



(Disposición
Vigente)

Ley de Comercio de Illes Balears

Ley 11/2001, de 15 de junio

[LIB 2001\229](#)

COMERCIO. Ordenación de la actividad comercial en las Illes Balears.

PARLAMENTO DE LAS ILLES BALEARS

BO. Illes Balears 28 junio 2001, núm. 77, [pág. 9739]

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

I.

El comercio ha sido una actividad muy importante a lo largo de la historia de las Illes Balears, y no sólo ha tenido una clara influencia en la economía, sino también en la sociedad, la política y la cultura. La situación geoestratégica de las Illes en el Mediterráneo occidental propició que jugasen un papel relevante en el comercio exterior ya desde la prehistoria. Por una parte, ha habido una intensa actividad comercial exterior que ha tenido momentos de gran dinamismo y otros de fuerte regresión según las coyunturas históricas, con una dependencia clara, especialmente, del contexto económico, político y social del Mediterráneo. Por otra parte, también se ha desarrollado un comercio importante entre las diferentes islas y unos intercambios en el ámbito local mediante los cuales se comercializaban determinados productos al por menor en los mercados y puestos de venta de los pueblos. El comercio también ha reflejado, en el decurso de la historia, la evolución de la actividad económica de las Illes Balears.

En el primer milenio antes de Cristo ya se constata una intensa actividad comercial de los pobladores de las Illes. En las Pitiüses las primeras actividades comerciales se datan durante la época fenicia. En aquel momento, la sal, la producción de cerámicas, las conservas de alimentos y una joyería rudimentaria eran los principales productos de intercambio. En Mallorca y en Menorca se produjo una colonización púnica ebusitana, incentivada por la explotación de la sal del sur de Mallorca y por el control de los excedentes agrícolas. Hacia finales del siglo V antes de Cristo surgen en Mallorca las primeras factorías costeras púnicas.

Durante la dominación romana, la pacificación y la unificación del Mediterráneo se tradujo en un impulso de los intercambios comerciales, no sólo de productos manufacturados y suntuarios, sino también de artículos de gran consumo y de primera necesidad. En aquel entonces, las costas de las Illes Balears se beneficiaron de las rutas comerciales entre Hispania y Roma y entre la Galia y el norte de África. Se exportaba sal, productos agrarios y ganaderos. Las actividades extractivas se concentraban en las salinas de las Pitiüses y del sur de Mallorca. A finales del siglo II, sin embargo, acabó la prosperidad y la paz del mundo romano, y la recesión económica que se padeció provocó una gran decadencia del comercio mediterráneo, que se agravó con la reaparición de la piratería. No obstante, a lo largo del siglo IV se reactivó la economía, y el comercio exterior se incrementó de nuevo hasta llegar a una actividad comercial considerable durante el primer cuarto del siglo V. Con ello, las Illes Balears constituían un punto de escala de mercancías, y se exportaban algunos excedentes, como la púrpura. Las relaciones comerciales con el norte de África eran muy intensas.

Durante el dominio vándalo continuaron las relaciones comerciales y los intercambios con el norte de África, que incluso se incrementaron respecto de la época anterior. La dominación bizantina supuso la conservación del espacio económico mediterráneo, y las Illes Balears continuaron como encrucijada de la navegación del Mediterráneo occidental. En la época islámica, además de los intercambios interiores, se exportaban los

excedentes agrarios, ganaderos y artesanales. Eivissa continuó siendo un enclave importante para la producción de sal, lana y leña, materias destinadas básicamente a la comercialización. Durante este período, las Illes Balears tuvieron unas excelentes relaciones con las principales ciudades del norte de África.

La conquista catalana de Mallorca (1229), de Eivissa (1235) y de Menorca (1287) permitió que se mantuviera, hasta mediados del siglo XIV, un tráfico comercial intenso con Cataluña, Génova y Venecia. En este período, destacó el reinado del rey Sancho de Mallorca, que dedicó mucha atención al comercio exterior. El tráfico de barcos y mercancías era muy relevante, y se exportaban aceite, vino, legumbres, frutos secos y paños de Mallorca; sal de Eivissa, y productos ganaderos de Menorca. En cambio, se importaban trigo del norte de África, de Cerdeña y sobre todo de Sicilia; paños y telas lujosas de Francia, Flandes, Inglaterra e Italia; vino de Calabria y Grecia; quesos de Sicilia, y lana de Barbaria. También adquirió gran relevancia la reexportación de estos productos, y los mercaderes de las Illes Balears tuvieron contactos con la totalidad de la cuenca occidental del Mediterráneo. Los flujos comerciales se extendían hacia el Mediterráneo oriental, hacia las rutas atlánticas del Mar del Norte y hacia las Islas Canarias. Sin embargo, los mercaderes isleños debían afrontar la competencia de las sociedades mercantiles foráneas, muchas de las cuales tenían sucursales en Palma. La Lonja era la sede del Colegio de la Mercadería y, en el año 1326, se creó el Consolat de Mar, que actuó de tribunal en los pleitos derivados del comercio marítimo en Mallorca y de las relaciones marítimas. En la segunda mitad del siglo XIV, esta institución realizó una recopilación del derecho mercantil mediterráneo en el Llibre del Consolat de Mar.

La crisis del siglo XIV que afectó a la Corona de Aragón y el cambio de los principales ejes comerciales hacia el mar báltico, convirtieron las Illes Balears en territorio fronterizo entre el cristianismo y el islamismo. El Mediterráneo occidental se transformó en una zona marginal, hecho que se agravó con la actividad corsaria –que representaba una gran dificultad para el comercio– y con la conflictividad bélica de la Corona. A pesar de que la crisis fue básicamente demográfica y agraria, arrastró también a los demás sectores productivos. Así, en una economía caracterizada por la autosubsistencia, el comercio se redujo a los productos más necesarios, como el trigo. Durante parte de la baja Edad Media y de la época moderna se sufrió un déficit crónico de cereales y, en períodos de escasez, se tuvo que recurrir a las importaciones de cereales de todo el arco mediterráneo, especialmente de Sicilia.

A lo largo del siglo XVI el comercio exterior disminuyó, aunque continuó la exportación de aceite y de textiles de Mallorca, de productos ganaderos de Menorca y de sal de Eivissa. Estos productos continuaron siendo un nexo de las Illes Balears con el comercio internacional.

También deben tenerse en cuenta los intercambios interiores que se producían en cada isla. Así, los menestrales vendían al público los artículos que realizaban y, además, había tiendas de venta al por menor, donde podían adquirirse diferentes productos. Los pueblos tenían lugares determinados para la comercialización de la producción, como las plazas públicas, donde se ponían a la venta alimentos, y el granero, donde se vendía trigo. La comercialización de verduras, pescado o carne también se realizaba en determinados lugares de la villa o de la ciudad. Los mercados y las ferias –lugares donde los campesinos y los menestrales exponían sus productos– tenían también una gran importancia en el intercambio comercial.

A finales del siglo XVI Mallorca importaba lana, cueros, lino y cera de Barbaria; trigo y azúcar de Sicilia; hierro, miel, sardinas y cerámicas de Cataluña; jarras, arroz, vino, damascos y seda de Valencia; telas finas de Marsella; queso, fideos y trigo de Cerdeña. En cambio, las exportaciones mallorquinas eran aceite, jabón, tejidos, cerámica, queso y corderina. Menorca exportaba ganado en vivo, carne salada, embutidos, tejidos, alcaparras, miel y, fundamentalmente, lana y queso. En aquel momento, funcionaba un mercado interinsular bien estructurado, y los mallorquines y menorquines compraban sal y madera a Eivissa, los menorquines e ibicencos adquirían aceite mallorquín, y los mallorquines compraban carne y ganado vivo a Menorca.

El siglo XVII fue una centuria de crisis, aun así continuó habiendo intercambios comerciales y destacó, especialmente, la exportación de productos ganaderos de Menorca. Durante el siglo XVIII, Mallorca exportaba básicamente aceite e importaba sobre todo cereales, y, en este período se desarrolló una intensa actividad contrabandista entre Mallorca y Menorca. Los menorquines y los pitiusos consiguieron hacer del corso una de las actividades más rentables. A lo largo del siglo XVIII, el comercio mallorquín tuvo, entre 1704 y 1750, una primera fase de preponderancia del espacio mediterráneo especialmente Génova y Marsella; una segunda, entre 1750 y 1780, de intercambios orientados hacia las ciudades del Atlántico norte, y una tercera, entre 1780 y 1800, de fortalecimiento de la demanda peninsular e interinsular y con la apertura del puerto de Palma al tráfico legal con las

colonias americanas.

En el siglo XIX, fueron relevantes las exportaciones del sector alimenticio, principalmente la producción de harina, aceite y aguardiente. En Mallorca también adquirió importancia la elaboración de jabón, y en Menorca se expandió la fabricación de zapatos que se exportaban sobre todo a Cuba. Al mismo tiempo, se establecieron líneas marítimas regulares, tanto interinsulares como entre las Illes Balears y la Península. También se crearon muchas sociedades mercantiles y, desde 1875, la red ferroviaria favoreció los intercambios entre la ciudad y el resto de la isla y permitió el desarrollo económico de los pueblos, ya que aproximó los productos agrícolas a Palma, que era el principal centro consumidor y puerto exportador. Hasta 1891 también tuvo importancia la exportación de vino y de aguardiente hacia Francia, pero la llegada de la filoxera acabó con las viñas mallorquinas.

El primer tercio del siglo XX supuso el final de una expansión económica tradicional y el declive del comercio internacional. Fue una etapa caracterizada por la pérdida de las colonias españolas de ultramar y por la coyuntura provocada por la Primera Guerra Mundial, unos años que estimularon la demanda exterior y una cierta euforia económica que acabó al finalizar la guerra. Después de la Guerra Civil, el comercio se vio afectado por el aislamiento y la política autárquica, que solamente posibilitó la exportación de ciertas manufacturas, como el textil y el calzado. Sin embargo, desde el decenio de 1950 existió un esfuerzo para salir de la autarquía e iniciar una apertura económica, que acabó consolidando el comercio peninsular.

En la segunda mitad del siglo XX, el comercio minorista y mayorista —con gran diversificación— ha tenido un crecimiento muy importante a partir de las necesidades del turismo, del aumento de la población y de los cambios de hábitos de consumo de los ciudadanos de las Illes Balears. Además de los establecimientos comerciales estáticos, hay un comercio itinerante e intermitente, que realiza mercados y ferias en los diferentes municipios de las Illes Balears.

II.

