Ordenanzas municipales

Ordenanza de Mercados Municipales, de 22 de diciembre de 2010

Versión: Última actualización publicada el 08/11/2024

Identificador: ANM 2024\132

Tipo de Disposición: Ordenanzas municipales

Fecha de Disposición: 22/12/2010

Permalinks:
- https://sede.madrid.es/eli/es-md-01860896/odnz/2011/01/14/(1)/con/20241108/spa/html
- https://sede.madrid.es/eli/es-md-01860896/odnz/2011/01/14/(1)/con/20241108/spa/pdf

Afectada por:
- Modificados artículos 6.1, 6 bis, 8, 9, 13.1, 16, 18, 19, 20, 25.1 a 25.4, 29, 31, 35.4, 39, 40, 41.2 c), 42.2 c) y disposición transitoria segunda; y añadidos artículos 18 bis, 18 ter, 37.4 i) a m), 41.2 e) a j), 42.2 d) y disposiciones adicionales tercera y cuarta por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010. ANM 2024\131
- Modificados artículos 6.1, 6.2, 7, 10.2, 13, 18.3, 18.6, 25.2, 25.3, 26.4, 27.1 y 27.5; y añadidos artículos 5.3 y 6 bis por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014. ANM 2017\103
- Desarrollada por el Decreto de 27 de abril de 2011 del Delegado del Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana, por el que se interpreta la Ordenanza de Mercados Municipales de 22 de diciembre de 2010, en relación a la superficie mínima de venta de los locales de nueva creación destinados al comercio minorista de la alimentación y sus almacenes. ANM 2011\21

Afecta a:
- Deroga Ordenanza de Mercados de Distrito, de 27 de marzo de 2003. ANM 2011\173
- Deroga Ordenanza de Centros Comerciales de Barrio, de 27 marzo 2003. ANM 2011\172
- Deroga Ordenanza Fiscal Reguladora de la Tasa por Utilización de los Mercados Municipales, de 8 de octubre de 1998. ANM 2010\114

Jurisprudencia:
- Anulado artículo 6 bis.9 por la Sentencia 774/2016 del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 16 de noviembre de 2016. ES:TSJM:2016:11942

Ordenanza de Mercados Municipales, de 22 de diciembre de 2010

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Los mercados municipales constituyen un servicio público profundamente arraigado en la cultura de los madrileños y, aunque la evolución de la distribución comercial ha atemperado su importancia como garantes del abastecimiento de la población, mantienen una relevante función como referentes del comercio tradicional de alimentos frescos y de la vida social de los barrios, que los hace merecedores de la mayor atención desde la administración municipal.

Con el objetivo de modernizar la estructura física y comercial de los mercados madrileños, el Ayuntamiento de Madrid inició en 2004 el Plan de Innovación y Transformación de los Mercados de Madrid, que ha puesto en evidencia que no sólo era necesario acometer su rehabilitación, sino también avanzar hacia un modelo de gestión adaptado al escenario económico, social y legislativo actual.

La ordenación de los mercados municipales en la ciudad de Madrid se encontraba regulada en la Ordenanza de Mercados de Distrito y en la Ordenanza de Centros Comerciales de Barrio, ambas de 27 de marzo de 2003. Estas ordenanzas, como las precedentes, han permitido la implantación de un sistema de gestión indirecta que ha conseguido crear la red de mercados municipales en régimen de concesión administrativa más amplia del Estado.

Sin embargo, la regulación anterior mantenía una importante intervención del Ayuntamiento en la gestión indirecta, estableciendo un marco relacional triangular y complejo con los concesionarios de los mercados y los usuarios de los locales, en el que, por una parte, se exigía el visado de los contratos de ocupación suscritos entre concesionarios y usuarios y, por otra parte, se disponía de facultades frente a los usuarios y a favor de los concesionarios por el incumplimiento de sus obligaciones contractuales.

En contraposición a ello, esta ordenanza surge con el espíritu de otorgar a los concesionarios mayor autonomía en la gestión del servicio, dotándoles además de los medios necesarios para conseguir que dicha gestión sea más moderna, más ordenada, más eficaz y, sobre todo, más flexible. Para ello, y respetando siempre los principios de servicio público tanto para la administración municipal como para los concesionarios, la ordenanza incide en la forma de gestión indirecta a través de concesión administrativa sin renunciar a otras formas ofrecidas por el ordenamiento jurídico.

El sistema contenido en esta ordenanza unifica las anteriores denominaciones de Mercado de Distrito y Centro Comercial de Barrio bajo el concepto de Mercado Municipal, como establecimiento en el que se presta el servicio público de mercado y clarifica la posición jurídica de los distintos operadores que participan en su gestión. El Ayuntamiento principalmente establece la relación jurídica con los concesionarios. Este es un punto esencial de la ordenanza. Lo cual no impide que el Ayuntamiento pueda intervenir en otros aspectos para garantizar una adecuada prestación del servicio público, como se recoge en el régimen sancionador.

Asimismo se produce una simplificación administrativa, suprimiendo el visado municipal de los contratos celebrados entre los concesionarios y los usuarios de los locales y se incluyen criterios en la selección de candidatos al inicio de la concesión, en el ánimo de promover una libertad de concurrencia, cuyo objetivo último es proporcionar a los clientes productos y servicios de calidad a precios asequibles.

Por otra parte, la regulación de los mercados debe adecuar su contenido a las nuevas disposiciones legales que ha incorporado la reciente normativa comunitaria sobre el libre acceso a las actividades de servicio para la consecución de un auténtico mercado interior.

La Ordenanza de Mercados Municipales se estructura en cuatro títulos y consta de cuarenta y dos artículos, dos disposiciones adicionales, dos disposiciones transitorias, una disposición derogatoria, dos disposiciones finales y dos anexos.

El Título I, denominado «Disposiciones generales», incluye el régimen jurídico, las condiciones técnicas y el funcionamiento de los mercados, tanto para mercados de gestión directa como de gestión indirecta. Este título incorpora como novedad el denominado Documento de Condiciones Técnicas, en el que deben recogerse las condiciones generales de diseño, imagen, calidades y acabados de los locales. Además, clarifica, con respecto a las ordenanzas anteriores, el régimen de usos cualificados, alternativos y compatibles de los mercados de acuerdo con el Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997, facilitando la implantación de actividades culturales, educativas, deportivas, de salud y bienestar social, que contribuyan a la mejora de la oferta de servicios al consumidor.

El Título II, «Gestión directa del servicio de mercado» se limita a recoger esta posibilidad, aunque sin desarrollarla, por ser una modalidad que actualmente no emplea el Ayuntamiento de Madrid. Para esta forma de gestión, la ordenanza remite a una posterior regulación, si ésta fuera necesaria.

El Título III, denominado «Gestión indirecta del servicio de mercado», regula las modalidades de la gestión indirecta, estableciendo con carácter general el modelo de concesión administrativa sin renunciar a otras formas de gestión indirecta. En él se recogen importantes novedades sobre las relaciones entre los concesionarios y los usuarios, dotándolas de mayor dinamismo, variedad y flexibilidad, aspectos imprescindibles para la adaptación de la organización interna de los mercados municipales al desarrollo continuo del sector de la distribución. Así mismo se regulan en él otras cuestiones como el régimen económico, la conservación y mejora, la promoción y publicidad, las obligaciones de los concesionarios, entre las que destaca la dirección del mercado a través de una gestión profesionalizada, y la supervisión de la gestión por parte del Ayuntamiento.

El Título IV, titulado «Régimen sancionador», ha optado por establecer un cuadro de infracciones y sanciones dirigido a corregir aquellos comportamientos que alteren el correcto funcionamiento del servicio público. Conforme al principio de responsabilidad, podrán ser sancionadas las personas físicas o jurídicas que cometan las infracciones, extendiéndose esta responsabilidad tanto a concesionarios como a usuarios de locales y a sus empleados o dependientes.

Finalmente, el texto incorpora dos disposiciones transitorias para posibilitar la aplicación de esta ordenanza a los contratos de concesión administrativa y a los contratos de adjudicación de locales celebrados con anterioridad a su entrada en vigor y para regular las diferentes situaciones jurídicas a que puede dar lugar este nuevo texto.

La presente Ordenanza se dicta al amparo del artículo 31 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid que habilita al Ayuntamiento para promover toda clase de actividades y prestar todos los servicios públicos que afecten al interés general de los ciudadanos. El Ayuntamiento de Madrid ostenta la competencia en materia de abastos y mercados, de conformidad con los artículos 25.2 g) y 26.1 b) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

TÍTULO I

Disposiciones generales

CAPÍTULO I

Objeto y régimen jurídico

Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación*.

Es objeto de la presente ordenanza establecer el régimen jurídico básico del servicio público de los mercados municipales de la ciudad de Madrid.

Artículo 2. *Régimen jurídico*.

1. La gestión del servicio público de los mercados municipales se ajustará a lo establecido en la presente ordenanza, en la legislación vigente en materia de régimen local, en la de patrimonio de las Administraciones Públicas, en la de contratos del sector público y en las demás normas que resulten de aplicación.

