

### III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

#### AYUNTAMIENTO DE

**12****GALAPAGAR**

## ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

El Pleno de este Ayuntamiento, en la sesión ordinaria celebrada el 30 de noviembre de 2010, aprobó definitivamente la ordenanza reguladora de la publicidad exterior y las actividades publicitarias.

Un certificado del acuerdo y el texto de la ordenanza fue remitido a la Administración General del Estado y a la Comunidad de Madrid a los efectos del artículo 65 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, sin que se hubiera recibido ninguna comunicación dentro del plazo de quince días establecido en el artículo citado.

En ejecución del acuerdo plenario se dispone la publicación del texto íntegro de la ordenanza para su entrada en vigor, de acuerdo con el artículo 70 de la Ley 7/1985, de 2 de abril.

Régimen de recursos.—Contra la aprobación definitiva de la ordenanza reguladora de la publicidad exterior y las actividades publicitarias, por tratarse de una disposición de carácter general, cabe interponer un 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 al de la publicación del texto íntegro en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, de acuerdo con lo que disponen los artículos 107 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, del Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y 10, 25 y 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

#### ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y LAS ACTIVIDADES PUBLICITARIAS

Documento para aprobación definitiva

Título I: Disposiciones generales

## Artículo 1.- Competencia y objeto

1.- Esta Ordenanza se dicta en ejercicio de las potestades normativa y de autoorganización que el artículo 4 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local atribuyen a los municipios

2.- El objeto de esta Ordenanza es:

- a)- Regular las condiciones a que deberá sujetarse la publicidad instalada o efectuada en el dominio público municipal o perceptible desde el mismo
- b)- Regular las condiciones de ejercicio de las actividades publicitarias exteriores.
- c)- Establecer el procedimiento a seguir para la obtención de las licencias y autorizaciones municipales
- d)- Fijar el régimen sancionador de las conductas que supongan una infracción de los preceptos aprobados

## Artículo 2.- Definiciones

A efectos de esta Ordenanza se entiende 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.

### Artículo 3.- Ámbito de aplicación y exclusiones

1.- Esta Ordenanza se aplicará al término municipal de Galapagar y se concreta en todas las actividades publicitarias que se ejercen en el mismo y en las distintas modalidades que se regulan.

2.- Esta Ordenanza no será de aplicación a:

- A) Las placas indicativas de dependencias públicas, centros de enseñanza, hospitales, clínicas, dispensarios, farmacias o instituciones benéficas o actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas.
- B) Las placas indicativas de actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso de los edificios o junto a ellas, 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, así como cualquier anuncio de características similares.
- D) Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble y razón, colocadas en el mismo, con una superficie máxima de 0,50 metros cuadrados.
- E) Las vallas y carteles de información de las obras en ejecución que hagan referencia a la propia obra.
- F) Las instalaciones publicitarias situadas sobre soportes que puedan considerarse como piezas del mobiliario urbano, tanto si se trata de concesiones municipales como de actuaciones directas del Ayuntamiento.
- G) También se encuentran excluidas de esta regulación las vallas o soportes audiovisuales que, con carácter permanente instale el Ayuntamiento para información municipal, social, cultural o deportiva, así como para campañas institucionales de carácter temporal.
- H) Queda excluida, a su vez, la propaganda electoral en periodos de Campaña Electoral legalmente establecidos, que se regirá por lo dispuesto en la normativa electoral.

3.- No están sujetas a esta Ordenanza las actividades que carezcan de naturaleza publicitaria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, cuando se efectúen en la vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares.

### Artículo 4.- Modalidades de publicidad

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

- A) Publicidad estática: Tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas, tales como carteleras, soportes y vallas de publicidad exterior, visible o instalada en el dominio público municipal y perceptible desde el mismo.
- B) Publicidad móvil: Aquella que sea autotransportada o remolcada su soporte por vehículo a motor.
- C) Publicidad aérea: Tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con avionetas, globos o dirigibles.
- D) Publicidad impresa: Tendrá esta consideración la que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada.
- E) Publicidad audiovisual: Tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos eléctricos o electrónicos.

### Artículo 5.- Aspectos tributarios

Todos los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales fijadas en las Ordenanzas Fiscales reguladoras de la Tasa por el otorgamiento de licencias urbanísticas y del Impuesto Sobre Construcciones, Instalaciones y Obras, respectivamente, con la excepción de las situadas en dominio público municipal sometidas al régimen de concesión, que estarán sujetas a lo dispuesto en sus correspondientes pliegos.

### Artículo 6.- Publicidad en la vía pública

La publicidad en la vía pública se considerará según los casos, uso común especial o uso privativo de aquélla, según se determina en la legislación vigente de régimen local.

Artículo 7.- Prohibiciones y limitaciones generales.

1.- No se permitirá la colocación de publicidad ni el ejercicio de actividades publicitarias de cualquier clase en los siguientes lugares:

A) Sobre o desde los monumentos declarados como Bienes de Interés Cultural de conformidad con el artículo 19 de la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español.