En las últimas décadas, las transformaciones en la realidad económica, territorial y social de las Illes Balears han sido especialmente intensas. La base económica ha cambiado radicalmente y ha quedado constituida principalmente por el sector turístico. La población residente ha experimentado un crecimiento incesante y ha llegado casi a duplicarse en los últimos treinta y cinco años. Por su parte, el territorio, a pesar de tratarse de un recurso limitado, ha sufrido grandes cambios y convulsiones, fruto de la ocupación de la costa por numerosos núcleos turísticos y, en general, por un desarrollo urbanístico desmesurado.

Todo ello ha tenido una incidencia directa en el sector comercial, que ha crecido en mayor proporción que otros sectores, y ha aumentado de esta manera su importancia relativa en el producto interior bruto de las Illes Balears. Así, el comercio ha pasado de suponer un 9% del producto interior bruto en los años ochenta, a generar un 15% a principios de los noventa. En la actualidad, aglutina el 2,7% de la población activa, lo que supone, aproximadamente, 45.000 puestos de trabajo.

Las transformaciones señaladas han desembocado paralelamente en la conformación de un espacio económico más homogéneo y reducido. Cada una de las islas principales se ha convertido, a estos efectos, en un único sistema urbano, de manera que el mercado potencial de gran parte de las empresas de este sector se extiende más allá del barrio o de la ciudad para llegar prácticamente a la totalidad del ámbito insular respectivo.

La evolución ha sido especialmente significativa en relación con una buena parte del comercio minorista, y ha estado influida notablemente por la incidencia de los procesos de concentración del comercio de alimentación, la aparición de las cadenas y agrupaciones comerciales, la consolidación de los hipermercados y la instalación de grandes superficies de venta. Si a ello se le añade la introducción de nuevos sistemas de venta telemática o a domicilio, que eluden los costos de establecimiento del comercio tradicional, puede concluirse que la supervivencia del pequeño comercio, seriamente amenazada, pasa seguramente por una buena adaptación al entorno inmediato y por un alto grado de especialización.

III.

El ordenamiento jurídico no ha considerado históricamente este sector económico de una manera completa y general debido, sin duda, a la complejidad y diversidad, tanto de los objetos de regulación como de los intereses en presencia. La [Ley Estatal 7/1996, de 15 de enero](#), de ordenación del comercio minorista, estableció por primera vez las líneas maestras que ordenan, con carácter general, la acción de los poderes públicos en relación con la materia, delimitando, junto con otras disposiciones, el campo de intervención normativa que pueden ocupar las comunidades autónomas. En el marco de la libertad de empresa, la regulación estatal en materia de comercio interior se fundamenta, principalmente, en la competencia sobre la legislación civil y mercantil, recogida en los apartados 6 y 8 del [artículo 149.1](#) de la [Constitución](#), así como en la competencia para fijar las bases y la coordinación de la planificación general de la economía, que recoge el número 13 del mismo artículo.

La atribución a las Illes Balears de la competencia en materia de comercio interior tiene su origen en el [artículo 1](#) de la [Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero](#), complementaria de la ordenación del comercio minorista. Posteriormente, la [Ley Orgánica 3/1999, de 8 de enero](#), de reforma del Estatuto, materializó, entre las competencias exclusivas de la comunidad autónoma de las Illes Balears, en su [artículo 10.38](#), la de «comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y la legislación sobre defensa de la competencia». Esta habilitación estatutaria, junto con las referidas a la ordenación y planificación de la actividad económica de las Illes Balears ([artículo 11.8](#)) y a la defensa de los consumidores y usuarios ([artículo 11.9](#)), permite a nuestras instituciones diseñar en buena medida una política propia de ordenación del comercio y, en consecuencia, establecer una regulación sustantiva adaptada a las características peculiares de la estructura económica, social y territorial de las Illes Balears.

IV.

El ejercicio de las competencias autonómicas en materias de relevancia económica se ve afectado sin duda por las circunstancias del hecho insular, que tienen una consideración expresa en el [artículo 138](#) de la Constitución. El hecho diferencial que supone la configuración geográfica de nuestra comunidad autónoma no puede ser ignorado, por tanto, por los legisladores estatal y autonómico a la hora de conformar normativamente el comercio interior como ámbito determinado de la acción pública.

Por esta razón, la presente Ley fundamenta su contenido en la necesidad de dar respuestas adecuadas a las exigencias de la realidad que pretende ordenar. Atendiendo el parecer mayoritario de los representantes de este sector, la Ley aprovecha al máximo el ámbito de actuación que le confiere la norma estatutaria para establecer determinadas prescripciones y limitaciones que se justifican por las particularidades de la realidad balear, entre las que ocupan un lugar destacado la homogeneidad del espacio económico de cada isla, la preponderancia creciente de las grandes empresas comerciales que hace peligrar la competencia, la singularidad de los comercios de zonas turísticas o la necesidad de preservar los valores inherentes a la existencia de un pequeño comercio que cumple, entre otras funciones, la de mantener los hábitos tradicionales de consumo y la de asegurar la vitalidad de los núcleos urbanos.

La trascendencia del hecho insular ha empezado a ser valorada, afortunadamente, por las Cortes Generales. Un ejemplo a destacar lo constituye la [Ley 6/1998, de 13 de abril](#), sobre régimen del suelo y valoraciones, que considera el factor de la insularidad en relación con la legislación urbanística, y permite el establecimiento de criterios complementarios para la clasificación del suelo en atención a la singularidad de los territorios insulares. En esta misma línea, la [Ley Estatal 30/1998](#) de régimen especial de las Illes Balears, trata de paliar, corregir y compensar el conjunto de desventajas que genera el hecho insular, particularmente importante en numerosos ámbitos como el transporte, las comunicaciones y las condiciones de abastecimiento de materias primas.

V.

La ordenación de los horarios comerciales es, en principio, un tema pacífico desde el prisma competencial, ya que resulta claramente enmarcable en el campo del comercio interior. Es, por tanto, una competencia de las comunidades autónomas ([SSTC 225/1993, de 8 de julio](#), F. 2, y [228/1993, de 9 de julio](#) F. 2).

La única cuestión polémica que se plantea al respecto es determinar si el Estado, amparándose en su competencia sobre la dirección y ordenación general de la economía recogida en el artículo 149.1.13ª de la

Constitución, puede penetrar en la fijación de los días y horas hábiles para el ejercicio del comercio.

Por todas, la STC 228/1993, de 9 de julio, F. 2, lo ha explicado con todo detalle cuando analiza el [artículo 5 del Real Decreto-ley 2/1985](#), sobre medidas de política económica, que establecía un régimen de libertad de horarios para los locales comerciales: «Las medidas contenidas en el Real Decreto-ley 2/1985, persiguen, en su conjunto, un objetivo de política económica que inspira también, específicamente, la concreta medida sobre la libertad de horarios comerciales del [artículo 5.1](#), el cual tiene, sin duda, un carácter básico y alcanza, por lo mismo, aplicabilidad en todo el territorio del Estado, aunque ello implique la consiguiente reducción de las competencias normativas asumidas por las Comunidades Autónomas en materia de comercio interior».

La competencia autonómica sobre horarios comerciales está sujeta, por tanto, a posibles desplazamientos, que no invasiones que la dejen sin contenido, procedentes del Estado.

El Consejo Consultivo de las Illes Balears, en el dictamen 63/2000, de día 8 de agosto de 2000, proclama, que en la medida en que la Ley 2/1996, de 15 de enero, se ha incorporado al bloque de la constitucionalidad el [artículo 43 del Real Decreto 6/2000, de 23 de junio](#), lo podría vulnerar y, en consecuencia, ser recurrible ante el Tribunal Constitucional. Ha sido en esta línea que el Consejo de Gobierno de las Illes Balears ha interpuesto el correspondiente recurso de inconstitucionalidad contra el citado precepto, por lo que nos encontramos al día de hoy pendientes de la resolución del intérprete supremo de la Constitución.

Excepto en los supuestos excluidos del horario general, los domingos y festivos no serán hábiles para el ejercicio de la actividad comercial, excepto los autorizados expresamente por el Gobierno de las Illes Balears. El consejero titular de la materia de comercio es el órgano competente para autorizar anualmente la actividad comercial en domingos y festivos previa audiencia de las asociaciones de comerciantes, de consumidores y usuarios y sindicales reconocidas legalmente.

VI.

La presente Ley tiene por objeto la regulación administrativa de la actividad comercial, así como la ordenación y mejora de las estructuras comerciales en las Illes Balears, y ha sido redactada después de un amplio debate con todos los agentes sociales que intervienen en la actividad comercial.

Esta Ley no incide en las condiciones esenciales del ejercicio de la libertad de empresa, por lo cual el [artículo 149.1.1ª](#) de la Constitución no supone, en este caso, un límite competencial del alcance legislativo de las Illes Balears. Existe una doctrina consolidada del Tribunal Constitucional sobre el contenido de la libertad de empresa y la posibilidad de su incidencia por el legislador; a este respecto es significativa la [Sentencia 227/1993](#), en cuyo fundamento jurídico cuarto se proclama: «... la libertad de empresa, junto a su dimensión subjetiva, tiene otra objetivo e institucional, en cuanto elemento de un determinado sistema económico, y se ejerce dentro de un marco general configurado por las reglas, tanto estatales como autonómicas, que ordenan la economía de mercado... «La libertad de empresa, en definitiva, no ampara entre sus contenidos –ni en nuestro ordenamiento ni en otros semejantes– un derecho incondicionado a la libre instalación de cualesquiera establecimientos comerciales en cualquier espacio y sin sometimiento alguno al cumplimiento de requisitos y condiciones, haciendo caso omiso de las distintas normativas –estatales y autonómicas, locales– que disciplinan múltiples aspectos de relevancia económica como, entre otros, el comercio interior y la ordenación del territorio».

Se destaca, pues, la dimensión institucional de la libertad de empresa, como elemento de un sistema económico determinado, lo que significa que esta libertad debe servir al funcionamiento de este sistema, integrándose armónicamente en la configuración general del sistema.

Esta dimensión institucional de la libertad de empresa influye en la determinación del alcance de su dimensión como derecho subjetivo, en el sentido de que éste debe modularse en la medida necesaria para garantizarla; modulación esta que opera tanto en la determinación del contenido esencial de este derecho como en la regulación de su ejercicio, que debe incluirse en el marco de la configuración normativa del sistema económico de las Illes Balears.

En consecuencia, el legislador de las Illes Balears, respetando el contenido esencial de la libertad de empresa, tiene un importante margen de acción para modular el ejercicio de esta libertad cuando regula los diversos

aspectos del sistema económico, entre los cuales se halla el comercio.