2. Será de aplicación a la materia objeto de regulación de la presente ordenanza el resto de disposiciones normativas municipales en todo lo que no contradigan o se opongan a ésta.

Artículo 3. *Definiciones*.

A los efectos de la presente ordenanza se entiende por:

a) Servicio público de mercado municipal: La actividad de servicio que la administración presta a los ciudadanos, directa o indirectamente, para asegurar el abastecimiento de artículos de consumo alimentarios y no alimentarios.

b) Mercado municipal: Establecimiento de servicio público, gestionado directa o indirectamente por el Ayuntamiento, que integra un colectivo de locales de comercio al por menor y otros servicios, que comparten la utilización de espacios e instalaciones de uso común.

c) Local: Unidad comercial o de servicios situada dentro del recinto del mercado, con o sin salida directa al exterior y con independencia de su instalación permanente o temporal.

d) Concesionario: Persona física o jurídica que asume a través de la adjudicación de un contrato administrativo, la responsabilidad de la gestión de un mercado municipal a su riesgo y ventura.

e) Usuario: Persona física o jurídica que ejerce la actividad de comercio o servicios en un local de un mercado municipal.

f) Órgano competente: Órgano municipal que ostenta las competencias en materia de mercados municipales de acuerdo con las disposiciones vigentes.

CAPÍTULO II
Condiciones técnicas

Artículo 4. *Documento de Condiciones Técnicas*.

Los mercados municipales dispondrán de un Documento de Condiciones Técnicas, de obligado cumplimiento, en el que se recogerán las condiciones generales de diseño, imagen, calidades y acabados de los locales.

Artículo 5. *Identificación del mercado municipal*.

1. En las fachadas de los mercados municipales figurará la denominación oficial del mercado y la imagen corporativa del Ayuntamiento de Madrid.

2. También podrá figurar en la fachada la marca «mercados de Madrid» y rótulos de identificación de locales.

3. Igualmente, previa autorización del órgano competente, podrán instalarse en la fachada banderolas, lonas u otros soportes que permitan dar a conocer las actividades y actos de promoción, comunicación y publicidad que los concesionarios realicen dentro del mercado.

Añadido artículo 5.3 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 6. *Áreas y actividades del mercado municipal*.

1. Los mercados municipales podrán contar con las siguientes áreas y actividades:

a) Área de servicio público de mercado, destinada al ejercicio de actividades consideradas uso cualificado de mercado destinadas a asegurar el abastecimiento de la población, entre las que se incluyen:

1.º Locales destinados al comercio minorista de artículos de consumo alimentarios, con o sin degustación, y no alimentarios, en cualquier formato.

2.º Zonas y pasillos para la prestación del servicio destinados al uso exclusivo de los comerciantes o del personal del mercado.

3.º Zonas comunes accesibles al público para el tránsito y espera y descanso de los clientes.

4.º Zonas comunes destinadas a eventos y a las actividades de degustación y consumo de alimentos comercializados en los locales de comercio minorista de alimentación y en los locales de hostelería. Estas zonas podrán contar con la instalación de elementos de mobiliario que faciliten el ejercicio de estas actividades y eventos.

b) Áreas de servicios e instalaciones comunes que deberán contar con los elementos constructivos, instalaciones, sistemas y equipos necesarios para garantizar el servicio de mercado conforme a lo dispuesto en la normativa que resulte de aplicación. En estas áreas se integrarán los vestuarios y los servicios de personal de uso compartido por los distintos locales integrados en el mercado y los servicios públicos, así como, en su caso, las oficinas del mercado.

c) Áreas de apoyo al servicio público de mercado destinadas a la prestación de actividades tales como gestión centralizada de envíos a domicilio, consignas, almacenaje o similares.

d) Área de apoyo al servicio público de mercado destinadas al desarrollo de actividades de gestión de servicios administrativos, técnicos, financieros, de información o similares, vinculadas a la prestación de dicho servicio.

e) Áreas destinadas a servicios terciarios recreativos correspondientes a la categoría de establecimientos para consumo de bebidas y comidas, como bares, restaurantes, cafeterías o similares.

f) Áreas destinadas a servicios terciarios distintos de los especificados en los párrafos a) y e) que contribuyan al desarrollo y correcto funcionamiento del mercado.

g) Áreas destinadas a actividades culturales, educativas, deportivas, de salud y bienestar social, que contribuyan a la mejora de la oferta de servicios al consumidor, entre las que se podrá incluir, siempre que lo permita la estructura física del mercado, un aula gastronómica.

h) Área de aparcamiento, dotada de infraestructura para la recarga de vehículos eléctricos.

i) Áreas o espacios cubiertos destinados al depósito de bicicletas, vehículos de movilidad urbana cero emisiones y de distribución urbana de mercancías, dotados de las necesarias condiciones para su guarda y custodia.

j) Áreas preferiblemente en cubierta destinadas al aprovechamiento de energía solar.

La ubicación de estas áreas será la más favorable posible con respecto a la orientación e inclinación y se procurará que esté libre de sombras. En estas áreas se situarán preferiblemente instalaciones de autoconsumo que pudiera ser compartido con otros usos en el entorno próximo.

2. A los efectos de aplicación del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1997, en lo relativo al título 7 de sus Normas Urbanísticas, se tendrá en cuenta lo siguiente:

a) Uso cualificado servicio público de mercado: Comprende todas las actividades que posibilitan la prestación del servicio público de mercado municipal, incluyendo las actividades que se desarrollan en las áreas a que hacen referencia los párrafos a), b), c) y d) del apartado 1.

b) Usos alternativos: Comprende los destinados al uso dotacional de servicios colectivos dentro de su mismo nivel de implantación, incluyéndose las actividades identificadas en el párrafo g) del apartado 1.

c) Usos compatibles asociados: Comprende los susceptibles de implantarse según la definición y porcentajes señalados en el Capítulo 7.2 de las Normas Urbanísticas, incluidos en los párrafos e) y f) del apartado 1.

3. Salvo lo previsto en la disposición adicional primera, la superficie destinada a comercio alimentario será, como mínimo, del 35 por 100 de la superficie total, excluyendo, a efectos de este cómputo, la superficie correspondiente a servicios, instalaciones y zonas comunes del mercado y al aparcamiento.

4. El porcentaje de superficie destinada al uso alternativo en los mercados municipales será determinado en cada caso por el órgano competente en materia de gestión de mercados municipales.

Modificado artículo 6.1 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Modificados artículo 6.1 y 6.2 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 6 bis. *Actividades de degustación en el comercio minorista y degustación y consumo de alimentos en las zonas comunes de los mercados municipales.*

1. Los establecimientos del comercio minorista de la alimentación podrán realizar actividades de degustación de los productos que comercialicen en los términos y condiciones señalados en los apartados siguientes.

2. Se entiende por actividad de degustación la comercialización en los locales de comercio minorista de alimentación de alimentos o bebidas para su consumo en el propio local o en las zonas comunes del mercado habilitadas para ello sin ser ometidos a más manipulaciones que su entrega al consumidor, previo cortado, troceado, fileteado o tratamiento térmico.

3. La degustación de los productos previstos en los apartados anteriores se podrá acompañar de bebidas refrescantes, vino, cerveza, sidra, cava, champagne, cafés, chocolate o infusiones.

4. El desarrollo de la actividad de degustación no podrá contemplar atención y servicio de mesas por personal del propio establecimiento.

5. Las actividades de degustación en los locales de comercio minorista, y el consumo de alimentos en los locales de hostelería podrán realizarse en el interior de los locales, si cuentan con espacio para ello y son accesibles al público, o en las zonas comunes destinadas a facilitar las actividades de degustación y consumo de alimentos descritas en el artículo 6.1 a) 4.º, si el mercado cuenta con ellas. En este segundo supuesto se requerirá que dichas zonas o espacios comunes hubieran computado a efectos de edificabilidad, cumplan las normas de seguridad que les resulten de aplicación y cuenten con autorización del responsable o titular de la gestión del mercado.

6. En el caso de que la actividad de degustación se realice dentro de locales descritos en el artículo 6.1 a) 1.º, este deberá contar con una "zona de degustación" cuya superficie máxima, incluidos los elementos de mobiliario destinados a este fin, no podrá ser superior al 25 % de la superficie de la sala de ventas, ni superar en ningún caso los 30 m2.

7. Cuando la degustación se realice en las zonas comunes descritas en el artículo 6.1 a) 4.º, de forma compartida por diversos locales, tanto de comercio minorista como de hostelería, la superficie máxima destinada a la actividad de degustación no podrá superar el 50 % de la superficie total de las zonas comunes, con un máximo de 25 m2 por cada local destinado a las actividades descritas en el artículo 6.1 a) 1.º y 6.1 e).

