaciones y concesiones demaniales determinarán la vigencia de las mismas.

3.- La vigencia de la licencia para la instalación de soportes publicitarios en obras queda condicionada a la duración de éstas.

4.- El plazo de duración de las instalaciones publicitarias temporales, incluidas las proyecciones luminosas sobre paramentos opacos de edificios públicos, estará en función de la actividad o acontecimiento autorizado que promocionen.

### **ARTÍCULO 35. Modificación y extinción**

1.- Cualquier modificación de las condiciones de las instalaciones de publicidad exterior precisará de la oportuna licencia, o de nueva comunicación previa para el caso de las instalaciones publicitarias referidas o vinculadas a una actividad económica, aportando la documentación mencionada en el Capítulo Quinto del Título II.

2.- La eficacia de la licencia se extinguirá si varían las características del emplazamiento o condiciones de la instalación. En ese caso, así como en los de finalización de la vigencia de la licencia o autorización, el titular estará obligado al desmontaje a su cargo de la totalidad de los elementos integrantes de la instalación en el plazo máximo de un mes.

### **ARTÍCULO 36. Transmisión de licencias y autorizaciones**

1.- Si se pretendiera modificar la titularidad de la instalación publicitaria será necesario presentar ante el Ayuntamiento comunicación previa del cambio de titularidad pretendido.

2.- Serán transmisibles las concesiones y autorizaciones otorgadas para la ocupación o utilización del dominio público local en los términos de la legislación patrimonial de aplicación.

## **CAPITULO VI. DEBER DE CONSERVACIÓN.**

### **ARTÍCULO 37. Identificación de la instalación**

1.- Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias que utilicen soportes o estructuras fijas tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte, nombre y razón social de



la empresa de publicidad titular de la licencia, su número de registro general y municipal y el número y fecha de otorgamiento de la licencia o autorización.

2.- A tal efecto no se podrán colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los soportes.

3.- Se excluyen de esta obligación los propietarios, titulares de las licencias y de las instalaciones publicitarias así como los de las comunicaciones previas vinculadas al ejercicio de una actividad autorizada o comunicada ubicada en el inmueble donde se ejerza.

### **ARTÍCULO 38. Deber de conservación**

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

### **ARTÍCULO 39. Orden de ejecución**

1.- 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 conservarlas en las condiciones señaladas en el artículo anterior.

A estos efectos, se concederá al propietario o titular de las instalaciones publicitarias un plazo en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo.

2.- El incumplimiento de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para adoptar los procedimientos de ejecución forzosa previstos en las disposiciones aplicables.

a) Las multas coercitivas pueden imponerse hasta lograr la ejecución de lo dispuesto en las órdenes hasta un máximo de diez sucesivas, con periodicidad mínima mensual, por un importe máximo equivalente, para cada multa, al diez por ciento del valor de las obras ordenadas, sin que el importe acumulado de las multas rebase el límite del deber legal de conservación.

La cuantía y periodicidad de las multas que específicamente puedan imponerse por el incumplimiento del deber de conservación de las instalaciones publicitarias ubicadas en espacios de dominio público que hayan sido objeto de licitación se determinarán de conformidad con lo que establezcan los correspondientes pliegos de condiciones.

b) La ejecución subsidiaria de las actuaciones ordenadas, se realizará a costa del obligado, y encuentra su límite en el deber legal de conservación.

3.- Las multas coercitivas impuestas son independientes de las sanciones que se impongan por la comisión de infracciones derivadas del incumplimiento de las órdenes de ejecución, y compatibles con las mismas.

### **ARTÍCULO 40. Régimen de actuaciones inmediatas**

Si por los servicios municipales se apreciara la existencia de un peligro grave e inminente para la seguridad de las personas o los bienes se tomarán las medidas



necesarias para evitarlo, sin que sea precisa resolución administrativa previa, que se adoptará con posterioridad.

Dichas medidas serán las que técnicamente se consideren imprescindibles para evitar el peligro inmediato pudiendo consistir en apeos, apuntalamientos, desmontajes, u otras análogas, debiendo observarse el principio de intervención mínima.

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del titular de la licencia o autorización, de la empresa publicitaria, de la entidad o persona cuyo servicio o producto se anuncie.

