

## Disposición final segunda.

Se faculta al Gobierno y al Consejero o Consejera competente en materia de finanzas para que dicten las disposiciones necesarias para desplegar y aplicar la presente Ley.

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, 29 de diciembre de 2000.

ARTUR MAS I GAVARRÓ,  
Consejero de Economía, Finanzas  
y Planificación

JORDI PUJOL,  
Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de la Generalidad de Cataluña» número 3.295, de 30 de diciembre de 2000)

## 1618 LEY 17/2000, 29 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 17/2000, de 29 de diciembre, de Equipamientos Comerciales.

### PREÁMBULO

La tendencia a la globalización de las relaciones económicas afecta, de forma muy profunda, a la rápida evolución de un sector crucial en la economía catalana como es la distribución comercial.

La presente Ley, en sus rasgos básicos, sigue la línea determinada en la Ley 1/1997, de 24 de marzo, de Equipamientos Comerciales, la mayoría de cuyos artículos mantienen su vigencia, tratando de reflejar tanto los cambios experimentados en el sector como las modificaciones derivadas de la experiencia aportada por la aplicación práctica de aquella norma.

Como aquélla, esta nueva Ley quiere fomentar un sistema de distribución eficiente que asegure el aprovisionamiento de los consumidores con el mejor nivel de servicios posible y el mínimo coste de distribución y que permita la mejora continuada en los precios, en la calidad y en las condiciones de oferta y servicio; un sistema de distribución eficiente a partir de la libre y leal competencia de los agentes, en el que las pequeñas, medianas y grandes empresas comerciales puedan concurrir de forma equilibrada.

La nueva Ley pretende la modernización del modelo de comercio urbano, como eje del equilibrio territorial de Cataluña en el ámbito comercial. En el aspecto espacial, a partir de la colaboración entre el Gobierno de la Generalidad y los Ayuntamientos, que amplían la intervención en la programación comercial de su municipio. En el aspecto económico, con la introducción de nuevas medidas a fin de evitar concentraciones empresariales susceptibles de distorsionar la libre y leal competencia entre las pequeñas, medianas y grandes empresas.

La Ley establece la obligación de solicitar una licencia comercial de instalación de los grandes establecimientos comerciales y condiciona su otorgamiento a la ordenación del comercio y a un análisis ponderado respecto a la existencia de un equipamiento comercial en el área

de influencia donde se pretenda ubicar el nuevo establecimiento, la oportunidad de éste de acuerdo con la mejora que la apertura signifique para la libre competencia, así como los posibles efectos negativos que pueda representar para el pequeño comercio existente.

La presente Ley concibe los equipamientos comerciales como el conjunto de la oferta comercial existente en un municipio y el procedimiento de concesión de las licencias municipales y de la licencia comercial para grandes establecimientos comerciales como medio para lograr su reforma y modernización dentro de un marco de libertad de empresa en competencia libre y leal, según señala el artículo 1.

Los artículos 2 y 3, respectivamente, hacen la definición genérica de los establecimientos comerciales y de los que son grandes y medianos establecimientos comerciales a efectos de lo establecido en la presente Ley, de acuerdo con una gradación que tiene en cuenta la población del municipio de que se trate. Como innovación respecto a la legislación anterior, se incluye, a efecto de exigirles la correspondiente licencia comercial, la categoría de establecimiento comercial mediano.

El artículo 4 hace referencia a las licencias municipales, en general, y el artículo 5 se refiere a la licencia comercial de la Generalidad, señalando los distintos supuestos en los que es preciso disponer de la misma antes de solicitar las licencias municipales. Este último artículo determina la consulta preceptiva al Ayuntamiento en todos los casos de solicitud de licencia comercial y otorga una relevancia decisiva a la participación del Ayuntamiento en el procedimiento de concesión de la licencia al considerar vinculante su informe cuando es negativo.

El artículo 6 introduce las medidas para evitar los grados de concentración empresarial que puedan distorsionar la defensa de la competencia en la distribución, que son previas a la concesión de las licencias municipales.

El artículo 7 recoge los elementos que deben valorarse para el otorgamiento de las licencias comerciales.

El artículo 8 se refiere a la Comisión de Equipamientos Comerciales estableciendo los casos en que es preceptivo su informe, de conformidad con las novedades que incorpora la Ley.

El artículo 9 alude al pago de la tasa por la tramitación de los expedientes de licencias comerciales de la Generalidad, cuya regulación corresponde a la Ley de Tasas y Precios Públicos de la Generalidad de Cataluña. Asimismo, prevé la posibilidad de que los Ayuntamientos aprueben una tasa por la tramitación de licencias comerciales municipales.