8. Se entenderá por superficie destinada a la actividad de zona de degustación el área ocupada por todos los elementos de mobiliario que sirvan de apoyo para el desarrollo de la actividad de degustación propiamente dicha. Cuando para el desarrollo de dicha actividad se utilicen diversos elementos independientes, se computará la superficie del polígono imaginario que abarque todos los citados elementos.

9. *(anulado).*

Modificado artículo 6 bis por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Anulado artículo 6 bis. 9 por la Sentencia 774/2016 del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 2ª, de 16 de noviembre de 2016. ES:TSJM:2016:11942

Añadido artículo 6 bis por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 7. *Locales del mercado municipal*.

1. Los locales y sus instalaciones y equipos se ajustarán a lo establecido en las disposiciones legales vigentes que, en función de la actividad que en ellos vaya a desarrollarse, les resulte de aplicación.

2. Los almacenes y otras dependencias o instalaciones de los locales necesarias para el ejercicio de la actividad podrán estar ubicados en el área de servicios e instalaciones comunes del mercado o en el propio local.

Los locales que deban contar para el ejercicio de su actividad con servicios higiénicos para el personal o vestuarios podrán ubicarlos en el propio local o en el área de servicios o instalaciones comunes del mercado. En este último supuesto podrán ser de uso compartido con otros locales del mercado.

3. Los rótulos y carteles de los locales se ajustarán en cuanto a contenido, materiales, diseño y demás especificaciones, a lo establecido en el Documento de Condiciones Técnicas.

4. Desde el interior del mercado deberá quedar asegurada la incomunicación con los locales con salida directa al exterior del mercado cuando el resto del mercado permanezca cerrado al público.

Modificado artículo 7 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

CAPÍTULO III

Funcionamiento del mercado municipal

Artículo 8. *Reglamento de Régimen Interior*.

Cada mercado municipal dispondrá de un Reglamento de Régimen Interior, de obligado cumplimiento, en el que se recogerán las condiciones internas de funcionamiento, con especial atención a las basadas en la sostenibilidad de sus instalaciones y en las prácticas conducentes a evolucionar hacia una economía circular, de acuerdo con sus características específicas y de conformidad con lo establecido en esta ordenanza. El contenido mínimo del reglamento será el establecido en el anexo I.

Modificado artículo 8 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 9. *Horarios*.

1. El reglamento de régimen interior del mercado fijará el "horario comercial del mercado", es decir, el de apertura y cierre al público de sus instalaciones, así como los horarios de las actividades necesarias para el servicio, tales como entrada de género, limpieza, carga y descarga o retirada de basuras.

2. Con independencia del número de locales abiertos en cada momento, el horario comercial del mercado definido en el apartado 1 asegurará, como mínimo, la apertura de este de lunes a sábado, 5 horas en horario de mañana, y de lunes a viernes, y 3 horas en horario de tarde. En jornada de domingo en cada mercado su reglamento fijará, en su caso, el horario de apertura y cierre, siendo voluntario para los puestos del mismo.

3. El reglamento de régimen interior determinará asimismo los criterios para la fijación del horario de atención al público de cada uno de los locales.

Estos horarios podrán ser diferentes al horario comercial del mercado, en función de la naturaleza de las actividades, y serán ajustados al interés general del mercado y a las disposiciones legales y reglamentarias que regulen con carácter general las actividades comerciales o de servicios desarrolladas por los locales en el mercado.

4. Todos los locales del mercado deberán permanecer abiertos y atendidos, de lunes a viernes, un mínimo de cuatro días durante dos horas en el horario de mañana y un mínimo de una hora en el horario de tarde dentro del horario comercial del mercado definido en el apartado 1.

5. Los contratos de cesión suscritos entre el concesionario y los usuarios deberán especificar el horario mínimo de funcionamiento de cada local y las consecuencias de su incumplimiento, que podrán incluir la resolución del contrato por el concesionario. En los casos en los que el contrato de cesión no indique un horario específico, se entenderá de aplicación el horario comercial del mercado.

Modificado artículo 9 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 10. *Utilización de los locales*.

1. Los locales deberán destinarse únicamente al ejercicio de la actividad autorizada, sin derecho de exclusividad, pudiendo existir otros locales en el mercado destinados a la misma actividad.

2. Las autorizaciones administrativas y licencias urbanísticas o declaraciones responsables y comunicaciones previas que sean precisas conforme a la legislación aplicable, para el ejercicio de toda actividad a desarrollar en los locales deberán ser solicitadas o presentadas por los usuarios, bajo su responsabilidad y a su costa.

3. Los locales del mercado deberán permanecer abiertos y debidamente abastecidos y atendidos durante el horario comercial del mercado.

4. Las condiciones generales de utilización de los locales del mercado deberán figurar en el Documento de Condiciones Técnicas y en el Reglamento de Régimen Interior, siendo responsabilidad exclusiva de los usuarios el cumplimiento de dichas condiciones de utilización.

Modificado artículo 10.2 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 11. *Limpieza y gestión de residuos urbanos del mercado municipal*.

1. Los mercados municipales deberán implantar y documentar un plan de limpieza, de prevención y control de vectores y de gestión de residuos urbanos de acuerdo con las disposiciones legales que les sean de aplicación.

2. Las condiciones generales de limpieza, de prevención y control de vectores y de gestión de residuos urbanos figurarán en el Reglamento de Régimen Interior.

Artículo 12. *Tablón de Anuncios*.

En todos los mercados municipales existirá, a la vista del público, un Tablón de Anuncios u otro medio o soporte de información.

Artículo 13. *Utilización de espacios comunes del mercado municipal*.

1. Los espacios comunes, destinados al uso del público en general, serán gestionados exclusivamente por el concesionario y podrán utilizarse, siempre y cuando lo promueva o autorice éste, para el desarrollo de las actividades y explotación de las instalaciones que se detallan a continuación:

a) Actividades lúdicas y educativas.

b) Actividades comerciales que dinamicen el mercado.

c) Actividades recreativas y de ocio, entre otras, actuaciones musicales, presentaciones y desfiles.

d) Actividades de promoción de productos y de consumo responsable.

e) Actividades de degustación de productos a que se refiere el artículo 6 bis.

f) Instalación de mesas y sillas para el consumo de alimentos expedidos en los establecimientos del mercado, ya sea de hostelería ya sea de comercio de alimentación.

g) Actividades de venta temporal.

h) Máquinas expendedoras de productos a granel o envasados.

i) Cajeros automáticos.

j) Consignas de temperatura controlada (refrigeración y congelación) o no, para recogida de compras realizadas a distancia en los puestos del mercado y de forma accesoria otro tipo de paquetería.

Las citadas actividades e instalaciones podrán desarrollarse siempre que sean compatibles con la naturaleza de esos espacios y la sostenibilidad del mercado, no perjudiquen el medio ambiente, no afecten al normal funcionamiento del mercado ni a la seguridad de las personas o bienes y sean autorizadas o promovidas por el concesionario. Los espacios podrán ser dotados con los elementos decorativos y de mobiliario necesarios para el desarrollo de estas actividades en los términos señalados en el Reglamento de Régimen Interior.

Asimismo, el concesionario podrá habilitar zonas estanciales de uso compartido, instalar bancos o asientos con respaldo o sin él, o bien cualquier otro elemento de descanso, para el uso público en general, respetando las medidas de autoprotección y recorridos de evacuación. En estas zonas el concesionario podrá autorizar el consumo de productos comercializados en el mercado.

2. Sin perjuicio de las autorizaciones y licencias urbanísticas que se precisen, la utilización de los espacios comunes conforme a lo señalado en el apartado anterior deberá ser autorizada por el órgano competente, a solicitud del concesionario.

3. Las condiciones generales de utilización de los espacios comunes figurarán en el Reglamento de Régimen Interior.

Modificado artículo 13.1 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Modificado artículo 13 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 14. *Aparcamiento*.

1. Si el mercado municipal contara con aparcamiento, éste será objeto de explotación mediante la modalidad de rotación, pudiéndose establecer abonos limitados al horario en que el mercado se encuentre cerrado.

2. La utilización de las plazas de aparcamiento estará sujeta al pago del precio de estacionamiento, que no podrá ser superior a la tarifa vigente para los aparcamientos públicos de concesión municipal aprobada por el Ayuntamiento.

3. Se podrán reservar plazas del aparcamiento para el desarrollo de actividades necesarias para el servicio, debiendo quedar regulada dicha circunstancia en el Reglamento de Régimen Interior del mercado.

TÍTULO II

Gestión directa del servicio de mercado

Artículo 15. *Régimen de la gestión directa*.

Los mercados municipales gestionados directamente por el Ayuntamiento se regirán por las normas que en su caso apruebe el Ayuntamiento, por lo dispuesto en el título I y por las demás disposiciones legales en cuanto les resulte de aplicación.

TÍTULO III

Gestión indirecta del servicio de mercado

CAPÍTULO I

Modalidades de la gestión indirecta

Artículo 16. *Régimen jurídico*.

