

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA

2010 *LEY 18/2005, de 27 de diciembre, de equipamientos comerciales.*

EL PRESIDENTE DE LA GENERALIDAD DE CATALUÑA

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de Cataluña ha aprobado y yo, en nombre del Rey y de acuerdo con lo que establece el artículo 33.2 del Estatuto de autonomía de Cataluña, promulgo la siguiente Ley 18/2005, de 27 de diciembre, de equipamientos comerciales.

PREÁMBULO

La actividad comercial ha sido el factor determinante en la constitución y el crecimiento de las ciudades europeas. En el ámbito mediterráneo el comercio modela unas ciudades más vitales, más aptas para la convivencia y más seguras.

Este modelo urbano, característico de la mayoría de países de la Unión Europea, es propio de nuestro estilo de vida y constituye un factor que nos identifica. El comercio de los centros históricos de nuestros pueblos, ciudades y barrios se contrapone a modelos de comercio periférico característicos de modelos que nos son ajenos, tanto desde el punto de vista cultural como de ocupación del territorio.

Es preciso, por lo tanto, preservar la ciudad europea compacta, compleja y socialmente cohesionada en la que el comercio tiene una función determinante. Una ciudad compacta que reduce la movilidad y evita desplazamientos innecesarios. Una ciudad compleja en la que el uso residencial se combina de una forma armónica con las actividades comerciales y de servicios. Una ciudad socialmente cohesionada que garantiza que los ciudadanos, independientemente de que tengan o no la posibilidad de desplazarse, puedan satisfacer sus necesidades de compra y abastecimiento.

En este sentido, nuestras ciudades deben dar respuesta tanto a las acciones de compra ligadas a la necesidad de abastecerse de los productos de consumo cotidiano como a las que están unidas a los aspectos más lúdicos del acto de compra y que se corresponden con la adquisición de productos de consumo no cotidiano.

Asimismo, para poder disfrutar de unas ciudades mejores para todos, es preciso rediseñarlas desde la complejidad, para evitar una única perspectiva y para integrar la perspectiva de género en el diseño y la construcción del espacio común, los equipamientos y las dotaciones, como garantía de calidad para el conjunto de los ciudadanos.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que Cataluña es una realidad territorial configurada por una red de ciudades con una dinámica y unas funciones comerciales propias que responden a una cierta jerarquización.

La Ley 17/2000, del 29 de diciembre, de equipamientos comerciales, alcanzó un amplio consenso parlamentario y en su aplicación se ha mostrado como un instrumento útil. Sin embargo, la experiencia acumulada y la constante evolución del comercio requieren una adaptación de los instrumentos que ordenan su distribución en el territorio. De otro modo, un crecimiento no ordenado de nueva oferta podría provocar en Cataluña un deterioro del modelo de ciudad compacta, compleja y socialmente cohesionada.

De acuerdo con las competencias que los artículos 9.9 y 12.1.5 del Estatuto de autonomía de Cataluña atribuyen a la Generalidad, la presente ley responde a la necesidad

de mejorar o precisar la regulación de algunas cuestiones y de adaptar determinados criterios de valoración. A continuación se detallan sus aspectos más relevantes.

Teniendo en cuenta los efectos sobre el medio ambiente, como la emisión de gases y el consumo de combustibles fósiles, y la generación de movilidad con vehículo privado generada por los grandes establecimientos comerciales, el artículo 4 de la presente ley se propone conducir las nuevas implantaciones comerciales hacia las tramas urbanas consolidadas de las capitales de comarca o municipios de más de 25.000 habitantes o asimilables por flujos turísticos. De este modo se contribuye a reforzar la vitalidad, la cohesión y la función comercial de estos municipios, a la vez que la oferta en gran formato se aproxima a los ciudadanos, a los cuales se evita desplazamientos a la periferia a la hora de satisfacer las necesidades de compra y se les hace posible el uso del transporte público.

Esta voluntad de reforzar el comercio urbano y evitar movilidades innecesarias y sobrecarga de infraestructuras públicas conlleva también una mejor definición del concepto de concentración comercial con el fin de detener la creación y el crecimiento de aglomeraciones comerciales periféricas mediante un sistema de agregación.

Con el objetivo de garantizar una verdadera libertad de elección de los consumidores, el artículo 8 se propone adaptar el control de la expansión de los distintos operadores en el territorio y los sujeta a un análisis específico sobre el grado de implantación al cual condiciona la apertura de establecimientos, salvo de los que pertenecen a pequeñas y medianas empresas. Se facilita un tratamiento específico para cada sector que podrá fundamentarse, entre otros, en los indicadores del libro blanco sobre la implantación de los distribuidores comerciales en Cataluña a que hace referencia el artículo 9, así como en los anuarios que elabore el departamento competente en materia de comercio.

En cuanto a los elementos de valoración para el otorgamiento de licencias, el artículo 10 excluye cualquier referencia que pueda confundirse con el concepto de test económico, es decir, con la prueba económica de la idoneidad de la implantación comercial caso por caso, en concordancia con las pautas indicadas por la jurisprudencia del Tribunal de las Comunidades Europeas en cuanto a la libertad de establecimiento garantizada por el artículo 43 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea. Asimismo, en aras de la seguridad jurídica de los solicitantes, se excluye cualquier criterio de valoración que pueda considerarse falto de la determinación suficiente.

El artículo 11 potencia la Comisión de Equipamientos Comerciales como órgano consultivo que, mediante la concurrencia en un mismo acto de representantes de instituciones y entidades, así como de expertos de reconocido prestigio, facilita informaciones y opiniones contrastadas que contribuirán a que la autoridad competente para resolver tome la decisión más adecuada. Además, con este tratamiento, las funciones de la Comisión se adaptan plenamente a los criterios del Tribunal de las Comunidades Europeas en cuanto a los órganos colegiados que intervienen en el otorgamiento de licencias.

El artículo 13 consagra el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales (PTSEC) como instrumento para la ordenación de los equipamientos comerciales por todo el territorio y define su objetivo general: ordenar las implantaciones comerciales con el fin de alcanzar el equilibrio entre los distintos formatos de la distribución detallista y satisfacer las necesidades de los consumidores. Así, el nuevo Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales garantizará a los consumidores una oferta diversificada y plural, de modo que el crecimiento de equipamientos se produzca fundamentalmente allí donde sea justificado para atender, en las mejores condiciones, a las necesidades de los ciudadanos y evitarles movili-

des innecesarias. En la elaboración del nuevo Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales deberá tenerse en cuenta la relación funcional entre la oferta situada en determinados municipios y la incidencia de esta oferta en los municipios del entorno, en función de las condiciones de movilidad y de las interacciones que estas generen.

El artículo 16 establece un período de cuatro años para la revisión del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales y determina que los trabajos de revisión deben iniciarse con un acuerdo del Gobierno, determinante al efecto de la suspensión de licencias, que garantice un marco estable para llevar a cabo el análisis que debe inspirar el nuevo Plan. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales también puede revisarse si se producen circunstancias que modifican sustancialmente los elementos que se han tomado como base para elaborarlo. Asimismo, se establece la posibilidad de que los ayuntamientos insten su modificación en determinadas condiciones.

Quedan sujetos al dimensionamiento del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, como hasta ahora, los grandes establecimientos comerciales y los establecimientos comerciales medianos alimentarios. Pero se introduce una novedad significativa, puesto que también están sometidos al dimensionamiento del Plan los establecimientos de más de 1.000 metros cuadrados que pertenezcan a determinados sectores de la actividad detallista, los cuales, por ser especialmente sensibles, requieren un tratamiento diferenciado.

En cuanto a los programas de orientación para los equipamientos comerciales (POEC), el artículo 17 refuerza su función como instrumentos para definir modelos comerciales en el ámbito local, tanto municipal como supramunicipal.

El artículo 18 de la presente ley presta una especial atención al urbanismo comercial y a los pequeños establecimientos existentes, facilitándoles una adaptación y una mejora continuadas mediante el Plan de dinamización del comercio urbano.