Los artículos 10 a 15 regulan el plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, de forma casi análoga a la establecida en la Ley 1/1997, e incorporan la posibilidad de revisarlo anticipadamente, de forma total o parcial, cuando concurren determinadas circunstancias.

El artículo 16 regula los programas de orientación para los equipamientos comerciales, ampliando la intervención municipal en la programación comercial del municipio.

El artículo 17 se refiere al planeamiento territorial y urbanístico, con relación a la implantación de grandes y medianos establecimientos comerciales. En este sentido, la presente Ley dispone que el departamento competente en materia de comercio emita un informe preceptivo en la tramitación del planeamiento territorial, en cuanto a los usos comerciales que se establecen en el mismo. Se completa así el abanico de actuaciones que permite a la administración comercial disponer de una información fidedigna por conocer, en una fase inicial, las posibilidades de implantación de los grandes y medianos establecimientos comerciales.

El artículo 18 reitera el contenido de la Ley anterior, en cuanto a la facultad de que dispone el Gobierno para promover la creación de tributos propios y de convenios con la Administración general del Estado con la finalidad de fomentar la modernización de los equipamientos comerciales.

Al mismo tiempo, el plan de dinamización del comercio urbano debe dotarse con la recaudación de tributos propios y convenios con otras administraciones y debe concretarse en objetivos anuales mediante la Ley de Presupuestos de la Generalidad.

El artículo 19 introduce un nuevo aspecto, relativo a la inspección, y enlaza con los siguientes artículos, del 20 al 23, que regulan exhaustivamente el régimen de infracciones y sanciones, adecuando el mismo a la correlativa obligación de disponer de la correspondiente licencia comercial.

Mediante sendas disposiciones adicionales se prevé como ya se hizo en la Ley 1/1997, la posibilidad de tramitar modificaciones del planeamiento general para destinar a otros usos los ámbitos que, inicialmente, permitían la instalación de grandes establecimientos comerciales y que resultan vetados por las determinaciones del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, y se crea el Servicio de Competencia en la Distribución Comercial, adscrito al departamento competente en materia de comercio, al que se asignan las funciones que la presente Ley le atribuye y que debe cumplir hasta la creación del órgano competente en materia de defensa de la competencia en Cataluña.

Las disposiciones transitorias regulan, por un lado, la suspensión del otorgamiento de las licencias comerciales de la Generalidad hasta la aprobación del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales y, por el otro, las situaciones en las que pueden hallarse las personas interesadas en el momento de la entrada en vigor de la presente Ley y, de forma especial, los trámites en la evaluación de licencias de supermercados solicitadas a los Ayuntamientos de Cataluña desde junio del 2000.

Finalmente, la disposición derogatoria establece que se mantenga la vigencia de las normas de despliegue de la Ley 1/1997, en todo aquello que no se oponga a la nueva Ley y en tanto no se hayan dictado las correspondientes normas de sustitución.

#### Artículo 1. *Objeto.*

La presente Ley tiene por objeto establecer las directrices para adecuar los equipamientos comerciales de los municipios de Cataluña a las necesidades de consumo y compra, para fomentar la reforma y modernización de los equipamientos comerciales, mejorándolos en calidad, variedad y servicios, y para determinar el régimen jurídico de los grandes y medianos establecimientos comerciales, en un marco de libertad de empresa en competencia libre y leal.

#### Artículo 2. *Los establecimientos comerciales.*

1. A efectos de lo establecido en la presente Ley, son establecimientos comerciales todos los locales e instalaciones, cubiertos o sin cubrir, abiertos al público que están en el exterior o interior de una edificación donde se ejerce regularmente la venta al detalle. Quedan excluidos los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta al mayor.

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

3. Los establecimientos de carácter colectivo están integrados por un conjunto de establecimientos individuales situados en uno o varios edificios, en los que, con independencia de que las respectivas actividades

puedan ejercerse de forma empresarialmente independiente, concurren todos o algunos de los siguientes elementos: Acceso común desde la vía pública, de uso exclusivo y preferente de los establecimientos o sus clientes, aparcamientos privados compartidos o servicios comunes para los clientes.

#### 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 los 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 los 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 los 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 los 800 metros cuadrados, en municipios con una población, como máximo, de 10.000 habitantes.