1. En el presente título se regula la gestión indirecta del servicio público de mercado mediante contrato de concesión de servicios, sin perjuicio de que el Ayuntamiento pueda utilizar cualquier otra fórmula de gestión indirecta que pudiera prever la legislación de contratos del sector público.

2. Los mercados municipales gestionados mediante contrato de concesión de servicios se regirán por lo dispuesto en la legislación de contratos del sector público, en la presente ordenanza, en su propio contrato y en las demás disposiciones legales que les resulten de aplicación.

Modificado artículo 16 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 17. *Gestión del servicio público*.

1. Los concesionarios garantizarán la prestación del servicio público de forma continuada, cediendo el uso de los locales del mercado municipal para el desarrollo de las actividades comprendidas en el artículo 6 y proporcionando, por sí mismos o a través de terceros, todos los servicios, suministros, instalaciones, equipos y personal necesarios para el correcto funcionamiento general del mercado.

2. El Ayuntamiento de Madrid no tendrá relación jurídico-administrativa ni laboral con el personal al servicio de los concesionarios ni con los usuarios de los locales. No obstante lo anterior y dada la naturaleza de servicio público de los mercados municipales, el Ayuntamiento podrá exigir a aquéllos el cumplimiento de las normas que regulen la prestación del servicio, sin perjuicio de la responsabilidad directa de los concesionarios.

CAPÍTULO II

Relaciones entre concesionarios y usuarios

Artículo 18. *Naturaleza y objeto de la relación entre concesionarios y usuarios.*

1. Los concesionarios están facultados para ceder a terceros el uso de los locales del mercado para el ejercicio de las actividades definidas en el artículo 6.

2. La actividad comercial en los locales del mercado podrá ser ejercida exclusivamente de forma habitual, personal y directa por el titular del derecho de uso, por su cónyuge o pareja de hecho, por los descendientes, ascendientes y demás parientes por consanguinidad o afinidad, hasta el segundo grado inclusive, y por sus asalariados, cumpliendo siempre con las correspondientes obligaciones laborales y de seguridad social.

Cuando el titular del derecho de uso sea una persona jurídica, la actividad comercial en los locales podrá ser ejercida exclusivamente de forma habitual, personal y directa por los socios de la persona jurídica, representante legal o, en su caso, por trabajadores por cuenta ajena, cumpliendo siempre con las correspondientes obligaciones laborales y de seguridad social.

Modificado artículo 18 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Modificado artículo 18.3 y 18.6 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 18 bis. *Formalización y extinción del contrato de cesión del derecho de uso entre concesionarios y usuarios.*

1. La cesión del derecho de uso se formalizará en el oportuno contrato donde se establecerán las relaciones entre ambas partes en régimen de derecho privado, sin perjuicio de las potestades administrativas de policía, sancionadoras y de defensa del dominio público que corresponden al Ayuntamiento.

2. Con carácter previo a la suscripción del contrato, toda persona física o jurídica que desee explotar un local de un mercado deberá conocer las prescripciones previstas en el reglamento de régimen interior y el documento de condiciones técnicas, que le serán entregados por el concesionario y que quedarán incorporados al contrato como parte de su contenido.

3. La duración del contrato será la libremente pactada entre los concesionarios y los usuarios, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 18 ter, sin que pueda exceder en ningún caso, incluidas las prórrogas, del plazo de vigencia del contrato de concesión administrativa celebrado entre el Ayuntamiento y cada uno de los concesionarios.

4. Extinguido el contrato de concesión administrativa por cualquier causa, el contrato de cesión del local quedará igualmente extinguido y sin efecto alguno y los usuarios quedarán obligados al desalojo y entrega del local, aun cuando no se hubiera practicado ningún tipo de requerimiento. Todo ello sin perjuicio de los efectos que la extinción por causa de resolución produzca entre el concesionario y el usuario.

No obstante, al inicio del plazo de vigencia de nuevas concesiones administrativas, el concesionario suscribirá con aquellos usuarios de la extinta concesión administrativa que así lo deseen un contrato de cesión de uso con una duración mínima del 80 % del plazo del contrato concesional, siempre que acrediten haber estado ejerciendo su

actividad hasta la fecha de extinción de la concesión anterior y obtengan una puntuación total igual o superior al 70 % de la máxima posible conforme a los criterios establecidos para seleccionar a los usuarios de los locales según lo previsto en el artículo 19.2.

5. Los concesionarios podrán establecer fianzas o garantías para el cumplimiento de las obligaciones determinadas en el contrato.

Añadido artículo 18 bis por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 18 ter. *Contratos de cesión del derecho de uso de duración máxima de un año.*

1. Los concesionarios solo podrán ceder el uso de locales a terceros por un periodo máximo de un año en los siguientes supuestos:

a) Pruebas para implantación de proyectos.

b) Desarrollo de actividades efímeras.

c) Cesión parcial del uso de los locales a uno o varios usuarios con el objeto de desarrollar puntualmente y de forma compartida, sus actividades o actuaciones.

d) Cesión de locales destinados a almacenamiento a personas o entidades que no ejerzan actividad comercial o de servicios en un local comercial del mercado.

2. La cesión de locales por un periodo máximo de un año no está sujeta al pago de la tarifa del local, sino a un precio libremente pactado entre las partes, que podrá ser superior o inferior a esta en función de la naturaleza y duración de la actividad.

En el caso de cesión parcial, si ésta se lleva a cabo simultáneamente con varios usuarios, cada uno de los usuarios responderá del pago de la parte de la cesión que le corresponda.

3. Las posibles prórrogas de los contratos de cesión referidos en el apartado 1 no podrán superar, en ningún caso, la duración total máxima de un año.

Añadido artículo 18 ter por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 19. *Selección de los usuarios*.

1. Al inicio del plazo de vigencia de la concesión administrativa los concesionarios deberán seleccionar a los usuarios de los locales. Para esta selección se tendrá en consideración la contribución a la prestación del servicio de los usuarios de los locales durante la anterior concesión, y se garantizarán los principios de objetividad, publicidad y concurrencia.

2. Los criterios de selección aplicables serán los siguientes:

a) Por el tiempo de ejercicio de la actividad durante los últimos cinco años de vigencia de la anterior concesión en el local al que se opta:

1.° Desde 1 año y un día hasta tres años, 10 puntos.

2.° Más de 3 años, 20 puntos.

b) Por la inversión realizada en el local al que se opta durante el plazo de vigencia de la anterior concesión:

1.° Desde 1 anualidad hasta 1,5 anualidades de tarifas del local al que se opta del último año de la concesión anterior, 10 puntos.

2.° Más de 1,5 anualidades hasta 2 anualidades de tarifas del local al que se opta del último año de la concesión anterior, 20 puntos.

c) Por la experiencia profesional:

Años de ejercicio de actividad en el sector del local al que se opta.

2 puntos por año hasta un máximo de 20.

d) Por la incidencia en la economía circular:

El compromiso de adopción de prácticas que incidan en la sostenibilidad y economía circular del mercado, hasta 10 puntos.

e) Por la mejora en el precio de cesión:

1 punto por cada 5 puntos porcentuales de incremento hasta un máximo de 30.

En caso de empate tendrá preferencia quien haya obtenido mayor puntuación en el criterio e).

3. Finalizada la selección prevista en los apartados 1 y 2, el concesionario podrá elegir libremente a los usuarios de los locales que hayan quedado disponibles.

4. Los concesionarios deberán comunicar al órgano competente los datos de identificación de los usuarios seleccionados, a lo largo de todo el plazo de vigencia de la concesión.

Modificado artículo 19 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 20. Condiciones de traspaso del derecho de uso por el usuario.

1. Los usuarios podrán traspasar la titularidad del derecho de uso del local siempre y cuando cuenten con la previa autorización del concesionario. El concesionario autorizará el traspaso del derecho de uso del local si se cumplen los siguientes requisitos:

a) Por parte del usuario que pretenda traspasar la titularidad de uso del local, estar al corriente del pago de sus obligaciones en cumplimiento de lo dispuesto en esta ordenanza y abonar al concesionario una anualidad de la tarifa asignada al local o el precio libremente pactado entre las partes en los casos dispuestos en el artículo 18 ter, en concepto de derechos económicos.

b) Por parte del nuevo usuario, adecuar su actividad al interés general del mercado incluyendo su contribución a la sostenibilidad y la economía circular del mercado.

2. Los cedentes y cesionarios, con conocimiento y autorización expresa del concesionario, podrán pactar el pago aplazado de los derechos de traspaso y establecer cláusulas resolutorias de las cesiones en caso de incumplimiento de los pagos.

3. Sin perjuicio de lo anterior, el contrato de concesión administrativa suscrito entre el Ayuntamiento y el concesionario podrá recoger los porcentajes o cuantías a percibir por este en concepto de derechos económicos, que podrán ser distintos a los establecidos en el apartado 1.

4. En todo caso, el nuevo titular del derecho vendrá obligado a subrogarse en los derechos y obligaciones del anterior titular de dicho derecho con respecto al contrato de cesión de uso del local debiendo figurar esta subrogación en el documento de traspaso que dé lugar al cambio de titularidad.