B) En los entornos de los monumentos declarados como Bienes de Interés Cultural, no se permitirá publicidad alguna en tanto no haya recaído la preceptiva autorización de la Administración competente para la ejecución de la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español.

C) En las zonas arqueológicas que hayan sido declaradas como tales de acuerdo con la normativa sectorial correspondiente o en aquellas sobre las que se hubiera incoado un procedimiento para su declaración no se permitirá publicidad alguna en tanto no haya recaído la preceptiva autorización de la Administración competente.

D) En los edificios catalogados por el planeamiento municipal por su interés arquitectónico y monumental, salvo los que, con carácter restringido, se autoricen previo informe favorable de los servicios técnicos competentes por la materia 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.

E) Sobre o desde los templos, cementerios, estatuas, monumentos, fuentes, edificios, arbolado, plantas, jardines públicos y recintos anejos 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 por la materia y que tengan por objeto la colocación de rótulos que pretendan difundir el carácter de los mismos.

F) En los lugares en que pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante.

G) En aquellas áreas o sectores que puedan impedir, dificultar o perturbar la contemplación de los edificios o conjuntos enumerados en los anteriores apartados A), B), C) y D).

H) Cuando su instalación perjudique las perspectivas urbanas y sobre las aceras de las fincas ajardinadas destinadas por el planeamiento para parques y jardines.

I) En los pavimentos de las calzadas o aceras o bordillos, aunque sea parcialmente y en los terrenos adquiridos o cedidos para vías o espacios libres públicos, sin perjuicio de lo establecido en la concesión demanial que en su caso determine el Ayuntamiento.

J) Suspendidos sobre la calzada de las vías públicas.

K) Con elementos sustentados o apoyados en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público, salvo lo previsto en la presente ordenanza.

L) 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.

M) En las zonas afectadas por las leyes de carreteras del Estado y autonómica.

N) En edificios donde se incoe el expediente de declaración de ruina o se declare la misma, asimismo en edificios que el planeamiento general declare en situación de fuera de ordenación.

Ñ) En aquellas zonas o espacios en los que disposiciones especiales lo prohíban de modo expreso.

2.- Queda en todo caso prohibido el lanzamiento de propaganda gráfica en la vía pública.

3.- No se autorizarán en ningún caso, aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

4.- Tampoco se autorizarán:

A) 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.

B) Los anuncios reflectantes y los constituidos de materias combustibles en zonas de abundante vegetación o de especies aisladas de consideración.

5.- Queda prohibido el ejercicio de la actividad publicitaria que utilice a la persona con la única finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de atención, así como la publicidad de tabaco y artículos para el fumador, bebidas alcohólicas, así como aquellas que atenten contra los principios y valores éticos, morales y constitucionales.

## TÍTULO II: MODALIDADES DE PUBLICIDAD Y SOPORTES PUBLICITARIOS

## Capítulo 1.- Publicidad estática

Artículo 8.- Modalidades de publicidad estática.

Dentro de la publicidad estática se establecen las siguientes modalidades:

- a. Vallas publicitarias
- b. Monopostes publicitarios
- c. Carteles
- d. Banderolas y Pancartas
- e. Rótulos

## Sección 1ª.- Vallas publicitarias

Artículo 9.- Vallas y monopostes publicitarios

1.- 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.

Se consideran monopostes publicitarios, aquellas instalaciones destinadas a publicidad que cuenten con un elemento vertical de sustentación y que, por razón de su estructura, precisan de una especial cimentación y de un cálculo de estructura para su implantación sobre el terreno.

2.- Las dimensiones máximas de la superficie publicitaria para las vallas no superarán los 3,50 metros de altura y 8,50 metros de longitud incluidos marcos y fondo máximo de 0,30 metros, que podrá ampliarse hasta 0,50 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 0,50 metros del plano de la cartelera.

Las dimensiones máximas de la superficie publicitaria para los monopostes publicitarios no superarán los cinco (05) metros de altura y diez (10) metros de longitud.

3.- 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.

4.- Las vallas y monopostes publicitarios deberán guardar entre si una separación mínima de 500 metros. En el caso de vallas y monopostes situados a ambos lados de una vía de circulación, se aplicará un contrapeado de 250 metros.

5.- El fuste de los monopostes publicitarios no podrá tener una altura superior a los 15 metros y la superficie publicitaria no podrá exceder de 50 metros cuadrados por cada una de las caras.

6.- En todo caso, la instalación de vallas publicitarias y monopostes publicitarios deberá realizarse procurando su integración en el entorno y la reducción del impacto visual generado.

Artículo 10: Vallas y monopostes publicitarios en dominio público.