## **CAPÍTULO VII: BASE DE DATOS PUBLICITARIOS.**

### **ARTÍCULO 41. Registro**

Con carácter informativo y a los efectos de control previstos en la presente Ordenanza, se constituirá en el servicio municipal competente un registro informatizado que será público en el que constarán las instalaciones de publicidad exterior visibles desde la vía pública existentes en el Término Municipal de La Cabrera.

No serán inscribibles las instalaciones publicitarias temporales, ni las que se sitúen en obras en curso de ejecución para indicar la clase de obra, sus promotores, constructores, directores de obra, características de la misma, ni tampoco las instalaciones de publicidad vinculadas al ejercicio de una actividad autorizada ubicada en el inmueble donde se ejerza.

### **ARTÍCULO 42. Inscripción de datos**

En el registro municipal de instalaciones publicitarias constarán los siguientes datos:

a) Número de orden otorgado, determinado por la fecha de inscripción en el registro de publicidad.

b) Razón social o nombre y apellidos del titular y C.I.F. del mismo, acreditado mediante escritura de constitución o certificado del Registro Mercantil o cualquier otro medio válido en derecho.

c) Nombre del representante legal o apoderado y N.I.F. de éste, debidamente acreditado.

d) Domicilio de la empresa publicitaria, su dirección y teléfono.

e) Beneficiario de la publicidad: nombre y apellidos o razón social y su domicilio.

f) Fecha de otorgamiento y plazo de vigencia de cada licencia o autorización de instalación publicitaria, o en su caso, fecha de la comunicación previa de la instalación publicitaria vinculada al ejercicio de actividad económica o comercial.

g) Emplazamiento de la publicidad

h) Un apartado de Observaciones, en el que se consignarán las incidencias e infracciones contra la Ordenanza de Publicidad si se produjeran



## **CAPÍTULO VIII: RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y SANCIONADOR.**

### **ARTÍCULO 43. Servicios de inspección**

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

### **ARTÍCULO 44. Protección de la legalidad**

1.- Cuando la instalación de soportes, sujetos a intervención municipal, se realice sin licencia urbanística, o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones señaladas en la misma, se adoptarán las medidas contempladas en la Ley 19/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes.

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

3.- La instalación publicitaria vinculada al ejercicio de actividad económica realizada sin haber presentado comunicación previa relativa al cumplimiento de las previsiones legales establecidas en la normativa vigente o incumpliendo las mismas supondrá la adopción de las medidas que esta disponga.

### **ARTÍCULO 45. Restablecimiento de la legalidad**

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

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

Cuando el desmontaje de las instalaciones publicitarias venga impuesta por la aplicación de la normativa vigente, la orden de retirada deberá ser cumplida por su titular en el plazo de diez días, sin perjuicio de que pueda solicitarse otro mayor cuando se aprecie considerable dificultad técnica en su ejecución y no se perjudiquen derechos de terceros.

Tanto la petición de su titular como la decisión sobre la ampliación deberán producirse, en todo caso, antes del vencimiento del plazo de que se trate. En ningún caso podrá ser objeto de ampliación un plazo ya vencido.

Transcurrido el plazo concedido al efecto sin que el responsable lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente procederá a la ejecución subsidiaria del desmontaje de la instalación publicitaria, siendo a cargo del interesado los gastos de retirada, transporte, depósito y de cuantas medidas sean adoptadas para reponer los bienes a su estado originario.

### **ARTÍCULO 46. Régimen jurídico aplicable a las infracciones**



1.- Se consideran infracciones, las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente Ordenanza, así como las que estén tipificadas y sancionadas en la Normativa Urbanística, en la del Patrimonio de las Administraciones Públicas y en la legislación sectorial correspondiente.

2.- Los actos u omisiones relacionados con la actividad publicitaria que tengan la consideración de infracciones urbanísticas quedarán sometidos a las determinaciones de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid.

3.- Cuando la actividad publicitaria utilice el dominio público municipal sin la previa adjudicación o autorización administrativa, sin ajustarse a su contenido o para fines distintos de los que las motivaron, se aplicará el régimen sancionador previsto en el Título IX de la ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas. Cuando la actividad realizada afecte al dominio público especial será de aplicación el régimen sancionador contemplado en la normativa sectorial, atendiendo al principio de coordinación en el ejercicio de las competencias sancionadoras concurrentes de las distintas Administraciones Públicas.