5. En caso de fallecimiento de los usuarios, los herederos o legatarios que continúen el ejercicio de la actividad podrán subrogarse en los derechos y obligaciones de los usuarios sin necesidad de consentimiento de los concesionarios y sin devengar derechos económicos para estos últimos.

6. Queda prohibida la cesión del ejercicio de la actividad comercial sin traspasar la titularidad del derecho de uso del local. A estos efectos, se considerará cesión del ejercicio de la actividad su realización por personas físicas o jurídicas distintas de las establecidas en el apartado 2 del artículo 18.

7. Los concesionarios deberán comunicar al órgano competente los datos de identificación del nuevo titular del derecho de uso del local.

8. Queda prohibido el traspaso de la titularidad del derecho de uso de locales cerrados durante más de seis meses, salvo causa de fuerza mayor. Transcurrido este plazo el local debe ser entregado al concesionario sin ningún coste para este, para que pueda ser comercializado de nuevo.

Modificado artículo 20 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

CAPÍTULO III
Régimen económico

Artículo 21. *Obligaciones económicas de los concesionarios*.

1. Los concesionarios de los mercados asumirán las obligaciones económicas derivadas del contrato de concesión administrativa y de la gestión del mercado, sin perjuicio de su repercusión posterior a los usuarios de los locales, conforme a lo establecido en este título y en el correspondiente contrato de concesión administrativa.

2. Constituyen gastos de gestión del mercado la totalidad de los gastos de establecimiento, conservación, mejora y explotación del mismo, así como el canon a abonar a la administración.

Artículo 22. *Retribución de los concesionarios*.

1. Constituye la retribución de los concesionarios las tarifas por el uso de los locales del mercado, así como las tarifas por la utilización del aparcamiento, si lo hubiera.

2. Se considerarán también retribuciones de los concesionarios todos aquellos ingresos que, no estando incluidos en el apartado 1, se deriven de la gestión del mercado, tales como:

a) Los ingresos obtenidos por la utilización de los espacios comunes del mercado.

b) Los importes ofertados como mejoras por los usuarios en los procedimientos de selección.

c) Los ingresos satisfechos por los usuarios en concepto de compensación de gastos correspondientes a servicios y suministros de locales, en el caso de que los mismos no fueran contratados directamente por los usuarios, por no estar individualizada su provisión.

d) El porcentaje a percibir en concepto de derechos económicos por el traspaso del derecho de uso de los locales del mercado.

e) El importe a percibir en concepto de derechos económicos por la cesión de uso de los locales, que consistirá en una anualidad de la tarifa asignada a cada local o en los precios de cesión definidos en el artículo 23.

3. Los ingresos definidos en los apartados 1 y 2 deberán ser suficientes para cubrir los gastos de establecimiento y explotación del mercado, así como el canon a abonar a la administración y el beneficio del concesionario.

Artículo 23. *Tarifas*.

1. La tarifa comprenderá los gastos comunes de conservación, mejora y explotación del mercado y, en su caso, el precio de cesión del local de acuerdo con lo establecido en los apartados 5, 6 y 7 de este artículo.

2. Los gastos comunes se determinarán en función de la totalidad de los gastos originados por el funcionamiento y gestión del mercado, detallados, sin carácter limitativo en el anexo II, y conforme a la cuota o porcentaje de participación en dichos gastos que corresponda a cada local.

3. La tarifa se pagará por mensualidades, debiendo hacerse efectiva dentro de los primeros cinco días de cada mes natural. No será necesario requerimiento previo del pago de la tarifa para que su importe sea debido y exigible.

4. Las cuotas de participación de los locales y el valor inicial de los gastos comunes del mercado serán los que se determinen en los contratos de concesión administrativa suscritos entre el Ayuntamiento y los concesionarios, y su actualización se realizará de acuerdo con lo establecido en el artículo 24.

5. El contrato de concesión administrativa suscrito entre el Ayuntamiento y el concesionario podrá recoger la posibilidad de establecer un precio de cesión de los locales, que se pagará por mensualidades, y se determinará de acuerdo con la duración de la misma, los costes de establecimiento del mercado, la duración del contrato de concesión administrativa, el canon a satisfacer al Ayuntamiento y el beneficio del concesionario establecido en el contrato de concesión.

6. En el caso de que para el ejercicio de la actividad del local sea necesario realizar una inversión adicional en el mercado, o en el local, ya sea por los concesionarios o por los usuarios, se podrá acordar un precio de cesión distinto al determinado de acuerdo con lo descrito en el apartado 5, que permita la amortización de la inversión durante el plazo de duración del contrato.

7. Siempre que así lo permitan los contratos de concesión administrativa suscritos entre el Ayuntamiento y los concesionarios, y en los términos que en los mismos se establezcan, los concesionarios y los usuarios podrán acordar un precio de cesión variable, determinado en base a la facturación de los usuarios, cuyo importe, en ningún caso, podrá ser inferior al importe determinado de acuerdo con lo descrito en el apartado 5.

Artículo 24. *Actualización de las tarifas*.

1. Las tarifas se actualizarán atendiendo a los siguientes criterios:

a) El precio de cesión se actualizará de forma automática, conforme al Índice de Precios de Consumo (Índice General, Conjunto Nacional).

b) El presupuesto de gastos comunes se actualizará de acuerdo con el incremento de los mismos, previa autorización del órgano competente o, en su defecto, de forma automática, conforme al Índice de Precios de Consumo (Índice General, Conjunto Nacional).

c) Igualmente, los gastos comunes se actualizarán de forma automática y proporcional a la actualización que experimenten los tributos y arbitrios que graven el mercado, así como las tarifas correspondientes a servicios de suministros de agua, energía eléctrica, y combustibles.

2. Las actualizaciones del presupuesto de gastos comunes que necesiten autorización previa, se solicitarán al órgano competente, acompañadas de la siguiente documentación:

a) Memoria justificativa.

b) Propuesta de presupuesto de gastos comunes.

c) Tarifas vigentes en el momento de la solicitud.

d) Previsión de ingresos en concepto de otras retribuciones del concesionario.

e) Cuenta de Pérdidas y Ganancias del ejercicio económico anterior al de la solicitud y avance de la del ejercicio en curso hasta la fecha de la solicitud.

3. Las actualizaciones automáticas conforme al Índice de Precios de Consumo se practicarán una vez cada año natural, conforme al valor del índice del mes de noviembre y con efectos desde el día primero del mes de enero siguiente, no precisándose notificación previa alguna para su efectividad.

4. Las actualizaciones automáticas conforme a la actualización de tributos, arbitrios y servicios de suministros se practicarán en el momento en que se produzcan dichas actualizaciones, no precisándose notificación previa alguna para su efectividad.

CAPÍTULO IV

Conservación y mejora

Artículo 25. *Conservación y mejora de las instalaciones del mercado municipal*.

1. Los concesionarios deberán mantener y mejorar el mercado de conformidad con lo que en cada momento y según el progreso de la ciencia disponga la normativa técnica, medioambiental, de accesibilidad y eliminación de barreras y de seguridad que resulte de aplicación. Los elementos de accesibilidad universal en general, entre los que se encuentran directorios, pictogramas, planos hápticos y cualquier elemento o tecnología que facilite la comprensión del ámbito y la orientación, deberán mantenerse permanentemente actualizados.

Los concesionarios adoptarán las medidas necesarias para lograr que el mercado sea sostenible, descarbonizado, eficiente en el uso de los recursos y competitivos. Especialmente, los concesionarios adoptarán aquellas medidas orientadas a la consecución de una alta eficiencia de sus instalaciones con un mínimo impacto ambiental, así como aquellas que fomenten la eficacia de los productos, materiales y recursos del mercado mediante el mantenimiento de su utilidad y valor el mayor tiempo posible, reduciendo al mínimo la generación de residuos.

2. Las obras que requieran la modificación de la estructura física del mercado o de los locales, así como las obras que alteren la configuración de las fachadas de los locales y de los espacios comunes del mercado que linden con pasillos comerciales, deberán ser autorizadas por el órgano competente previa solicitud del concesionario.

Una vez ejecutadas las obras, se deberá proceder a la actualización de todos los elementos que afecten a la accesibilidad universal.

3. Las autorizaciones administrativas y licencias urbanísticas o declaraciones responsables que sean precisas conforme a la legislación aplicable, para la ejecución de las obras indicadas anteriormente, se solicitarán o presentarán por los concesionarios bajo su responsabilidad.

4. Todas las obras e instalaciones que se realicen por los concesionarios y los usuarios y se incorporen estable y permanentemente a los bienes de dominio público municipal gozarán de la misma naturaleza y revertirán gratuitamente al Ayuntamiento de Madrid a la finalización del plazo de vigencia de la concesión.

