



CONSULTA PÚBLICA PREVIA A LA TRAMITACIÓN DE LA “ORDENANZA DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS EN EL EXTERIOR”

De conformidad con lo previsto en el artículo 133 de la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones públicas, con el objetivo de mejorar la participación de los ciudadanos en el procedimiento de elaboración de normas, con carácter previo a la tramitación de la “ORDENANZA DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS EN EL EXTERIOR”, se sustanciará una consulta pública, a través de la página web municipal, en la que se recabará la opinión de los sujetos y de las organizaciones más representativas potencialmente afectados por la futura norma acerca de:

- Los problemas que se pretenden solucionar con la iniciativa. La necesidad y oportunidad de su aprobación.
- Los objetivos de la misma.
- Las posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias.

De esta manera, los vecinos, organizaciones y asociaciones que así lo consideren, pueden hacer llegar sus opiniones sobre los aspectos planteados, desde el día de publicación del presente anuncio en la página web municipal hasta el día **29 de abril de 2026**, a las 23:59 horas.

1. A través del correo electrónico (atencionciudadana@lasrozas.es).

2. En las Oficinas de Asistencia en Materia de Registro, Casa Consistorial. Plaza Mayor 1; Av. Nuestra Señora del Retamar, 16; Paseo de los Alemanes, 31, en horario de 8,30 a 14 horas, de lunes a viernes, o en el Registro telemático de documentos, hasta el límite de plazo fijado.

ANTECEDENTES DE LA NORMA:

- Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en lo relativo a la participación ciudadana en la elaboración de normas y al régimen general del procedimiento administrativo.
- Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, como referencia principal en materia de intervención urbanística, restablecimiento de la legalidad y disciplina aplicable a actuaciones realizadas sin título habilitante o al margen de sus condiciones
- Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, y la normativa patrimonial y de bienes de las entidades locales, en cuanto marco para la utilización privativa o especial del dominio público municipal y para el otorgamiento de concesiones demaniales





- Plan General de Ordenación Urbana de Las Rozas de Madrid y la zonificación municipal del suelo vigente
- Ley 37/2015, de 29 de septiembre, de carreteras
- Ordenanza municipal de actividades publicitarias en el ámbito urbano del Ayuntamiento de Las Rozas de Madrid publicada en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid nº 134, del 7 de junio de 2004.
- Ordenanza reguladora de la simplificación de la actuación administrativa para el impulso económico y modernización del Ayuntamiento de Las Rozas de Madrid”, de 16 de noviembre de 2023

PROBLEMAS QUE SE PRETENDEN SOLUCIONAR CON LA NUEVA NORMA:

Desactualización y fragmentación del marco normativo vigente. La ordenanza histórica ha cumplido una función relevante, pero su estructura y parte de sus determinaciones responden a un contexto normativo y técnico anterior. La modificación puntual aprobada en 2023 introdujo ajustes de simplificación administrativa, pero no resolvió por sí sola la necesidad de integrar en un texto coherente el régimen de control administrativo con la ordenación material de los soportes y emplazamientos.

Riesgo de disfunciones interpretativas y falta de coherencia interna. La coexistencia entre reglas antiguas, ajustes parciales y nuevas necesidades de control genera márgenes de duda interpretativa en materias como licencias, declaraciones responsables, autorización de soportes en dominio público, exigencia de proyectos técnicos o alcance del régimen disciplinario. La nueva ordenanza pretende unificar criterios y evitar lagunas o contradicciones.

Necesidad de actualizar la regulación ante la evolución de los formatos publicitarios. La publicidad exterior ha experimentado una diversificación significativa en cuanto a medios, soportes, tecnologías y formas de implantación. La aparición o generalización de sistemas electrónicos, soportes digitales, soluciones luminosas complejas y soportes singulares con componente artístico o de integración urbana exige una respuesta normativa específica, proporcionada y técnicamente precisa.

Necesidad de ordenar con mayor detalle la implantación en dominio público municipal. La utilización del suelo público para fines publicitarios exige delimitar con mayor claridad cuándo concurre uso privativo o uso común especial, cuándo procede autorización o concesión demanial, y bajo qué condiciones deben tramitarse los soportes de gran formato, los MUPI o los soportes singulares. La nueva ordenanza busca reforzar los principios de transparencia, objetividad, publicidad y control en este ámbito.