El artículo 21 incorpora nuevos tipos infractores que permitirán acometer con mayor precisión y efectividad los posibles incumplimientos de lo establecido por esta misma ley.

Estas son, pues, las características más remarcables de la presente ley, que, junto con otras rectificaciones puntuales de mejora, deben permitir una mejor ordenación de la implantación del comercio en el territorio durante los próximos años.

Artículo 1. *Objeto.*

1. El objeto de la presente ley es establecer las directrices que deben adecuar los equipamientos comerciales de los municipios de Cataluña a las necesidades de consumo y de compra de los ciudadanos e impulsar un modelo de urbanismo comercial y de ocupación y utilización racional del territorio con usos comerciales que permita un desarrollo sostenible de Cataluña, basado en los siguientes principios:

- a) Compacidad, para reducir la movilidad y evitar al máximo desplazamientos innecesarios que congestionen las infraestructuras públicas e incrementen la contaminación atmosférica derivada del tráfico de vehículos.
- b) Complejidad, para potenciar el modelo de ciudad en el que el uso residencial se armoniza con las actividades comerciales y de servicios.
- c) Cohesión social, para garantizar el aprovisionamiento, la diversidad de oferta y la multiplicidad de operadores en un modelo de ciudad que ofrezca las mismas posibilidades de desarrollo para todos los ciudadanos y todos los sectores sociales en situación de dependencia.

La planificación de los equipamientos comerciales debe tener en cuenta las distintas necesidades y expectativas del conjunto de los ciudadanos, tengan o no la posibilidad de desplazarse, e incluir la perspectiva de género.

d) Reequilibrio territorial, para que todas las comarcas y zonas urbanas de los municipios puedan disponer de una red de servicios comerciales adecuada y adaptada a las exigencias de los consumidores y usuarios.

2. A los efectos de lo que establece el apartado 1, la presente ley promueve la reforma y la adaptación de los equipamientos comerciales existentes, regula las condiciones para la implantación de grandes y medianos establecimientos comerciales y las condiciones que aseguran el ejercicio efectivo de la libertad de elección de los consumidores, garantiza el equilibrio entre las empresas ya presentes en el territorio y facilita la entrada de nueva iniciativa empresarial.

Artículo 2. *Establecimientos comerciales.*

1. A los efectos de lo que establece la presente ley, son establecimientos comerciales los locales y las instalaciones, cubiertos o sin cubrir, abiertos al público, situados en el exterior o en el interior de una edificación donde se ejerce regularmente la venta al detalle. Quedan excluidos los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta al por mayor.

2. Los establecimientos comerciales pueden ser de carácter individual o colectivo.

3. Los establecimientos de carácter colectivo están integrados por un conjunto de establecimientos situados en uno o varios edificios, conectados o no entre sí, en los que se llevan a cabo las respectivas actividades de un modo empresarialmente independiente.

4. A los efectos de lo que establece la presente ley, son establecimientos comerciales de carácter colectivo:

a) El centro comercial, cuando los establecimientos se encuentran en un mismo edificio o en dos o más que están comunicados.

b) El recinto comercial, cuando dos o más establecimientos están agrupados en varios edificios en un mismo espacio. Se entiende que se hallan en un mismo espacio si se da cualquiera de las siguientes circunstancias:

Primera.—Acceso común desde la vía pública, de uso exclusivo o preferente de los comerciantes o de los clientes.

Segunda.—Aparcamientos compartidos o adyacentes de uso preferente de los clientes.

Tercera.—Servicios comunes para los comerciantes o para los clientes.

Cuarta.—Denominación o imagen común del recinto.

No son recintos comerciales los conjuntos de establecimientos situados en locales de los bajos de los edificios destinados a viviendas u oficinas, siempre y cuando estén situados dentro de la trama urbana consolidada.

c) La concentración comercial, cuando fuera de la trama urbana consolidada concurren dos o más establecimientos dedicados al comercio detallista en una distancia inferior a 300 metros entre ellos. No computan al efecto del cálculo de dicha distancia las superficies comerciales situadas en los bajos de edificios residenciales plurifamiliares, siempre y cuando no incluyan algún gran establecimiento comercial considerado individualmente. El concepto de concentración comercial debe entenderse en los siguientes términos:

Primero.—La distancia mencionada se mide desde cualquier punto de un establecimiento, incluidos los servicios y aparcamientos, hasta cualquier punto del otro, incluidos también los servicios y aparcamientos de este.

Segundo.—Se entiende que hay concentración comercial, aunque la distancia entre los edificios dedicados al

comercio detallista sea superior a 300 metros, si en el espacio que los separa se llevan a cabo otras actividades comerciales no detallistas, de servicios o lúdicas, promovidas conjuntamente o que conforman un área de atracción. En este caso, la distancia máxima para considerar que un establecimiento se encuentra dentro de una concentración comercial es de 500 metros.

5. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe hacer una relación de las concentraciones comerciales identificadas y debe desarrollar los criterios para medir las distancias establecidas por el presente artículo.

Artículo 3. *Tipos de establecimientos comerciales.*

1. Son grandes establecimientos comerciales:

a) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 2.500 metros cuadrados en municipios de más de 240.000 habitantes.

b) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 2.000 metros cuadrados en municipios con una población de 25.001 a 240.000 habitantes.

c) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 1.300 metros cuadrados en municipios con una población de 10.001 a 25.000 habitantes.

d) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 800 metros cuadrados en municipios con una población de hasta 10.000 habitantes.

e) Los establecimientos dedicados esencialmente a la venta de aparatos electrodomésticos y electrónica de consumo, y los dedicados esencialmente a la venta de artículos y material deportivo, se consideran grandes establecimientos comerciales si su superficie de venta es superior a 1.300 metros cuadrados en municipios con una población de 25.000 a 240.000 habitantes y si su superficie de venta es superior a 1.500 metros cuadrados en municipios con más de 240.000 habitantes. Para los municipios de menos de 25.000 habitantes se aplican los criterios generales previstos por las letras c) y d).

2. Son establecimientos comerciales medianos:

a) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 1.000 metros cuadrados en municipios de más de 240.000 habitantes.

b) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 800 metros cuadrados en municipios con una población de 25.001 a 240.000 habitantes.

c) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 600 metros cuadrados en municipios con una población de 10.001 a 25.000 habitantes.

d) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a 500 metros cuadrados en municipios con una población de hasta 10.000 habitantes.

3. En cualquier caso quedan sujetos a dimensionamiento en el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales los establecimientos medianos del sector alimentario. También quedan sujetos a dimensionamiento en el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, independientemente de la consideración que les corresponda en virtud de los apartados precedentes, los establecimientos con una superficie de venta igual o superior a 1.000 metros cuadrados dedicados esencialmente a la venta de aparatos electrodomésticos y electrón-

ica de consumo, de artículos y complementos deportivos, de equipamiento de la persona y de ocio y cultura.

4. Los establecimientos individuales dedicados esencialmente a la venta de automóviles, embarcaciones y otros vehículos, maquinaria, materiales para la construcción y artículos de saneamiento, muebles, artículos de ferretería y bricolaje, así como los centros de jardinería, son grandes establecimientos comerciales si tienen una superficie de venta superior a 2.500 metros cuadrados. En el supuesto de que estos establecimientos, sin superar individualmente los 2.500 metros cuadrados de superficie de venta, formen un establecimiento colectivo, este es considerado un gran establecimiento comercial si el conjunto supera los 5.000 metros cuadrados de superficie de venta.

5. Las implantaciones comerciales que no responden a ninguna de las categorías de establecimientos comerciales descritas en los apartados 1, 2 y 4 se considerarán, a todos los efectos, establecimientos comerciales pequeños.

6. Se entiende por superficie de venta los espacios en los que se exponen las mercancías –incluidos los espacios internos por los que pueden transitar los clientes– y los espacios en los que se efectúan los actos habituales para su venta y cobro, así como la superficie destinada a prestar servicios relativos a los productos adquiridos. Deben establecerse por reglamento las superficies incluidas y excluidas del concepto superficie de venta.