2. Con independencia de lo establecido en el apartado 1, los establecimientos individuales dedicados, esencialmente, a la venta de automóviles y demás vehículos, maquinaria, materiales para la construcción y artículos de saneamiento, mobiliario, artículos de ferretería, y los centros de jardinería son grandes establecimientos comerciales cuando tienen una superficie de venta superior a 2.500 metros cuadrados. En el supuesto de que los establecimientos de tales características formen un establecimiento colectivo, sin superar individualmente los 2.500 metros cuadrados de superficie de venta, el conjunto es un gran establecimiento comercial si supera los 5.000 metros cuadrados de superficie de venta.

3. Son establecimientos comerciales medianos:

a) Los establecimientos individuales o colectivos con una superficie de venta igual o superior a los 1.300 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 los 700 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 los 500 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 los 400 metros cuadrados, en municipios con una población, como máximo, de 10.000 habitantes.

4. Debe establecerse por reglamento la determinación de la superficie de venta.

#### Artículo 4. *Las licencias municipales.*

1. Para abrir un establecimiento comercial de los que define el artículo 3 debe obtenerse previamente la licencia del correspondiente Ayuntamiento y, para su otorgamiento, el mismo debe tener en cuenta los requisitos determinados para los establecimientos comerciales, las normas vigentes de carácter urbanístico, sanitario, ambiental y de seguridad y las demás condiciones exigidas por reglamento para tales establecimientos.

2. Se crea la licencia comercial municipal para los establecimientos comerciales medianos. Es preciso dis-

poner de dicha licencia para la apertura, el cambio de actividad, los traslados y las ampliaciones que impliquen superficies de venta señaladas en las letras a, b, c y d del apartado 3 del artículo 3.

#### Artículo 5. *La licencia comercial de la Generalidad.*

1. Es preciso disponer de la licencia comercial que otorga el departamento de la Generalidad competente en materia de comercio, previamente a la solicitud de las licencias municipales, 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 establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 3, con la única excepción del supuesto especificado en el apartado 7.

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 establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 3. En tal caso, la efectividad de la licencia queda condicionada al cierre efectivo del establecimiento inicial antes de la apertura del nuevo.

2. Es preciso disponer de licencia comercial en la transmisión de un gran establecimiento comercial o de las acciones y participaciones de las sociedades que, directa o indirectamente, sean sus titulares y estén obligadas a consolidar sus cuentas, de acuerdo con los artículos 185 de la Ley de Sociedades Anónimas y 42 y siguientes del Código de Comercio. Quedan exentas de la obligación de solicitar licencia comercial las transmisiones hereditarias.

3. Los mercados municipales no precisan licencia comercial. Sólo se requiere la licencia comercial de la Generalidad en la apertura, cambios de actividad, traslado y ampliación de los establecimientos individuales situados dentro de los mercados municipales si tienen una superficie de venta que supere los límites determinados en el apartado 1 del artículo 3.

4. Los parques temáticos sólo requieren licencia comercial de la Generalidad para sus actividades comerciales cuando el conjunto de la superficie de venta supere los 5.000 metros cuadrados, el 15 por 100 de la superficie edificada total o que los establecimientos individuales superen los límites establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 3. Se entiende por actividades comerciales del parque temático las de venta al detalle de productos directamente relacionados con su actividad principal y dentro de su recinto.

5. Deben establecerse por reglamento los requisitos que deben cumplir las solicitudes de la licencia comercial de la Generalidad: Los procedimientos ordinario y abreviado de aplicación según los supuestos, el plazo de vigencia, las posibilidades de prórroga y la caducidad.

6. En el trámite de concesión de la licencia comercial de la Generalidad debe emitir informe el Ayuntamiento del municipio en cuyo término se pretenda abrir, ampliar o trasladar un gran establecimiento o cambiar su actividad. Dicho informe debe ser aprobado por el Pleno del Ayuntamiento y debe motivarse teniendo en cuenta los criterios de valoración establecidos en el artículo 7, y, si es desfavorable, tiene carácter vinculante.

7. Los grandes establecimientos comerciales situados en los centros urbanos con una antigüedad superior a los diez años no requieren licencia comercial de la Generalidad para las reformas que supongan una ampliación no superior a los 5.000 metros cuadrados de superficie de venta, siempre que este crecimiento sea inferior al 30 por 100 de la superficie de venta preexistente.

Entre las dos ampliaciones que se acojan a dicha excepción debe transcurrir un período mínimo de ocho años. El titular del gran establecimiento comercial debe disponer del informe favorable del Servicio de Competencia en la Distribución Comercial y comunicarlo al departamento competente en materia de comercio. A efectos de lo establecido en esta excepción, el reglamento debe fijar un régimen especial que determine el criterio para la consideración de establecimiento situado en el centro urbano.

#### Artículo 6. *Grado de concentración empresarial.*

1. En la implantación de los establecimientos comerciales debe tenerse en cuenta el grado de concentración empresarial en el mercado, según la cuota de mercado del grupo de empresas al que pertenece su solicitante. A efectos de lo establecido en la presente Ley, son grupo de empresas las entidades comprendidas en la definición establecida en el artículo 4 de la Ley del Estado 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores.

2. En la tramitación de la licencia comercial es preceptivo el informe del Servicio de Competencia en la distribución comercial. No debe otorgarse informe favorable alguno si el solicitante pertenece a un grupo de empresas con una cuota del mercado relevante superior al 25 por 100 de los metros cuadrados existentes en el ámbito territorial de Cataluña, o al 35 por 100 del área de influencia del establecimiento proyectado. En tal caso, dicho informe tiene carácter vinculante en la denegación de la licencia solicitada.

3. Para los establecimientos especificados en el apartado 3 del artículo 3, previamente a la licencia comercial municipal, debe obtenerse el informe del Servicio de Competencia en la Distribución Comercial. También deben obtener dicho informe los establecimientos dedicados a la venta al detalle de productos alimenticios y de gran consumo en régimen de autoservicio con una superficie de más de 400 metros cuadrados, y los de menos de 400 metros cuadrados que pertenezcan a grupos empresariales con una facturación anual de más de 500.000.000.000 de pesetas. No debe otorgarse informe favorable alguno si el solicitante pertenece a un grupo de empresas con una cuota de mercado superior al 25 por 100 de los metros cuadrados de venta existentes en Cataluña o al 35 por 100 del área de influencia del establecimiento proyectado. En tal caso, dicho informe tiene carácter vinculante en la denegación de la licencia solicitada.

4. Las cuotas de mercado establecidas en el presente artículo tienen el mismo período de vigencia que el establecido en el plan territorial sectorial de equipamientos comerciales. Cualquier modificación de dichas cuotas debe establecerse por Ley, previo informe del Servicio de Competencia en la Distribución Comercial.

5. Deben establecerse por reglamento los criterios para medir el grado de concentración empresarial en el mercado y para definir el área de influencia de un gran establecimiento comercial.

#### Artículo 7. *Elementos para el otorgamiento de las licencias comerciales.*

El otorgamiento o denegación de la licencia comercial de la Generalidad y de la licencia comercial municipal para los establecimientos especificados en el apartado 3 del artículo 3 deben acordarse teniendo en cuenta que el proyecto se adecue al plan territorial sectorial de equipamientos comerciales. En caso de que el proyecto se adecue al mismo, deben valorarse los siguientes elementos:

a) El que ya exista un equipamiento comercial adecuado en el área de influencia afectado por el nuevo

emplazamiento. Se entiende que un ámbito territorial está dotado de un equipamiento comercial adecuado cuando éste garantiza a la población de la zona y a la prevista a medio plazo una oferta de artículos en condiciones de calidad, variedad y servicio conformes a la situación actual y a las tendencias de desarrollo y modernización del comercio al detalle.

b) Los efectos sobre la estructura comercial de la zona, que deben valorarse atendiendo a la innovación y mejora del servicio a los consumidores que la apertura de un nuevo gran establecimiento suponga para la libre competencia y los efectos negativos para el pequeño comercio de la zona.

c) La localización del establecimiento y, en especial, su relación con la trama urbana y la incidencia que pueda tener en la misma.

d) Las características cualitativas y las condiciones de seguridad del proyecto, así como la integración del establecimiento al entorno urbano y la incidencia en el medio ambiente, especialmente en lo que se refiere a las medidas establecidas en el proyecto relativo al cumplimiento de la normativa vigente sobre el tratamiento de residuos, envases y embalajes.

e) El impacto en el territorio, teniendo en cuenta la incidencia en la red viaria, la accesibilidad al establecimiento comercial y la dotación de aparcamiento y demás servicios.

f) La contribución del proyecto a la revitalización de las áreas comerciales ya consolidadas en el área de influencia.

g) La reversión de las plusvalías que se generen a favor de la mejora y modernización de las estructuras comerciales del área de influencia y, en especial, las destinadas a la revitalización del comercio en los centros urbanos.

h) Los efectos sobre el nivel y calidad de la ocupación en el área de influencia.

i) La adecuación del proyecto a las previsiones del planeamiento urbanístico vigente.

j) La contribución del proyecto al reequilibrio territorial.

k) La adecuación del proyecto a las disposiciones del programa de orientación para los equipamientos comerciales del municipio, en su caso.

#### Artículo 8. *La Comisión de Equipamientos Comerciales.*

1. La Comisión de Equipamientos Comerciales, cuyas funciones, composición y funcionamiento deben establecerse por reglamento, debe emitir informe referente a:

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

b) Los programas de orientación para el equipamiento comercial.

c) La elaboración, grado de cumplimiento y propuestas para la revisión del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, establecido en el apartado 1 del artículo 10.

d) La tramitación del planeamiento urbanístico cuando posibilite la implantación de un gran establecimiento comercial.

2. La composición de la Comisión de Equipamientos Comerciales, en todo caso, debe asegurar la representación municipal, teniendo en cuenta las entidades municipalistas y la de las asociaciones representativas de comerciantes y consumidores.

3. Los miembros de la Comisión de Equipamientos Comerciales pueden percibir los correspondientes derechos de asistencia.

#### Artículo 9. *Tasas por la tramitación de las licencias comerciales.*

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 en la Ley 33/1991, de 24 de diciembre, de Tasas y Precios Públicos de la Generalidad de Cataluña.

2. Los Ayuntamientos pueden aprobar, en sus ordenanzas fiscales, una tasa por la tramitación de los expedientes de solicitud de la licencia comercial municipal.

#### Artículo 10. *El plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El instrumento para ordenar la localización de los equipamientos comerciales en el ámbito territorial de Cataluña es el plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, a cuyas directrices debe adecuarse el planeamiento urbanístico.

2. 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, Administraciones Locales, personas promotoras y empresas comerciales.

#### Artículo 11. *Objetivo del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El objetivo general del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es la ordenación de las implantaciones comerciales sujetas a licencia comercial, con el fin de lograr un nivel de equipamiento comercial equilibrado entre las distintas formas de distribución y satisfacer las necesidades de compra de los consumidores.

2. De acuerdo con el criterio general especificado en el apartado 1, para elaborar y ejecutar el plan deben constituir sus objetivos específicos:

a) Evaluar la oferta comercial disponible en Cataluña, tanto en lo referente al número de establecimientos como a la superficie total de venta, desglosada por comarcas o ámbitos territoriales de actuación y por sectores de actividad.

b) Evaluar el gasto comercializable del conjunto de la población catalana, igualmente desglosada por comarcas o ámbitos territoriales de actuación y por epígrafes de gasto.

c) Establecer los déficit y superávit de equipamiento comercial en cada ámbito territorial, a partir de parámetros contrastados de facturación, lo cual debe permitir confrontar la oferta y la demanda.

3. De acuerdo con las prescripciones que el plan territorial general establece para los planes sectoriales, son también objetivos del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales:

a) La potenciación de determinados centros o subcentros comarcales.

b) La potenciación de los centros o polaridades comerciales escogidos en el plan territorial general para corregir desequilibrios territoriales.

c) La corrección de los déficit de equipamiento comerciales, que permita evitar desplazamientos de la población, especialmente en cuanto a la compra cotidiana.

d) El establecimiento de criterios y la cuantificación de las reservas de suelo para el equipamiento comercial a efecto del planeamiento urbanístico, tanto en la fase de elaboración como en la de revisión.

4. Sin perjuicio de que el plan territorial sectorial de equipamientos comerciales considere la comarca como una unidad básica de actuación, el que existan

polaridades comerciales de distinto ámbito puede suponer la consideración de ámbitos proporcionales a dichas polaridades. En todo caso, es preciso tener en cuenta lo dispuesto en el plan territorial general en cuanto a ámbitos de actuación.

#### Artículo 12. *Aprobación del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

1. El plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es impulsado y aprobado por el Gobierno de la Generalidad 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 deben emitir informe previo el Departamento de Política Territorial y Obras Públicas y la Comisión de Equipamientos Comerciales.

#### Artículo 13. *Ejecución del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

El plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe ejecutarse mediante:

a) La aprobación y revisión de los instrumentos de planeamiento urbanístico: Planes generales, normas subsidiarias, planes parciales, planes especiales, programas de actuación urbanística o figuras que los sustituyan.

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

#### Artículo 14. *Vigencia del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.*

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

2. El plan territorial sectorial de equipamientos comerciales debe revisarse cada cuatro años. No obstante, si se produjeran circunstancias que modifiquen sustancialmente la estructura de la oferta o la demanda comerciales, puede realizarse una revisión anticipada, general o parcial.

3. Para la revisión del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales es preciso tener en cuenta especialmente:

a) La evolución de los hábitos de compra y consumo de la población.

b) La evolución, en la composición de la oferta comercial, de las distintas tipologías de establecimientos.

c) La evolución de la concentración empresarial del sector de la distribución comercial.

d) El impacto producido por la implantación de grandes superficies en el comercio intraurbano, especialmente en los centros históricos tradicionales, para evitar, específicamente, el fenómeno de la desertización comercial.

#### Artículo 15. *Suspensión de licencias.*

El Gobierno puede suspender el otorgamiento de las licencias comerciales de la Generalidad, por el período de un año, prorrogable por seis meses más, en la forma establecida por reglamento, si se elabora o revisa en plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

#### Artículo 16. *Programas de orientación para los equipamientos comerciales.*

1. En el marco de la presente Ley, corresponde a los Ayuntamientos la elaboración del programa de orientación para los equipamientos comerciales, a fin de adaptar el equipamiento comercial de las respectivas pobla-

ciones a las necesidades de los consumidores. Con dicha finalidad, 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. La aprobación definitiva corresponde al departamento competente en materia de comercio, previo informe de la Comisión de Equipamientos Comerciales.

3. Los programas de orientación para los equipamientos comerciales son obligatorios para la instalación de grandes establecimientos comerciales de más de:

a) 20.000 metros cuadrados de superficie de venta en municipios de más de 100.000 habitantes.

b) 10.000 metros cuadrados de superficie de venta en municipios de 25.001 a 100.000 habitantes.

c) 5.000 metros cuadrados de superficie de venta en municipios de 10.000 a 25.000 habitantes.

d) 3.000 metros cuadrados de superficie de venta en municipios de menos de 10.000 habitantes.

4. Los programas de orientación para los equipamientos comerciales deben tener una vigencia máxima de cuatro años. Deben determinarse por reglamento las situaciones de transitoriedad en el momento de una revisión del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales.

#### Artículo 17. *El planeamiento territorial y urbanístico.*

1. En la tramitación del planeamiento general, las normas subsidiarias, los planes parciales, los planes especiales, los programas de actuación urbanística o las figuras que los sustituyan y en la de las respectivas modificaciones, una vez aprobados inicialmente, debe solicitarse informe de los mismos al departamento competente en materia de comercio respecto a las reservas de suelo para usos comerciales, cuando éstas posibiliten la implantación de los establecimientos comerciales objeto de la presente Ley. Dicho informe, si es desfavorable, tiene carácter vinculante.

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

#### Artículo 18. *Modernización de los equipamientos comerciales.*

1. Para fomentar la modernización de los equipamientos comerciales en Cataluña y para desarrollar planes de actuación en áreas afectadas por los emplazamientos de grandes establecimientos comerciales, el Gobierno puede promover la creación de tributos propios y convenios con otras administraciones.

2. La recaudación que se obtenga de los tributos a que se refiere el apartado 1 debe destinarse a la modernización, innovación y mejora del comercio urbano. Las prioridades y objetivos deben determinarse en el plan de dinamización del comercio urbano, que debe aprobarse simultáneamente al plan territorial sectorial de equipamientos comerciales y tiene el mismo período de vigencia. La concreción de los objetivos anuales del plan de dinamización debe realizarse mediante la Ley de Presupuestos de la Generalidad.

#### Artículo 19. *Inspección.*

1. Los inspectores adscritos al departamento competente en materia de comercio pueden acceder, si lo

consideran necesario, en el ejercicio de sus funciones, a la documentación industrial y mercantil de las empresas objeto de la inspección y, si es procedente, 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 los inspectores aprecian algún hecho que pueda ser constitutivo de infracción, deben levantar el acta correspondiente, en la que deben hacer constar los datos personales del presunto infractor, los datos relativos a la empresa inspeccionada y el hecho de que se trate.

#### Artículo 20. *Infracciones.*

1. Es una infracción de lo establecido en la presente Ley el no disponer de la licencia comercial de la Generalidad, con carácter previo a la solicitud de las licencias municipales, en los siguientes supuestos:

a) La apertura de grandes establecimientos comerciales.

b) Las ampliaciones de los establecimientos comerciales cuya superficie de venta supere, antes o después de la ampliación, los límites establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 3.

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

d) Los traslados de los establecimientos comerciales cuya superficie de venta supere, antes o después del traslado, los límites establecidos en los apartados 1 y 2 del artículo 3.

e) La transmisión de un gran establecimiento comercial o de las acciones o participaciones de las sociedades que, directa o indirectamente, sean sus titulares y estén obligadas a consolidar sus cuentas, de acuerdo con los artículos 185 de la Ley de Sociedades Anónimas y 42 y siguientes del Código de Comercio, a excepción de las transmisiones hereditarias.

f) La apertura, ampliación, cambio de actividad y traslado de los establecimientos individuales situados dentro de los mercados municipales cuando su superficie de venta supere los límites establecidos en el apartado 1 del artículo 3.

2. Son también infracciones de lo establecido en la presente Ley la apertura, cambios de actividad, traslados y ampliaciones que no dispongan de la licencia comercial municipal, si ésta es preceptiva, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 4.

3. Otras infracciones son:

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

b) Resistirse a los funcionarios facultados para el ejercicio de la función de investigación, vigilancia o inspección, actuar contra los mismos en represalia o intentar.

#### Artículo 21. *Clasificación de las infracciones.*

1. Son infracciones leves:

a) La apertura, cambio de actividad y traslado, sin la licencia comercial de la Generalidad, de establecimientos comerciales que superen, hasta un máximo del 10 por 100, la superficie de venta establecida en los apartados 1 y 2 del artículo 3.

b) Las ampliaciones sin licencia comercial de la Generalidad que legalmente la requieran cuando éstas no excedan en más de un 10 por 100 la superficie a

partir de la cual la licencia es exigible en función de los criterios que la presente Ley establece para cada caso.

2. Son infracciones graves:

a) La apertura, cambio de actividad y traslado, sin la licencia comercial de la Generalidad, de establecimientos comerciales que superen, hasta un máximo del 20 por 100, la superficie de venta establecida en los apartados 1 y 2 del artículo 3.

b) Las ampliaciones sin licencia comercial de la Generalidad que legalmente la requieran cuando éstas no excedan en más de un 20 por 100 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) Los supuestos especificados en la letra e del apartado 1 del artículo 20.

d) Los supuestos especificados en las letras a y b del apartado 3 del artículo 20.

e) La reincidencia en la comisión de infracciones leves.

3. Son infracciones muy graves:

a) La apertura, cambio de actividad y traslado, sin la licencia comercial de la Generalidad, de establecimientos comerciales que superen el 20 por 100 de la superficie de venta establecida en los apartados 1 y 2 del artículo 3.

b) Las ampliaciones sin licencia comercial de la Generalidad que legalmente la requieran cuando éstas no excedan el 20 por 100 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) La reincidencia en la comisión de infracciones graves.

#### Artículo 22. *Sanciones.*

1. A las infracciones tipificadas por el artículo 21, y sin perjuicio de lo establecido en el artículo 23, se aplican las siguientes sanciones:

a) A las infracciones leves, una multa de 1.000.000 a 10.000.000 de pesetas.

b) A las infracciones graves, una multa de 10.000.001 a 50.000.000 de pesetas.

c) A las infracciones muy graves, una multa de 50.000.001 a 100.000.000 de pesetas.

2. Para graduar el importe de la sanción, es preciso tener en cuenta la superficie de venta del establecimiento, la cuantía del beneficio ilícito obtenido como consecuencia de la actuación infractora y la situación de predominio de la empresa infractora en el mercado.

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

#### Artículo 23. *Medidas cautelares y multas coercitivas.*

1. El órgano competente en la materia puede adoptar, sin que tenga carácter de sanción, previa incoación del correspondiente expediente administrativo, la medida de cerrar los grandes establecimientos comerciales que no dispongan de la licencia comercial de la Generalidad en los casos en que sea preceptiva, o suspender su funcionamiento hasta acreditar la obtención de dicha licencia.

2. El órgano competente puede imponer multas coercitivas, hasta la cantidad de 500.000 pesetas por cada requerimiento, si el establecimiento no dispone de la correspondiente licencia comercial.

Disposición adicional primera. *Modificaciones del planeamiento urbanístico.*

Si existen ámbitos del planeamiento urbanístico que posibiliten la implantación de grandes establecimientos comerciales y ésta no puede llevarse a cabo como consecuencia de las determinaciones del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, pueden tramitarse modificaciones del planeamiento general para destinar dichos ámbitos a otros usos, en el marco del modelo territorial del planeamiento vigente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 75 del Decreto legislativo 1/1990, de 12 de julio.