VII.

El contenido y la estructura de la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial en las Illes Balears responden al planteamiento expuesto. El título primero, dedicado a las disposiciones de carácter general, delimita con claridad qué tipos de actividad comercial quedan sometidos a la Ley. Además, se establecen determinadas prohibiciones y restricciones al comercio que se justifican por razones de defensa de la competencia en el ámbito económico balear. También se incluyen reglas destinadas a proteger los derechos lingüísticos de los consumidores en el sector del comercio.

En el [título II](#) se exponen las directrices que deben presidir la actividad administrativa de fomento de la actividad comercial de las empresas, y se hace una referencia especial al principio de participación. En el [título III](#), se crea el Consejo Asesor del Comercio de las Illes Balears como órgano consultivo del Gobierno en esta materia.

La definición de los conceptos de establecimiento comercial y de gran establecimiento comercial constituyen el objeto del [título IV](#), junto con el régimen autorizatorio que la misma Ley establece. La intervención autonómica mediante una licencia comercial específica, cuyo otorgamiento va ligado al establecimiento de una tasa, queda limitada a las grandes empresas comerciales y tiene su fundamento principal en la necesidad de salvaguardar el equilibrio deseable en la competencia y la protección de los intereses generales de carácter supramunicipal.

En el [título V](#) se regula el régimen de los horarios de los establecimientos comerciales, determinándose el número máximo de horas semanales de apertura, el horario diario y su publicidad, así como la actividad en domingos y festivos. En el desarrollo y la modulación del régimen establecido por la normativa estatal, el legislador ha querido tener en cuenta las características especiales que presenta el comercio interior en las Illes Balears, las cuales no pueden desvincularse del hecho insular y de la, aspiraciones legítimas de preservación del comercio tradicional fuera de las zonas turísticas.

La evolución y el dinamismo de las diversas modalidades de venta hacen necesario abordar su regulación para evitar perjuicios a los consumidores. En este aspecto, el texto de la Ley intenta desarrollar y completar la legislación estatal vigente, a la vez que incluye, en sus [títulos VI y VII](#), determinadas particularidades en relación con las actividades de ventas en promoción y ventas especiales.

En el [título VIII](#) se crea y regula, en sus aspectos básicos, el Registro general de comercio de la comunidad autónoma de las Illes Balears. En el [título IX](#) de la Ley se regulan separadamente la función inspectora y el régimen sancionador. En este título, además de tenerse en cuenta las infracciones que recoge la normativa estatal, se añaden aquellas otras que vienen exigidas por el establecimiento de los deberes que impone la nueva regulación.

Finalmente, la Ley, en su [título X](#), se ocupa de los equipamientos comerciales, estableciendo prescripciones relativas tanto a los instrumentos de ordenación del territorio como a los planes, urbanísticos, con el objeto de facilitar la planificación y la ordenación de las estructuras comerciales y de dar una mayor coherencia a las políticas de las administraciones públicas competentes.

TÍTULO I. Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto

Esta Ley tiene por objeto la ordenación de la actividad comercial en las Illes Balears, y la ordenación y mejora de sus estructuras comerciales.

Artículo 2. Ámbito de aplicación

1. Esta Ley es aplicable a las actividades comerciales realizadas en las Illes Balears.
2. También es aplicable, con carácter supletorio, a las actividades comerciales que estén regidas por su normativa específica.
3. Están excluidas del ámbito de aplicación de esta Ley las siguientes actividades:
 - a) La venta realizada por fabricantes, en su propio recinto industrial, de los residuos y subproductos obtenidos en el proceso de producción, a no ser que se dirijan a consumidores finales.
 - b) La venta directa por agricultores y ganaderos de productos agropecuarios en estado natural, en su lugar de producción, o en los centros cooperativos de recogida de producción, así como la de árboles, flores y plantas producidas en viveros, plantales o invernaderos.
 - c) La venta realizada por artesanos de sus productos en sus talleres de producción.

Artículo 3. Actividad comercial

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por actividad comercial la consistente en situar u ofrecer en el mercado productos naturales o elaborados, por cuenta propia o ajena, mediante personas físicas o jurídicas, así como los servicios que de ella se deriven, independientemente de la modalidad o del soporte usado para su realización, tanto si se lleva a cabo en régimen de comercio al por mayor o al detalle.
2. La actividad comercial se ejercerá bajo los principios de libertad de empresa, de defensa de los consumidores y usuarios, de los derechos de los trabajadores, de la libre competencia y en el marco de la economía de mercado, de acuerdo con lo que disponen el artículo 38 de la Constitución y las leyes.

Artículo 4. Actividad comercial al detalle

1. Se entiende por actividad comercial al detalle, a los efectos de esta Ley, la adquisición de mercancías y su venta al consumidor final, así como también la prestación al público de determinados servicios que constituyan un acto de comercio.
2. También se entiende por actividad comercial al detalle la oferta a los usuarios de servicios financieros, de obsequios o regalos como pago de intereses, y de financiación para la adquisición de un bien o de un producto concreto puesto a disposición del consumidor por la misma entidad financiera.



Notas de vigencia

Ap. 2 declarado inconstitucional y nulo por [TC \(Sala Pleno\), sentencia núm. 26/2012, de 1 marzo 2012, RTC\2012\26](#).

Artículo 5. Actividad comercial al por mayor

Se entiende por actividad comercial al por mayor, a los efectos de esta Ley, la que tiene como destinatario a

otros comerciantes, industriales, empresas, entidades e instituciones que no sean consumidores finales.

Artículo 6. Calificación de la actividad comercial

1. No se modificarán las calificaciones de actividad comercial al por mayor o al detalle señaladas en los artículos anteriores, en aquellos supuestos en que las mercancías estén sometidas a procesos de elaboración, manipulación, transformación, congelación y descongelación, tratamiento o acondicionamiento que sean usuales en el comercio.

2. Tienen carácter de actividad al por mayor o al detalle, según el caso, las transacciones de productos propios de las actividades extractivas, agropecuarias, fabriles o artesanales.

Artículo 7. Prohibiciones y restricciones al comercio

1. No podrán ejercer el comercio, además de las personas físicas y jurídicas a las que les esté específicamente prohibido por la normativa vigente, los empresarios individuales o sociales, a los que la normativa especial de la actividad que desarrollan les exija dedicación exclusiva.

2. Se prohíbe expresamente la exposición y venta de mercancías al comprador, así como la remisión o entrega de catálogos, folletos o publicidad de las mismas, cuando provengan de personas cuya actividad sea distinta a la comercial y, como consecuencia de la actividad que les es propia, tengan como finalidad principal la realización de préstamos, depósitos u operaciones de análoga naturaleza, adheridas a la oferta comercial de la mercancía, de tal manera que una no pudiese hacerse efectiva sin la otra.

En todo caso, se presumirá la existencia de estas actuaciones en el supuesto de que el comprador pudiera realizar encargos o adquirir mercancías a los establecimientos de aquéllas.

3. Se prohíbe la venta ambulante o no sedentaria en establecimientos turísticos. Reglamentariamente se determinarán los supuestos especiales y, de manera excepcional, podrán realizarse actos o exhibiciones comerciales en que pueda haber transacciones directas de bienes o productos autóctonos de las Illes Balears, para los cuales deberá disponerse de la autorización de la consejería competente en materia de comercio.

4. En el ámbito territorial de las Illes Balears no pueden venderse bebidas alcohólicas, sea cual sea su graduación, en cualquier tipo de establecimiento comercial, incluidas las tiendas de conveniencia y las tiendas anexas a las gasolineras, a partir de las 24.00 horas y hasta las 8.00 horas del día siguiente.

5. La exposición y la venta de vehículos usados únicamente podrá realizarse en establecimientos comerciales.

6. Se prohíbe expresamente la implantación de establecimientos comerciales en suelo que no tenga el carácter y la condición de urbano consolidado, definido en la legislación urbanística vigente, excepto cuando se trate de establecimientos o actividades directamente vinculados a explotaciones agrarias, ganaderas o forestales que deban ubicarse necesariamente en el medio rural y en los casos que establece la legislación urbanística general.



Notas de vigencia

Ap. 6 añadido por [art. 1](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Ap. 5 añadido por [art. 14.7](#) de [Ley 25/2006, de 27 de diciembre LIB\2006\386](#).

Ap. 4 modificado por [art. 16](#) de [Ley 10/2003, de 22 de diciembre LIB\2003\324](#).

Artículo 8. Derechos lingüísticos de los consumidores

1. En los establecimientos regulados en esta Ley, los consumidores tienen derecho a ser atendidos en alguna de las lenguas oficiales de las Illes Balears, y no podrán ser discriminados o atendidos incorrectamente por razón de la lengua oficial que usen.

2. En los establecimientos al detalle que disponen de una plantilla laboral de más de tres trabajadores, los consumidores tienen, además, el derecho de ser atendidos en la lengua oficial de las Illes Balears que elijan.

3. La señalización y los carteles de información general de carácter fijo y los documentos de oferta de servicios para los consumidores de los establecimientos abiertos al público deben ser redactados, al menos, en catalán. Esta norma no se aplica a las marcas, a los nombres comerciales y a los rótulos amparados por la legislación de la propiedad industrial.

En los términos que reglamentariamente se determinen, los establecimientos comerciales informarán a los consumidores de sus derechos lingüísticos mediante la colocación de los correspondientes anuncios.

4. Las administraciones competentes promoverán el uso progresivo de la lengua catalana en las actividades comerciales, así como también en los rótulos, símbolos y distintivos de los establecimientos comerciales de las Illes Balears.

TÍTULO II. Del fomento de la actividad comercial

Artículo 9. Principios de actuación de los poderes públicos

1. La Administración de la comunidad autónoma debe promover el desarrollo armónico y la modernización de la actividad comercial con el objetivo final de incrementar la capacidad de competencia de las empresas y de garantizar una ocupación laboral estable en este sector.

2. A los efectos de lo que prevé el punto anterior, los órganos competentes establecerán periódicamente programas de incentivos y ayudas, dirigidos prioritariamente a:

- a) La modernización de las técnicas y de los medios de comercialización.
- b) La racionalización y la reducción de los costes del proceso de distribución.
- c) La formación de agrupaciones o de unidades integradas entre empresas de comercio.
- d) La organización de enseñanzas profesionales a los que se dedican o deban dedicarse a la actividad comercial, en coordinación con las consejerías competentes en materia de educación y formación.
- e) La realización de estudios e investigaciones tendentes a un mejor conocimiento de las estructuras y de los procesos de comercialización.
- f) La rectificación de las deficiencias de infraestructura comercial.
- g) La asistencia técnica para la empresa comercial.
- h) La promoción de un comercio justo con los países pobres, coadyuvando al equilibrio norte-sur.
- i) La creación, conjuntamente con las entidades locales y los consejos insulares, de polígonos de servicios al objeto de facilitar al mercado el sitio apto para almacenes y centros de distribución comercial.