7. Los datos de población que deben tomarse en consideración para determinar los tipos de establecimientos comerciales establecidos por los apartados 1 y 2 son los correspondientes al último padrón continuo.

Artículo 4. *Localización de los grandes establecimientos comerciales.*

1. Los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, sólo pueden implantarse en las tramas urbanas consolidadas de los municipios que son capitales de comarca o que tienen una población superior a los 25.000 habitantes o asimilables por motivo de flujos turísticos, de acuerdo con las determinaciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

2. Los establecimientos dedicados esencialmente a la venta de aparatos electrodomésticos y electrónica de consumo, de artículos y complementos deportivos, de equipamiento de la persona, y los dedicados a la venta de artículos de ocio y cultura, con una superficie de venta igual o superior a 1.000 metros cuadrados, sólo pueden implantarse en las tramas urbanas consolidadas de los municipios de más de 25.000 habitantes y en las capitales de comarca o asimilables por motivo de flujos turísticos, de acuerdo con las determinaciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales. Sin embargo, el Plan puede determinar supuestos excepcionales en los que estos tipos de establecimiento puedan situarse fuera de la trama urbana.

3. Para determinar qué se entiende por trama urbana consolidada deben tenerse en cuenta las áreas donde, de acuerdo con el planeamiento urbanístico vigente, reside la población mayoritariamente, la continuidad de edificios residenciales plurifamiliares y las tramas comerciales insertadas con los usos residenciales.

4. A los efectos de lo que establece la presente ley, hay que delimitar gráficamente el perímetro correspondiente a las tramas urbanas consolidadas de todos los municipios de más de 25.000 habitantes y de las capitales de comarca. Estas delimitaciones perimetrales deben incluirse como un anexo del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, previo informe a los ayuntamientos de los términos municipales afectados.

5. Mediante orden del departamento competente en materia de comercio, las delimitaciones a las que se

refiere el apartado anterior pueden ser actualizadas de modo individualizado durante el período de vigencia a petición del ayuntamiento correspondiente, siempre y cuando la actualización tenga por objeto añadir a la trama ya definida sectores de planeamiento vigente que prevean como mínimo doscientas cincuenta viviendas, con tipología de ensanche plurifamiliar y con una densidad superior a cuarenta viviendas por hectárea.

6. En cuanto a los municipios a los que no hace referencia el apartado 4, las condiciones según las cuales se considera una determinada localización dentro de la trama urbana consolidada deben ser establecidas por la normativa del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, considerando dónde reside su población y el grado de desarrollo urbanístico del suelo.

7. No puede autorizarse ninguna implantación comercial que comporte la creación de una concentración comercial de las descritas en el artículo 2 si esta implantación, por agregación, se convierte en un gran establecimiento comercial colectivo. Asimismo, no puede autorizarse la implantación de un nuevo establecimiento en una concentración comercial que ya tenga la consideración de gran establecimiento comercial colectivo. No obstante, es igualmente de aplicación la excepción prevista por el apartado anterior en cuanto a los establecimientos comerciales a los que se refiere el artículo 3.4, siempre y cuando el crecimiento proyectado se ajuste a las determinaciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

8. Están exentos del requisito establecido por el apartado 1:

- a) Los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, formados exclusivamente por establecimientos comerciales dedicados esencialmente a las actividades a las que se refiere el artículo 3.4.
- b) Las implantaciones comerciales situadas en estaciones ferroviarias que deben acoger el tren de alta velocidad, en aeropuertos de interés general y en puertos destinados al tránsito de pasajeros.
- c) Los establecimientos comerciales localizados en municipios fronterizos, si el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales lo prevé de forma expresa y en los términos que en él se establezcan.
- d) Los establecimientos comerciales que se ajustan a los requisitos establecidos por la disposición transitoria décima.
- e) Los centros comerciales de fabricantes.

Artículo 5. *Ampliación y traslado de los establecimientos comerciales.*

1. Los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, ya existentes en el momento de la entrada en vigor de la presente ley que no cumplen los requisitos de localización previstos por el artículo 4.1 sólo pueden ampliarse si concurren todas las siguientes circunstancias:

- a) Que el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales prevea expresamente esta posibilidad para el formato de que se trate y que en el correspondiente ámbito territorial de análisis exista un dimensionamiento disponible para la ampliación proyectada.
- b) Que el establecimiento que quiere ampliarse tenga una antigüedad mínima de diez años.
- c) Que la superficie de venta que se amplía no exceda el 30% de la existente.
- d) Que la superficie de la ampliación no exceda los 5.000 metros cuadrados.

No deben tenerse en cuenta a los efectos de esta limitación las ampliaciones hechas exclusivamente en establecimientos de los descritos en el artículo 3.4, siempre que el crecimiento que se plantee se ajuste a las determi-

naciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

2. Los traslados de los establecimientos comerciales que conlleven una ampliación de la superficie de venta y se adapten a los requisitos establecidos por el apartado siguiente tienen un tratamiento especial en las determinaciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales siempre que el nuevo emplazamiento esté dentro de la trama urbana consolidada del mismo municipio en el que se encuentra el establecimiento que se quiere trasladar.

3. Los grandes establecimientos comerciales, individuales o colectivos, que reúnen los requisitos de localización que establece el artículo 4.1 pueden ampliarse si el incremento de superficie de venta proyectado se adecua al dimensionamiento disponible según el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales. Adicionalmente, el Plan puede prever un tratamiento específico para las ampliaciones de los establecimientos que cumplen los requisitos de localización establecidos por el artículo 4.1 y en los cuales concurren todas las siguientes circunstancias:

- a) Que el gran establecimiento comercial que se amplía tenga una antigüedad mínima de quince años.
- b) Que la superficie que se amplía no exceda el 30% de la ya existente ni sea superior a 5.000 metros cuadrados de superficie de venta.
- c) Que previamente a la ampliación, la empresa titular del establecimiento que se quiere ampliar acredite que se ha amortizado una superficie equivalente a la de la ampliación.
- d) Que los establecimientos amortizados se encuentren en el mismo municipio que el establecimiento que se amplía y se dediquen a la comercialización de la misma gama de productos.
- e) Que el establecimiento no haya efectuado otra ampliación de la superficie de venta en los ocho años anteriores.

Artículo 6. *La licencia comercial municipal.*

1. Es preciso disponer de la licencia comercial municipal en los siguientes casos:

- a) En la apertura de establecimientos comerciales medianos.
- b) En las ampliaciones de los establecimientos comerciales cuya superficie de venta se corresponda, antes o después de la ampliación, con la establecida para los establecimientos medianos.
- c) En los cambios de actividad de los establecimientos comerciales medianos.
- d) En los traslados de los establecimientos comerciales cuya superficie de venta se corresponda, antes o después del traslado, con la establecida para los establecimientos medianos. En este caso, la efectividad de la licencia está condicionada al cierre efectivo del establecimiento inicial antes de la apertura del nuevo.

2. Las operaciones de transmisión de uno o más establecimientos comerciales medianos no están sujetas a la obtención de la licencia comercial municipal. Sin embargo, deben comunicarse previamente al departamento competente en materia de comercio.

3. En el trámite de concesión de la licencia comercial municipal deben tenerse en cuenta los requisitos establecidos por el artículo 10 y obtener previamente un informe favorable sobre el grado de implantación comercial, así como la adecuación del proyecto al Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

4. En los procedimientos de solicitud de la licencia comercial municipal, si no se dicta y notifica la resolución expresa en el plazo establecido legalmente, la licencia se entiende denegada.