La instalación de vallas y monopostes publicitarios en dominio público se realizará mediante el otorgamiento de una licencia par uso común especial o mediante el otorgamiento de una concesión demanial, de acuerdo con lo previsto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y en el Reglamento de Bienes de las entidades locales (RD 1372/1986, de 13 de junio),

La licencia para uso común especial podrá realizarse mediante licitación, de acuerdo con lo que dispone el artículo 77 del Reglamento de Bienes de las Entidades locales.

Artículo 11.- Vallas y monopostes publicitarios en dominio privado perceptibles desde la vía pública.

Sólo podrán instalarse vallas y monopostes publicitarios en dominio privado en los siguientes lugares, y en todo caso con sujeción a las condiciones generales establecidas en el artículo 9:

A) Suelo urbanizable

En el suelo urbanizable no sectorizado la instalación de vallas y monopostes publicitarios sólo podrá autorizarse cuando lo permita la normativa urbanística, en atención al régimen de usos propio de esa clase y categoría de suelo, así como la normativa sectorial estatal y autonómica que sea de aplicación.

En el suelo urbanizable sectorizado que cuente con desarrollo pormenorizado la instalación de vallas y mono postes publicitarios se ajustará al régimen de usos que establezca el correspondiente instrumento de desarrollo.

En el suelo urbanizable sectorizado que no cuente con desarrollo pormenorizado, la instalación de vallas y monopostes publicitarios se ajustará a lo que dispone la normativa urbanística y sectorial de aplicación

La instalación se realizará con sujeción a las siguientes condiciones:

- a) La superficie publicitaria de una agrupación de vallas publicitarias no superará 50 metros cuadrados.
- b) La superficie publicitaria máxima para los monopostes publicitarios será de 100 m<sup>2</sup>, a razón de un máximo de 50 m<sup>2</sup> por cada una de las caras
- c)- La longitud máxima de proyección del grupo de vallas publicitarias en planta será de 17 metros lineales.
- d) La altura del límite superior de las vallas publicitarias, medida desde la rasante del terreno sobre el que se instalen, no podrá sobrepasar 9 metros lineales, y en el caso de los monopostes publicitarios, los 20 metros lineales.
- e) La distancia entre agrupaciones de vallas publicitarias y monopostes publicitarios no podrá ser inferior a 500 metros.
- f)- No se permitirá la instalación conjunta de monopostes y vallas publicitarias

B) Suelo urbano:

Como norma general, podrán instalarse vallas publicitarias y monopostes publicitarios en suelo urbano cuando estos usos no estén expresamente prohibidos por la correspondiente ordenanza de zona y de acuerdo con las condiciones establecidas en esta Ordenanza.

No se autorizará la instalación de monopostes publicitarios en suelos urbanos cuyo uso predominante sea residencial. En el resto de suelos urbanos, la autorización de la instalación de monopostes se realizará con sujeción a las condiciones generales establecidas en esta Ordenanza.

Estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

- a)- Vallas publicitarias en medianeras de edificios
- b)- Vallas y monopostes publicitarios en Solares sin edificar o que cuenten con una edificación que haya sido declarada en ruina
- c)- Vallas publicitarias en vallados de protección y andamios de obras

a) Vallas publicitarias en medianeras de edificios.

Será susceptible la autorización de 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 que cuente con un régimen de protección derivado de la normativa sectorial o de los instrumentos de planeamiento municipal

Las manifestaciones publicitarias sobre medianeras, realizadas con tratamientos superficiales de carácter duradero (pintura o elementos similares) se autorizarán con las mismas limitaciones que las vallas publicitarias.

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.

b)- Vallas y monopostes publicitarios en solares no edificados.

Los propietarios de solares deberán mantenerlos vallados conforme a lo previsto en las normas de aplicación. Podrá autorizarse la instalación de vallas y monopostes publicitarios en solares no edificados, o que cuenten con edificaciones que hayan sido declaradas en ruina, con las siguientes condiciones:

- a).- Las vallas publicitarias deberán instalarse en la alineación de los solares y sobre su cerramiento, no pudiendo sustituir a éste.
- b).- La altura máxima de la parte superior de la cartelera será de 7,50 metros medidos desde la rasante de la calle, para las vallas publicitarias, y de 20 metros para los monopostes publicitarios, no permitiéndose vuelo alguno sobre la vía pública.
- c).- Las vallas publicitarias podrán disponerse en grupos que no superen la dimensión máxima establecida (8,50 metros).
- d).- La superficie publicitaria de los monopostes publicitarios no podrá ser superior a los 100 metros cuadrados
- e).- La separación entre las vallas publicitarias y los edificios colindantes deberá ser como mínimo de 2 metros, debiendo tratarse ésta de igual forma que la separación entre las vallas. Si el edificio colindante estuviera catalogado la separación entre vallas y éste será igual a la altura de la valla.
- f).- La vigencia de la licencia quedará limitada con carácter general al comienzo de la edificación.

c) Vallas publicitarias en vallas de protección y andamios de obras.