3. El Gobierno de las Illes Balears promoverá la igualdad de oportunidades y favorecerá la formación técnica y profesional de los comerciantes y trabajadores de este sector, y podrá establecer, mediante disposiciones

normativas, los requisitos de homologación y de calificación técnica o de experiencia necesarios para el ejercicio de una determinada actividad comercial o de servicios.

Artículo 10. Otras acciones de fomento

1. Los poderes públicos de las Illes Balears, en el ámbito respectivo de competencias, impulsarán el asociacionismo de los comerciantes y su adecuada participación ante las administraciones públicas.
2. Sin perjuicio de lo que dispone la legislación en defensa de los consumidores y usuarios, las administraciones competentes fomentarán el arbitraje como instrumento de solución de los conflictos derivados de la actividad comercial.

TÍTULO III. Del Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears

Artículo 11. Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears

1. Se crea el Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears como órgano consultivo del Gobierno en las materias reguladas en esta Ley.
2. Son funciones de este órgano:
 - a) Ser consultado a solicitud del Gobierno sobre cualquier cuestión que afecte a la actividad comercial de las Illes Balear.
 - b) Emitir su opinión, a solicitud de las administraciones territoriales competentes, en relación con los instrumentos de planificación sectorial, o de ordenación territorial y urbanística, que al afecten a la ordenación del comercio o a las estructuras comerciales.
 - c) Emitir informe preceptivo en el procedimiento de concesión de licencia de gran establecimiento comercial.
 - d) Proponer medidas de fomento de la actividad comercial, así como estudiar y evaluar las que hayan de ser aprobadas por la Administración de la comunidad autónoma.
 - e) Cualquier otra que le atribuyan las normas de rango legal o reglamentario.

3. Mediante una orden del titular o de la titular de la consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears, se debe establecer el régimen de funcionamiento, la organización y la composición del Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears, el cual tendrá la representación de los agentes económicos y sociales, así como de los consumidores y de las administraciones territoriales de las Illes Balears.



Notas de vigencia

- Ap. 3 modificado por [art. 3](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).
- Ap. 2 c) suprimido por [art. 2](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).
- Ap. 2 a) modificado por [art. 2](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

TÍTULO IV. Régimen administrativo de los establecimientos comerciales

CAPÍTULO I. Concepto y categorías

Artículo 12. Concepto de establecimiento comercial

1. Tienen la consideración de establecimientos comerciales, en el marco de lo que dispone el [artículo 334 del Código Civil](#), los locales y las construcciones o instalaciones ubicados en el suelo de manera fija y permanente, cubiertos o sin cubrir, exentos o no, exteriores o interiores de una edificación, con o sin escaparates, donde se ejercen regularmente actividades comerciales de venta de productos al por mayor o al detalle, o de prestación de servicios de esta naturaleza al público, como también cualesquiera otros recintos acotados que reciban aquella calificación en virtud de disposición legal o reglamentaria.

2. Los establecimientos comerciales pueden tener carácter individual o colectivo. Se consideran establecimientos de carácter colectivo los conformados por un conjunto de establecimientos comerciales individuales integrados en un edificio o complejo de edificios, en los cuales se ejerzan las actividades respectivas de forma empresarialmente independiente, siempre que compartan la utilización de alguno de los elementos siguientes:

a) La existencia de un vial o espacio libre, preexistente o no, público o privado, cuyo objetivo principal sea asegurar la circulación interna entre los distintos establecimientos comerciales, para uso exclusivo de los clientes y del personal de los establecimientos.

b) La existencia de un área o áreas de estacionamiento comunes o contiguas a los diferentes establecimientos que no prohíban la circulación de peatones entre éstas.

c) Estar unidos por una estructura jurídica común, controlada directa o indirectamente al menos por un asociado o que dispongan de una dirección, de derecho o de hecho, común.

d) La existencia de un perímetro común delimitado.

3. Se entenderá por superficie útil para la exposición y venta de artículos todo el espacio habitualmente accesible al público, así como el ocupado por escaparates, vitrinas y expositores.

No se computará como superficie de venta la destinada a aparcamiento situada al aire libre o bajo tierra, ni los lugares exteriores en los cuales no se expongan productos para venderlos, ni tampoco el espacio anterior a las cajas registradoras, las zonas de almacenamiento no accesibles al público, las de manipulación y las de servicios e infraestructuras relacionados con la actividad de comercio.

4. Tienen la consideración de comercios turísticos los establecimientos comerciales así calificados por la consejería competente en materia de comercio que presten servicios en el ámbito de las actividades turísticas y estén ubicados en una zona de gran afluencia turística. Los comercios turísticos se considerarán establecimientos análogos a los de alojamiento turístico a los efectos del [artículo 8.1.b\)](#), en relación con el [artículo 4.b\)](#), de la [Ley 28/2005, de 26 de diciembre](#), de Medidas Sanitarias en relación con el Tabaquismo y reguladora de la Venta, el Suministro, el Consumo y la Publicidad de los productos del Tabaco.



Notas de vigencia

Ap. 2 modificado por [art. 4](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Ap. 4 añadido por [art. 14.1](#) de [Ley 25/2006, de 27 de diciembre LIB\2006\386](#).

Artículo 13. Concepto de gran establecimiento comercial

1. En las Illes Balears tienen la consideración de gran establecimiento comercial los comercios al por mayor o al por menor que tengan una superficie útil para la exposición y la venta superior a 700 m2 en la isla de Mallorca; a 400 m2 en las islas de Menorca y de Ibiza; y a 200 m2 en la isla de Formentera.

Los criterios para aplicar unas superficies diferentes a las islas han sido motivados por razones de interés general, relacionados con la distribución comercial, con la protección medioambiental y del entorno urbano, con la ordenación del territorio y con la preservación del patrimonio histórico y artístico, sin olvidar la diferente superficie de las islas.

2. Los mercados municipales y los mercados ambulantes no tienen la consideración de gran establecimiento comercial, por lo que sólo se requiere la licencia autonómica para la apertura y el traslado de los establecimientos individuales situados dentro de los mercados municipales si tienen la superficie útil para la exposición y la venta que fija el punto anterior.

3. En cuanto a la modificación o ampliación de los establecimientos comerciales calificados como gran establecimiento comercial, sólo será exigible la licencia autonómica si la ampliación supera el 25% de la superficie útil dedicada a exposición y venta o si cambia la actividad.

4. Cuando el objeto del establecimiento sea la exposición y la venta de forma exclusiva de automóviles y vehículos a motor, de maquinaria, de equipo industrial, de embarcaciones, de aeronaves, de muebles de todo tipo, de material de construcción y de elementos propios de cocina y baño, tienen la consideración de gran establecimiento comercial los establecimientos al por mayor o al por menor que tengan una superficie útil para la exposición y la venta superior a 2.000 m2 en la isla de Mallorca; a 1.500 m2 en las islas de Menorca y de Ibiza; y a 400 m2 en la isla de Formentera.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 5](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 14. Comparabilidad internacional de las estadísticas

Con la finalidad de garantizar la comparabilidad de la información de las empresas correspondientes al sector comercial, los poderes públicos de las Illes Balears utilizarán siempre la Clasificación Europea de Actividades Económicas vigente.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 6](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

CAPÍTULO II. La licencia autonómica de gran establecimiento comercial

Artículo 15. Régimen jurídico de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial

1. La implantación, la ampliación de la actividad o el traslado de las instalaciones destinadas a establecimientos del tipo gran establecimiento comercial requieren expresamente la licencia autonómica, con carácter previo a la solicitud, si procede, del permiso municipal de instalación de la correspondiente actividad.

No obstante, quedan exentos de la necesidad de obtener la licencia autonómica todos aquellos supuestos que formen parte del ámbito de aplicación del [Real Decreto Ley 19/2012, de 25 de mayo](#), de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

2. Son nulos de pleno derecho los permisos municipales de instalación y las licencias de edificación y uso de suelo para la nueva ubicación, ampliación o traslado de las actividades destinadas a establecimientos del tipo gran establecimiento comercial que se otorguen sin la licencia autonómica previa o en contra de sus determinaciones.

3. En caso de grandes establecimientos comerciales individuales, la empresa que deba explotar la actividad comercial concreta debe obtener la licencia autonómica antes de la petición del permiso municipal de instalación.

4. En caso de establecimientos comerciales de carácter colectivo que tengan la consideración de gran establecimiento comercial según lo dispuesto en el artículo 13 de esta Ley, el promotor debe obtener la licencia autonómica antes de la petición del permiso municipal de instalación.

5. El titular o la titular de la consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears debe resolver motivadamente el otorgamiento o la denegación de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial, en aplicación de los criterios que establece el artículo 17 de esta Ley.

6. A los efectos de aplicar la normativa reguladora del procedimiento administrativo, el plazo para notificar la resolución es de seis meses y, una vez transcurrido este plazo, se entenderá otorgada por silencio administrativo positivo la licencia autonómica de gran establecimiento comercial. En todo caso, se puede usar una sola vez la suspensión del plazo máximo legal para notificar la resolución del procedimiento cuando la complejidad del asunto lo justifique. La suspensión del plazo legal no puede superar los tres meses.

7. El procedimiento de resolución sobre la licencia autonómica de implantación, ampliación o traslado de gran establecimiento comercial da lugar al pago de una tasa por este concepto, de conformidad con la normativa reguladora.



Notas de vigencia

Ap. 1 modificado por [disp. final 7](#) de [Ley 13/2012, de 20 de noviembre LIB\2012\286](#).

Modificado por [art. 7](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 16. Presentación y requisitos de la solicitud de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial

Corresponde a las personas físicas o jurídicas titulares de la actividad comercial presentar la solicitud de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial en los casos que establece el artículo 13 de esta Ley.

También están obligados a solicitar la licencia autonómica de gran establecimiento comercial las empresas promotoras de proyectos de grandes establecimientos comerciales colectivos. La solicitud, que se puede realizar utilizando medios electrónicos, de manera presencial y por cualesquiera de las formas que establece el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, se debe dirigir a la consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears acompañada de la siguiente documentación:

a) Documentación identificativa del solicitante:

1. Inscripción de la sociedad, en su caso, en el registro mercantil correspondiente, con la indicación del código de identificación fiscal (CIF) y de la Clasificación nacional de actividades económicas (CNAE 2009).