Artículo 7. *La licencia comercial de la Generalidad.*

1. Es preciso disponer de la licencia comercial de la Generalidad que otorga el departamento competente en materia de comercio, previamente a la solicitud de las licencias municipales de obras y de actividades, en los siguientes casos:

a) En la apertura de grandes establecimientos comerciales.

b) En las ampliaciones de los establecimientos comerciales cuya superficie de venta supere, antes o después de la ampliación, los límites que establecen los apartados 1 y 4 del artículo 3.

c) En los cambios de actividad de los grandes establecimientos comerciales.

d) En los traslados de los establecimientos comerciales cuya superficie de venta supere, antes o después del traslado, los límites que establecen los apartados 1 y 4 del artículo 3. En este caso, la efectividad de la licencia está condicionada al cierre efectivo del establecimiento inicial antes de la apertura del nuevo.

e) En las transmisiones de grandes establecimientos, salvo que se cumplan los requisitos previstos por el apartado 3 del presente artículo.

2. La licencia comercial de la Generalidad caduca y queda sin efecto si la empresa a la que fue otorgada es diferente de la que solicita la autorización municipal de apertura.

3. Las operaciones de transmisión de uno o más establecimientos comerciales grandes con más de un año de funcionamiento, así como los cambios de titularidad de las empresas promotoras que gestionan grandes establecimientos comerciales colectivos con más de un año de funcionamiento, no están sujetos a la obtención de la licencia comercial de la Generalidad. Sin embargo, estas operaciones deben comunicarse previamente al departamento competente en materia de comercio mediante la aportación de la correspondiente documentación acreditativa.

4. Los mercados municipales y los mercados de venta ambulante no necesitan licencia comercial. Sólo se requiere la licencia comercial de la Generalidad en la apertura, la ampliación, el cambio de actividad y el traslado de los establecimientos individuales situados dentro de los mercados municipales si tienen una superficie de venta que supera los límites fijados por el artículo 3.1.

5. Los parques temáticos necesitan la licencia comercial de la Generalidad para sus actividades comerciales si se produce alguno de los siguientes supuestos:

a) El conjunto de la superficie de venta supera los 5.000 metros cuadrados.

b) El conjunto de la superficie de venta supera el 15% de la superficie edificada total.

c) Los establecimientos individuales superan los límites establecidos por los apartados 1 y 2 del artículo 3.

6. A los efectos de lo que dispone la presente ley, se entiende por:

a) Parque temático: el recinto en el que hay que satisfacer el pago de un precio de entrada y que acoge esencialmente atracciones recreativas mecánicas de carácter fijo y permanente, complementadas con actividades de ocio, restauración y comerciales.

b) Actividades comerciales del parque temático: las de venta al detalle de productos directamente relacionados con la actividad principal del parque y dentro de su recinto.

7. Deben establecerse por reglamento los requisitos que deben cumplir las solicitudes de la licencia comercial de la Generalidad: los procedimientos ordinario y abre-

viado de aplicación según los supuestos, el plazo de vigencia, las posibilidades de prórroga y la caducidad.

8. En el trámite de concesión de la licencia comercial de la Generalidad, la persona solicitante debe aportar un informe emitido por el ayuntamiento del municipio en cuyo término se pretende abrir, ampliar o trasladar un gran establecimiento o cambiar su actividad. El informe debe ser aprobado por el pleno del ayuntamiento y debe ser motivado teniendo en cuenta los criterios de valoración que establece el artículo 10 y, si es desfavorable, tiene carácter vinculante. Pasados tres meses desde la entrada de la solicitud del informe en el ayuntamiento, si este no lo ha emitido se entiende que es desfavorable.

9. La remodelación de los grandes establecimientos comerciales colectivos que no significa un aumento de la superficie de venta total ni de la correspondiente a ninguno de los grandes o medianos establecimientos que forman parte de ellos, debe ser comunicada al departamento competente en materia de comercio con carácter previo a la solicitud de las licencias municipales correspondientes, sin perjuicio de que se soliciten, si procede, los informes correspondientes establecidos por el artículo 8. Deben determinarse por reglamento la información y los documentos que deben aportarse en el trámite de comunicación.

10. En los procedimientos de solicitud de la licencia comercial de la Generalidad, si no se dicta y notifica la resolución expresa en el plazo de seis meses la licencia se entiende denegada.

Artículo 8. *Grado de implantación de las empresas de distribución comercial.*

1. En las comunicaciones de apertura de establecimientos comerciales en Cataluña y en la tramitación de la licencia comercial de los grandes y medianos establecimientos comerciales regulados por la presente ley es preceptivo el informe sobre el grado de implantación con relación a su mercado relevante, que elabora el departamento competente en materia de comercio.

2. Están exentas de la obtención del informe sobre el grado de implantación las pequeñas y medianas empresas, de acuerdo con los criterios a los que hace referencia la disposición adicional primera.

3. A los efectos de lo que dispone la presente ley, se entiende por grado de implantación la significación, en términos de cuota de mercado, de una empresa o de un grupo de empresas, sobre su mercado relevante.

4. El informe sobre el grado de implantación, en caso de que sea desfavorable, tiene carácter vinculante en la denegación de la licencia solicitada, así como en los casos de comunicación de apertura de establecimientos a los que se refiere el apartado 1.

5. Para medir el grado de implantación, el departamento competente en materia de comercio, consensuadamente con el departamento y los órganos de la Generalidad competentes en materia de defensa de la competencia, debe determinar los conceptos de mercado relevante, cuota de mercado y área de influencia, que deben ser reflejados en el desarrollo reglamentario de la presente ley. Para la determinación de dichos conceptos deben tenerse en cuenta, entre otros, los productos y servicios que compiten en un mismo mercado, la facturación de los sectores y la superficie de los establecimientos existentes.

6. Deben establecerse por reglamento los criterios, el procedimiento a seguir y el órgano competente para emitir el informe sobre el grado de implantación. En el establecimiento de estos criterios deben valorarse, entre otros, los indicadores contenidos en el libro blanco a que hace referencia el artículo 9. Asimismo, el reglamento debe establecer las condiciones en las que el departamento competente en materia de comercio debe hacer

públicas las decisiones de otorgamiento o denegación de las licencias o informes emitidos, mediante registro público.

Artículo 9. Libro blanco sobre la implantación de los distribuidores comerciales en Cataluña.

1. El departamento competente en materia de comercio debe elaborar un libro blanco sobre la implantación de los distribuidores comerciales en Cataluña, el cual debe recoger periódicamente la información de base que permita analizar el grado de implantación de los operadores de los distintos sectores de la actividad comercial detallista en Cataluña.

2. El libro blanco debe analizar, como mínimo, los siguientes sectores: el cotidiano, el de equipamiento de la persona, el de equipamiento del hogar y el del ocio y la cultura.

3. En la elaboración del libro blanco, el departamento competente en materia de comercio, consensuadamente con el departamento y los órganos de la Generalidad competentes en materia de defensa de la competencia y previa consulta a los principales operadores de cada sector, especialmente a las asociaciones más representativas de todos los formatos de la distribución detallista, y a las entidades municipalistas, debe establecer la metodología que hay que seguir en la determinación del grado de implantación en términos de cuota de mercado.

4. Los operadores dedicados a la actividad comercial detallista y los proveedores y fabricantes de productos que forman parte de los distintos sectores incluidos en el libro blanco deben facilitar los datos que les sean requeridos por el órgano encargado de elaborarlos y deben colaborar con este. El departamento competente en materia de comercio debe garantizar la confidencialidad de los datos aportados, de acuerdo con la normativa vigente, concretamente con la Ley orgánica 15/1999, del 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

5. Debe determinarse por reglamento el procedimiento a seguir en la elaboración y aprobación del libro blanco sobre la implantación de los distribuidores comerciales en Cataluña.

Artículo 10. Elementos de valoración para el otorgamiento de las licencias comerciales.

