Ordenanzas municipales

Ordenanza de Mercados Municipales, de 22 de diciembre de 2010

Versión: Texto inicial publicado el 14/01/2011

Identificador: ANM 2010\62

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

Publicaciones:
- BO. Ayuntamiento de Madrid 30/12/2010 num. 6340 pag. 8-27.
- BO. Comunidad de Madrid 14/01/2011 num. 11 pag. 300-317.

Afectada por:
- 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 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
- Deroga Ordenanza de Mercados de Distrito, de 27 de marzo de 200 ANM 2011\173

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. Asimismo 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.

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

1. Los mercados municipales podrán contar, de forma suficientemente diferenciada, con las siguientes áreas:

a) Área de servicio público de mercado, destinada al ejercicio de actividades de comercio minorista de artículos de consumo alimentarios y no alimentarios, para asegurar el abastecimiento de la población.

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.

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 y similares.

d) Áreas 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 del mismo.

e) Áreas destinadas a actividades culturales, educativas, deportivas, de salud y bienestar social, que contribuyan a la mejora de la oferta de servicios al consumidor.

f) Áreas destinadas a servicios terciarios que contribuyan al desarrollo y correcto funcionamiento de los mercados.

g) Área de aparcamiento.

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 e) 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 el párrafo 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.

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. La superficie mínima de venta de los locales de nueva creación destinados al comercio minorista de la alimentación no será inferior a 15 m^2. Esta superficie incluye el espacio destinado a mostradores, vitrinas y góndolas de exposición de productos y el espacio libre de 1,5 metros de ancho delante del mostrador destinado a la permanencia del público. El espacio libre anterior, que corresponde a zona común del mercado, no constituye objeto de cesión y no supone derechos ni obligaciones para los usuarios.

3. Los almacenes y otras dependencias 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.

4. 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.

5. 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.

CAPÍTULO III
Funcionamiento del mercado municipal

Artículo 8. *Reglamento de Régimen Interior.*

Los mercados municipales dispondrán de un Reglamento de Régimen Interior, de obligado cumplimiento, en el que se recogerán las condiciones internas de funcionamiento de acuerdo con lo establecido en la presente ordenanza y las características específicas de cada mercado. El contenido mínimo del Reglamento es el establecido en el anexo I.

Artículo 9. *Horarios.*

1. El Reglamento de Régimen Interior establecerá el horario de atención al público de acuerdo con la normativa aplicable, 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. Los horarios garantizarán la prestación del servicio como mínimo en horario de mañana de lunes a sábado y en horario de tarde de lunes a viernes.

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 precisas para el ejercicio de toda actividad a desarrollar en los locales deberán ser solicitadas 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.

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, podrán utilizarse para el desarrollo de actividades lúdicas, recreativas, de promoción de productos o de venta temporal, siempre que no afecten al normal funcionamiento del mercado ni a la seguridad de personas o bienes.

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

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 concesión, sin perjuicio de que el Ayuntamiento pueda utilizar cualquier otra fórmula de gestión indirecta de las previstas en la legislación de contratos del sector público.

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

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 exigirá a aquéllos el cumplimiento de las normas que regulen la prestación del servicio, sin perjuicio de la responsabilidad directa de los concesionarios.

CAPITULO II

Relaciones entre concesionarios y usuarios

Artículo 18. *Naturaleza de la relación.*

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. Esta cesión se formalizará en el oportuno contrato donde se regularán 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, de acuerdo con lo establecido en la presente ordenanza y demás legislación aplicable.

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 contenidas 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, no pudiendo exceder ésta, incluidas las prorrogas, del plazo de vigencia del contrato de concesión administrativa celebrado entre el Ayuntamiento y cada uno de los concesionarios. Extinguido el contrato de concesión administrativa, el contrato de cesión del local quedará igualmente extinguido y sin efecto alguno, quedando los usuarios 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 produzcan entre el concesionario y el usuario.

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

5. La actividad comercial en los locales del mercado, exclusivamente podrá ser ejercida por los titulares del derecho de uso, por sus asalariados, por sus cónyuges o parejas de hecho y por los descendientes, ascendientes y demás parientes por consanguinidad o afinidad, hasta el segundo grado inclusive, cumpliendo siempre con las correspondientes obligaciones laborales y de seguridad social.