2. Domicilio social de la empresa, con la indicación del teléfono, el fax y la dirección electrónica.

3. Acreditación de la representación legal del peticionario.

b) Documentación relativa al proyecto:

1. Memoria descriptiva del proyecto, firmada por un técnico o técnica competente, con la indicación del coordinador o la coordinadora, en su caso, con el visado colegial, y una explicación orientativa sobre el establecimiento y todas sus características, en particular la ubicación, la superficie y la distribución de la oferta comercial por plantas o por tipo de establecimiento.

2. Aplicación del procedimiento del certificado energético del establecimiento proyectado. La calificación energética obtenida debe ser como mínimo B para los edificios a los que sea de aplicación el Real Decreto 47/2007, de 19 de enero, por el que se aprueba el procedimiento básico para el certificado energético de edificios de nueva construcción. Para el resto de edificios, cuando tengan normativa reguladora que les sea de aplicación, la calificación energética obtenida debe ser como mínimo C.

3. Planos generales, firmados por un técnico o técnica competente, con visado colegial, a escala y acotados, de la ubicación, los accesos y los aparcamientos; de las plantas, los alzados y las secciones, y de la distribución orientativa de la oferta, en los que se debe especificar la superficie de cada uno de los locales.

4. Acreditación de la disponibilidad del inmueble o terreno donde se pretenda ubicar el establecimiento proyectado. Esta acreditación se realizará por cualquiera de las formas admitidas en derecho y se referirá a la titularidad de la propiedad o únicamente de su uso.

5. Inclusión de las medidas previstas para incrementar la calidad del empleo, con una relevancia especial a la tipología de la contratación laboral, y acreditación del compromiso de incorporación al mercado laboral de colectivos de difícil inserción, como son las mujeres, los jóvenes, los desempleados de larga duración y, en general, los colectivos más vulnerables.

6. En caso de ampliaciones y traslados, es necesario aportar los planos correspondientes al establecimiento existente y al nuevo proyecto.

c) Documentación administrativa:

1. Acreditación, mediante un certificado del ayuntamiento, de la adecuación del establecimiento proyectado a las normas que establezca el instrumento municipal sobre el planeamiento general, a sus instrumentos de desarrollo y de gestión urbanística, y al resto de normas de competencia municipal. Este certificado se notificará al peticionario en el plazo máximo de un mes y, en caso de no emitirlo en este plazo, son directamente responsables de cumplir la obligación legal de entregarlo los funcionarios municipales que tengan a su cargo el despacho de este asunto, así como la autoridad municipal encargada de la instrucción y del otorgamiento de este certificado.

2. Justificante del pago de la tasa correspondiente según la normativa de aplicación.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 8](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre](#) LIB\2009\383.

Artículo 17. Tramitación de la solicitud de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial

1. Una vez recibida la solicitud, junto con toda la documentación preceptiva, la consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears cursará la solicitud lo antes posible y, previamente, debe cumplir, dentro de los diez días siguientes a la presentación en el registro, lo que establece la normativa reguladora del procedimiento administrativo.

2. La resolución del expediente se debe formular, motivadamente, de conformidad con los criterios siguientes:

a) El establecimiento sólo se puede ubicar en suelo urbano consolidado, definido en la legislación urbanística vigente.

b) La plena concordancia del establecimiento proyectado a las normas que establezca el instrumento municipal de planeamiento general, a sus instrumentos de desarrollo y de gestión urbanística, y al resto de normas de competencia municipal, se acreditará mediante el correspondiente certificado del ayuntamiento.

Este certificado es vinculante para la consejería competente en la resolución cuando sea obstativo.

c) El estudio pertinente, redactado por un técnico o una técnica competente, con visado colegial, sobre el movimiento de personas y vehículos que pueda generar el establecimiento proyectado. Se debe valorar especialmente:

c.1) La incidencia en la red viaria y en el resto de infraestructuras públicas, así como la existencia de medios de transporte colectivo suficientes para satisfacer los flujos previsibles de público y para desincentivar el uso de vehículos particulares.

c.2) La acreditación, en su caso, de las tecnologías aplicables, de conformidad con la normativa sectorial reguladora, para conseguir una reducción de la contaminación acústica, de las emisiones de gases de efecto invernadero, del consumo energético, y de la generación y tratamiento de residuos asociados a la actividad que se pretende llevar a cabo.

c.3) La dotación de al menos una plaza de aparcamiento por cada 35 m² de superficie útil para la exposición y la venta. Asimismo, se debe prever la reserva de plazas para personas discapacitadas en los términos que establece la normativa vigente.

c.4) Cuando se trate de un gran establecimiento comercial con una superficie útil para la exposición y la venta superior a 2.500 m², también debe acreditarse la dotación, dentro del espacio para uso exclusivo del establecimiento, de una zona específica para la carga y descarga, ponderada con la superficie de exposición y venta del establecimiento, así como con las características de la actividad del establecimiento respecto de la reposición de las mercancías. En ningún caso esta zona puede interferir en la circulación general ni en la de los vehículos de los clientes.

3. En aplicación del principio constitucional de seguridad jurídica, la posible disconformidad con el derecho a obtener la licencia autonómica de gran establecimiento comercial por silencio administrativo requiere, en todo caso, la tramitación de un procedimiento de revisión de oficio, con las consecuencias jurídicas que sean de aplicación.

4. En caso de inactividad administrativa, la persona interesada puede instar la devolución de la tasa mediante el procedimiento de aplicación por los ingresos indebidos.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 9](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 17 bis. Caducidad y revocación de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial

1. Caducidad:

a) La licencia autonómica de gran establecimiento comercial tiene vigencia indefinida. No obstante, esta licencia se declarará caducada, una vez tramitado previamente el procedimiento correspondiente, con audiencia a la persona interesada, en los siguientes supuestos:

1. Por haber transcurrido el plazo de cuatro meses, a contar desde la notificación de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial, sin que se haya solicitado al ayuntamiento respectivo el permiso de instalación.

2. Por haberse incumplido por causas imputables al promotor el plazo que fije la licencia municipal de edificación y uso del suelo para el inicio de las obras.

b) De conformidad con la normativa reguladora del procedimiento administrativo, se puede conceder una ampliación de los plazos establecidos cuando lo aconsejen las circunstancias.

2. Revocación:

Se puede revocar la licencia autonómica de gran establecimiento comercial, una vez tramitado previamente el procedimiento correspondiente, con audiencia a la persona interesada, sin que ello implique indemnización alguna, en los siguientes supuestos:

a) Por haberse incumplido las determinaciones que establezca la licencia autonómica de gran establecimiento comercial.

b) Por haberse denegado o por haber caducado el permiso de instalación, la licencia de edificación y uso del suelo o la licencia de apertura y funcionamiento.



Notas de vigencia

Añadido por [art. 10](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

TÍTULO V. Horarios comerciales

Artículo 18. Horarios en días laborales

Cada comerciante, tanto al por mayor como al por menor, debe determinar el horario de apertura y de cierre de sus establecimientos comerciales, así como los días en que debe desarrollar su actividad, con un máximo de 90 horas semanales, sin perjuicio de los derechos reconocidos a los trabajadores en la normativa laboral.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 1](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Artículo 19. Publicidad de horarios

En todos los establecimientos comerciales debe figurar la información del calendario diario de apertura y de cierre en un lugar visible, tanto en el interior como en el exterior, incluso cuando el establecimiento esté cegado. El texto de esta información debe constar, al menos, en catalán.

Artículo 20. Actividad en domingos y festivos

1. El número máximo de domingos y otros festivos que pueden permanecer abiertos al público los establecimientos comerciales sometidos al régimen general de horarios comerciales es de diez al año.

2. Las fechas correspondientes a los domingos y otros festivos de apertura autorizada han de determinarse anualmente, de acuerdo con los criterios establecidos en el apartado 5 del [artículo 4](#) de la [Ley 1/2004, de 21 de diciembre](#), de Horarios Comerciales, con la audiencia previa del Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears,

mediante un acuerdo del Consejo de Gobierno, que ha de publicarse en el Boletín Oficial de las Illes Balears.

3. Cada comerciante determina libremente el horario correspondiente a cada domingo o día festivo en el que ejerza la actividad.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 2](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Artículo 21. Supuestos excluidos del horario general

1. Las limitaciones establecidas en los artículos anteriores de este título no serán de aplicación:

a) A los establecimientos comerciales cuya oferta habitual esté predominantemente constituida por venta de pastelería y repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y carburantes, flores y plantas, y a las denominadas tiendas de conveniencia; así como tampoco a los instalados en estaciones, puertos, aeropuertos y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo, y a los situados dentro de los establecimientos hoteleros.

Se entenderá que existe oferta habitual predominante, a los efectos de lo establecido en el apartado anterior, cuando el número de las referencias autorizadas supere en más de un 50% a las no autorizadas.

Los domingos o festivos no podrán venderse otros artículos que no sean aquellos que hayan justificado, en su caso, la consideración de establecimiento con libertad de apertura los días festivos.

b) A los establecimientos comerciales situados en zonas de gran afluencia turística, de acuerdo con lo establecido en el siguiente artículo. **En todo caso, los grandes establecimientos comerciales sólo podrán abrir los domingos y festivos hasta las 16.00 horas.**

c) A los mercados y mercadillos de venta ambulante autorizados por los ayuntamientos y a los establecimientos de su entorno inmediato, debidamente delimitado por la correspondiente calidad local.

2. Se entienden por tiendas de conveniencia las que, con una superficie útil de venta no superior a 500 m², permanezcan abiertas al público al menos 18 horas al día y distribuyan su oferta, de forma similar, entre los siguientes productos: libros, prensa y revistas, productos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y productos diversos.

3. En todo caso, y en aplicación de la [Ley 1/2004, de 21 de diciembre](#), de Horarios Comerciales, los establecimientos con una superficie útil de exposición y venta inferior a 300 m², excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de pequeña y mediana empresa según la legislación vigente, tienen plena libertad para determinar los días y las horas de apertura al público.