En el otorgamiento o la denegación de la licencia comercial de la Generalidad y de la licencia comercial municipal deben valorarse los siguientes criterios:

a) La adecuación del proyecto al Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, de modo que no se puede autorizar ningún establecimiento que no se ajuste a la totalidad de las determinaciones del Plan.

b) La adecuación del proyecto al planeamiento urbanístico vigente.

c) Las condiciones que conforman la seguridad del proyecto y la integración del establecimiento en el entorno urbano.

d) La movilidad generada por el proyecto, con una especial atención a la incidencia en la red viaria y las infraestructuras públicas, así como a la existencia o no de medios de transporte público colectivo suficientes para atender a los flujos de público previsibles y desincentivar el uso del vehículo particular, de acuerdo con lo que determina la Ley 9/2003, del 13 de junio, de la movilidad.

e) La dotación de aparcamiento prevista, de acuerdo con las ratios que se establezcan por reglamento en cada caso.

f) La localización del proyecto en la trama urbana consolidada del municipio, en su caso, y la adecuación del proyecto a las disposiciones del programa de orientación de los equipamientos comerciales, si lo hay.

g) El derecho de los consumidores a disponer de una oferta amplia y diversa en términos de calidad, cantidad, precio y características de los productos.

h) El grado de implantación de la empresa solicitante en relación con su mercado relevante, de conformidad con el artículo 8.

Artículo 11. La Comisión de Equipamientos Comerciales.

1. La Comisión de Equipamientos Comerciales es un órgano consultivo del departamento competente en materia de comercio. En la Comisión deben escucharse y contrastarse las opiniones de las instituciones, entidades y personas expertas que forman parte de ella para que el órgano competente pueda valorarlas, previamente a la emisión de los correspondientes informes y resoluciones, en las materias que se refieren a:

a) La tramitación del planeamiento urbanístico, si prevé usos comerciales que hacen posible la implantación de un gran establecimiento comercial que no se ajusta a las previsiones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

b) El otorgamiento de la licencia comercial de la Generalidad.

c) Los programas de orientación para los equipamientos comerciales.

d) La elaboración, el grado de cumplimiento y las propuestas para la revisión del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

2. La composición de la Comisión de Equipamientos Comerciales debe determinarse por reglamento. La Comisión debe asegurar la representación municipal, teniendo en cuenta las entidades municipalistas, y la de las asociaciones representativas de todos los formatos de distribución detallista y de los consumidores.

Artículo 12. Tasas para la tramitación de expedientes.

1. La tramitación de los expedientes de solicitud de la licencia comercial de la Generalidad está sujeta al pago de una tasa, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente sobre tasas y precios públicos de la Generalidad. Están exentos del pago de la tasa los procedimientos de tramitación de licencias que se lleven a cabo por el procedimiento abreviado. En los casos en los que no se dicte resolución expresa en el plazo legalmente establecido, la persona interesada, previa solicitud, tiene derecho a la devolución del importe pagado.

2. También está sujeta al pago de una tasa, de acuerdo con lo establecido por la normativa vigente sobre tasas y precios públicos de la Generalidad, la tramitación de los expedientes de solicitud de informe sobre el grado de implantación que emite el departamento competente en materia de comercio.

3. Los importes de las tasas recaudadas al amparo de los apartados 1 y 2 quedan afectados a la financiación, ampliación y mejora de los servicios que tengan asignadas las funciones de velar por el cumplimiento de lo que establece la presente ley, así como de las normas reglamentarias que la desarrollen, incluido el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

4. Los ayuntamientos pueden aprobar, en sus ordenanzas fiscales, una tasa para la tramitación de los expedientes de solicitud de la licencia comercial municipal y una tasa para la tramitación del informe municipal preceptivo para la solicitud de la licencia comercial de la Generalidad.

Artículo 13. *El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es el instrumento para la ordenación de los equipamientos comerciales en el ámbito territorial de Cataluña.

2. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es un instrumento de ordenación del territorio previsto por la legislación en materia de política territorial. El objetivo general del Plan es la ordenación de las implantaciones comerciales sujetas a licencia comercial, con el fin de alcanzar un nivel de equipamiento comercial equilibrado entre las distintas formas de distribución y satisfacer las necesidades de compra de los consumidores. A tales efectos hay que establecer los déficits y superávits en cada ámbito territorial de actuación para garantizar una dotación de equipamientos comerciales adecuada a la población. Del mismo modo, el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe contribuir a hacer que la oferta comercial dé respuesta a las distintas necesidades y actividades por razón de género y debe facilitar que los consumidores dispongan de una oferta amplia y diversa en términos de calidad, cantidad, precio y características de los productos.

3. De acuerdo con el objetivo general especificado en el apartado 2, y según las prescripciones que el Plan territorial general establece para los planes sectoriales, el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales persigue los siguientes objetivos específicos:

a) Potenciar determinados centros o subcentros comarcales.

b) Potenciar los centros o las polaridades o concentraciones comerciales que generan atracción, escogidos en el Plan territorial general para corregir desequilibrios en el territorio.

c) Corregir déficits de dotación comercial para evitar movilidad de población y sobrecarga de las infraestructuras públicas por motivos de abastecimiento.

d) Establecer criterios y cuantificar las reservas de suelo para el equipamiento comercial en el marco del planeamiento urbanístico.

4. La normativa del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe inspirarse en los principios de compacidad, complejidad y cohesión social a los que se refiere el artículo 1. También pueden incorporarse, complementariamente, otros aspectos que permitan objetivar el modelo definido por el Plan, como los parámetros poblacionales, los estándares dotacionales y las normas de distribución territorial –distancias y áreas de consumidores–. Si las características de un formato lo justifican también pueden establecerse distancias mínimas entre localizaciones.

5. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales puede establecer plazos para la presentación de solicitudes de licencias comerciales en el conjunto de Cataluña, en ámbitos territoriales específicos o en determinados sectores de actividad. En estos casos no hay prelación de entrada para las solicitudes presentadas dentro del plazo establecido y los proyectos deben estudiarse conjuntamente, de acuerdo con lo que dispone el artículo 10 de la presente ley y lo que prevea la normativa del propio Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales. Independientemente de las fechas de entrada de las solicitudes, el cómputo del plazo de seis meses para resolver al que se refiere el artículo 7.10 debe iniciarse, para todas las solicitudes, al día siguiente de la finalización del plazo de presentación. El plazo para resolver puede prorrogarse tres meses mediante orden del consejero o consejera competente en materia de comercio.

6. Las zonas de acceso no restringido de las estaciones ferroviarias que deben acoger el tren de alta veloci-

dad y las zonas de acceso no restringido de los aeropuertos de interés general que sean objeto de ampliación deben tener un tratamiento especial en el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales. En cuanto a las zonas de acceso restringido a los pasajeros de estas instalaciones, el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales puede prever dimensionamientos específicos. En cualquier caso, la composición de la oferta comercial y su tamaño debe ser la adecuada para dar respuesta únicamente a las necesidades propias de los viajeros.

7. Los municipios fronterizos deben tener una consideración específica en los dimensionamientos del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

8. Para asegurar los servicios comerciales básicos en determinadas concentraciones de población que no dispongan de ningún establecimiento comercial mediano de tipo alimentario, puede preverse una dotación comercial de, como máximo, 1.000 metros cuadrados de superficie de venta, de los cuales la superficie de venta correspondiente al formato de supermercado no puede superar en ningún caso los 800 metros cuadrados. Esta dotación puede materializarse, aunque no se integre en una trama urbana consolidada, en los municipios de menos de 2.000 habitantes que cuenten con más de 450 viviendas, así como en las zonas residenciales derivadas del desarrollo de un sector de planeamiento urbanístico que cuenten con más de 450 viviendas. En ningún caso puede materializarse en terreno no urbanizable.

9. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales tiene carácter vinculante para las administraciones públicas en general y, en especial, para la Administración de la Generalidad, las administraciones locales, los promotores y las empresas comerciales.

Artículo 14. *Aprobación del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es impulsado y aprobado por el Gobierno a propuesta del consejero o consejera competente en materia de comercio.

2. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe someterse a información pública y, si procede, al procedimiento de evaluación ambiental que legalmente se determine. Acto seguido, previa audiencia de la Comisión de Equipamientos Comerciales, debe emitir informe el Departamento de Política Territorial y Obras Públicas, el Departamento de Economía y Finanzas, la Comisión de Gobierno Local y el resto de organismos afectados por motivo de sus competencias sectoriales.