5. La realización de las obras se ajustará a lo establecido en el Reglamento de Régimen Interior del mercado y no podrá alterar su normal funcionamiento, salvo en los casos en que, por las características de la obra a realizar, sea imposible cumplir esta prescripción y se autorice por el órgano competente.

6. Los usuarios quedan obligados a soportar las obras que puedan ser realizadas por los concesionarios en las instalaciones del mercado sin perjuicio del cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

Modificados artículos 25.1 a 25.4 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Modificados artículos 25.2 y 25.3 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

Artículo 26. *Conservación y mejora de los locales*.

1. Los usuarios deberán mantener el local, las instalaciones y equipos en perfecto estado de uso y conservación y de acuerdo con lo establecido en el Documento de Condiciones Técnicas, realizando a su cuenta y cargo todas las operaciones de mantenimiento, reparación, reposición y renovación necesarias para tal fin.

2. Los usuarios no podrán realizar obras en los locales sin el consentimiento de los concesionarios, expresado por escrito.

3. La realización de las obras se ajustará a lo establecido en el Reglamento de Régimen Interior del mercado y no podrá alterar su normal funcionamiento.

4. Las autorizaciones administrativas y licencias urbanísticas o declaraciones responsables y comunicaciones previas que sean precisas conforme a la legislación aplicable, para la ejecución de las obras indicadas anteriormente, se solicitarán o presentarán por los usuarios, bajo su responsabilidad y a su exclusivo cargo.

5. Todas las obras que realicen los usuarios en los locales se considerarán bienes de dominio público municipal y revertirán gratuitamente al Ayuntamiento de Madrid a la finalización del plazo de vigencia de la concesión sin contraprestación alguna. Las instalaciones tendrán idéntica consideración cuando no sean susceptibles de ser separadas del local sin menoscabo del mismo.

Modificado artículo 26.4 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

CAPÍTULO V
Promoción y publicidad

Artículo 27. *Promoción y publicidad.*

1. Las campañas de patrocinio, promoción y publicidad promovidas por los concesionarios en relación con el mercado no podrán incluir contenidos, mensajes o símbolos que puedan ser considerados denigrantes de la persona, que puedan incitar a la violencia, racismo, xenofobia o discriminación de cualquier género o que vulneren los derechos de protección de los menores o cualquier disposición vigente.

2. Con carácter previo a su desarrollo, las campañas se comunicarán al órgano competente con una antelación mínima de 15 días hábiles, pudiendo éste dar instrucciones oportunas sobre las mismas, así como ordenar su retirada, parcial o total, si no se correspondieran con lo efectivamente comunicado.

3. En todo el material promocional y publicitario figurará la imagen corporativa del Ayuntamiento de Madrid.

4. Todos los actos de promoción, comunicación o publicidad que los concesionarios realicen dentro de las instalaciones del mercado municipal, por sí mismos o en colaboración con terceros, se comunicarán al órgano competente con una antelación mínima de cinco días hábiles, pudiendo éste dar instrucciones oportunas sobre los mismos.

5. Sin perjuicio de las autorizaciones administrativas y licencias urbanísticas precisas, la colocación de rótulos de identificación de locales, banderolas, lonas u otros soportes en las fachadas del mercado, deberá ser autorizada por el órgano competente, a solicitud del concesionario.

Modificado artículo 27.1 y 27.5 por la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, de 28 de mayo de 2014.

CAPÍTULO VI

Obligaciones de los concesionarios

Artículo 28. *Obligaciones de los concesionarios*.

Son obligaciones de los concesionarios:

a) Gestionar el mercado, garantizando la continuidad de la prestación del servicio público.

b) Ordenar, contratar y controlar todos los servicios, suministros, instalaciones, equipos y personal necesarios para el correcto funcionamiento general del mercado.

c) Mantener la estructura física del mercado en las condiciones establecidas en el capítulo II del título I.

d) Elaborar el Documento de Condiciones Técnicas y el Reglamento de Régimen Interior del mercado, y velar por el buen funcionamiento del servicio, cumpliendo y haciendo cumplir las normas de funcionamiento establecidas en los capítulos II y III del título I.

e) Difundir e informar al público sobre el servicio del mercado de acuerdo con lo establecido en el capítulo V del presente título.

f) Garantizar a los usuarios de los locales el derecho a utilizar el mercado en las condiciones establecidas.

g) Permitir el libre acceso a los clientes del mercado durante el horario comercial.

h) Indemnizar por los daños y perjuicios que se causen como consecuencia de la prestación del servicio público o del uso y utilización de las instalaciones y espacios comunes del mercado.

i) Mantener y conservar el edificio del mercado y sus instalaciones en correcto estado de uso y de acuerdo con la normativa que les sea de aplicación y en los términos establecidos en el capítulo IV del presente título.

j) Someterse a la supervisión e inspección establecidas en la presente ordenanza.

k) Las establecidas en el contrato de concesión y en la normativa de aplicación.

Artículo 29. *Gestión profesionalizada*.

1. Corresponde a los concesionarios dotar a los mercados de los recursos humanos, físicos y técnicos que aseguren su gestión profesionalizada y sostenible.

2. Las personas que ejerzan esta actividad de gestión no podrán ser usuarios de locales ni asalariados de usuarios de locales en el mercado en que desarrollen su actividad y deberán acreditar documentalmente disponer de experiencia y formación en el sector comercial.

Modificado artículo 29 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

CAPÍTULO VII

Supervisión de la gestión

Artículo 30. *Control permanente de la gestión del servicio público*.

1. Los concesionarios comunicarán al órgano competente el Documento de Condiciones Técnicas y el Reglamento de Régimen Interior y, en su caso, las revisiones de los mismos, como mínimo dos meses antes de su aplicación. En dicho plazo, el órgano competente podrá imponer modificaciones a su contenido, para asegurar la adecuada prestación del servicio.

2. El Ayuntamiento de Madrid podrá supervisar en cualquier momento la gestión del servicio público de mercado.

3. Los concesionarios deberán permitir el acceso de los servicios del órgano competente a las instalaciones, oficinas y documentación relacionadas con la gestión del servicio público.

Artículo 31. *Memoria de gestión*.

1. Los concesionarios presentarán al órgano municipal competente, en el primer semestre del año, la memoria de gestión del ejercicio económico inmediatamente anterior, que contendrá, como mínimo, la relación de usuarios de los locales del mercado a 31 de diciembre, las cesiones de derecho realizadas, las bajas y vacantes de locales, las inversiones de conservación o mejora de locales, instalaciones y zonas comunes, las campañas de promoción realizadas y las utilizaciones de espacios comunes del mercado.

2. Junto a la memoria de gestión los concesionarios presentarán un informe anual sobre sostenibilidad y prácticas conducentes a evolucionar hacia una economía circular del mercado que recogerá sus diagnósticos periódicos, las actuaciones y acciones impulsadas e implementadas por el concesionario, y por los usuarios, con una valoración final de los resultados obtenidos y de los objetivos pendientes de alcanzar.

Modificado artículo 31 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 32. *Cuentas anuales*.

1. Los concesionarios presentarán al órgano municipal competente, en el primer semestre del año, las cuentas anuales del mercado del ejercicio inmediatamente anterior y, si fueran auditadas, el informe de auditoría.

2. El recibo por el órgano competente de los estados e información sobre las cuentas anuales no supondrá la admisión de su corrección o exactitud.

TÍTULO IV

Régimen sancionador

CAPÍTULO I

Inspección municipal

Artículo 33. *Acción Inspectora*.

1. El cumplimiento de la presente ordenanza queda sujeto a la acción inspectora del Ayuntamiento de Madrid, que se podrá desarrollar en cualquier momento.

2. El personal que ejerza labores de inspección podrá acceder a la totalidad de las instalaciones sin que resulte preciso realizar previo aviso, así como solicitar cuanta información y documentación resulte necesaria para el desarrollo de sus tareas.

3. Las visitas de inspección efectuadas se formalizarán en la correspondiente acta, de la que se entregará copia al interesado. Las actas realizadas por los funcionarios que ejerzan las funciones de inspección del cumplimiento de lo estipulado en la presente ordenanza gozarán de la presunción de certeza y acierto.

Artículo 34. *Sujetos responsables*.

1. Serán sujetos responsables los concesionarios y usuarios de locales, sean personas físicas o jurídicas, que infrinjan lo dispuesto en la presente ordenanza, aun a título de simple inobservancia. Dicha responsabilidad se exigirá a aquéllos respecto de las infracciones originadas por su propia conducta o la de sus empleados o dependientes.

2. Cuando la responsabilidad por la comisión de infracciones sea atribuible a varias personas, responderán éstas de forma solidaria.

CAPÍTULO II

Infracciones

Artículo 35. *Régimen general*.

1. Constituyen infracciones administrativas las acciones y omisiones que contravengan lo establecido en la presente ordenanza.

2. Las infracciones tipificadas conforme al apartado 1 serán independientes de cualesquiera otras en que pudieran incurrir los sujetos responsables en relación con cualquier otra normativa sectorial que les fuera de aplicación.