#### **ARTÍCULO 47. Acto independiente**

A los efectos de lo establecido en el artículo anterior tendrá la consideración de acto independiente sancionable cada acción u omisión separada en el tiempo o en el espacio que resulte contraria a lo dispuesto en la Ordenanza o en la normativa de aplicación, siendo imputables las infracciones a las personas físicas o jurídicas que resulten responsables de las mismas.

#### **ARTÍCULO 48. Clasificación de las infracciones**

1.- Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora del Patrimonio de las Administraciones Públicas se clasifican de conformidad con lo previsto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, y en cuantas leyes sectoriales especiales sean de aplicación.

2.- La clasificación de las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se encuentra regulada en la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid.

3.- Será de aplicación cualquier otra clasificación de las infracciones que pueda venir impuesta por el incumplimiento de la legislación sectorial vigente.

#### **ARTÍCULO 49. Sujetos responsables**

Serán sujetos responsables de las infracciones, las personas físicas o jurídicas promotoras de las actuaciones publicitadas que realicen las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ordenanza y cuantos aparezcan como tales en la normativa de aplicación.

#### **ARTÍCULO 50. Sanciones**

1.- Las infracciones derivadas del incumplimiento de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, se sancionarán de conformidad con las siguientes multas:





- a) Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de hasta 10 millones de euros.
- b) Las infracciones graves con multa de hasta un millón de euros.
- c) Las infracciones leves con multa de hasta cien mil euros.

2.- Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán, en aplicación del artículo 227 de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid.

3.- Si fuese de aplicación legislación sectorial más específica se estará a lo dispuesto en esta respecto al régimen de sanciones imponibles.

#### **ARTÍCULO 51. Graduación de las sanciones**

Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá a las siguientes circunstancias agravantes o atenuantes, sin perjuicio de las que se establezcan en la legislación aplicable:

- a) La reiteración de infracciones, entendida como la comisión en el término de un año de al menos otra infracción de la misma naturaleza declarada por resolución firme.
- b) El incumplimiento de los requerimientos municipales.
- c) La intencionalidad del infractor.
- d) La intensidad de la perturbación ocasionada en la utilización de los servicios y espacios públicos y sus elementos.
- e) La localización según la zonificación establecida en el artículo 6.
- f) El posible beneficio económico del infractor.
- g) La reparación del daño causado antes del inicio del procedimiento sancionador o la dificultad para reponer los bienes afectados al estado anterior a la comisión de la infracción

#### **ARTÍCULO 52. Prescripción de las infracciones y sanciones**

Las infracciones y sanciones prescribirán en aplicación de la normativa aplicable de acuerdo con su naturaleza jurídica.

#### **ARTÍCULO 53. Procedimiento sancionador**

Los procedimientos administrativos sancionadores se tramitarán de conformidad con lo establecido en la legislación general sobre el ejercicio de la potestad sancionadora.

#### **DISPOSICION TRANSITORIA: Régimen y adecuación de las licencias**

- 1.- Las instalaciones publicitarias que, a la entrada en vigor de esta Ordenanza,



AYUNTAMIENTO DE  
LA CABRERA  
(MADRID)  
www.lacabrera.es

cuenten con licencia municipal podrán mantenerse, si se ajustan a las condiciones conforme a las cuales les fue concedida, hasta la finalización de su plazo de vigencia.

En caso contrario, dispondrán de un plazo de dos meses para adaptarse a los preceptos de la misma, si antes no se extingue la licencia que posean.

Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen establecido en esta Ordenanza.

2.- En todo caso, si se solicitase durante dicho periodo cualquier modificación en la licencia o autorización, incluido el cambio de titularidad, será preceptiva la adaptación de la instalación a las determinaciones de esta Ordenanza.

### **DISPOSICION FINAL**

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

Aprobada por acuerdo del Pleno de fecha 12 de julio de 2016 Publicada en el BOCM N° 308, de 23 de diciembre de 2016
---

Art. 31, modificado por acuerdo del Pleno de fecha 21 noviembre 2017 Publicada en BOCM nº 26, de 31 enero 2018
--