6. No obstante lo establecido en el apartado anterior, el concesionario podrá autorizar al usuario la cesión a terceros del ejercicio de la actividad comercial, manteniendo el usuario la titularidad del derecho de uso.

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 mediante procedimiento abierto, que deberá garantizar los principios de objetividad, publicidad y concurrencia.

2. Serán criterios de selección, entre otros, la profesionalidad, la calidad de los productos o servicios, la contribución a la ampliación de la oferta de comercio y servicios del mercado, el importe o mejoras del local ofertados y, en el caso de que el tercero interesado hubiera ejercido anteriormente su actividad en el local ofertado, la contribución que a la calidad de la oferta del mercado haya supuesto dicha actividad. Ninguno de los criterios de selección elegidos para el procedimiento abierto podrá ser valorado con más del 40 por 100 de la puntuación máxima.

3. Finalizado el procedimiento inicial previsto en los apartados 1 y 2, el concesionario podrá seleccionar libremente a los usuarios de los locales disponibles.

4. Los concesionarios deberán comunicar al órgano competente los datos de identificación de los usuarios seleccionados.

Artículo 20. *Traspaso del derecho de uso y condiciones del mismo.*

1. Los usuarios podrán traspasar el derecho de uso del local siempre que se encuentren al corriente del pago de sus obligaciones en cumplimiento de lo dispuesto en esta ordenanza y que abonen al concesionario una anualidad de la tarifa asignada al local, en concepto de derechos económicos.

2. Sin perjuicio de lo anterior, el contrato de concesión administrativa suscrito entre el Ayuntamiento y el concesionario, podrá recoger la necesidad de autorización del traspaso por parte del concesionario, así como los porcentajes o cuantías a percibir por éste en concepto de derechos económicos, pudiendo ser distintos a los establecidos en el apartado 1.

3. 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.

4. 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.

5. Los usuarios no podrán ceder el ejercicio de la actividad sin traspasar el derecho de uso del local, salvo que hayan obtenido la autorización del concesionario prevista en el artículo 18.6. Se considerará cesión del ejercicio de la actividad la realización de la misma por personas físicas o jurídicas distintas de las establecidas en el apartado 5 del artículo 18 o la venta o transmisión por cualquier título, ya sea onerosa o gratuita, "inter - vivos", en uno o varios actos sucesivos, de un número de acciones o participaciones sociales que representen un porcentaje igual o superior al 50 por 100 del capital social.

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

CAPITULO 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 actualizaran 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.

2. Las obras que requieran la modificación de la estructura física del mercado, o de los locales, deberán ser aprobadas por el órgano competente, sin perjuicio de la obtención de la correspondiente licencia.

3. Las autorizaciones administrativas y licencias urbanísticas precisas para la ejecución de las obras indicadas anteriormente, se solicitarán por los concesionarios bajo su responsabilidad.

4. Todas las obras e instalaciones que se realicen por los concesionarios 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 sin contraprestación alguna.

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.

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 precisas para la ejecución de las obras indicadas anteriormente, se solicitarán 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.

CAPÍTULO V

Promoción y publicidad

Artículo 27. *Promoción y publicidad.*

1. Las campañas de 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 en las fachadas del mercado deberá ser autorizada por el órgano competente, a solicitud del concesionario.

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.*

Corresponde a los concesionarios dotar a los mercados de los recursos humanos, físicos y técnicos que aseguren la gestión profesionalizada del mismo.

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.*

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 indicando las cesiones, traspasos y bajas del derecho de uso de los 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.

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 el Reglamento por el que se regula el Procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora por la Administración de la Comunidad de Madrid, aprobado por Decreto 245/2000, de 16 de noviembre.

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.

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.

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.*

A efectos de 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) La existencia de intencionalidad o reiteración.

b) La naturaleza de los perjuicios causados.

c) 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.

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

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

Artículo 40. *Prescripción de infracciones y sanciones.*

La prescripción de las infracciones y sanciones, se regirá por lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

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 y la memoria de gestión del mercado.

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

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

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 el caso contemplado en el párrafo c) del apartado 2 del artículo 41, la multa será de 1.500 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.

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 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.*

Los contratos vigentes de adjudicación de locales, o cuya tramitación se haya iniciado antes de la entrada en vigor de esta ordenanza, se regirán por lo dispuesto en los propios contratos de adjudicación.

Respecto de los contratos a que se refiere el párrafo anterior y salvo que en los mismos 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.

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".