Notas de vigencia

Ap. 3 modificado por [art. 3](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Ap. 1 b) inciso destacado suprimido por [art. 11.1](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 22. Determinación de zonas de gran afluencia turística

Los ayuntamientos, por medio de un acuerdo motivado adoptado por el Pleno, que debe tener en cuenta las circunstancias y los umbrales a que se refieren los apartados 4 y 5 del [artículo 5](#) de la [Ley 1/2004, de 21 de](#)

[diciembre](#), de Horarios Comerciales, y la [disposición final segunda](#) del Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad de horarios comerciales, pueden proponer a la consejería competente en materia de comercio las partes del territorio municipal que se puedan considerar zonas de gran afluencia turística, al efecto de la exclusión de la limitación de horarios de esta ley.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 4](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

TÍTULO VI. Actividades de promoción de ventas

Artículo 23. Ventas de promoción o de oferta

1. A los efectos de esta Ley, se entiende por venta de promoción o de oferta la que tiene por finalidad dar a conocer el nuevo producto o artículo, o conseguir el aumento de venta de los existentes, o el desarrollo de uno o diversos comercios, mediante la oferta de un artículo o grupo de artículos homogéneos.

2. La venta de promoción deberá ir precedida o acompañada de la suficiente información al público, en la que deberá figurar con claridad:

- a) El producto o productos objeto de promoción.
- b) Las condiciones de venta, precio habitual y descuento.
- c) El período de vigencia de la promoción.

3. Se prohíbe la realización de cualquier tipo de promoción comercial que, por las circunstancias en que se practica, genere confusión con otra modalidad de promoción distinta y sea susceptible, objetivamente, de provocar el hecho de eludir las normas aplicables, así como aquella que no disponga de existencias suficientes para afrontar la oferta.

4. Los artículos que se quieran vender como productos en promoción se pueden adquirir con esta finalidad exclusiva, no pueden estar deteriorados, ni tampoco ser de una calidad peor que los mismos productos que hayan de ser objeto de futura oferta ordinaria a precio normal.



Notas de vigencia

Ap. 4 añadido por [art. 5](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Artículo 24. Ventas con obsequio

1. Se considerarán ventas con obsequio aquellas en las que el comerciante utilice concursos, sorteos, regalos, vales, premios o similares, vinculados a la oferta o promoción de productos regulados en el artículo anterior.

2. Serán de aplicación a las ventas con obsequio las siguientes reglas:

- a) Durante el período de oferta de venta con obsequio queda prohibido modificar el precios al alza, así como

disminuir la calidad del producto.

b) El número de existencias con que cuente el comerciante para afrontar la obligación de entrega de los obsequios, así como las bases por las que se regulan los concursos, sorteos o similares, deberán constar en el envase o envoltorio del producto de que se trate o, en su defecto, deberán ser debidamente divulgadas.

c) Los bienes o servicios en que consistan los objetos o incentivos promocionales, deberán entregarse al comprador en el momento de la compra o bien en un plazo máximo de dos meses, a contar desde que el comprador reúna los requisitos exigidos.

Artículo 25. Ventas en rebajas

1. Se entiende que existe venta en rebajas cuando los artículos objeto de la misma se ofrecen en el mismo establecimiento donde se ejerce habitualmente la actividad comercial, a un precio inferior al fijado antes de la citada venta.

2. Los artículos rebajados deben haber estado incluidos con anterioridad, y durante un mínimo de un mes, en la oferta habitual de ventas.

3. Las ventas en rebajas pueden tener lugar en los períodos estacionales de más interés comercial según el criterio de cada comerciante. La duración de cada período de rebajas, la decide libremente cada comerciante y ha de indicarse expresamente en el anuncio.

4. No podrá anunciarse la venta en rebajas de un establecimiento comercial cuando afecte a menos de la mitad de los productos ofrecidos, sin perjuicio de que pueda anunciarse la de cada producto o artículo en concreto.

5. En el supuesto de que las ofertas en rebajas no afecten a la totalidad de los productos comercializados, los rebajados serán debidamente identificados y diferenciados del resto.

6. En todo caso, las reducciones de los precios se consignarán exhibiendo junto a su precio habitual el precio rebajado de los mismos productos comercializados en el establecimiento.



Notas de vigencia

Ap. 3 modificado por [art. 6](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Ap. 2 modificado por [art. 6](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Artículo 26. Ventas en liquidación

A los efectos previstos en los [artículos 30 y 31](#) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, deberán cumplirse los siguientes requisitos:

a) En el supuesto de que una empresa sea titular de diversos establecimientos comerciales de la misma actividad, el cese total o parcial de la actividad de comercio deberá ser de todos. El cierre total o parcial de un solo punto de venta no tendrá la consideración de cese total o parcial, sino de cambio de local.

b) La liquidación por la realización de obras de importancia, sólo será posible cuando éstas requieran el cierre del local.

c) La liquidación en los supuestos de fuerza mayor sólo será posible cuando obstaculice el desarrollo normal del negocio por un período continuado como mínimo de un mes.

d) La liquidación de los productos debe efectuarse en el mismo local o locales afectados donde se vendía habitualmente, excepto en los casos de cierre inminente del local y en los de fuerza mayor.

e) En todo caso, deberá comunicarse a la consejería competente en materia de comercio este tipo de venta de carácter excepcional.

Artículo 27. Venta de saldos

De conformidad con los [artículos 28 y 29](#) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, en esta modalidad de venta deberán cumplirse las siguientes determinaciones:

a) En las Illes Balears quedan prohibidos los establecimientos comerciales dedicados de forma exclusiva a la venta de saldos.

b) Los comerciantes podrán practicar la venta de saldos, siempre que estén debidamente señalizados y separados del resto de las promociones. Informarán de la duración de los saldos y, en caso de ser permanentes, harán constar tal circunstancia.

c) En la actividad de promoción de saldos, se usará la denominación de saldos o restos, y se prestará especial atención a que las sugerencias de la existencia de ventajas económicas para el consumidor, se correspondan con la realidad de los productos objeto de los mismos.

d) Si se ofrecen como saldos artículos defectuosos o deteriorados, deberá constar expresamente esta circunstancia, de forma que sean susceptibles de ser identificados por el consumidor.

e) No podrán ser objeto de saldo aquellos productos que no hayan sido puestos a la venta con anterioridad y que no hayan estado en poder del comerciante al menos durante seis meses de antelación.



Notas de vigencia

Letra e) queda sin contenido por [art. 7](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Letra a) declarado inconstitucional y nulo por [TC \(Sala Pleno\), sentencia núm. 26/2012, de 1 marzo 2012, RTC\2012\26](#).

Artículo 28 . Otras normas sobre promoción de ventas

1. Las actividades de promoción de ventas se pueden simultanear en un mismo establecimiento comercial, excepto en los casos de ventas en liquidación, siempre que haya la debida separación entre estas y se respeten los deberes de información.

2. En ningún caso, la utilización de las actividades de promoción de ventas se puede condicionar a la existencia de una reducción porcentual mínima o máxima.



Notas de vigencia

Añadido por [art. 8](#) de [Decreto-ley 11/2012, de 19 de octubre LIB\2012\250](#).

Suspensión de vigencia y aplicación mantenida por [fallo](#) de [TC \(Sala Pleno\), auto núm. 20/2002, de 12 febrero 2002, RTC\2002\20 AUTO](#).

TÍTULO VII. Ventas especiales y ventas a pérdidas**CAPÍTULO I. Ventas especiales****Artículo 29. Venta automática**

1. Es venta automática la forma de distribución detallista en la que se pone a disposición del consumidor el producto o servicio, para que éste lo adquiera mediante acción de cualquier tipo de mecanismo y previo pago de su importe.
2. En todas las máquinas automáticas habrá de figurar la indicación de que devuelve cambio de moneda, así como el tipo de moneda fraccionaria con que funciona.
3. No se podrán comercializar productos alimenticios que no estén envasados y etiquetados conformemente con la normativa aplicable.
4. Las máquinas destinadas a este tipo de ventas deberán haber sido homologadas por el órgano competente, y deberán cumplir todos los demás requisitos que se determinen reglamentariamente.

Artículo 30. Venta a distancia. Requisitos

1. Es venta a distancia la forma de distribución comercial detallista que se lleva a cabo, previa oferta realizada por cualquier medio de comunicación social y de transmisión electrónica entre personas distantes, y que pone en conocimiento de los consumidores la forma de efectuar sus encargos.
2. Se requerirá que todas las ofertas de venta a distancia contengan, de forma clara e inequívoca, los siguientes datos informativos:
 - a) La identidad del oferente y su número de inscripción en el registro correspondiente.
 - b) El producto o servicio que se ofrezca, con una descripción sobre su naturaleza, cantidad, calidad y posibilidades de consumo o de uso que facilite su identificación.
 - c) El precio total a pagar, separando el importe de los gastos de envío, si éstos van a cargo del consumidor, y especificando el sistema de reembolso.
 - d) El plazo máximo de recepción o puesta a disposición del consumidor del producto o servicio objeto de la transacción desde el momento de la recepción del encargo.
 - e) La fijación de un período de reflexión, no inferior a siete días, durante el cual el consumidor puede devolver el producto y recibir la cantidad satisfecha. Este período de reflexión no se dará en los productos perecederos.
 - f) El sistema de devolución, con la información de que, en caso de disconformidad con el envío, los gastos correspondientes irán a cargo del comerciante, antes de haber transcurrido el período de reflexión.

**Notas de vigencia**

Ap. 2 a) modificado por [art. 14](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 31. Concepto de venta ambulante

Se considera venta ambulante o no sedentaria la realizada fuera de un establecimiento comercial permanente, de forma habitual, ocasional, periódica o continuada, en los perímetros o lugares debidamente autorizados en instalaciones comerciales desmontables o transportables, incluyendo los camiones tienda. En todo caso, la venta no sedentaria únicamente podrá llevarse a cabo en mercados fijos, periódicos u ocasionales, así como en lugares instalados en la vía pública para productos de naturaleza estacional.

Artículo 32. Regulación de la venta ambulante

1. En las Illes Balears solamente se podrá ejercer la venta ambulante con autorización previa y en los municipios donde esté regulada mediante ordenanza.

2. La regulación municipal de la venta ambulante deberá prever, como mínimo:

a) La exigencia de la acreditación del vendedor de la inscripción en la Sección de comerciantes ambulantes del Registro general de comercio de las Illes Balears.

b) La determinación de las características de los tipos de venta ambulante, que se diferenciarán en:

b.1. Mercados periódicos de carácter tradicional o de nueva implantación, ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija. Solamente podrán realizarse durante un máximo de dos días a la semana, con la excepción de los usos y las costumbres anteriores.

b.2. Mercados dedicados a la venta de productos artesanales.

b.3. Mercados ocasionales instalados con motivo de ferias, fiestas o acontecimientos populares.

b.4. Venta realizada en camiones tienda o lugares instalados en la vía pública que se autoricen en circunstancias y condiciones precisas.

c) La determinación de las infraestructuras sanitarias que se pongan a disposición de los vendedores ambulantes.