Disposición adicional segunda. *Servicio de Competencia en la Distribución Comercial en Cataluña.*

Se crea el Servicio de Competencia en la Distribución Comercial, adscrito al departamento competente en materia de comercio, al que se asignan las funciones que la presente Ley le atribuye, las cuales debe ejercer hasta la creación, estructuración y adscripción definitiva del órgano competente en materia de defensa de la competencia en Cataluña.

Disposición adicional tercera. *Registro de establecimientos comerciales.*

Se crea un registro de los establecimientos regulados en el artículo 3, cuyo mantenimiento corresponde al departamento competente en materia de comercio, que debe servir de base a las actuaciones en materia de defensa del derecho a la competencia establecidas en la presente Ley. Deben determinarse por reglamento sus características y funcionamiento.

Disposición adicional cuarta. *Libro blanco sobre la concentración empresarial.*

El Gobierno debe promover la elaboración de un libro blanco sobre la concentración empresarial en el sector de la distribución comercial en Cataluña y aprobarlo durante el año 2002, que debe pormenorizar las cuotas de mercado de los distintos grupos con la desagregación territorial definida en el plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, la influencia de la concentración en el sector industrial catalán y la presencia de los productos elaborados en Cataluña por las distintas enseñas comerciales.

Disposición transitoria primera. *Suspensión temporal del otorgamiento de licencias comerciales para supermercados.*

1. Hasta la aprobación del plan territorial sectorial de equipamientos comerciales, que debe adaptarse a las prescripciones de la presente Ley, se suspende el otorgamiento de las licencias comerciales de la Generalidad, así como de las licencias comerciales municipales, para los supermercados que, en virtud de lo establecido en la presente Ley, las requieran. A tales efectos, tienen la consideración de supermercados los establecimientos con una superficie de 400 metros cuadrados a 2.499 metros cuadrados, que ofrezcan, en régimen de autoservicio, productos de consumo cotidiano y, según su dimensión, también cuenten con otros productos no alimenticios.

2. La suspensión a que se refiere el apartado 1 no puede exceder, en todo caso, el plazo de seis meses a contar de la entrada en vigor de la presente Ley, y no afecta al cambio de titularidad de los establecimientos sujetos a la Orden de 20 de junio de 2000, por la que se dispone la publicación del Acuerdo del Consejo de Ministros de 26 de mayo de 2000.

Disposición transitoria segunda. *Licencias municipales de supermercados en trámite.*

1. Las personas físicas o jurídicas que tengan en trámite, con anterioridad al 1 de noviembre de 2000, una licencia municipal de supermercado que no tiene la consideración de gran establecimiento en la Ley 1/1997, de Equipamientos Comerciales, no deben solicitar las nuevas licencias comerciales previstas en la presente Ley. En el caso de no haber obtenido la licencia en la fecha de entrada en vigor de la presente Ley, es preciso disponer del informe favorable del Servicio de Competencia de la Distribución Comercial.

2. Las personas físicas o jurídicas que hayan obtenido o tengan en trámite una licencia municipal de supermercado desde el mes de junio del 2000 deben notificarlo al órgano competente en materia de aplicación de la defensa de la competencia.

Disposición transitoria tercera. *Financiación del plan de dinamización del comercio urbano 2001-2004.*

Sin perjuicio de lo establecido en el apartado 2 del artículo 18, las prioridades y los objetivos para la aplicación de los fondos generados por los tributos a que se refiere el apartado 1 del artículo 18 deben incorporarse al plan de dinamización del comercio urbano 2001-2004 con posterioridad a la entrada en vigor de la Ley reguladora del Impuesto sobre Grandes Equipamientos Comerciales, que prevé la disposición final segunda de la Ley 3/2000, de 19 de mayo, de Presupuestos de la Generalidad. Mientras ello sea así, el plan de dinamización del comercio urbano sigue estando financiado con los recursos asignados por los presupuestos de la Generalidad.

Disposición derogatoria única.

Se deroga la Ley 1/1997, de 24 de marzo, de equipamientos comerciales y, en todo aquello que no se oponga a lo establecido en la presente Ley, se mantiene la vigencia de las normas de despliegue de dicha Ley en tanto no se hayan dictado las normas que las deben sustituir.

Disposición final primera. *Despliegue.*

Se autoriza al Gobierno y al consejero o consejera competentes en materia de comercio para dictar las normas necesarias para el despliegue y aplicación de la presente Ley.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará 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 las autoridades a los que corresponda la hagan cumplir.

Palacio de la Generalidad, 29 de diciembre de 2000.

ANTONI SUBIRÀ I CLAUS,  
Consejero de Industria,  
Comercio y Turismo

JORDI PUJOL,  
Presidente