Artículo 15. *Ejecución del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe ejecutarse mediante:

a) La aprobación y revisión de los instrumentos de planeamiento urbanístico general y derivado.

b) El otorgamiento de las licencias comerciales, de acuerdo con lo establecido por la legislación vigente.

2. Los crecimientos del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales deben aplicarse gradualmente, si procede en función de los formatos, y de acuerdo con las determinaciones que en él se prevean.

Artículo 16. *Vigencia del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. La vigencia del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es indefinida.

2. El programa del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe revisarse cada cuatro años.

El Gobierno puede acordar su revisión anticipada si acontecen circunstancias que modifiquen sustancialmente los elementos que se han tomado como base para su elaboración y aprobación.

3. En el caso de que en un determinado municipio haya una desviación sustancial de los datos y elementos que se han tomado como base para programar las condiciones de nuevas implantaciones, el ayuntamiento, mediante la elaboración de un programa de orientación para los equipamientos comerciales, puede instar la modificación del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales en lo que afecte al municipio.

4. Los trabajos de revisión del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales deben iniciarse mediante el correspondiente acuerdo del Gobierno. Desde la fecha de publicación del acuerdo en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya hasta la fecha de entrada en vigor del nuevo Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, quedan suspendidos los procedimientos para otorgar las licencias comerciales, en los términos que debe determinar el mismo acuerdo del Gobierno. También quedan suspendidos los procedimientos que tengan por objeto la aprobación definitiva de programas de orientación para los equipamientos comerciales que comporten la modificación del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales para el municipio de que se trate o de un incremento de la dotación de superficie comercial, siempre y cuando el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales vigente en el momento de iniciarse la revisión prevea esta posibilidad. En cualquier caso, la duración de la suspensión de los procedimientos de otorgamiento de licencias y de aprobación de los programas de orientación para los equipamientos comerciales a los que se hace referencia no puede ser superior a doce meses, que pueden prorrogarse seis meses más, si en este período ya ha finalizado el trámite de información pública del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales revisado.

5. No están afectadas por la suspensión a la que se refiere el apartado 4 las licencias comerciales de la Generalidad sujetas a procedimiento abreviado, ni las que se deriven del plan de actuación de un programa de orientación para los equipamientos comerciales aprobado definitivamente en el momento de entrada en vigor de la suspensión mencionada, ni las que correspondan a grandes establecimientos comerciales individuales que formen parte de un gran establecimiento colectivo que haya obtenido, con carácter previo a la entrada en vigor de la suspensión mencionada, la correspondiente licencia comercial de la Generalidad. Tampoco está afectada por la suspensión de licencias del apartado 4 la tramitación de procedimientos de otorgamiento de licencias por traslado de establecimiento si el traslado tiene lugar dentro de un mismo municipio, el establecimiento tiene una antigüedad superior a diez años y comercializa el mismo tipo de productos.

Artículo 17. *Programas de orientación para los equipamientos comerciales.*

1. Los ayuntamientos, en el marco de la presente ley, pueden elaborar programas de orientación para los equipamientos comerciales, para definir el correspondiente modelo comercial, así como las funciones comerciales de los distintos formatos y tipos de oferta que integra el modelo, previo análisis de los perfiles de la población y de sus necesidades y posibilidades, incorporando la perspectiva de género. A tal fin, deben adoptarse las medidas de fomento oportunas para que el equipamiento comercial ya existente en el municipio se adapte al modelo que se desprenda del programa elaborado.

2. La aprobación inicial del programa de orientación para los equipamientos comerciales corresponde al pleno

de cada ayuntamiento. En el caso de que el programa de orientación para los equipamientos comerciales sea de carácter supramunicipal, corresponde su aprobación inicial a los plenos de todos los ayuntamientos implicados, y corresponde su aprobación definitiva al departamento competente en materia de comercio, previa audiencia de la Comisión de Equipamientos Comerciales.

3. Los programas de orientación para los equipamientos comerciales deben ajustarse a las determinaciones que establezca el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, incluidas, si procede, las excepciones previstas.

4. Los programas de orientación para los equipamientos comerciales tienen una vigencia máxima de cuatro años. Deben establecerse por reglamento su contenido y el procedimiento para su tramitación y aprobación. Igualmente, deben determinarse por reglamento las situaciones de transitoriedad en el momento de una revisión del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

Artículo 18. *El Plan de dinamización del comercio urbano.*

1. El Plan de dinamización del comercio urbano es el instrumento para adaptar la oferta comercial existente a las necesidades de los ciudadanos.

2. El Plan de dinamización del comercio urbano debe prever una especial atención a la mejora del acceso y del aparcamiento en las áreas de concentración comercial de pueblos, ciudades y barrios, así como en los mercados municipales.

3. El Plan de dinamización del comercio urbano debe fomentar la renovación y la eficiencia de la oferta comercial existente, sobre la base de la colaboración entre el Gobierno, los ayuntamientos y las asociaciones de comerciantes.

4. El Plan de dinamización del comercio urbano tiene carácter plurianual, debe aprobarse junto con el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales y tiene el mismo período de vigencia. Se financia con el presupuesto de la Generalidad, con los correspondientes impuestos finalistas y, si procede, mediante los convenios con otras administraciones.

Artículo 19. *El planeamiento territorial y urbanístico.*

1. El planeamiento urbanístico debe adecuarse a las determinaciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

2. En la tramitación del planeamiento urbanístico general y derivado, y en la de sus respectivas modificaciones, una vez aprobados inicialmente, debe pedirse el informe al departamento competente en materia de comercio respecto a las reservas de suelo para usos comerciales, cuando estas prevean usos comerciales que hagan posible la implantación de los grandes o medianos establecimientos comerciales objeto de la presente ley. Este informe, si es desfavorable, tiene carácter vinculante.

3. El departamento de la Generalidad competente en materia de comercio debe participar en la elaboración y tramitación del planeamiento territorial parcial en cuanto a los usos comerciales, de acuerdo con lo establecido por el artículo 14 de la Ley 23/1983, del 21 de noviembre, de política territorial.

Artículo 20. *Inspección.*

1. El personal inspector adscrito al departamento competente en materia de comercio puede acceder, si lo considera necesario, en el ejercicio de sus funciones, a la documentación industrial y mercantil de las empresas

que son objeto de la inspección y, si procede, previa autorización de la dirección general competente en materia de comercio, a la documentación contable. Las informaciones obtenidas son, en todos los casos, confidenciales.

2. Si el personal inspector aprecia algún hecho que puede ser constitutivo de infracción, debe extender el acta correspondiente, en la que debe hacer constar los datos personales del presunto infractor o infractora, los datos relativos a la empresa inspeccionada y el hecho de que se trate.

Artículo 21. *Infracciones.*

1. Son infracciones leves:

a) Abrir, cambiar la actividad que llevan a cabo y trasladar, sin la licencia comercial de la Generalidad, los establecimientos comerciales que superen, hasta un máximo del 10%, la superficie de venta que establecen los apartados 1 y 4 del artículo 3.

b) Hacer ampliaciones sin la licencia comercial de la Generalidad que legalmente la requieran si estas no exceden en más del 10% la superficie a partir de la cual la licencia es exigible en función de los criterios que la presente ley establece para cada caso.

c) No comunicar al departamento competente en materia de comercio las operaciones de transmisión de un establecimiento comercial mediano o de más de uno, a las que se refiere el artículo 6.2.

d) No solicitar una nueva licencia comercial para las operaciones de transmisión de los establecimientos comerciales a las que se refiere el artículo 7.1.e) que la requieran.

e) No comunicar las operaciones de transmisión o los cambios de titularidad a que se refiere el artículo 7.3.

f) No comunicar las remodelaciones a las que se refiere el artículo 7.9.

g) Abrir, hacer ampliaciones, cambiar de actividad y hacer traslados si no se dispone de la licencia comercial municipal que establece el artículo 6.

h) Ejercer actividades comerciales en los parques temáticos en los supuestos a los que se refiere el artículo 7.5.