3. Cuando de la comisión de una infracción tipificada en la presente ordenanza derive necesariamente la comisión de otra u otras, se impondrá únicamente la sanción correspondiente a la infracción más grave cometida.

4. El procedimiento sancionador se regirá por lo dispuesto en la normativa básica en materia de procedimiento administrativo común y de régimen jurídico del sector público, así como en la normativa autonómica que resulte de aplicación.

5. El régimen sancionador previsto en la presente ordenanza será aplicable al incumplimiento, por los concesionarios o por los usuarios, de lo establecido en la misma, sin perjuicio de los efectos que procedan en virtud de las cláusulas de los contratos de cesión, y será compatible con la imposición a los concesionarios de las penalidades previstas en los contratos de concesión administrativa.

Modificado artículo 35.4 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 36. *Medidas provisionales*.

1. Antes de dictar resolución, por propia iniciativa o a propuesta del instructor, el órgano competente para iniciar el procedimiento podrá adoptar en cualquier momento y mediante acuerdo motivado, las medidas de carácter provisional que resulten necesarias para asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, el buen fin del procedimiento y las exigencias de los intereses generales, y evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción.

2. Las medidas de carácter provisional, que deberán ser proporcionales en cuanto a su intensidad y condiciones a los objetivos que se pretenden garantizar, podrán consistir en la suspensión temporal de obras o actividades, la prestación de fianzas, la clausura temporal de las infraestructuras afectadas o en la retirada de género o material.

Artículo 37. *Clasificación de las infracciones*.

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

2. Son infracciones leves:

a) La negligencia en la limpieza del mercado o los locales.

b) La adopción de actitudes incorrectas con el público, o con el personal de la administración del mercado.

c) La venta de productos distintos de los autorizados para cada local.

d) La colocación de envases, género u otra clase de objetos en lugares no autorizados.

3. Son infracciones graves:

a) La falta de comunicación al órgano competente del Reglamento de Régimen Interior o del Documento de Condiciones Técnicas, o de sus modificaciones.

b) La falta de presentación en el plazo establecido del informe de cuentas anuales y de la memoria de gestión del mercado.

c) La realización de campañas de promoción y publicidad, así como actos de promoción, comunicación o publicidad en las instalaciones del mercado municipal sin comunicación previa al órgano competente.

d) El ejercicio de una actividad distinta de la autorizada para el local.

4. Son infracciones muy graves:

a) El consentimiento de los concesionarios del mantenimiento de locales cerrados o deficientemente abastecidos o atendidos durante el horario de atención al público, entendiéndose como consentimiento el transcurso de un plazo de dos meses desde su conocimiento sin que se tomen las medidas oportunas para su corrección.

b) El cierre del mercado, su atención deficiente, o cualquier acción u omisión que impida a los usuarios la utilización de los locales, o de las instalaciones comunes del mercado, salvo en casos de fuerza mayor.

c) La ocupación de los locales del mercado sin la suscripción del correspondiente contrato o la formalización de contratos incluyendo cláusulas contrarias a los preceptos, obligaciones y derechos establecidos en la presente ordenanza.

d) La modificación de las tarifas sin sujeción a los procedimientos establecidos en la presente ordenanza.

e) La modificación de la estructura física del mercado, o de los locales, sin sujeción a los procedimientos establecidos en la presente ordenanza.

f) La reducción del porcentaje mínimo de comercio alimentario definido en el artículo 6.3 sin la autorización del órgano competente.

g) El incumplimiento de medidas provisionales.

h) La obstaculización de los actos de inspección o supervisión de la gestión, o la ocultación o falseamiento en la documentación presentada.

i) La cesión del ejercicio de la actividad comercial sin traspaso de la titularidad del derecho de uso del local, en los términos previstos en el artículo 20.6.

j) El consentimiento de los concesionarios de la cesión del ejercicio de la actividad comercial sin traspaso de la titularidad del derecho de uso de local en los términos previstos en el artículo 20.6, entendiéndose por consentimiento el transcurso de un plazo de un mes desde su conocimiento fehaciente sin que se tomen las medidas oportunas.

k) La alteración de la configuración de las fachadas de los locales y de los espacios comunes del mercado que linden con pasillos comerciales, sin sujeción a los procedimientos establecidos en el artículo 25.

l) Obstaculizar al concesionario las prácticas conducentes a evolucionar hacia una economía circular.

m) El consentimiento de los concesionarios del mantenimiento de locales cerrados o destinados al uso de almacén, entendiéndose como consentimiento el transcurso de un plazo de dos meses desde su conocimiento sin que se tomen las medidas oportunas para su corrección.

Rectificado error artículo 37.4 m). BO. Ayuntamiento de Madrid 29/11/2024 núm. 9770, pág. 15.

Añadido artículo 37.4 i) a m) por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

CAPÍTULO III
Sanciones

Artículo 38. *Cuantía de las sanciones*.

1. Las infracciones leves se sancionarán con multa de hasta 750 euros.

2. Las infracciones graves se sancionarán con multa entre 751 y 1.500 euros.

3. Las infracciones muy graves se sancionarán con multa entre 1.501 y 3.000 euros.

Artículo 39. *Graduación de las sanciones*.

Para determinar la cuantía de las sanciones, el Ayuntamiento de Madrid garantizará la adecuación entre la gravedad de la acción u omisión constitutiva de infracción y la sanción aplicada, considerando especialmente, de forma conjunta o separada, los siguientes criterios:

a) El grado de culpabilidad o la existencia de intencionalidad.

b) La naturaleza de los perjuicios causados.

c) La continuidad o persistencia en la conducta infractora.

d) La reincidencia, por comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme en vía administrativa.

e) El beneficio obtenido por la comisión de la infracción.

f) La subsanación posterior de los hechos, realizada antes de dictarse la resolución del procedimiento sancionador.

Modificado artículo 39 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 40. *Prescripción de infracciones y sanciones*.

Los plazos de prescripción de las infracciones y sanciones y los criterios para su cómputo serán los previstos en la legislación de régimen jurídico del sector público.

Modificado artículo 40 por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

CAPÍTULO IV

Medidas para el cumplimiento

Artículo 41. *Multas coercitivas*.

1. Previo apercibimiento se podrán imponer multas coercitivas de hasta 3.000 euros, en los términos previstos en el artículo 52 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y Régimen Especial de Madrid, y en la presente Ordenanza.

2. La multa coercitiva se impondrá como medio de ejecución forzosa de los actos que procedan para el cumplimiento de las siguientes obligaciones:

a) Las obligaciones de los concesionarios contenidas en los párrafos b), c), d), i), y j) del artículo 28.

b) La comunicación del Reglamento de Régimen Interior o el Documento de Condiciones Técnicas, o de sus modificaciones.

c) La presentación del informe de cuentas anuales, la memoria de gestión del mercado, así como el informe anual sobre economía circular.

d) Las obligaciones de conservación contenidas en los artículos 25 y 26.

e) La obligación de los usuarios prevista en el artículo 20.6.

f) La obligación de los usuarios de abonar las tarifas en plazo.

g) La obligación de los usuarios prevista en el artículo 10.3.

h) La obligación de los usuarios de colaborar con el concesionario en las prácticas conducentes a evolucionar hacia una economía circular.

i) La obligación de comunicar al órgano competente las campañas publicitarias prevista en el artículo 27.2.

j) La obligación de comunicar al órgano competente la realización de actividades de promoción, comunicación o publicidad prevista en el artículo 27.4.

3. La multa coercitiva es independiente de las sanciones que pudieran imponerse y compatible con ellas.

Modificado artículo 41.2 c) y añadido 41.2 e) a j) por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Artículo 42. *Procedimiento y cuantía*.

1. Constatado alguno de los incumplimientos señalados en el artículo 41, por el órgano competente se requerirá al sujeto infractor para que cese en su conducta. Dicho requerimiento indicará el plazo para su cumplimiento con advertencia expresa de que, en caso de no producirse, se procederá a la imposición de la multa coercitiva que corresponda y a su reiteración si es preciso.

2. En caso de inobservancia del requerimiento, se procederá a la imposición de la correspondiente multa coercitiva en la siguiente cuantía:

a) En el caso contemplado en el párrafo d) del apartado 2 del artículo 41, la multa será de 500 euros.

b) En los casos contemplados en los párrafos a) y b) del apartado 2 del artículo 41, la multa será de 1.000 euros.

c) En los casos previstos en los párrafos c), e) y h) del apartado 2 del artículo 41, la multa será de 1.500 euros.

d) En los casos previstos en los párrafos f), g), i) y j) del apartado 2 del artículo 41, la multa será de 3.000 euros.

3. Si impuesta la multa coercitiva el titular de la actividad persistiera en su conducta, se procederá a reiterarla, previo trámite de audiencia, por cuantos períodos de 15 días sean necesarios para cumplir el requerimiento, incrementándose en un 20 por 100 el importe respecto a la impuesta anteriormente, sin que pueda superarse el importe máximo de 3.000 euros por multa. La cuantía de las multas coercitivas se actualizará automáticamente tomando en cuenta la evolución anual del Índice de Precios al Consumo.