3. La autorización municipal indicará los productos a que se refiere, así como los lugares, los días y las horas en que podrá realizarse la venta ambulante por sus titulares.

4. El vendedor ambulante deberá informar, a través de un cartel visible, de la dirección donde se atenderán, en su caso, las reclamaciones de los consumidores. Esta dirección deberá figurar, en todo caso, en la factura o en el comprobante de la venta.



Notas de vigencia

Ap. 2 b) 1 inciso destacado suprimido por [art. 15](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Ap. 2 a) suprimido por [art. 15](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 33. Concepto de venta a domicilio

1. Se considera venta a domicilio, a los efectos de esta Ley, la realizada profesionalmente mediante la visita del vendedor, o de sus empleados, mandatarios, comisionistas o agentes, para ofrecer los productos o servicios

en el lugar que designe el consumidor o posible comprador. No se considerará venta a domicilio la venta por correspondencia o mediante catálogo, ni la efectuada en el establecimiento comercial por teléfono o por correo electrónico, seguida del reparto a domicilio de los productos adquiridos.

2. Tendrán igualmente la consideración de venta a domicilio las denominadas «ventas de reunión» de un grupo de personas, convocadas por una de ellas, a instancia o de acuerdo con el vendedor.

3. En los supuestos regulados en este artículo deberá cumplirse la normativa reguladora del producto que se vende, y no podrán ser objeto de venta los productos cuya regulación prohíba este tipo de venta, especialmente los alimenticios y aquellos que, por la forma de presentación, no cumplan las normas técnico-sanitarias o de seguridad.

Artículo 34. Publicidad en la venta a domicilio

1. La publicidad de la oferta relativa a la venta a domicilio que deberá ser entregada al consumidor incluirá, al menos, los siguientes extremos:

a) Identificación y domicilio de la empresa.

b) [Acreditación de la inscripción de la empresa en la Sección de empresas de venta a domicilio del Registro general de comercio de las Illes Balears.](#)

c) Datos esenciales del producto, de manera que permitan su identificación inequívoca.

d) Precio, forma y condiciones de pago, y, en su caso, gastos y plazo de entrega.

2. Asimismo, y de acuerdo con lo que dispone el [artículo 5.1](#) de la [Ley 26/1991, de 21 de noviembre](#), de Medidas de Protección de los Consumidores para el supuesto de contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil, el vendedor está obligado a poner en conocimiento del consumidor, por escrito, el derecho que lo ampara de disponer de un período de reflexión de al menos 7 días, durante el cual puede decidir la devolución del producto de que se trate, y recibir las cantidades que haya entregado, excepto en el caso de productos perecederos.



Notas de vigencia

Ap. 1 b) queda sin contenido por [art. 16](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

CAPÍTULO II. Venta a pérdidas

Artículo 35. Concepto y características

1. Se prohíbe la venta a pérdidas, en los términos establecidos en el artículo 14 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

2. [Se considerará que existe venta a pérdidas cuando el precio de venta sea inferior al precio de adquisición del producto, más el coste del flete, más la parte alícuota del gasto general del establecimiento, más el beneficio comercial.](#)



Notas de vigencia

Ap. 2 declarado inconstitucional y nulo por [TC \(Sala Pleno\), sentencia núm. 26/2012, de 1 marzo 2012, RTC\2012\26](#).

TÍTULO VIII. Del Registro general de comercio de las Illes Balears

Artículo 36. El Registro general de comercio de las Illes Balears

1. Con la finalidad de disponer de los datos necesarios para conocer y valorar las estructuras comerciales en las Illes Balears y de garantizar los derechos de los consumidores y usuarios, se crea el Registro General de Comercio de las Illes Balears, adscrito a la consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears, el cual debe estar integrado por las secciones que se determinen reglamentariamente.

2. El Registro es público y la inscripción es obligatoria, gratuita y considerada condición imprescindible para optar a cualquiera de las líneas de ayuda convocadas por la Administración de la Comunidad Autónoma o para participar activamente en los programas específicos. También es obligatorio comunicar la variación de los datos inscritos. La inscripción y la comunicación de la variación de los datos se deben efectuar dentro del plazo máximo de tres meses a partir del inicio de la actividad o de la variación de los datos.

3. Reglamentariamente deben determinarse los datos, los requisitos, el procedimiento y los efectos de las inscripciones en el Registro general de comercio de las Illes Balears y en sus secciones.



Notas de vigencia

Ap. 2 modificado por [art. 17](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Ap. 1 modificado por [art. 17](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 37. Sección de establecimientos comerciales

1. Deben inscribirse en esta sección todos los establecimientos que ejerzan una actividad comercial en las Illes Balears. La inscripción y la comunicación de la variación de datos será obligatoria.

2. Deben inscribirse en esta sección, bajo epígrafes específicos, los establecimientos comerciales que de una manera continuada se dediquen a la venta de alimentos o de productos tradicionales de las Illes Balears que, como mínimo, supongan un 50% del total de productos a la venta en el establecimiento; así como los comercios turísticos.



Notas de vigencia

Queda sin contenido por [art. 18](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 38. Sección de asociaciones de empresas de comercio

Pueden inscribirse en la Sección de asociaciones de empresas de comercio las asociaciones sin ánimo de lucro que agrupen empresas de comercio que desarrollen fundamentalmente su actividad, dispongan de domicilio en la comunidad autónoma de las Illes Balears y estén legalmente constituidas.

**Notas de vigencia**

Queda sin contenido por [art. 18](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 39. Sección de franquiciadores

1. Deben inscribirse en la Sección de franquiciadores las empresas que, en el ámbito de las Illes Balears, pretendan desarrollar la actividad de cesión de franquicias. La inscripción y la comunicación de variación de datos es obligatoria.

2. La Sección de franquiciadores del Registro general de comercio de las Illes Balears debe estar coordinada con los registros de las demás comunidades autónomas y con el de la Administración General del Estado.

**Notas de vigencia**

Queda sin contenido por [art. 18](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 40. Sección de comerciantes ambulantes

Deben inscribirse en la Sección de comerciantes ambulantes, con carácter previo al inicio de la actividad, las personas físicas o jurídicas que pretendan realizar esta actividad en las Illes Balears. La inscripción y comunicación de variación de datos es obligatoria, con independencia del tipo de venta ambulante que ejerzan.

**Notas de vigencia**

Queda sin contenido por [art. 18](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 41. Sección de empresas de venta a distancia

1. Deben inscribirse en la Sección de empresas de venta a distancia las personas físicas o jurídicas que pretendan realizar esta actividad en las Illes Balears, incluida la modalidad de comercio electrónico. La inscripción y comunicación de variación de datos es obligatoria.

2. En la Sección de empresas de venta a distancia debe diferenciarse cuando se trata de una empresa que tenga el domicilio social en las Illes Balears, para lo cual se requiere la autorización previa de la consejería competente en materia de comercio; y cuando esté autorizada por otra administración, pero sus propuestas se difundan por medios que abarquen también el territorio de las Illes Balears.

**Notas de vigencia**

Queda sin contenido por [art. 18](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 42. Sección de empresas de venta a domicilio

1. Deben inscribirse en la Sección de empresas de venta a domicilio las personas físicas o jurídicas que pretendan realizar esta actividad en las Illes Balears. La inscripción y comunicación de variación de datos es obligatoria.

2. En la Sección de empresas de venta a domicilio debe diferenciarse cuando se trate de una empresa que tenga el domicilio social en las Illes Balears, para lo cual se requiere la autorización previa de la consejería competente en materia de comercio; y cuando esté autorizada por otra administración pública, pero sus actividades se desarrollen también en las Illes Balears.



Notas de vigencia

Queda sin contenido por [art. 18](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

TÍTULO IX. De la función inspectora y del régimen sancionador

CAPÍTULO I. De la inspección

Artículo 43. Órganos competentes

Corresponde al Gobierno de las Illes Balears, a través de la consejería competente en materia de comercio, el ejercicio de la función inspectora para garantizar el cumplimiento de esta Ley.

Artículo 44. Del personal de la inspección

1. En el ejercicio de sus funciones, el personal inspector actuará con independencia, sin perjuicio de la vinculación orgánica y funcional a la autoridad administrativa. Los inspectores tendrán la consideración de agente de la autoridad, y podrán solicitar la cooperación de las fuerzas y los cuerpos de seguridad del Estado y de la Policía Local.

2. Los inspectores de comercio estarán provistos de la documentación que acredite su condición y tendrán la obligación de exhibirla cuando ejerzan sus funciones.

3. El personal de la inspección de comercio tendrá la obligación de cumplir con el deber de secreto profesional.

Artículo 45. De las actas de inspección

1. En cada visita de inspección, el personal ha de levantar acta con el resultado de la misma.
2. Reglamentariamente se determinará el procedimiento de la inspección y el contenido de las actas de inspección.

CAPÍTULO II. Infracciones administrativas

Artículo 46. Infracciones

1. Sin perjuicio de las responsabilidades de otra índole que puedan derivarse, constituyen infracciones administrativas en materia de comercio interior, las acciones u omisiones tipificadas en esta Ley.
2. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

Artículo 47. Responsabilidad

La responsabilidad administrativa por las infracciones tipificadas en esta Ley corresponderá a la persona física o jurídica que realice las acciones u omisiones tipificadas en esta Ley. Se presumirá que éstas se han realizado por los titulares de la empresa o de la actividad comercial de que se trate.

Artículo 48. Infracciones leves

Se consideran infracciones leves, las siguientes:

- a) La no exhibición de la necesaria autorización, homologación o comunicación en la forma legal o reglamentaria establecida.
- b) El incumplimiento de la obligación de informar al público sobre los días y las horas de apertura y cierre de los establecimientos comerciales, o no hacerlo en un lugar visible del establecimiento.
- c) El incumplimiento de los horarios comerciales cuando no constituya falta grave o muy grave.
- d) El incumplimiento de las obligaciones de inscripción y comunicación de variación de datos en las secciones del Registro General de Comercio de las Illes Balears.
- e) El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley o en sus disposiciones reglamentarias de desarrollo cuando no esté tipificado como infracción grave o muy grave.



Notas de vigencia

Letra d) modificado por [art. 46.1](#) de [Ley 13/2005, de 27 de diciembre LIB\2005\427](#).

Letra e) añadido por [art. 46.1](#) de [Ley 13/2005, de 27 de diciembre LIB\2005\427](#).