- a).- Podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias sobre las vallas de protección de obras de nueva planta o rehabilitación integral de edificios, siempre que conlleven la desocupación total del inmueble en el curso de las obras, no pudiendo sustituir en ningún caso a las vallas de protección.
- b).- Las condiciones de implantación serán las mismas que para las vallas publicitarias en solares.
- c).- Podrá autorizarse la instalación de vallas publicitarias adosadas a andamios fijos de obras de nueva planta o rehabilitación integral de edificio, siempre que conlleven la desocupación total del inmueble en el curso de las obras, en las mismas condiciones que las vallas publicitarias en solares.

C) Suelo no urbanizable de protección:

No se permitirá en esta clase de suelo la instalación de vallas ni monopostes publicitarios.

#### Sección 2ª.- Carteles, banderolas y pancartas

Artículo 12.- Carteles.

1.- 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.

2.-Se prohíbe toda fijación de carteles sobre edificios, muros, vallas de cerramiento o cualquier otro elemento visible desde la vía pública con excepción del mobiliario urbano que contando con autorización municipal, admita superficie destinada a la instalación de esta modalidad publicitaria y en aquellos sitios indicados y diseñados especialmente para esta finalidad por el Ayuntamiento.

Artículo 13.- Banderolas y pancartas.

1.- Son elementos publicitarios de carácter efímero, realizados sobre telas, lonas, plásticos o paneles.

2.- Las banderolas sólo podrán instalarse en:

- A) Medianeras de los edificios y en soportes de alumbrado público y otros elementos que cuenten con la autorización municipal durante los periodos electorales a cargos públicos. En todo caso, cada candidatura vendrá obligada a retirar los elementos publicitarios subsistentes una vez concluido el periodo electoral. De no hacerlo en el plazo de 10 días, lo harán los servicios municipales, previo el oportuno requerimiento a costa de aquélla.

B) En fachadas de edificios íntegramente comerciales, por motivo de ventas extraordinarias, podrán autorizarse excepcionalmente y por un periodo no superior a dos meses, que deberán ser retirados en un plazo máximo de 10 días, transcurridos los cuales lo harán los servicios municipales a costa del responsable, sin perjuicio de las responsabilidades administrativas a que hubiere lugar.

C) En fachadas de edificios públicos.

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

4.- Las pancartas podrán autorizarse excepcionalmente, en aquellos lugares de la vía pública que se señalen durante periodos de elecciones, en fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.

En estos casos serán de aplicación las siguientes normas:

A) 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.

B) 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 cinco metros de altura sobre la calzada.

C) Las pancartas deberán retirarse por los propios titulares de la licencia dentro de los diez días siguientes a la terminación de la campaña electoral o de las fiestas populares, en su caso. De no hacerlo, se retirarán por el personal del Ayuntamiento a costa de los titulares de la licencia.

5.- En andamios de obras y durante la ejecución de éstas, 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% de su superficie a mensajes publicitarios.

### Sección 3ª.- Rótulos

#### Artículo 14.- Rótulos

Se consideran rótulos los anuncios, fijos o móviles, por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada, tela o cualquier otra materia que asegure su larga duración.

Asimismo, tendrá la consideración de rótulos:

A) Los carteles que se hallen protegidos de cualquier forma que asegure su conservación, entendiéndose que cumplen esta condición los que se fijen en lugares a propósito, con la debida protección, para su exposición durante quince días o periodo superior y los que hayan sido contratados o permanecieren expuestos por los mismos plazos y con similar protección.

B) Los anuncios luminosos, iluminados y los proyectados en pantalla o por rayo láser, fijos o móviles.

#### Artículo 15: Rótulos en dominio público

Sólo se permitirá la instalación de rótulos en dominio público mediante régimen de concesión como consecuencia de un procedimiento de licitación convocado por el Ayuntamiento y regulado por los pliegos de condiciones que se establezcan al efecto.

#### Artículo 16: Rótulos en dominio privado perceptibles desde la vía pública situados en suelo no urbanizable y suelo urbanizable

Sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

A) En suelo no urbanizable de protección no se permitirá la instalación de rótulos publicitarios.

B) En el suelo urbanizable sólo podrán instalarse rótulos cuando así lo permita la normativa urbanística, los instrumentos de ordenación urbanística vigentes y las normas sectoriales aplicables.

Artículo 17.- Rótulos en dominio privado perceptibles desde la vía pública situados en suelo urbano.

Estos elementos sólo podrán instalarse en los siguientes lugares:

- A) Rótulos en locales de planta baja o en planta primera cuando no existan vuelos en ella y se encuentre incorporada visualmente a la planta baja por el tratamiento unitario de la fachada.
- B) Rótulos en locales de plantas superiores.
- C) Rótulos en coronación de edificios.
- D) Rótulos en toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada.
- E) Rótulos en muros, cercos, vallas y espacios libres.

Artículo 18.- Rótulos en locales de planta baja y primera incorporada a la baja.

1.- Éstos podrán clasificarse de dos maneras:

a)- Rótulos adosados a fachada.

En los que se admitirá un vuelo máximo de 0,30 metros. Los rótulos comerciales adosados a fachada deberán diseñarse de forma integrada dentro del límite material de la propia fachada del comercio o local al que corresponda, ajustándose, como criterio general, a la estructura de los huecos de la fachada y siendo necesario el uso de materiales que se integren en el propio entorno ambiental de la zona y en el valor arquitectónico del edificio.

b)- Rótulos en bandera.

Los rótulos en bandera tendrán como saliente máximo el de 1 metro del voladizo admisible para el edificio según lo dispuesto en las Normas Urbanísticas del instrumento de planeamiento general en vigor, teniendo en cualquier caso como límite máximo 1 metro y siempre que quede la proyección de su punto más saliente sobre la acera a una distancia mínima de 0,40 metros de la calzada. Si se instalan en calles peatonales deberán ser corregidas estas dimensiones en función del acceso de vehículos de emergencia.

Los rótulos en bandera no podrán rebasar en su altura la fachada del local o comercio en el que están instalados. El fondo total del anuncio no podrá superar los 0.3 metros.

2.- Aquellos rótulos que sean luminosos o en bandera deberán tener su parte más baja a una altura superior a tres metros de la rasante de la acera.

3.- Se cuidará de manera especial el diseño y su integración en el entorno urbano de los anuncios que pretendan instalarse en los edificios incluidos en el catálogo

Artículo 19: Rótulos en locales de plantas superiores

Sólo serán autorizables:

- A) En edificios destinados en su totalidad a actividades comerciales diseñados originariamente para ese fin la instalación de rótulos adosados en paños ciegos de fachadas siempre que estén compuestos de letras sueltas cuya altura no sea superior a 1 metro, sin marcos de contorno y que no se sobrepongan a los huecos, antepechos de balcones y elementos arquitectónicos y ornamentales de la misma. No podrán sobresalir más de 0,30 metros del plano en el que se sitúe. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble para definir su componente terciaria, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre sus fachadas.
- B) En las fachadas ciegas o medianeras de los edificios destinados en su totalidad a actividades comerciales rótulos adosados, que no podrán rebasar en sus dimensiones una tercera parte de la altura, ni la mitad de la anchura del paramento visible con un vuelo máximo de 0,30 metros del plano de la calzada. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble para definir su componente terciaria, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre sus fachadas.
- C) En fachadas de edificios destinados en su totalidad a actividades comerciales, excepcionalmente, rótulos en bandera con un saliente máximo de 1 metro desde la alineación de fachada, con una altura máxima del tercio del edificio y fondo máximo de 0,30 metros, quedando libre la planta baja y siempre que la proyección de su punto más saliente quede a una distancia mínima de 0,40 metros de la calzada. Si se instalan en calles peatonales deberán ser corregidas estas dimensiones en función del acceso de vehículos de emergencia. La rotulación será exclusiva del conjunto del inmueble para definir su componente terciaria, sin dispersión de mensajes publicitarios sobre su fachada.

Artículo 20.- Rótulos en coronación de edificios.

1.- Serán autorizables en edificios que no se encuentren en situación de fuera de ordenación, con autorización expresa de la comunidad de propietarios.

2.- La ubicación de estos rótulos será paralela al plano/s de fachada/s del edificio donde se pretendan instalar, sin que en ningún caso pueda sobresalir ningún elemento de los límites de la fachada.

3.- Habrá de componerse de letras sueltas, sin marcos de contorno y su altura no superará el décimo de la fachada, con un máximo de 3 metros. Podrán aprovecharse para su sustentación los elementos constructivos de protección de la cubierta y en ningún caso podrá existir separación entre la parte superior de éste e inferior del anuncio.

4.- No podrán instalarse en edificios de cubiertas inclinadas, excepto en aquellos ubicados en zonas calificadas como industriales por el planeamiento general. En este supuesto la altura del rótulo no podrá superar a los 3 metros.

5.- En edificios de uso exclusivo terciario comercial, la altura máxima del rótulo será de 3 metros independientemente de su altura de cornisa.

6.- No podrán instalarse rótulos en coronación de edificios cuando alguno de sus colindantes estuviera catalogado como protegido o Bien de Interés Cultural.

Artículo 21.- Rótulos en toldos, marquesinas y elementos eventuales de temporada.

Sólo se admitirán rótulos o mensajes publicitarios en toldos y marquesinas cuando se encuentren incorporados a su propia configuración, no debiendo ser elementos independientes adosados o superpuestos.

Artículo 22: Rótulos en muros, cercos, vallas y espacios libres.

No se admitirá en ninguno de estos casos la instalación de rótulos.

#### Capítulo 2.- Otras modalidades de publicidad

Artículo 23.- Publicidad móvil.

Se entenderá por publicidad móvil aquella que se realice con un elemento remolcado o en vehículo especialmente diseñado para ella.

Este tipo de publicidad será autorizable siempre que cuente con el informe favorable de la Policía Local y no se efectúe mediante estacionamiento o aparcamiento del vehículo o remolque.

Artículo 24.- Publicidad aérea.

Será susceptible de utilizar publicidad aérea en las siguientes modalidades:

- A) Con aviones o dirigibles según la legislación vigente en la materia.
- B) 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 podrá autorizar en casos excepcionales (fiestas populares, etc.) la instalación de globos cautivos o estáticos.

Artículo 25.- Publicidad impresa

1.- Se autorizará el reparto de publicidad impresa en los siguientes casos:

- A) Por motivo de fiestas populares y en acontecimientos de interés ciudadano.
- C) Cuando se efectúe en la entrada del local comercial, así como por Asociaciones de Comerciantes.

2.- 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 ésta.

Artículo 26.- Publicidad audiovisual.

1.- 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 Ley 37/2003 de 17 de noviembre del Ruido, el RD 1367/2007 de 19 de octubre por el que se desarrolla aquella en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisión acústica, el Decreto 78/1999 de 27 de mayo de La Comunidad de la Comunidad de Madrid y la Ordenanza general de protección del medio ambiente urbano (BOCM de 17-9-92).

2.- Las proyecciones fijas o animadas perceptibles desde la vía pública con fines publicitarios se denegarán cuando la previsible aglomeración de público o de vehículos pueda obstruir la circulación de peatones por la acera o la de vehículos por la calzada.

### TÍTULO III: RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS AUTORIZACIONES DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD Y SU PROCEDIMIENTO. NORMAS GENERALES.

Artículo 27.- Del procedimiento para la obtención de la licencia o autorización

1.- Están sujetos a la previa licencia o autorización municipal, la ejecución de las instalaciones precisas para la realización de los actos de publicidad exterior y transmisión de mensajes publicitarios, cualquiera que sea el procedimiento utilizado para la transmisión y difusión de estos mensajes publicitarios, con independencia de la titularidad pública o privada de la instalación.

2.- 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 puertas de acceso o junto a ellas.

B) Las placas indicativas de actividades profesionales colocadas sobre las puertas de acceso o junto a ellas, 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.

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 0,50 metros cuadrados.

Artículo 28.- Titularidad de las licencias

1.- 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.

2.- 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 público 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.

## Artículo 29.- Solicitud y documentación

1.- La solicitud para la obtención de la licencia a que se refiere esta Ordenanza y sin perjuicio de las autorizaciones que procedan por otras Administraciones públicas competentes, en su caso, será preceptivo, según las distintas modalidades de publicidad, se presentará en el Ayuntamiento acompañada de la siguiente documentación:

A) Solicitud debidamente cumplimentada, junto con los documentos que acrediten las facultades de representación cuando el solicitante no actúe en su propio nombre, sino en el de una persona jurídica o de otra persona física.

B) Proyecto suscrito por técnico competente y visado por el Colegio Profesional que corresponda, que necesariamente contendrá:

1) Memoria justificativa en la que se acredite la adecuación del elemento a instalar a la presente Ordenanza, no incurriendo en ninguna de las prohibiciones señaladas en su articulado.

2) Memoria descriptiva del o de los elementos a instalar especificando dimensiones, sistema de montaje y cimentación 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.

3) Planos de situación (escala mínima 1:1.000), emplazamiento en el solar, edificio, etc. (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).

4) Mediciones y presupuesto.

5) Fotografías a color, tamaño mínimo 13 x 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.

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.

C) Autorización de la propiedad del edificio, local o parcela y en su caso acuerdo de la Comunidad de propietarios.

2.- 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 las letras A), B) y C) del apartado anterior.

B) En rótulos: los requisitos siguientes:

1) En aquellos rótulos cuya superficie sea inferior a cuatro (04) metros cuadrados, sólo serán exigibles las letras A), B.5) y C) del apartado 1 de este artículo.

2) En aquellos rótulos cuya superficie sea igual o superior a cuatro (04) metros cuadrados, será exigible lo indicado en las letras A), B) y C) del apartado 1 de este artículo.

C) En banderolas: serán exigibles las letras A), B.1), B.2), B.3), B.5) y C) del apartado 1 de este artículo.

D) En pancartas en andamios de obra: los requisitos indicados en las letras A), B) y C) del apartado 1 de este artículo.

E) En rótulos con iluminación: Independientemente de su superficie, serán exigibles las letras A), B.5), B.6) y C) del apartado 1 de este artículo.

F) En Publicidad móvil: Cuando la actividad publicitaria se realice mediante vehículos destinados a tal fin, además de lo indicado en las letras A) y C) del apartado 1 de este artículo, los solicitantes de la correspondiente autorización deberán acompañar a la misma, el permiso de circulación del vehículo, ficha técnica I.T.V. y croquis de la instalación, sin perjuicio de aquellos otros documentos que en atención a las características específicas de las instalaciones se consideren necesarios por la Policía Local en orden a garantizar la seguridad del tráfico rodado y peatonal.