2. Son infracciones graves:

a) Abrir, cambiar de actividad y trasladar, sin la licencia comercial de la Generalidad, establecimientos comerciales que superen, hasta un máximo del 20%, la superficie de venta que establecen los apartados 1 y 4 del artículo 3.

b) Hacer ampliaciones sin la licencia comercial de la Generalidad si legalmente la requieren y si estas no exceden en más del 20% la superficie a partir de la cual la licencia es exigible en función de los criterios que la presente ley establece para cada caso.

c) No disponer del informe sobre el grado de implantación en la distribución comercial que determina el artículo 8 en los supuestos en los que sea preceptivo.

d) Abrir grandes establecimientos comerciales sin cumplir los requisitos de localización establecidos por el artículo 4.1 cuando les sea de aplicación.

e) Negarse o resistirse a suministrar datos o a facilitar la información que requieren las autoridades competentes o sus agentes para cumplir las funciones de información, investigación e inspección en las materias objeto de la presente ley, así como suministrar información inexacta.

f) Resistirse al funcionario o funcionaria facultado para cumplir las funciones de investigación, vigilancia o inspección, actuar en su represalia o hacer tentativa de ello.

g) Reincidir en la comisión de infracciones leves.

3. Son infracciones muy graves:

a) Abrir, cambiar la actividad que llevan a cabo y trasladar, sin la licencia comercial de la Generalidad,

establecimientos comerciales que superen el 20% de la superficie de venta que establecen los apartados 1 y 4 del artículo 3.

b) Hacer ampliaciones sin la licencia comercial de la Generalidad que legalmente la requieran si estas exceden el 20% de la superficie a partir de la cual la licencia es exigible en función de los criterios que la presente ley establece para cada caso.

c) Reincidir en la comisión de infracciones graves.

Artículo 22. *Sanciones.*

1. A las infracciones tipificadas por el artículo 21, sin perjuicio de lo que establece el artículo 24, se aplican las siguientes sanciones:

a) Para las infracciones leves, una multa de 6.000 a 60.000 euros.

b) Para las infracciones graves, una multa de 60.001 a 300.500 euros.

c) Para las infracciones muy graves, una multa de 300.501 a 600.000 euros.

2. Para graduar los importes de las sanciones deben tenerse en cuenta la superficie de venta del establecimiento, la cuantía del beneficio ilícito obtenido como consecuencia de la actuación infractora y el grado de implantación en la distribución comercial de la empresa infractora.

3. El departamento de la Generalidad competente en materia de comercio puede emitir un informe anual sobre la oportunidad de revisar el importe de las sanciones establecidas por el presente artículo y, si procede, promover su modificación mediante la ley de presupuestos de la Generalidad.

4. El importe de las sanciones recaudadas al amparo de lo que establece el presente artículo está afectado a la financiación, ampliación y mejora de los servicios de inspección e instrucción de expedientes sancionadores, tanto en lo que concierne a medios humanos como a equipamientos técnicos y formación del personal que los lleva a cabo.

Artículo 23. *Órganos competentes en la inspección, instrucción y resolución del procedimiento sancionador.*

1. La potestad sancionadora que se deriva de la presente ley debe ser ejercida por los órganos de la Administración de la Generalidad que la tienen atribuida en virtud del Decreto 356/2004, del 20 de julio, por el que se regula la capacidad sancionadora en materia de ordenación del comercio.

2. Los ayuntamientos ejercen las facultades de inspección, instrucción del procedimiento e imposición de sanciones respecto a las infracciones tipificadas por las letras c) y g) del artículo 21.1.

Artículo 24. *Medidas cautelares y multas coercitivas.*

1. El órgano competente en esta materia puede proceder, sin que tenga el carácter de sanción y previa incoación del expediente administrativo correspondiente, al cierre de los grandes establecimientos comerciales que no dispongan de la licencia comercial de la Generalidad en los casos en que sea preceptiva, o a la suspensión de su funcionamiento hasta que acrediten la obtención de dicha licencia.

2. El órgano competente puede imponer multas coercitivas, hasta la cantidad de 6.000 euros, por cada requerimiento, si el establecimiento no dispone de la correspondiente licencia comercial.

Artículo 25. Procedimiento sancionador.

El procedimiento administrativo para sancionar las infracciones tipificadas por la presente ley es el establecido por la Ley 1/1990, del 8 de enero, sobre la disciplina del mercado y de defensa de los consumidores y de los usuarios, y con carácter supletorio se aplica el Decreto 278/1993, del 9 de noviembre, sobre el procedimiento sancionador de aplicación a los ámbitos de competencia de la Generalidad, de acuerdo con los principios que establece el título IX de la Ley del Estado 30/1992, del 26 de noviembre, del régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

Disposición adicional primera. Conceptos de grupo de empresas y de pequeña y mediana empresa.

1. Son un grupo de empresas, a los efectos de lo que establece la presente ley, las entidades comprendidas en la definición que establece el artículo 4 de la Ley del Estado 24/1988, del 28 de julio, del mercado de valores.

2. Son pequeña y mediana empresa, a los efectos del grado de implantación que establece la presente ley, las entidades que dan ocupación a menos de doscientas cincuenta personas y cuya cifra de negocios anual no excede los cincuenta millones de euros o cuyo balance general no excede los cuarenta y tres millones de euros, tal como establece la Recomendación 2003/361 de la Comisión Europea.

Disposición adicional segunda. Ampliación de plazos.

Los plazos para tramitar y emitir la resolución definitiva de los informes y las autorizaciones que establece la presente ley se amplían en un mes si coinciden total o parcialmente con el mes de agosto.

Disposición adicional tercera. Participación en la elaboración del Plan territorial de equipamientos comerciales.

1. Debe constituirse una comisión paritaria formada por representantes de la Generalidad y representantes del Ayuntamiento de Barcelona, de acuerdo con lo que establecen los capítulos III y IV de la Ley 23/1983, del 21 de noviembre, de política territorial, y el capítulo II del título VI de la Ley 22/1998, del 30 de diciembre, de la Carta municipal de Barcelona, al efecto de elaborar las determinaciones del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales que afecten al término municipal de Barcelona, en aplicación de lo que establece el artículo 16.2 de la presente ley y de los reglamentos de desarrollo de la misma, en todo aquello que afecte de un modo específico al término municipal de Barcelona. Dicha comisión debe ser presidida por la persona titular del departamento competente en materia de comercio o por la persona titular del órgano directivo del mismo departamento en quien esta delegue, puede ser convocada a instancia de cualquiera de las administraciones que están representadas en ella y sus acuerdos son vinculantes.

2. La comisión a la que se refiere el apartado 1, en lo que concierne a la elaboración del próximo Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, debe constituirse en el plazo de quince días a contar desde la entrada en vigor de la presente ley y debe adoptar sus acuerdos en el plazo de dos meses, a contar desde la fecha en la que se ha constituido.

3. La comisión a la que se refiere el apartado 1, en lo que no regule la presente ley, debe ajustar su funcionamiento a las disposiciones sobre órganos colegiados establecidas por la Ley 13/1989, del 14 de diciembre, de organización, procedimiento y régimen jurídico de la Administración de la Generalidad de Cataluña.

Disposición transitoria primera. Aplicación transitoria de normas de desarrollo.

Mientras no se aprueben las normas de desarrollo a las que hace referencia la disposición final segunda, permanecen en vigor las normas de desarrollo de la Ley 17/2000, del 29 de diciembre, de equipamientos comerciales, siempre y cuando estas no se opongan a lo que establece la presente ley.

Disposición transitoria segunda. Aplicación del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

El Decreto 211/2001, del 24 de julio, por el que se aprueba el Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, se aplica hasta la aprobación y la entrada en vigor del nuevo Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, que debe producirse, como máximo, en el plazo de un año a partir de la fecha de entrada en vigor de la presente ley.