La anulación del artículo 48.b) de la Ordenanza municipal por sentencias dictadas por el Tribunal Superior de Justicia de Madrid, que han quedado firmes.





NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE SU APROBACIÓN:

La consulta pública tiene carácter previo a la redacción del texto normativo y su contenido debe reflejar los aspectos previstos en el apartado 1 del artículo 133 de la LPAC. En este caso, se han iniciado los trabajos de redacción de la nueva Ordenanza, estando muy avanzados al punto de estar redactado un borrador de la misma.

La aprobación de la norma es necesaria, además, para culminar la adaptación del régimen municipal a los cambios introducidos por la simplificación administrativa de 2023, integrando en un único texto el régimen de intervención administrativa con la ordenación sustantiva de medios, soportes y situaciones publicitarias. De este modo se facilita una aplicación homogénea, se evitan interpretaciones divergentes y se dota de mayor certeza a quienes promueven instalaciones publicitarias y a quienes deben autorizarlas, inspeccionarlas o controlarlas.

Finalmente, la aprobación es necesaria y oportuna porque dota al Ayuntamiento de herramientas más eficaces para documentar, inventariar, inspeccionar y, en su caso, reaccionar frente a incumplimientos, evitando tanto la ocupación indebida del dominio público como la proliferación de instalaciones discordantes, inseguras o contrarias al entorno.

OBJETIVOS DE LA NORMA:

a. Regular las condiciones a las que deben someterse las instalaciones y actividades publicitarias en el exterior ubicadas en el dominio público municipal.

b. Definir con mayor precisión los conceptos básicos de identificación, publicidad, publicidad direccional y publicidad artística y de integración urbana, así como clasificar de manera completa los medios y soportes publicitarios admisibles

c. Proteger el paisaje urbano, la calidad visual del espacio público, la contemplación de edificios, perspectivas y ámbitos singulares, evitando la saturación publicitaria y preservando zonas especialmente sensibles

d. Ordenar de manera expresa la publicidad en suelo de dominio público municipal, clarificando los supuestos de autorización y concesión demanial y reforzando los principios de publicidad, concurrencia, transparencia y objetividad cuando proceda

e. Reforzar la seguridad jurídica mediante la actualización de la documentación exigible, la previsión de proyectos técnicos, seguros,





fianzas, condiciones de conservación y mecanismos de inventario y seguimiento municipal

f. Mejorar la capacidad de inspección, restablecimiento de la legalidad y disciplina frente a actuaciones sin título habilitante o contrarias a la ordenanza, conectando la regulación municipal con la normativa urbanística y patrimonial aplicable

POSIBLES SOLUCIONES ALTERNATIVAS, REGULATORIAS Y NO REGULATORIAS:

Solución regulatoria parcial mediante modificaciones puntuales: Podría optarse por introducir nuevas reformas aisladas sobre la ordenanza actualmente vigente, corrigiendo determinados artículos o incorporando reglas específicas para algunos soportes. Sin embargo, esta solución resultaría menos aconsejable, dado que prolongaría la lógica fragmentaria del texto y no resolvería de manera satisfactoria la necesidad de sistematización, coherencia interna y depuración conceptual que ahora se persigue.

La alternativa más eficaz consiste en aprobar una nueva ordenanza integral que sustituya o deje sin efecto la regulación anterior incompatible, y que se complemente posteriormente con instrumentos de gestión, inventario, pliegos concesionales, criterios técnicos e instrucciones internas. Esta fórmula permite combinar seguridad jurídica, capacidad de adaptación administrativa y una mejor ordenación del paisaje y del dominio público.

En consecuencia, la solución más adecuada consiste en la aprobación de una nueva Ordenanza de Actividades Publicitarias en el Exterior, de carácter integral, actualizada y sistemática, complementada por medidas de gestión y control que faciliten su aplicación efectiva.

En Las Rozas de Madrid, al día de la fecha de la firma digital.

EL DIRECTOR GENERAL
DE LA ASESORÍA JURÍDICA MUNICIPAL,

Fdo.: Felipe Jiménez Andrés.

(documento firmado electrónicamente)