Modificado artículo 42.2 c) y añadido 42.2 d) por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Disposición adicional primera. *Mercados municipales especiales*.

Tendrán la consideración de mercados municipales especiales aquéllos que posean una superficie destinada a comercio alimentario inferior a la prevista en el artículo 6.3. Salvo lo dispuesto en dicho artículo, les será de aplicación esta ordenanza en toda su extensión.

Los mercados municipales únicamente podrán adquirir esta cualidad mediante Decreto del titular del Área de Gobierno competente en materia de mercados municipales y cuando así lo justifiquen razones de interés público, de acuerdo con las características y necesidades económicas y sociales del mercado y su zona de influencia.

Disposición adicional segunda. *Personal habilitado para la inspección*.

Podrá ejercer labores de inspección el personal funcionario que el órgano competente habilite para ello.

Disposición adicional tercera. *Lenguaje no sexista.*

En cumplimiento del artículo 14.11 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en aquellos casos en los que esta ordenanza utiliza palabras de género masculino para referirse a

personas, se entenderán referidos de forma inclusiva tanto al género femenino como al masculino, de acuerdo con los criterios establecidos por la Real Academia Española.

Añadida disposición adicional tercera por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Disposición adicional cuarta. Protección de datos de carácter personal.

En el marco de esta ordenanza serán objeto de especial protección los datos personales contenidos en la información que use el Ayuntamiento de Madrid y su sector público institucional, garantizando en todo caso los derechos inherentes a la protección de los datos personales, para lo cual se establecerán las medidas de seguridad que impidan cualquier trazabilidad personal no amparada por la finalidad o el consentimiento.

Con carácter general se estará al cumplimiento del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo y de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, especialmente en lo que respecta a los principios de protección de datos, legitimación de los tratamientos, derechos de las personas afectadas, protección de datos desde el diseño y por defecto, encargados de tratamiento, brechas de seguridad y medidas de seguridad acordes al ENS resultantes de la realización de los correspondientes análisis de riesgos y, en su caso, evaluaciones de impacto.

Añadida disposición adicional cuarta por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Disposición transitoria primera. *Plazo de adaptación*.

En el plazo de un año a contar desde la entrada en vigor de la presente ordenanza, los concesionarios de los mercados municipales del Ayuntamiento de Madrid deberán adaptarse a las determinaciones contenidas en la misma, con excepción de aquellas que supongan, en relación con los contratos de concesión vigentes, o con las ordenanzas vigentes en la fecha de su suscripción, una modificación onerosa para los concesionarios que no pueda ser compensada mediante la revisión de precios.

No obstante lo anterior, a partir de la entrada en vigor de la presente ordenanza, en todos los mercados municipales de Madrid la ocupación de locales vacíos deberá efectuarse a través de contratos celebrados entre los concesionarios y los usuarios de los locales conforme al artículo 18 de esta ordenanza.

Disposición transitoria segunda. *Contratos de adjudicación de locales vigentes o con tramitación iniciada con anterioridad a la entrada en vigor de esta ordenanza.*

En relación con los contratos vigentes de adjudicación de locales, o cuya tramitación se haya iniciado antes de la entrada en vigor de esta ordenanza, y salvo que en ellos se prevea un régimen específico, se mantiene vigente el régimen de declaración de vacante y desalojo previsto en los artículos 28 y 29 de la Ordenanza de Centros Comerciales de Barrio y en los artículos 25 y 26 de la Ordenanza de Mercados de Distrito, ambas de 27 de marzo de 2003, circunscrito a cuando el titular adeude en concepto de tarifas un mínimo de dos mensualidades, o, cuando sin causa justificada y sin autorización los establecimientos permanezcan cerrados o incumplan los horarios establecidos durante el plazo de dos meses, aunque se hallen al corriente de pago de los derechos establecidos, que se mantiene para aquellos contratos como infracción muy grave del titular del local.

Modificada disposición transitoria segunda por la Ordenanza 2/2024, de 29 de octubre, por la que se modifica la Ordenanza de mercados municipales, de 22 de diciembre de 2010.

Disposición derogatoria. *Derogación normativa*.

Quedan derogadas la Ordenanza de Mercados de Distrito y la Ordenanza de Centros Comerciales de Barrio, ambas de 27 de marzo de 2003.

Disposición final primera. *Interpretación de la ordenanza*.

Se faculta al titular del Área de Gobierno competente en materia de gestión de mercados para interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de la aplicación de la presente ordenanza.

Disposición final segunda. *Publicación y entrada en vigor*.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 48.3 e) y f) y 54 de la Ley 22/2006, de 4 de julio, de Capitalidad y de Régimen Especial de Madrid, la publicación, entrada en vigor y comunicación de la presente ordenanza, se producirá de la siguiente forma:

a) El acuerdo de aprobación y la ordenanza se publicarán íntegramente en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid" y en el "Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid".

b) La ordenanza entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid". Sin perjuicio de lo anterior, el acuerdo de aprobación se remitirá a la Administración General del Estado y a la Administración de la Comunidad de Madrid.

ANEXO I

Contenido mínimo del Reglamento de Régimen Interior

1. Disposiciones Generales (Descripción-Objeto-Definiciones-Obligatoriedad).

2. Régimen de Uso de Elementos Comunes (Accesos y Circulación-Utilización de los Servicios-Carga y Descarga-Aprovisionamiento y Distribución-Seguridad y Vigilancia-Limpieza y Gestión de Residuos-Climatización-Uso Restringido, Exclusivo o Privativo de determinados Elementos Comunes).

3. Régimen de Uso de los Locales (Ocupación-Limpieza y Gestión de Residuos-Seguridad-Climatización-Ruidos y Olores-Rótulos-Imagen de Conjunto y Estética-Solicitud de Autorización para el Traspaso del Derecho de Uso).

4. Régimen de Uso del Aparcamiento, en su caso (Apertura y Cierre -Circulación-Utilización-Reserva de Plazas-Retirada de Vehículos y Materiales-Seguridad y Limpieza).

5. Régimen Económico (Gastos Comunes del Mercado-Coeficientes de Participación-Gastos Privativos de los Locales-Determinación de Gastos-Gastos Particulares de Determinados Locales-Gastos Extraordinarios-Provisiones y Fondos de Reserva).

6. Régimen Comercial (Horarios-Acceso de Clientes-Actividades).

7. Régimen de Ejecución de Obras (Obras en Elementos Comunes-Obras en Locales).

8. Régimen de Seguros (Seguros del Mercado-Seguros Individuales).

9. Administración y Gestión del Mercado (Gerencia-Personal Administrativo-Organización y Funciones-Notificaciones).

10. Otras Disposiciones de Obligado Cumplimiento.

ANEXO II

Gastos comunes

1. El coste de las reparaciones y obras que fuera necesario hacer en los elementos o estructura del mercado.

2. La creación de reservas para reparación y mantenimiento futuros.

3. Las primas de seguros.

4. Los gastos originados por promoción y publicidad.

5. Los gastos relacionados con el funcionamiento, dotación de equipamiento, gestión, vigilancia y seguridad, iluminación, reparaciones, limpieza, reposiciones y mantenimiento del mercado. Estos gastos incluirán la renta o canon por el alquiler o el precio de adquisición de la maquinaria y equipamiento que se utilice para dichas tareas. Se incluirá asimismo la remuneración, contribuciones a la Seguridad Social y seguros y el equipamiento del que se dote al personal empleado para prestar los servicios anteriormente descritos.

6. Los honorarios de profesionales que puedan ser contratados para asesorar sobre servicios que redunden en beneficio del mercado.

7. Las contribuciones, impuestos y arbitrios que graven, o puedan gravar en el futuro, el mercado.

8. Los gastos de limpieza y gestión de residuos urbanos, así como las tasas que se deriven de los mismos, y los elementos e instalaciones que estos servicios requieran.

9. Los gastos relativos al sistema de prevención de incendios y, en general, a la inspección de las instalaciones y equipamiento del mercado.

10. Los gastos de decoración de zonas comunes del mercado.

11. Los gastos y costes relacionados con suministros y servicios de uso común.

12. Los gastos relativos al Plan de Prevención y Control de Plagas.

13. La totalidad de gastos en que se incurra en beneficio de o por el uso de las zonas comunes del mercado.

14. Los honorarios establecidos como coste de gestión, administración y supervisión del mercado, incluyendo los costes relativos a las dependencias del mercado destinadas a la administración del mismo.

15. Los costes originados por nuevas instalaciones o servicios que puedan crearse en el futuro en beneficio del mercado.

16. Los demás gastos y costes relativos al local que corresponda satisfacer al usuario en cumplimiento del Reglamento de Régimen Interior.

Documento de carácter informativo. La versión oficial puede consultarse en el "Boletín Oficial del Ayuntamiento de Madrid" o en el "Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid".