

PROYECTO DE LEY

para la modificación de la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, y del Decreto ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

Preámbulo

I

El artículo 121.1 del Estatuto de autonomía de Cataluña atribuye a la Generalitat de Catalunya la competencia exclusiva en materia de comercio, que incluye la determinación de las condiciones administrativas para ejercer la actividad comercial y de los lugares y los establecimientos donde se realice, y la ordenación administrativa del comercio electrónico o del comercio por cualquier otro medio. También incluye la regulación administrativa de todas las modalidades de venta y de todas las formas de prestación de la actividad comercial, así como de las ventas promocionales y de la venta a pérdida; la regulación de los horarios comerciales, respetando en el ejercicio de esta competencia el principio constitucional de unidad de mercado; la clasificación y la planificación territorial de los equipamientos comerciales y la regulación de los requisitos y del régimen de instalación, ampliación y cambio de actividad de los establecimientos; el establecimiento y la ejecución de las normas y los estándares de calidad relacionados con la actividad comercial, así como la adopción de medidas de policía administrativa con relación a la disciplina de mercado.

La Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, y el Decreto ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales, son la base de la ordenación comercial en Cataluña, que representa la consolidación de un marco normativo orientado a la preservación de las buenas prácticas comerciales al servicio de una competencia libre y leal, y a un modelo de crecimiento sostenible, territorialmente y urbanísticamente, teniendo en cuenta en especial su incidencia sobre la movilidad y el medio ambiente.

Las transformaciones económicas, sociales, ambientales y digitales de los últimos años han dejado huella en el sector comercial, tanto en el ámbito de la ordenación de la actividad comercial como en la de los equipamientos comerciales, con la aparición de un nuevo formato, las tiendas oscuras, conocidas hasta ahora como *dark store*, que han proliferado en los últimos tiempos sin disponer de ninguna regulación específica, y que se mueven en el umbral entre el concepto de establecimiento comercial y de almacén. Por este motivo es necesaria la actualización de la Ley 18/2017 y del Decreto ley 1/2009, con el fin de adecuar su contenido al entorno en el que se deben aplicar, resolver aquellas situaciones ineficientes y poco sostenibles detectadas con la aplicación práctica de la normativa vigente y corregir las dudas interpretativas que la experiencia adquirida ha puesto de manifiesto, así como para otorgar mayor seguridad jurídica al conjunto de empresas del sector comercial y a las diferentes administraciones territoriales. Asimismo, para tener una mayor seguridad jurídica se revisa el texto de la Ley 18/2017, que se ha visto afectado por la Sentencia del Tribunal Constitucional 117/2022, de 29 de septiembre.

II

La presente Ley consta de dos artículos, una disposición derogatoria y dos disposiciones finales.

El artículo 1 modifica la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, con diecisiete apartados; el artículo 2 modifica el Decreto ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los establecimientos comerciales, con seis apartados.

III

La normalización y generalización del comercio electrónico como canal de venta han puesto en evidencia los efectos perjudiciales por las externalidades negativas que produce su expresión física. Uno de los problemas más relevantes que genera el comercio electrónico se pone de manifiesto en el momento de la entrega del producto a la persona compradora. Es entonces cuando se hacen visibles e identificables los efectos perjudiciales de esta modalidad comercial. En este sentido, la mayor velocidad de respuesta de la persona comerciante, que se fundamenta en la mejora de la distribución y en la reducción significativa de los plazos de entrega de los productos y servicios, ha hecho más evidentes los efectos negativos que causa el comercio electrónico, que inciden principalmente sobre el medio ambiente, el entorno urbano, la movilidad y la convivencia ciudadana.

El estudio “Comercio *online* y movilidad. Evolución 2018-2020” estima que, en Cataluña, en un año, se producen más de 7 millones de desplazamientos, entre entregas fallidas (4.639.219 desplazamientos) y devoluciones (2.530.234 desplazamientos). La necesidad de mitigar la afectación que sobre el medio ambiente y el entorno urbano generan estos errores en la recogida y devolución de los productos ha llevado a modificar el artículo 16.3 de la Ley 18/2017, para prever que las empresas que se dedican a la modalidad de venta de productos a distancia deban ofrecer a la persona compradora la posibilidad de recogida y devolución del producto en un establecimiento físico próximo.

Es preciso recordar que la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre, relativa a los servicios en el mercado interior (DSMI), permite compatibilizar la garantía de la libertad del establecimiento y la libre circulación de prestadores con la posibilidad de establecer directrices que adapten el ejercicio de la actividad comercial, cuando estas se fundamenten en razones imperiosas de interés general como la protección del medio ambiente y del entorno urbano. La implementación de esta medida prevista en el artículo 16.3 contribuirá a disminuir los desplazamientos innecesarios, tanto de personas como de mercancías, y permitirá mejorar la movilidad y reducir la contaminación, de modo que se favorezca un desarrollo económico sostenible, en coherencia con el objetivo comunitario de preservación medioambiental.

El artículo 1.1 añade una letra o) al artículo 4 de la Ley 18/2017, con el objeto de definir el concepto de tienda oscura. El artículo 1.3 añade el artículo 16bis, para establecer los requisitos que debe cumplir la tienda oscura y los horarios a los que debe sujetarse la entrega de los productos, con el fin de evitar el uso excesivo de la vía pública y las molestias a la vecindad. Asimismo, el artículo 1.2 modifica el artículo 16.3 de la Ley 18/2017, que, tal y como se ha mencionado previamente, dispone que todas las empresas que se dediquen a la modalidad de venta de productos a distancia deban ofrecer a la persona compradora la recogida y, si procede, la devolución de los productos adquiridos en puntos de recogida y de retorno (*click & collect*). Los artículos 1.14 y 1.15 modifican los artículos 72 y 73 de la Ley 18/2017, con el fin de tipificar los incumplimientos de los requisitos establecidos en el artículo 16 bis en relación con las tiendas oscuras.

Las administraciones más afectadas por las externalidades que puede causar la actividad de las tiendas oscuras son los ayuntamientos, ya que inciden directamente sobre el municipio. Por este motivo el artículo 1.16 de la Ley modifica los apartados 1 y 2 del artículo 85 de la Ley 18/2017 en el sentido de atribuir a los ayuntamientos las competencias sancionadoras en esta materia.

Las modificaciones que introducen los artículos 1.4, 1.5, 1.6 y 1.14 a la Ley 18/2017 dan

respuesta a la necesidad de unificar la regulación de los distintos tipos de promoción de ventas, ya que en los últimos años se ha constatado que la práctica diaria del sector evoluciona hacia poner en práctica varias actividades promocionales a la vez. En este sentido, todas las actividades de promoción tienen como finalidad dinamizar las ventas del establecimiento y dar salida al producto, sea porque llegan productos nuevos, para acabar con los stocks de temporada o por obras, entre otras.

En este sentido, el artículo 1.4 suprime la distinción en dos capítulos del título II de la Ley 18/2017, con respecto a las diferentes actividades de promoción de ventas; el artículo 1.5 modifica los apartados 1, 2 y 3 del artículo 19 del título II de actividades de promoción, para eliminar la referencia a la distinción entre actividades con finalidad extintiva e incentivadora; el artículo 1.6 modifica el artículo 20.6 para eliminar la referencia a la finalidad de la venta, y el artículo 1.14 suprime la referencia a la finalidad de la actividad de promoción de ventas en los tipos infractores del artículo 72, apartados 8 y 13. Asimismo, el artículo 1.9 modifica el artículo 32.3, en el que se elimina la referencia a la finalidad extintiva de las actividades de promoción de venta.

Por otra parte, el artículo 1.7 pretende resolver la problemática que comporta el incremento de la rotación de los productos en venta, conjuntamente con la reducción de la duración de las temporadas, que hace que las mercancías pierdan su vigencia más rápidamente y se provoque una alta rotación de los stocks, y al mismo tiempo que estos se solapen en los establecimientos dedicados a la venta de excedentes. En este sentido, el artículo 1.7 modifica el artículo 23, apartados 1.c), 1.a), 2 y 4, que regula la venta de excedentes, en el sentido de reducir de nueve a seis meses el plazo en el que las mercancías deben permanecer en el stock de la persona comerciante antes de que se puedan vender en un establecimiento *outlet* o zona *outlet* de un establecimiento, y también se posibilita que los establecimientos de venta de excedentes puedan realizar actividades de promoción para dar salida a la mercancía.

El artículo 1.8 da una nueva redacción al artículo 24 de la Ley 18/2017, que cambia la denominación de *actividad de promoción con finalidad incentivadora a venta en oferta o promoción*, con el fin de facilitar su comprensión y resolver las dudas interpretativas que su redacción actual ha comportado. La redacción hasta ahora vigente del artículo 24.1 definía este tipo de actividades de promoción de ventas como aquellas que ofrecían productos o servicios con unas condiciones más favorables de las habituales o de las previstas. Este último término de *previstas* se suprime, dada la inseguridad jurídica que genera entre los comerciantes ver condicionada la determinación de la actividad promocional que están llevando a cabo a la producción de un acontecimiento futuro e incierto, porque, en la mayoría de los casos, no saben cuáles serán las condiciones en las que ofrecerán los productos incluidos en la promoción que están realizando hasta que esta haya finalizado.

Asimismo, la nueva redacción que el artículo 1.8 da al artículo 24 de la Ley 18/2017 clarifica el alcance de las promociones que tienen carácter generalizado en determinados supuestos, y revisa el concepto de precio anterior a la promoción, que pasa a ser el menor aplicado sobre productos o servicios idénticos en los treinta días precedentes. También amplía el plazo de estos tipos de promociones de dos a tres días, para dinamizar las ventas.

Por otra parte, la normativa vigente establece la posibilidad de ampliación puntual del horario comercial en el caso de los acontecimientos conocidos como *catas de noche* y como *shopping night*, y que está circunscrita a los establecimientos incluidos dentro del régimen general de horarios, y a una zona determinada o a todo un término municipal. Por lo tanto, quedan excluidos de realizar este tipo de actividad promocional las zonas de gran afluencia turística y los establecimientos colectivos (mercados municipales) si estos últimos impulsan la acción con carácter individual.

Para eliminar esta exclusión y tener un tratamiento equivalente, y para dar respuesta a las demandas del sector, los artículos 1.10 y 1.11 modifican respectivamente los artículos 36.5 y 37.1.d) de la Ley 18/2017 con el fin de ampliar la posibilidad de modificación puntual del horario comercial para las zonas de gran afluencia turística, mercados municipales y otros establecimientos colectivos, de modo que estos nuevos supuestos también se puedan acoger al procedimiento previsto en estos apartados.

El artículo 1.12 prevé la supresión en el artículo 38.4 de la Ley 18/2017 de la obligación por la que la dirección general competente en materia de comercio tenga que disponer de un informe previo y preceptivo de la dirección general competente en materia de turismo para resolver la solicitud de un ayuntamiento de acogerse a la condición de municipio turístico a efectos de horarios comerciales, dado que los requisitos para ser considerado municipio turístico son diferentes en las legislaciones de comercio y de turismo.

Con respecto al artículo 1.13, se modifica la redacción de los apartados 1 y 2 del artículo 69 de la Ley 18/2017 a consecuencia de la Sentencia del Tribunal Constitucional 117/2022, que resuelve el recurso de inconstitucionalidad núm. 5332-2017, promovido por el presidente del Gobierno español contra varios artículos de la Ley del Parlamento de Cataluña 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias. Esta Sentencia considera inconstitucional el artículo 69 en lo que se refiere a la prescripción de las infracciones leves y muy graves y a la prescripción de las sanciones leves, en tanto que se aparta de la regulación de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, que fija la prescripción de las infracciones muy graves en tres años, la de las infracciones leves en seis meses y la prescripción de las sanciones leves también en seis meses. La nueva redacción del artículo 1.13 se ajusta a los plazos mencionados.

Por otra parte, se ha observado que se produce un incremento del despilfarro alimentario de productos perecederos cuando coinciden dos o más días festivos consecutivos de cierre obligatorio de los establecimientos comerciales. Esta circunstancia está resuelta, con respecto a la coincidencia con festivos de carácter general, pero no queda resuelto cuando uno o varios de los días festivos que coinciden tienen carácter local. Con el fin de solucionar esta situación el artículo 1.17 añade un segundo párrafo al apartado 4 de la disposición adicional primera de la Ley 18/2017, el cual prevé que los ayuntamientos fijen un día de apertura comercial autorizada al coincidir dos o más festivos consecutivos de carácter general o local con el fin de garantizar el abastecimiento de la población y evitar el despilfarro de los productos alimenticios perecederos en venta.

IV

El artículo 2 de esta Ley modifica el Decreto ley 1/2009, del 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

El artículo 2.1 añade una letra k) al artículo 5 con el fin de definir la venta de proximidad de productos agroalimentarios.

El artículo 207.2 de la Ley 2/2014, del 27 de enero, de medidas fiscales, administrativas, financieras y del sector público, modificó el artículo 8.1 del Decreto ley 1/2009, en el sentido de introducir la posibilidad de delimitar tramas urbanas consolidadas supramunicipales, para lo que puso como límite el 31 de diciembre de 2014.

La continuidad del tejido residencial en núcleos continuos o sistemas conurbados de diferentes municipios aconseja que los criterios de localización y ordenación de los establecimientos

comerciales sea equivalente en estos municipios. Consecuentemente, es necesario poder delimitar una trama urbana consolidada supramunicipal que iguale el régimen de implantación de los establecimientos comerciales en el conjunto del tejido residencial de todos los municipios conurbados. En este sentido, el artículo 2.2 suprime el límite temporal establecido en el artículo 8.1 del Decreto ley 1/2009.

El artículo 2.3 da una nueva redacción al artículo 9.2 del Decreto ley 1/2009 para equiparar los criterios de localización y de ordenación de los pequeños establecimientos comerciales (PEC) a los establecidos para el resto de categorías de establecimientos, y adecuarlos a determinadas morfologías urbanísticas existentes, especialmente en municipios pequeños.

Esta mejora de los criterios comporta que, en los municipios de 5.000 habitantes o menores se puedan implantar pequeños establecimientos comerciales (PEC) en aquellos emplazamientos donde urbanísticamente se admita el uso comercial. De esta forma los ayuntamientos pueden ajustar la ordenación comercial a las necesidades específicas de sus municipios con tejidos residenciales menos densos y con posibilidades de implantación más limitadas, y además se evitan desplazamientos hacia otras polaridades comerciales próximas.

Esta modificación también comporta que, en los municipios de más de 5.000 habitantes, los PEC se puedan implantar fuera de la trama urbana consolidada (TUC) al amparo de la excepción establecida en el artículo 9.3.b) del Decreto ley 1/2009, para ofrecer así las mismas posibilidades de implantación que el resto de categorías de establecimientos comerciales.

Esta nueva redacción del artículo 9.2 del Decreto ley 1/2009 elimina la posibilidad de que los pequeños establecimientos comerciales por agregación configuren un mediano establecimiento comercial en aquellas localizaciones donde no es posible implantar esta categoría, lo que da consistencia a los criterios de localización y ordenación del uso comercial.

Por otra parte, el artículo 2.3 modifica el apartado 9.3.a) del Decreto ley 1/2009 con el fin de suprimir la referencia temporal 2009-2015 del Plan de aeropuertos, aeródromos y helipuertos de Cataluña, y así hacer referencia al plan vigente en cada momento. Asimismo, el artículo 2.3 reduce los requisitos del apartado 9.3.b) del Decreto ley 1/2009 que se exigen para implantar establecimientos comerciales fuera de la TUC en continuidad con el tejido residencial, simplifica su acreditación, agiliza la tramitación administrativa y adecua la configuración de los proyectos comerciales a las características específicas del emplazamiento.

La experiencia adquirida desde la vigencia del Decreto ley 1/2009 ha puesto de relieve que el requisito establecido en el apartado tercero del 9.3.b), relativo a una parcela aislada, condiciona la configuración de los establecimientos comerciales, dado que hay escasez de parcelas que cumplan este requisito, y por lo tanto el artículo 2.3 lo elimina. Al suprimirse este requisito para la localización del establecimiento comercial fuera de la TUC también se deroga su definición establecida en el artículo 5.j) del Decreto ley 1/2009.

Por último, el artículo 2.3 modifica también la condición establecida en el apartado 4 del artículo 9.3.b) del Decreto ley 1/2009, que en la nueva redacción pasa a ser apartado 3 del artículo 9.3.b). Este nuevo texto mantiene la exigencia de que el establecimiento comercial disponga de una parada de transporte público colectivo a una distancia inferior a 200 metros respecto de la entrada principal del establecimiento, y elimina la exigencia de que este transporte público sea urbano e integrado a la red municipal ya existente o prevista.

Con respecto a los nuevos supuestos de implantación de PEC al amparo de la excepción prevista en la nueva redacción del artículo 9.2.d) del Decreto ley 1/2009, hay que establecer su nivel de intervención administrativa. Por este motivo, los artículos 2.4 y 2.5 de esta Ley

modifican respectivamente el artículo 17 y el artículo 18 del Decreto ley 1/2009 en el sentido de someter al régimen de comunicación la implantación de estos nuevos supuestos y la documentación que hay que aportar. Esta modificación también comporta sustituir en los artículos 17 y 18 la referencia a la Ley 16/2015, de 21 de julio, de simplificación de la actividad administrativa de la Administración de la Generalitat y de los gobiernos locales de Cataluña y de impulso de la actividad económica, por la Ley 18/2020, de 28 de diciembre, de facilitación de la actividad económica, ya que esta última ha derogado parcialmente la Ley 16/2015.

La necesidad de potenciar una movilidad más sostenible comporta habilitar espacios de intercambio modal para facilitar el cambio a los usuarios y usuarias de transporte privado a transporte público. El Plan director urbanístico (PDU) de aparcamientos de intercambio modal transporte público-vehículo privado en el ámbito del sistema tarifario integrado de la ATM de Barcelona ha establecido el marco urbanístico y territorial de los intercambiadores de transporte público/vehículo privado definidos en el Plan director de infraestructuras del transporte colectivo de la región metropolitana de Barcelona 2011/2020 situados en las estaciones ferroviarias suburbanas de RENFE-ADIF y de los Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, y en algunas paradas de autobús, para dar respuesta a la demanda creciente de este tipo de aparcamiento. Conviene dotar a estos aparcamientos de intercambio modal de los servicios necesarios para cubrir las necesidades de los viajeros. En este sentido, el artículo 2.6 de esta Ley añade el apartado 5 a la disposición adicional decimotercera del Decreto ley 1/2009, que prevé que estos espacios puedan disponer de un establecimiento comercial de hasta 500 metros cuadrados de superficie de venta.

V

Esta Ley prevé una disposición derogatoria que suprime el artículo 23.6 de la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios, y ferias, relativa a la creación de un registro de empresas y establecimientos dedicados a la venta de excedentes, al entender que esta creación se convertiría en una carga administrativa innecesaria.

Asimismo, deroga la letra j) del artículo 5 del Decreto ley 1/2009, que define el concepto de parcela aislada, vistas las modificaciones que el artículo 2.2 de esta Ley dispone con respecto a los requisitos de localización de establecimientos comerciales fuera de la trama urbana consolidada (TUC) y regulados en el artículo 9.3.b).

Por otra parte, también deroga el título IV del Decreto ley 1/2009 relativo al Plan de competitividad del comercio urbano. Este Plan ha sido sustituido por otros instrumentos impulsados por el departamento competente en materia de comercio, los cuales han incorporado los objetivos previstos.

Por último, las dos disposiciones finales invocan, respectivamente, los títulos competenciales y habilitan el desarrollo reglamentario de la Ley.

Artículo 1. Modificación de la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias

1.1 Se añade la letra o) al artículo 4 con el texto siguiente:

“o) Tienda oscura: establecimiento ubicado dentro del perímetro de la trama urbana consolidada de los municipios, de acuerdo con lo que establece el Decreto ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales, donde se preparan los pedidos de compra a distancia y desde donde se distribuyen a la persona destinataria final. Este establecimiento está estructurado en pasillos y estantes con productos, o estructuras similares,

pero sin que las personas clientes puedan acceder y sin ningún elemento complementario para la venta física de los productos.”

1.2 Se modifica el apartado 3 del artículo 16, que queda redactado de la manera siguiente:

“3. Las empresas que se dedican a la modalidad de venta de productos a distancia, en los municipios que dispongan de trama urbana consolidada, además de la posibilidad de entrega del producto en la dirección postal señalada por la persona compradora, deben ofrecerle y facilitarle la posibilidad de recogida y devolución del producto en un establecimiento o punto de recogida físico dentro del perímetro de la trama urbana consolidada. Todas estas empresas deben disponer de puntos de recogida y de retorno, propios o ajenos, que tienen que situarse de acuerdo con los parámetros de localización que deben establecer los ayuntamientos respectivos y que no pueden estar ubicados a una distancia superior a 500 metros de la dirección postal señalada por la persona compradora.

“En caso de que los ayuntamientos no establezcan los parámetros de localización indicados, la distancia máxima entre la dirección postal indicada por la persona compradora y el punto de recogida y devolución no puede superar los 500 metros.

“Queda excluido del cumplimiento de esta obligación la entrega y retorno de productos de alimentación y gran consumo. A estos efectos se consideran productos de alimentación y gran consumo los establecidos en el anexo del Real decreto 367/2005, de 8 de abril, por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, y se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo.

“Las empresas que se dedican a la modalidad de venta de productos a distancia sólo deben comunicar, cuando corresponda, los datos de la persona compradora que sean estrictamente necesarios para poder llevar a cabo la recogida o la devolución el producto.”

1.3 Se añade el artículo 16 bis con el texto siguiente:

“Artículo 16 bis

“Tienda oscura

“1. Las tiendas oscuras han de disponer, dentro del espacio de uso exclusivo de estas, de una zona específica de espera para los vehículos que realizan el reparto a la persona destinataria final, y deben habilitar también una zona de estancia para las personas repartidoras en el interior del centro.

“2. Los ayuntamientos deben determinar una superficie mínima destinada tanto a la zona de espera de los vehículos como a la zona de estancia de las personas repartidoras en función de la superficie construida total de la tienda oscura.

“En el caso de que los ayuntamientos no determinen una superficie mínima son aplicables los parámetros siguientes:

“a) Cuando el reparto se realice en bicicleta u otros vehículos de movilidad personal, la superficie de ambas zonas ha de ser como mínimo de 5 metros cuadrados por cada 100 metros cuadrados de superficie construida de la tienda oscura.

“b) Cuando el reparto se realice con otros tipos de vehículo, la superficie mínima de espera debe contar, además, con una superficie mínima de dos plazas de aparcamiento por cada 100 metros cuadrados de superficie construida.

“3. La actividad de carga y descarga de las tiendas oscuras debe adecuarse a lo que establecen las ordenanzas municipales, así como a lo que establece la Ley 9/2003, de 13 de junio, de la movilidad, y sus normas de despliegue o la normativa vigente en cada momento.

“4. Las tiendas oscuras no pueden entregar los productos a la persona destinataria final entre las 23 h y las 7 h. Los ayuntamientos, mediante un acuerdo de Pleno, pueden reducir la franja horaria de entrega de los productos para determinadas zonas de su municipio en las que hayan establecido la restricción de la circulación por motivos medioambientales. El acuerdo de Pleno debe prever el régimen horario. El Ayuntamiento debe publicar en el *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* el acuerdo de modificación de la franja horaria.

“No obstante, no queda sujeta a este régimen horario la entrega de productos de alimentación y gran consumo. Se consideran productos de alimentación y gran consumo los establecidos en el anexo del Real decreto 367/2005, de 8 de abril, por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, y se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo.”

1.4 Se suprime la división por capítulos del título II de actividades de promoción.

1.5 Se modifican los apartados 1, 2 y 3 del artículo 19, que quedan redactados de la manera siguiente:

“1. Las actividades de promoción de ventas tienen como objetivo dar salida a los stocks mediante la aplicación de descuentos o incentivos en los precios de las mercancías y se clasifican en las modalidades siguientes: venta en rebajas, venta en liquidación, venta de saldos, venta de excedentes y venta en oferta o promoción.

“2. En ningún caso se pueden utilizar denominaciones que hagan referencia a alguno de los tipos de las actividades de promoción de ventas mencionadas en el apartado anterior si la venta anunciada no se ajusta a los parámetros establecidos por esta Ley para la correspondiente modalidad de venta.

“3. Independientemente de la denominación o la forma que la persona comerciante dé a las actividades de promoción de ventas, las actividades que se ajusten a las características establecidas por esta Ley para cualquiera de las modalidades mencionadas en el apartado 1 tienen la consideración de venta en rebajas, venta en liquidación, venta de saldos, venta de excedentes y venta en oferta o promoción, según corresponda, y quedan sujetas al cumplimiento de los requisitos correspondientes.”

1.6 Se modifica el apartado 6 del artículo 20, que queda redactado de la manera siguiente:

“6. Las temporadas habituales para llevar a cabo la venta en rebajas son el invierno y el verano, en los que tradicionalmente se realiza este tipo de venta. Anualmente, antes del 30 de septiembre, el Consejo Asesor de la Generalitat en materia de comercio tiene que recomendar las fechas de inicio y de finalización de las temporadas del año siguiente, atendiendo, en cada momento, a las demandas del sector comercial.”

1.7. Se modifican los apartados 1.c).1a, 2 y 4 del artículo 23, que quedan redactados de la manera siguiente:

“1.c).1a La venta de excedentes en un espacio de un establecimiento comercial no dedicado exclusivamente a la venta de este tipo de producto solo se puede llevar a cabo si los productos que se ofrecen proceden exclusivamente del stock de la misma empresa y han formado parte durante un mínimo de seis meses.”

“2. Los establecimientos dedicados de manera exclusiva a la venta de excedentes de producción o de temporada pueden ofrecer, además de los procedentes de la misma empresa, todo tipo de restos tanto si provienen de otras empresas detallistas como si provienen de empresas mayoristas o de excedentes de producción de fabricantes del espacio económico europeo, siempre que puedan acreditar que han formado parte del stock de una persona vendedora del espacio económico europeo durante un periodo mínimo de seis meses o que proceden de excedentes de producción de una persona fabricante del espacio económico europeo. En estos establecimientos también se pueden ofrecer saldos, que deben estar debidamente identificados, de acuerdo con lo que determina el artículo 22.2.”

“4. Los precios de los productos ofrecidos en los establecimientos y espacios dedicados a la venta de excedentes de producción o de temporada tienen que ser inferiores al precio de venta en los circuitos comerciales convencionales y pueden ser reducidos sucesivamente desde el momento que se pongan en venta.”

1.8 Se modifica el artículo 24, que queda redactado de la manera siguiente:

“Artículo 24

“Venta en oferta o promoción

“1. Son actividades de venta en oferta o promoción las que ofrecen productos o servicios en unas condiciones más favorables de las habituales, con el objetivo de promover o incrementar la venta o de dinamizar las ventas o la prestación de servicios en un establecimiento o en más de uno.

“2. La venta en oferta o promoción, por su propia naturaleza, se debe limitar a un número determinado de productos del establecimiento, o, en su caso, de la sección correspondiente.

“3. Sin perjuicio de lo que establece el apartado 2, la venta en oferta o promoción puede abarcar una parte o la totalidad de productos de un establecimiento en los supuestos siguientes:

“a) En el caso de actividades de carácter promocional, que tengan una periodicidad anual y una duración máxima de tres días, siempre que estas actividades sean una práctica común en todos los sectores comerciales o en alguno de ellos y estén directamente relacionadas con tradiciones culturales, o bien se trate de acontecimientos promocionales incorporados de manera generalizada a los usos comerciales.

“b) En caso de inauguración de un nuevo establecimiento.

“4. En los anuncios de venta en oferta o promoción es preciso detallar su duración, los productos que son objeto y cualquier condición especial inherente a la promoción.

“5. En caso de que la actividad de promoción afecte a productos o servicios vendidos anteriormente en el mismo establecimiento en condiciones habituales, debe indicarse, como precio anterior a la promoción, el precio menor aplicado sobre productos o servicios idénticos en los treinta días precedentes.

“A estos efectos no se tiene en consideración el precio que se hubiera aplicado con la finalidad de reducir el desperdicio alimentario, sobre productos idénticos con fechas de caducidad o consumo preferente próximas al vencimiento.

“6. Son actividades de venta en oferta o promoción, entre otras, las ventas y la prestación de servicios con obsequio y las ofertas conjuntas, a las que hacen referencia, respectivamente, los artículos 25 y 26.”

1.9 Se modifica el apartado 3 del artículo 32, que queda redactado de la manera siguiente:

“3. Quedan excluidos de las obligaciones que establece este artículo los productos incluidos y anunciados en el marco de una venta en rebajas, en liquidación, de saldos y de excedentes.”

1.10 Se modifican los apartados 5 y 6 del artículo 36, que quedan redactados de la manera siguiente:

“5. El departamento competente en materia de comercio puede autorizar la modificación de la franja horaria establecida por la letra a del apartado 2 o, en su caso, en la correspondiente resolución de calificación de municipio turístico, sea para un mercado municipal o para otro tipo de establecimiento colectivo, para los establecimientos situados en una zona determinada o para todos los establecimientos de un término municipal, así como también para los establecimientos y áreas de establecimientos de un sector de actividad comercial concreto, con motivo de un acontecimiento promocional o de impacto especial en el sector.

“Con el fin de obtener la autorización de la modificación de la franja horaria, el ayuntamiento debe presentar ante el departamento competente en materia de comercio una solicitud motivada en la que debe concretar: la delimitación de la zona afectada, el mercado municipal o el establecimiento colectivo afectado, o bien el sector de actividad comercial afectado por un acontecimiento promocional o de impacto especial, y también las horas de la franja horaria que se propone modificar, que no pueden comportar un incremento del horario de aperturasemanal autorizado.

“6. Los ayuntamientos pueden solicitar como máximo cuatro veces al año las modificaciones del horario comercial general previstas en el punto 5. Cada modificación puede incluir un

cambio en el horario comercial para un máximo de dos días laborables consecutivos. En el caso del municipio de Barcelona, este límite se puede establecer por distritos.”

1.11 Se modifica el apartado 1.d) del artículo 37, que queda redactado de la manera siguiente:
“d) Los establecimientos situados en municipios turísticos, de acuerdo con lo que establece el artículo 38, a excepción de los apartados 5 y 6 del artículo 36 que les son aplicables.”

1.12 Se modifica el apartado 4 del artículo 38, que queda redactado de la manera siguiente:
“4. La dirección general competente en materia de comercio es el órgano a quien corresponde aprobar o denegar la propuesta a la que hace referencia el apartado 2, o bien modificarla en los términos que considere pertinentes. La resolución que aprueba, deniega o modifica la propuesta debe ser publicada en el boletín oficial de la provincia.”

1.13 Se modifican los apartados 1 y 2 del artículo 69, que quedan redactados de la manera siguiente:

“1. Las infracciones muy graves prescriben a los tres años; las graves, a los dos años, y las leves, a los de seis meses.

“2. Las sanciones muy graves prescriben a los tres años; las graves, a los de dos años, y las leves, a los seis meses.”

1.14 Se añade el apartado 5 bis y se modifican los apartados 8 y 13 del artículo 72, que quedan redactados de la manera siguiente:

“5 bis En relación con las tiendas oscuras, es infracción leve incumplir las condiciones previstas en el artículo 16 bis de la presente Ley, cuando no corresponda calificar el incumplimiento de infracción grave.”

“8. En relación con las actividades de promoción, es infracción leve incumplir las condiciones generales establecidas por el artículo 19.”

“13. En relación a las condiciones generales de las ventas en oferta o promoción, son infracciones leves:

“a) Incumplir las condiciones que establece el artículo 24.

“b) En relación con las ventas y la prestación de servicios con obsequio, realizarlas incumpliendo lo que dispone el artículo 25.

“c) En relación con las ofertas conjuntas, hacerlas incumpliendo lo que establece el artículo 26.2.”

1.15. Se añade un apartado 2 al artículo 73 con el texto siguiente:

“2. En relación con las tiendas oscuras, es infracción grave:

“a) No prever ninguna zona específica de espera para los vehículos que realizan el reparto a la persona destinataria final.

“b) No prever ninguna zona específica de estancia para los repartidores en el interior del centro.

“c) Entregar productos a la persona destinataria final dentro de la franja horaria en la que no se pueden entregar de acuerdo con lo establecido en el artículo 16 bis.4.”

1.16 Se añade la letra h) al apartado 1 y se modifica el apartado 2 del artículo 85, que queda redactado de la manera siguiente:

“85.1.h) Apartado 5 bis, con relación a las tiendas oscuras.”

“85.2 Las corporaciones locales, en el ámbito de las competencias propias según la legislación de régimen local, pueden imponer sanciones para las infracciones graves tipificadas en el artículo 73, apartados 2, 5, 9 y 11, si no existe una ordenanza municipal que establezca un régimen sancionador propio en estas materias.”

1.17 Se añade un segundo párrafo al apartado 4 de la disposición adicional primera, con el texto siguiente:

“La obligación establecida en el párrafo anterior también es aplicable a los ayuntamientos, por lo que, cuando se produzca la coincidencia de dos o más días festivos consecutivos, de carácter general o local, deben efectuar los cambios necesarios mediante el procedimiento previsto en el artículo 36.2.c) con el fin de establecer la apertura comercial en uno de los días festivos consecutivos.”

Artículo 2

Modificación del Decreto ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales

2.1 Se añade la letra k) al artículo 5 con el texto siguiente:

“k) venta de proximidad: venta de productos agroalimentarios, procedentes de la tierra o de la ganadería y/o resultado de un proceso de elaboración o de transformación que se realiza en favor de una persona consumidora, por parte de los productores o agrupaciones de productores agrarios, directamente o mediante la intervención de una persona intermediaria.”

2.2 Se modifica el segundo párrafo del apartado 1 del artículo 8, que queda redactado de la manera siguiente:

“Los municipios limítrofes que estén conurbados mediante áreas residenciales y/o sistemas de comunicación que las vertebran, pueden delimitar gráficamente el perímetro correspondiente al ámbito de la trama urbana consolidada supramunicipal conjuntamente, de mutuo acuerdo y de conformidad con el artículo 7. En este supuesto, en relación con los criterios de localización a que hace referencia el artículo 9, debe tenerse en cuenta para la totalidad de la trama urbana consolidada conjunta resultante los habitantes del municipio con más población.”

2.3 Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 9, que queda redactado de la manera siguiente:

“2. Los pequeños establecimientos comerciales se pueden implantar en suelo urbano y urbanizable donde el uso residencial sea dominante, siempre que no configuren un mediano establecimiento comercial, un gran establecimiento comercial o un gran establecimiento comercial territorial.

“Se exceptúan de este parámetro general de implantación los siguientes casos:

“a) Los pequeños establecimientos comerciales en los municipios con una población menor o igual a 5.000 habitantes se pueden implantar donde el planeamiento urbanístico lo permita, siempre y cuando no configuren un mediano establecimiento comercial, un gran establecimiento comercial o un gran establecimiento comercial territorial.

“b) Los pequeños establecimientos comerciales dedicados a la venta de proximidad de productos agroalimentarios que dediquen, como mínimo, el 25% de su superficie de venta a la oferta agroalimentaria de producción y/o de producción y elaboración propia, se pueden implantar en los ámbitos permitidos por el planeamiento urbanístico.

“c) Los pequeños establecimientos comerciales, individuales o colectivos, siempre que no configuren un gran establecimiento comercial colectivo o un gran establecimiento comercial territorial, pueden implantarse en estaciones de ferrocarril, puertos y aeropuertos, así como en los equipamientos de carácter turístico o que generen una afluencia de visitantes significativa. En estos casos, el uso comercial es complementario y secundario respecto de la actividad principal. Por reglamento deben establecerse los equipamientos incluidos en esta categoría y la definición de los conceptos complementario y secundario.

“d) Los pequeños establecimientos comerciales en los municipios con una población mayor a 5.000 habitantes o asimilables a estos o que sean capital de comarca se pueden implantar

fuera de la trama urbana consolidada cuando concurren las circunstancias previstas en el apartado b) del punto 3 de este artículo.

“3. Los medianos establecimientos comerciales y los grandes establecimientos comerciales sólo pueden implantarse en la trama urbana consolidada de los municipios de más de 5.000 habitantes o asimilables a estos o que sean capital de comarca. Por reglamento, deben concretarse las características que han de concurrir para poder considerar un municipio como asimilable a uno de más de 5.000 habitantes.

“Excepcionalmente se pueden implantar también fuera de la trama urbana consolidada cuando concurren alguna de las circunstancias siguientes:

“a) Que la implantación se produzca dentro de las zonas de acceso restringido de las estaciones de líneas transfronterizas y transregionales del sistema ferroviario que acojan el tren de alta velocidad o líneas de largo recorrido, de los puertos clasificados de interés general y de los aeropuertos con categoría de aeropuertos comerciales, según el Plan de aeropuertos, aeródromos y helipuertos de Cataluña vigente en cada momento.

“b) Cuando se cumplan todas y cada una de las condiciones siguientes:

“1) El emplazamiento tiene que estar situado en continuidad física con el tejido urbano residencial, que configura la TUC, sin que pueda estar separado de esta por ninguna barrera física no permeable significativa. El establecimiento comercial debe tener acceso desde la calle perimetral a la TUC.

“2) El planeamiento urbanístico ha de admitir el uso comercial en la parcela donde se quiere implantar el establecimiento comercial.

“Este uso comercial debe tener carácter dominante o principal con respecto al resto de usos admitidos en la parcela. En este sentido, se considera que el uso comercial tiene carácter dominante o principal en la parcela donde se propone implantar el establecimiento comercial cuando la superficie construida del establecimiento comercial supone, como mínimo, el 51% de la edificabilidad neta de la parcela.

“3) La entrada principal del establecimiento comercial debe estar a una distancia inferior a 200 metros de una parada de transporte público colectivo, ya existente o prevista. La parada debe estar en funcionamiento antes de la apertura del establecimiento.

“La excepcionalidad a que se refiere el apartado b) puede ser válida también para establecimientos comerciales colectivos, si en el momento de la solicitud de la licencia comercial ya queda definido el proyecto comercial, el cual tiene que cumplir todas y cada una de las características del artículo 5.b), así como el resto de las condiciones de la excepcionalidad mencionada.

“Por reglamento se deben detallar las condiciones de estas excepciones.”

2.4 Se añade una letra d) al apartado 1 y se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 17, que queda redactado de la manera siguiente:

“1.d) Los pequeños establecimientos comerciales que se implanten fuera de la trama urbana consolidada cuando se acojan a la excepción prevista en el artículo 9.2.d).”

“2. Deben dirigirse al ayuntamiento correspondiente, de acuerdo con lo que establece la Ley 18/2020, de 28 de diciembre, de facilitación de la actividad económica o normativa que la sustituya, las comunicaciones siguientes:

“a) Las nuevas implantaciones, los cambios de actividad de establecimientos comerciales, individuales o colectivos, con una superficie de venta inferior a 2.500 metros cuadrados, y sus ampliaciones cuando sean inferiores a 2.500 metros cuadrados de superficie de venta total después de la ampliación.

“b) Los cambios de titular y las remodelaciones de los establecimientos comerciales individuales o colectivos con una superficie de venta inferior a 2.500 metros cuadrados.

“En todos los casos el ayuntamiento debe enviar estas comunicaciones, con la documentación correspondiente, a la dirección general competente en materia de comercio en el plazo de un mes desde su presentación en el ayuntamiento.

“3. Es preciso dirigir a la dirección general competente en materia de comercio, mediante el correspondiente formulario normalizado y a través del trámite específico del Canal Empresa, las comunicaciones siguientes:

“a) Las nuevas implantaciones y los cambios de actividad de establecimientos comerciales, individuales o colectivos, con una superficie de venta inferior a 800 metros cuadrados, que se sitúen fuera de la TUC, cuando se acojan a las excepciones previstas en el artículo 9, y sus ampliaciones cuando sean inferiores a 800 metros cuadrados de superficie de venta total después de la ampliación.

“b) Las nuevas implantaciones, los cambios de actividad de establecimientos comerciales singulares, individuales o colectivos, con una superficie de venta igual o superior a 2.500 metros cuadrados e inferior a 5.000 metros cuadrados, y sus ampliaciones cuando sean inferiores a 5.000 metros cuadrados de superficie de venta total después de la ampliación.

“c) Los cambios de titular y las remodelaciones de los establecimientos comerciales, individuales o colectivos, con una superficie de venta igual o superior a 2.500 metros cuadrados.

“La dirección general competente en materia de comercio debe enviar estas comunicaciones, con la documentación aportada, al ayuntamiento correspondiente en el plazo de un mes desde su presentación.”

2.5 Se modifica el artículo 18, que queda redactado de la manera siguiente:

“1. La comunicación a la que hace referencia el artículo 17 tiene que ir acompañada de la documentación que establece el artículo 32 de la Ley 18/2020 o la normativa que la sustituya.

“2. Para el cumplimiento de lo que establece este Decreto ley, el proyecto técnico debe contener, como mínimo, la documentación gráfica siguiente:

“a) Plano de situación.

“b) Plano de la planta del establecimiento en el que conste la superficie de venta con la distribución de la oferta comercial, salvo por los cambios de titular. Para las remodelaciones es preciso aportar un plano con la distribución actual y otro con la propuesta.

“c) Plano en el que conste la dotación del aparcamiento con la distribución de las plazas de aparcamiento, salvo para los cambios de titular. En caso de que esté justificada una rebaja de plazas de aparcamiento, hay que disponer del informe justificativo municipal correspondiente.

“d) Memoria justificativa del cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 9.3.b), en el caso de los pequeños establecimientos que se implanten al amparo de la excepción prevista en el artículo 9.2.d) de la presente Ley.”

2.6 Se añade un apartado 5 a la disposición adicional decimotercera, con el texto siguiente:

“5. Los ámbitos incluidos en el Plan director urbanístico (PDU) de aparcamientos de intercambio modal transporte público-vehículo privado en el ámbito del sistema tarifario integrado de la ATM de Barcelona pueden disponer de un establecimiento comercial de un máximo de 500 metros cuadrados de superficie de venta. Este establecimiento comercial debe ubicarse en un sistema de comunicaciones para el intercambio modal de titularidad pública, vinculado al sistema ferroviario, sin que pueda estar a una distancia superior de 300 m de una estación de ferrocarril.”

Disposición derogatoria

Se deroga el apartado 6 del artículo 23 de la Ley 18/2017, de 1 de agosto, de comercio, servicios y ferias, la letra j) del artículo 5, y el título IV y el artículo 23 del Decreto ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

Disposición final primera

Competencias

La presente Ley se promulga de acuerdo con las competencias exclusivas en materia de comercio interior, ferias y artesanía que establece el artículo 121 del Estatuto de autonomía de Cataluña.

Disposición final segunda

Despliegue

Se autoriza al Gobierno para que apruebe las disposiciones necesarias para aplicar esta Ley.