G) En Publicidad aérea: Se aportará la documentación que exija la legislación específica aplicable. En el caso de globos cautivos o estáticos, se acompañará además certificado de técnico competente sobre características y cualidades y lo expresado en la letra B) del apartado 1.

H) En los supuestos anteriores, si además la instalación ha de situarse en zonas forestales o su proximidad, deberá ser informada previamente por el Servicio de Prevención y Extinción de Incendios y Salvamento.

3.- En el caso de vallas publicitarias, rótulos en plantas superiores de edificios, excluida la planta baja 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, con una cobertura mínima por riesgo de 600 mil euros. En caso de no disponer de la póliza en el momento de la presentación, o de tener la suscrita una cobertura inferior, el solicitante deberá presentar una proposición de seguro por parte de la entidad aseguradora, que implique el compromiso de suscripción de la póliza en los términos indicados en esta Ordenanza.

4.- 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 apartado 1.B) de este artículo, siendo suficiente la aportación de un 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.

Artículo 30.- Vigencia, eficacia u caducidad de las licencias.

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, éste será con carácter general el siguiente:

A) Las vallas publicitarias, rótulos superiores de edificios, excluida la planta baja y rótulos en coronación de edificios, tres años de vigencia.

B) Para el resto de los soportes publicitarios se 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 subrogue en los derechos de éste, deberá proceder al desmontaje y retirada de la instalación en el plazo máximo de 30 días.

2.- 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.

3.- De la revocación de las licencias.

Las autorizaciones para instalaciones publicitarias caducarán y quedarán sin efecto cuando se cumpla en plazo por el que hubiesen sido otorgada o cuando se incumplan las condiciones generales y especiales a que hayan quedado sujetas, deberán ser revocadas y podrán serlo cuando concurran las circunstancias enumeradas 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 demolicie 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.

#### TÍTULO IV: INSTALACIONES PUBLICITARIAS EN BIENES DE TITULARIDAD MUNICIPAL DOMINIO PÚBLICO: USO PÚBLICO Y SERVICIO PÚBLICO.

Artículo 31.- Lugares susceptibles de instalar elementos publicitarios

1.- El órgano municipal competente podrá señalar los lugares en los que podrán instalarse elementos con fines publicitarios, así como fijar las características de las expresadas instalaciones. A tal fin se aprobará un plano o proyecto de delimitación de los espacios públicos destinados a la instalación de elementos publicitarios.

La ocupación de la vía pública para la instalación de elementos de publicidad podrá autorizarse mediante licencia de uso común especial o bien mediante concesión demanial, de acuerdo con el Reglamento de Bienes de las entidades Locales

2.- La autorización para la explotación de dichos medios publicitarios podrá comprender sólo la utilización de aquellos que hubiese instalado el Ayuntamiento o además, la construcción e instalación de los mismos, los cuales podrán en su caso revertir al municipio una vez finalizada la concesión.

Artículo 32.- Soportes susceptibles de albergar elementos publicitarios.

1.- Sólo se admitirá que las instalaciones destinadas a prestar servicios públicos en las vías públicas de la ciudad puedan servir de elemento sustentador de actividades publicitarias en:

A) Indicadores callejeros especialmente establecidos sobre soportes propios, instalados por la empresa concesionaria. El ayuntamiento fijará, en cada caso, en el correspondiente pliego las condiciones mínimas que deban reunir los letreros rotulados de las vías públicas para asegurar su perfecta visibilidad.

B) En cualquier otro destinado a la información ciudadana.

2.- Los pliegos, con arreglo a los cuales se conceden dichas concesiones, determinarán, además de las dimensiones, lugares en que hayan de instalarse y restantes condiciones que, en cada caso, procedan, los porcentajes de reserva de espacio que deberán quedar a disposición del ayuntamiento para los avisos o anuncios que estimara conveniente.

3.- Con independencia de lo preceptuado en los números anteriores, 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.

4.- También podrán instalarse elementos publicitarios en los refugios y marquesinas y postes de paradas de autobuses y en las cabinas telefónicas, previa autorización, sujeta a las condiciones que en su caso imponga el Ayuntamiento.

5.- Los anuncios de kioscos autorizados mediante concesión administrativa, se registrarán por lo que dispongan los respectivos pliegos de condiciones.

6.- En los restantes kioscos, no se admitirá ningún tipo de manifestación publicitaria en la parte superior del kiosco o por encima de su cornisa o remate. Únicamente será autorizable la instalación de carteles publicitarios debidamente protegidos e incorporados a las fachadas o paramentos del mismo e integrados en su diseño.

## TÍTULO V: RÉGIMEN SANCIONADOR

Artículo 33.- Concepto de infracción.

1.- Son infracciones las acciones y omisiones que vulneren las prescripciones de esta ordenanza, La ley del suelo de La Comunidad de Madrid, las contenidas en las normas urbanísticas de Galapagar y en el resto de normas urbanísticas estatales y autonómicas.

