

MINISTERIO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y DE LA SECRETARÍA DEL GOBIERNO

8201 REAL DECRETO 427/1987, de 18 de marzo, por el que se fija el precio máximo de venta al público para el aceite de soja.

La evolución de los costes de comercialización aconsejan revisar el precio máximo de venta al público del aceite de soja, en términos que se acompañen con la evolución de los demás aceites de consumo predominante en el mercado, de tal manera que la regulación oficial del precio del de soja pueda cumplir la función prevista de testigo y moderación en un mercado libre y competitivo como es el de las grasas comestibles.

En su virtud, previo informe de la Junta Superior de Precios, y a propuesta de los Ministerios de Economía y Hacienda y de Agricultura, Pesca y Alimentación, previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 18 de marzo de 1987,

DISPONGO:

Artículo 1.º El precio máximo de venta al público del aceite de soja refinado y envasado será de 168 pesetas/litro, IVA incluido.

Art. 2.º El Ministerio de Economía y Hacienda podrá dictar las disposiciones precisas para el desarrollo del presente Real Decreto, que entrará en vigor el día de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», quedando derogado el Real Decreto 563/1986, de 21 de marzo, por el que se fijaba el precio máximo de venta al público para el aceite de soja.

Dado en Madrid a 18 de marzo de 1987.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Relaciones con las Cortes
y de la Secretaría del Gobierno,
VIRGILIO ZAPATERO GOMEZ

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA

8202 LEY 3/1987, de 9 de marzo, 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 se establece en el artículo 33.2 del Estatuto de Autonomía, promulgo la siguiente

LEY DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

La situación del sector comercial evidencia la necesidad de una disposición reguladora de los equipamientos comerciales como base donde apoyar la imprescindible reforma de las estructuras del sector. Una disposición de esta naturaleza no tiene precedentes en el ordenamiento jurídico del país y, por lo tanto, constituye en Cataluña una norma reguladora «ex novo» de la ordenación espacial del comercio, considerada de forma integral.

Una norma como la presente tiene un doble carácter. Por una parte, contribuye a mejorar las estructuras comerciales y a racionalizarlas en beneficio del sector; por otra parte, dichas mejoras benefician directamente a los consumidores, quienes, mediante la previsión ordenada de los equipamientos comerciales de las poblaciones, ven potenciada su libertad de elección.

La Ley pretende una ordenación espacial del comercio que contribuya al mejor cumplimiento del mandato constitucional que dimana del artículo 38 de la Constitución, que obliga a los poderes públicos a garantizar y proteger el ejercicio de la libertad de

empresa y la defensa de la productividad, de conformidad con las exigencias de la economía general y, en su caso, de la planificación.

La planificación así concebida adquiere todo su valor como instrumento al servicio de los intereses sociales que son la base y el presupuesto del modelo económico constitucional. No hay, pues, contradicción entre la libertad de empresa y la planificación; por el contrario, la libertad de empresa debe ser defendida en este caso mediante la planificación urbanística. Esta permite insertar en la realidad social la ordenación espacial de los equipamientos comerciales aptos para satisfacer las necesidades de la función de distribución, cuya razón de ser es, a su vez, la satisfacción de las necesidades propias de los consumidores. A tal fin, se hace necesaria la información de base al planificador urbanístico en relación con las pautas de consumo actual y la previsible evolución de las mismas, así como en relación con la necesaria adecuación de la estructura distributiva a las pautas de consumo existentes en cada momento.

La reestructuración del sector requiere localizaciones idóneas para satisfacer las necesidades de emplazamiento y accesibilidad por medio de una infraestructura viaria. Asimismo, debe tener en cuenta otras consideraciones, como la adecuada dimensión de los establecimientos y las nuevas técnicas de venta y conservación de productos. Las necesidades espaciales del desarrollo de la actividad comercial vienen determinadas por una multiplicidad de variable, pero la presente Ley trata de conseguir, por lo menos, el equilibrio necesario entre los distintos intereses que están en juego en todo programa de estas características.

La distribución contribuye eficazmente al desarrollo de la vida urbana, dada su función social de relación y animación. De ahí el valor que tiene la actividad comercial en el seno de un urbanismo integrador, ante el que debe plantear sus necesidades. A tal fin, deberá disponer de los medios necesarios para hacer sentir, junto con la de los consumidores su propia voz.

Artículo 1.º La presente Ley tiene por objeto establecer las directrices para adecuar el equipamiento comercial de las poblaciones de Cataluña a las necesidades de consumo y compra.

Art. 2.º 1. Están incluidos en el ámbito de la presente Ley los establecimientos comerciales de venta al por mayor y al por menor. Tienen la consideración de establecimientos comerciales las instalaciones donde se ejerza regularmente la actividad comercial, cubiertas o descubiertas, en el exterior o en el interior de un edificio.

2. Los establecimientos comerciales podrán tener carácter individual o colectivo. Los de carácter colectivo estarán integrados por un conjunto de puntos de venta situados en el interior de un mismo recinto, en los que se ejercerán las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente. Los mercados municipales, así como lonjas, centros de contratación con presencia física de mercancías y mercados al por mayor y al por menor, tendrán la consideración de establecimientos comerciales de carácter colectivo a los efectos de la presente Ley.

Art. 3.º El planeamiento urbanístico deberá tener en cuenta:

a) La interrelación entre el hábitat y el equipamiento comercial, así como los distintos niveles de necesidad de compra de los consumidores.

b) Que la localización de los establecimientos comerciales destinados a satisfacer las necesidades primarias de los consumidores, resultante de las condiciones de edificación y uso reguladas por el Plan, responda a criterios de proximidad, accesibilidad y comodidad para facilitar las compras cotidianas o frecuentes.

c) Que las condiciones de uso de las edificaciones permitan que la localización de los establecimientos comerciales destinados a satisfacer las necesidades secundarias de los consumidores responda a criterios de concentración para facilitar una amplia oferta.

Art. 4.º El planeamiento general preverá las reservas de suelo necesarias para el equipamiento comercial público y también podrá preverlas para los casos de grandes centros comerciales de interés social, en función de las necesidades de la población actual y potencial. Dichas reservas formarán parte de las determinaciones de carácter general del planeamiento como elementos encuadrados en la estructura general y orgánica del territorio.

Art. 5.º Las reservas a que se refiere el artículo 4.º lo serán sin perjuicio de las reservas que para techo de uso comercial deberán preverse en los planes parciales para desarrollar sectores de suelo urbanizable, cuando el planeamiento general lo determine.

Art. 6.º En la tramitación del planeamiento general y de sus revisiones, los Ayuntamientos deberán dar audiencia a la correspondiente Comisión Territorial de Equipamientos Comerciales, de conformidad con el artículo 2 de la Ley 3/1984, de 9 de enero, de Medidas de Adecuación del Ordenamiento Urbanístico de Cataluña, con el fin de que emita un informe sobre las reservas de suelo para equipamientos comerciales públicos y grandes centros comerciales y sobre las determinaciones del planeamiento general en