Disposición transitoria tercera. Informes sobre el grado de implantación de las empresas de distribución comercial.

Mientras no esté en vigor el desarrollo reglamentario de la presente ley, los informes a los que hace referencia el artículo 8 deben ser emitidos por el Servicio de Ordenación de la Distribución Comercial y deben tramitarse de acuerdo con la Ley 17/2000, del 29 de diciembre, de equipamientos comerciales, y el Decreto 340/2001, del 18 de diciembre, por el que se regula el procedimiento a seguir por el Servicio de Competencia en la Distribución Comercial. Asimismo, no debe emitirse ningún informe favorable si quien lo solicita pertenece a una empresa o grupo de empresas con una cuota de mercado relevante superior al 25% de los metros cuadrados de superficie de venta existentes en el ámbito territorial de Cataluña o al 35% en el área de influencia del establecimiento proyectado hasta que se establezcan por reglamento, si procede, otros criterios, de conformidad con el artículo 8.

Disposición transitoria cuarta. Composición de la Comisión de Equipamientos Comerciales.

Mientras no se apruebe el decreto de desarrollo de la presente ley, se mantiene la actual composición de la Comisión de Equipamientos Comerciales y se adapta su funcionamiento a la finalidad establecida por el artículo 11.

Disposición transitoria quinta. Licencias comerciales en trámite

Las licencias comerciales pendientes de resolver en el momento de la entrada en vigor de la presente ley deben tramitarse de acuerdo con lo establecido por la Ley 17/2000.

Disposición transitoria sexta. Aplicación de la Ley 17/2000 a determinadas licencias comerciales.

Las licencias comerciales correspondientes a los establecimientos comerciales incluidos en los programas de orientación para los equipamientos comerciales definitivamente aprobados en el momento de la entrada en vigor de la presente ley deben tramitarse de acuerdo con lo establecido por la Ley 17/2000.

Disposición transitoria séptima. Solicitudes de licencia comercial anteriores a la revisión del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales

Las solicitudes de licencia comercial presentadas con anterioridad a la revisión del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, aprobado mediante

el Decreto 211/2001, pueden acogerse a la regulación establecida por la disposición adicional quinta de la Ley 17/2000, mientras no se haya agotado el dimensionamiento establecido por esta.

Disposición transitoria octava. Prórroga de la suspensión de determinadas licencias.

La suspensión de licencias adoptada por el acuerdo del Gobierno del 28 de diciembre de 2004, con efectos a partir del 13 de enero de 2005, y por el período inicial de un año, se prorroga hasta el 13 de julio de 2006, salvo las licencias que corresponden a implantaciones de establecimientos comerciales de los incluidos en el artículo 3.4, así como las implantaciones a las que se refiere el artículo 16.5. También están exentas de la suspensión de licencias todas las solicitudes de licencia comercial presentadas con anterioridad al 30 de junio de 2005. La suspensión de licencias queda sin efecto desde el momento de la entrada en vigor del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, si esta se produce con anterioridad a la finalización de la prórroga.

Disposición transitoria novena. Suspensión de la tramitación y aprobación de determinados programas de orientación para los equipamientos comerciales.

Se suspende la tramitación y aprobación de todos los programas de orientación para los equipamientos comerciales que se acojan a la excepción que establece el artículo 8.2.e) del Decreto 211/2001, hasta la entrada en vigor del próximo Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, que les es de aplicación.

Disposición transitoria décima. Exclusiones de la aplicación del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

Los ámbitos de planeamiento urbanístico que se enumeran a continuación, los cuales fueron objeto de un informe favorable de la Comisión de Equipamientos Comerciales, quedan excluidos de la aplicación, en cuanto al crecimiento de la superficie comercial, del Plan territorial sectorial de equipamientos comerciales durante el actual período de vigencia así como del que se apruebe después de la entrada en vigor de la presente ley, de acuerdo con las superficies de venta máximas autorizadas que se indican:

a) Modificación puntual del Plan general metropolitano (PGM) en cuanto al sector afectado por el enterramiento de las líneas aéreas de alta tensión de FECSA en el municipio de Esplugues de Llobregat (Baix Llobregat). Techo comercial máximo: alimentario, 4.200 metros cuadrados; no alimentario, 10.700 metros cuadrados.

b) Revisión del Plan general de ordenación urbana (PGOU) en el municipio de Montblanc (Conca de Barberà). Techo comercial máximo: no alimentario, 2.000 metros cuadrados.

c) Modificación puntual en el Plan general metropolitano de una parte de la isla delimitada por el paseo de la Zona Franca, calles de la Fundició y de la Energia y antigua carretera de El Prat de Llobregat, en el municipio de Barcelona. Techo comercial máximo: alimentario, 2.000 metros cuadrados; no alimentario, 6.000 metros cuadrados.

d) Revisión del Plan general de ordenación urbana en el municipio de El Masnou (Maresme). Techo comercial máximo: no alimentario, 7.500 metros cuadrados.

e) Segunda revisión del Plan general de ordenación urbana en el municipio de El Vendrell (Baix Penedès). Techo comercial máximo: no alimentario, 2.900 metros cuadrados.

f) Modificación parcial del Plan parcial del Camí Ral en el municipio de Castelldefels (Baix Llobregat). Techo

comercial máximo: alimentario, 4.700 metros cuadrados; no alimentario, 15.700 metros cuadrados.

g) Texto refundido del Plan parcial de la Plana del Galet en los municipios de El Prat de Llobregat y Cornellà (Baix Llobregat). Techo comercial total: 25.000 metros cuadrados de superficie de venta. Techo comercial máximo: alimentario, 2.000 metros cuadrados de superficie de venta, teniendo en cuenta las prescripciones específicas del informe emitido por el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo del 30 de junio de 2005.

Las licencias que se ajusten al ámbito establecido por la letra g no están afectadas por la suspensión del procedimiento de otorgamiento de licencias establecido por el artículo 16.

Disposición derogatoria.

Sin perjuicio de lo que establecen las disposiciones transitorias, se deroga la Ley 17/2000, de 29 de diciembre, de equipamientos comerciales, así como las disposiciones que se opongan a lo establecido por la presente ley.

Disposición final primera. Legislación supletoria.

La Ley 1/1990, del 8 de enero, sobre la disciplina del mercado y de defensa de los consumidores y de los usuarios, es de aplicación con carácter supletorio en todo lo que no regule expresamente la presente ley.

Disposición final segunda. Desarrollo de la ley.

Se autoriza al Gobierno y al consejero o consejera competente en materia de comercio para dictar las normas necesarias para el desarrollo y la aplicación de la presente ley.

Disposición final tercera. Entrada en vigor.

La presente ley entra en vigor al día siguiente de su publicación en el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos a los que sea de aplicación esta ley cooperen en su cumplimiento y que los tribunales y autoridades a los que corresponda la hagan cumplir.

Palacio de la Generalidad, 27 de diciembre de 2005.-
Pasqual Maragall i Mira, Presidente.-Josep Huguet i Biosca, Consejero de Comercio, Turismo y Consumo.

(Publicada en el «Diario Oficial de la Generalidad de Cataluña»
número 4553, de 3 de enero de 2006)

2011 LEY 19/2005, de 27 de diciembre, del Instituto Geológico de Cataluña.

EL PRESIDENTE DE LA GENERALIDAD DE CATALUÑA

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de Cataluña ha aprobado y yo, en nombre del Rey y de acuerdo con lo que establece el artículo 33.2 del Estatuto de Autonomía de Cataluña, promulgo la siguiente Ley 19/2005, de 27 de diciembre, del Instituto Geológico de Cataluña.

PREÁMBULO

Los estudios de geología, tanto en su vertiente teórica como en la aplicada, cuentan con una larga tradición en Cataluña. Así, ya en el año 1874 el canónigo Jaume Almera inició las tareas de docencia e investigación en esta mate-