2.- A los efectos de lo establecido en el apartado anterior, tendrá la consideración de acto independiente sancionable cada actuación separada en el tiempo o en el espacio que resulte contraria a lo dispuesto en la Ordenanza, siendo imputables las infracciones a las personas físicas o jurídicas que resulten responsables de tales acciones u omisiones.

3.- No se podrá imponer sanción alguna sin previa tramitación de expediente al efecto de conformidad con lo dispuesto en 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 sin perjuicio de la adopción de las medidas cautelares que se pudieran acordar

3.- En el supuesto de que la instalación antirreglamentaria de carteleras, carteles, rótulos y demás modalidades publicitarias supongan ocupación de vía pública en planta o vuelo, la Autoridad Municipal podrá proceder a su retirada, una vez acreditada tal invasión, sin que haya derecho a reclamar por los posibles daños que pudiera sufrir la instalación publicitaria y sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.

4.- 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.

5.- Por excepción, cuando como consecuencia del desarrollo de actividades de carácter itinerante o esporádico, y en general, de vigencia temporal reducida, se realicen campañas publicitarias con manifiesta infracción de lo dispuesto en esta ordenanza, se establece el siguiente procedimiento:

A) Requerimiento al infractor para que en el plazo de 24 horas proceda a la retirada de banderolas, pancartas o cualquier otro medio por el que se lleve a cabo este tipo de campaña.

B) En caso de no ser retirados tales elementos en el plazo concedido lo llevará a cabo el Ayuntamiento inmediatamente a costa del infractor, sin perjuicio de proseguir la tramitación del expediente con audiencia del interesado hasta su normal resolución e imposición de la multa si así procediere.

Artículo 34.- Responsables.

De las infracciones de esta Ordenanza serán responsables solidarios:

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 hay efectuado la instalación, cuando lo hubiera autorizado.

Artículo 35.- Clasificación de las infracciones

1.- Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

2.- Se considera infracción leve:

A) El estado de suciedad o deterioro de las carteleras o de sus elementos de sustentación, siempre que no afecte a sus condiciones de seguridad y estabilidad, así como el deterioro de su entorno próximo, cuando sea como consecuencia directa de la actividad publicitaria.

B) Cualquier otra contravención a lo dispuesto por esta Ordenanza que no sea constitutiva de infracción grave o muy grave.

3.- Se consideran infracciones graves:

A) El incumplimiento de las órdenes municipales sobre corrección de las deficiencias advertidas en las instalaciones.

B) La reincidencia en la comisión de infracciones leves en una o varias instalaciones durante el plazo de un año.

4.- Se consideran infracciones muy graves:

A) La instalación de soportes publicitarios sin licencia municipal o sin ajustarse a las condiciones de la misma. A los presentes efectos, tendrá también la consideración de instalación de carteleras la colocación total o parcial de elementos de sujeción o estructuras de sustentación de las carteleras publicitarias, aun cuando no existan éstas.

B) El estado de suciedad o deterioro de los soportes publicitarios o de sus elementos de expresión, cuando afecte a sus condiciones de seguridad y estabilidad.

C) La comisión de tres infracciones graves en el plazo de dos años.

Artículo 36.- Sanciones.

1.- Las infracciones a que se refiere el artículo anterior serán sancionadas de la siguiente forma:

a) Las infracciones leves, con multa de hasta QUINIENTOS (500) EUROS.

b) Las infracciones graves, con multa de hasta MIL (1.000) EUROS y/o la revocación de la licencia.

c) Las infracciones muy graves, con multa de hasta MIL QUINIENTOS (1.500) EUROS y/o la revocación de la licencia.

2.- Para graduar la cuantía y alcance de las sanciones a imponer se atenderá a la naturaleza de la infracción, grado de intencionalidad, reincidencia y circunstancias concurrentes en los hechos denunciados.



Artículo 37.- Graduación de las sanciones

Las sanciones se graduarán de conformidad con los criterios a que se refieren los artículos 131 de la Ley 30/1992 de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común l.

Disposición transitoria

Los titulares de licencias de publicidad que concedidas con anterioridad a la entrada en vigor de la presente Ordenanza y que contravengan lo en ella dispuesto, vendrán obligadas a adecuarse a sus determinaciones en el plazo de un veinticuatro (24) meses desde su entrada en vigor. Transcurrido dicho plazo sin que se hubieran adaptado a las determinaciones establecidas en esta ordenanza las licencias caducarán y deberán retirarse los elementos instalados.

Las instalaciones publicitarias que a la entrada en vigor de esta ordenanza no cuenten con licencia municipal deberán adaptarse a las determinaciones contenidas en esta ordenanza, previa solicitud de licencia, en el plazo de veinticuatro (24) meses a contar desde su entrada en vigor.

Disposición final

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

Galapagar, a 13 de enero de 2010.—El alcalde-presidente, Daniel Pérez Muñoz.  
(03/1.836/11)