Artículo 49. Infracciones graves

Se consideran infracciones graves, las siguientes:

- a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes y funcionarios de la administración comercial en el ejercicio de sus funciones de comprobación, y el suministro de información inexacta o incompleta.
- b) Realizar ventas a pérdidas.
- c) Exigir precios superiores a aquellos que hubiesen sido objeto de fijación administrativa.
- d) La apertura del establecimiento comercial en domingo o en día festivo no autorizado para la realización de actividades comerciales.
- e) El incumplimiento de la prohibición que describe el artículo 7.2 de esta Ley.
- f) La venta bajo el anuncio o la denominación de «ventas con obsequio», «ventas en rebajas», «ventas en liquidación», ventas de promoción de oferta» o aventar de saldos», con inobservancia de las prescripciones establecidas en esta Ley.
- g) La afectación de los objetos ofertados en las ventas con obsequio, en rebaja o en liquidación, por alguna causa que reduzca su valor de mercado.
- h) El falseamiento, en las ventas promocionales, de la publicidad de su oferta.
- i) La oferta de operaciones en cadena o pirámide en la forma prohibida por la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- j) Modificar, durante el período de duración de la oferta de ventas con obsequio, el precio o la calidad del producto.
- k) El incumplimiento del régimen establecido sobre entrega de los obsequios promocionales.
- l) Anunciar ventas como si fueran de fabricante o mayorista, con incumplimiento de lo establecido al respecto por el artículo 35 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.
- m) El incumplimiento de los plazos de garantía y servicios postventa, así como de la custodia de los artículos.
- n) El incumplimiento del régimen establecido en la Ley 26/1991, de 21 de noviembre, de protección de los consumidores, para las ventas a domicilio.
- o) Las actuaciones que impidan o dificulten el ejercicio de los derechos lingüísticos reconocidos en esta Ley.
- p) La venta ambulante o no sedentaria en establecimientos turísticos, no autorizada por la consejería competente en materia de comercio.
- q) El ejercicio de actividades comerciales que no hayan obtenido autorización, cuando ésta sea preceptiva de acuerdo con esta Ley.
- r) La venta de alcohol en los supuestos prohibidos en el [artículo 7.4](#) de esta Ley.
- s) La reincidencia en infracciones leves. Se entenderá que hay reincidencia en infracciones leves si se dan los requisitos establecidos en el [artículo 67](#) de la Ley 7/1996, de 15 de enero, ya citada.
- t) La exposición y la venta de vehículos usados fuera de establecimientos comerciales.



Notas de vigencia

Letra e) modificado por [art. 19](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Letra t) añadido por [art. 14.8](#) de [Ley 25/2006, de 27 de diciembre LIB\2006\386](#).

Artículo 50. Infracciones muy graves

Se consideran infracciones muy graves las siguientes:

- a) La negativa o resistencia a suministrar datos o a facilitar la información requerida por las autoridades o sus agentes en el ejercicio de sus funciones de inspección, cuando se efectúe acompañada de violencia física o verbal o de cualquier otra forma de presión.
- b) No disponer de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial cuando ésta sea preceptiva de acuerdo con el artículo 13 de esta Ley.
- c) Las que, habiéndose calificado como graves, hayan supuesto una facturación anual superior a 600.000,00 euros.
- d) La reincidencia en infracciones graves. Se entiende que hay reincidencia en infracciones graves si se dan los requisitos establecidos en el artículo 67 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Detallista.



Notas de vigencia

Letra b) modificado por [art. 20](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Modificado por [art. 32.2](#) de [Ley 8/2004, de 23 de diciembre LIB\2004\306](#).

Artículo 51. Prescripción de las infracciones

Las infracciones reguladas en esta Ley prescriben: a los tres años, las calificadas de muy graves; a los dos años, las calificadas de graves; y a los seis meses, las calificadas de leves.

CAPÍTULO III. Sanciones

Artículo 52. Tipología de las sanciones

- 1. Las infracciones señaladas en esta Ley darán lugar a la imposición de las siguientes sanciones:
 - a) Admonición.
 - b) Multa.
 - c) Cierre del establecimiento o suspensión de la actividad comercial, por un plazo máximo de un año.
- 2. La comisión de las infracciones muy graves llevará implícita la prohibición de obtener subvenciones y ayudas públicas durante un plazo máximo de dos años.

Artículo 53. Sanciones

Las sanciones aplicables para las infracciones serán las siguientes:

- a) Las infracciones leves se sancionarán con admonición o multa de 150 euros hasta 1.500 euros.
- b) Las infracciones graves se sancionarán con una multa de 1.501,00 euros hasta 60.000,00 euros.
- c) Las infracciones muy graves se sancionarán con una multa de 60.001,00 euros hasta 600.000,00 euros, y en el supuesto de que hayan significado un grave riesgo para la salud, un grave perjuicio económico o hayan generado una amplia alarma social, supondrán, además, el cierre del establecimiento o la suspensión de la actividad comercial por un plazo máximo de un año.

**Notas de vigencia**

Letra c) modificado por [art. 32.3](#) de [Ley 8/2004, de 23 de diciembre LIB\2004\306](#).

Letra b) modificado por [art. 32.3](#) de [Ley 8/2004, de 23 de diciembre LIB\2004\306](#).

Artículo 54. Graduación de las sanciones

1. Las sanciones se graduarán especialmente en función de la trascendencia social de la infracción, la situación de predominio del infractor en el mercado, la naturaleza de los perjuicios causados, el volumen de la facturación a la cual afecta, el grado de voluntariedad o de intencionalidad del infractor, así como su reincidencia por haber cometido, en el plazo de un año, más de una infracción de la misma naturaleza, la cuantía del beneficio obtenido, la capacidad económica del infractor y el plazo de tiempo durante el cual se haya cometido la infracción.

2. Cuando el beneficio que resulte de una infracción sea superior a la sanción que corresponda, ésta podrá incrementarse en la cuantía equivalente al beneficio obtenido.

3. Cuando en la comisión de una infracción se acredite la existencia de un riesgo, de daños o perjuicios para la salud de las personas, de alteración de la libre competencia o de discriminación por razón de nacimiento, lengua, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, la sanción que corresponda será incrementada hasta un 200% de su cuantía.

**Notas de vigencia**

Ap. 1 modificado por [art. 32.4](#) de [Ley 8/2004, de 23 de diciembre LIB\2004\306](#).

Artículo 55. Órganos competentes

Los órganos competentes para resolver el procedimiento sancionador e imponer las sanciones, así como para la adopción de las medidas cautelares, pertinentes, son:

- a) El director general que tenga atribuidas las competencias en materia de comercio, en las infracciones leves.
- b) El consejero competente en materia de comercio, en las infracciones graves y en todo tipo de medidas cautelares.
- c) El Consejo de Gobierno de las Illes Balears para los supuestos de las infracciones muy graves y de cierre temporal de la empresa o del establecimiento infractor.

Artículo 56. Medidas cautelares

1. La autoridad competente para la incoación del procedimiento sancionador podrá acordar, en cualquier momento del procedimiento, mediante resolución motivada y con audiencia previa de la persona interesada, la adopción de las medidas cautelares adecuadas, siempre que concurren circunstancias graves que afecten a la seguridad de las personas o de los bienes, que supongan un perjuicio grave o manifiesto de difícil reparación, o que sea necesario para asegurar la eficacia de la resolución que, en su caso, pueda recaer.

2. Estas medidas cautelares que no tendrán el carácter de sanción, podrán mantenerse durante el tiempo necesario para la rectificación de los defectos existentes y como máximo hasta la resolución del procedimiento.

3. Cuando se produzca la infracción prevista en el artículo 50 b) de la presente Ley, el órgano competente para la incoación del expediente sancionador puede acordar el cierre del establecimiento, en el supuesto de que éste esté abierto al público, como medida cautelar que garantice la eficacia de lo que dispone la presente Ley respecto a la necesidad de obtener licencia autonómica previa de gran establecimiento comercial, sin que sea necesaria la audiencia previa del interesado.



Notas de vigencia

Ap. 3 añadido por [art. 32.5](#) de [Ley 8/2004, de 23 de diciembre LIB\2004\306](#).

Artículo 57. Prescripción de las sanciones

Las sanciones prescriben a los tres años, las calificadas de muy graves; a los dos años, las calificadas de graves; y a los seis meses, las calificadas de leves. Estos plazos se contarán a partir de la firmeza de la resolución sancionadora.

TÍTULO X. Equipamientos comerciales

Artículo 58. Ordenación territorial de determinados equipamientos comerciales

Los consejos insulares, mediante las previsiones oportunas en el plan territorial insular respectivo o a través de la elaboración y la aprobación específica de un plan director sectorial, pueden establecer la ordenación y las medidas de fomento del sector comercial para conseguir un desarrollo armonioso y coherente de la ocupación y la utilización del suelo destinado al ejercicio de actividades comerciales, así como un mayor orden geográfico, económico y social con unos mínimos de calidad arquitectónica de las construcciones comerciales.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 21](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 59. Objetivos de la ordenación territorial de determinados equipamientos comerciales

1. Para alcanzar un nivel adecuado de equipamiento comercial y una distribución insular correcta, el plan

territorial o el plan director sectorial correspondiente, además de observar los mandatos que impongan la legislación y las directrices de ordenación territorial, puede fijar las siguientes determinaciones:

1. Planificación comercial de los siguientes aspectos:

- a) Ordenación de los establecimientos comerciales que puedan tener una influencia supramunicipal.
- b) Reordenación del uso comercial minorista en los diferentes polígonos o sectores, de uso industrial o de servicios, que dispongan a la entrada en vigor de esta Ley de planeamiento urbanístico de ordenación y de desarrollo aprobado definitivamente.
- c) Dinámicas urbanas, actuales y tendenciales, que incidan en la actividad comercial desde la perspectiva espacial y territorial, sectorial y sociodemográfica, dado que el comercio es una actividad de capacidad estructurante elevada, asociada a la centralidad urbana, por su capacidad de atraer y aglutinar a otras actividades y servicios.
- d) Equipamientos y servicios públicos urbanos que tengan plena incidencia en la actividad comercial.
- e) Potencialidades y debilidades de los diferentes municipios que incidan en la actividad comercial y de servicios, con la concreción de las oportunidades y las amenazas.
- f) Intercambio de experiencias de los municipios de similares características sectoriales, territoriales, urbanísticas y sociodemográficas, con un tratamiento especial de la recopilación de buenas prácticas comerciales.

2. Las actuaciones territoriales siguientes:

- a) Ámbitos, sectores o polígonos para los cuales se proponga la reordenación o reconversión urbanística.
- b) Establecer las condiciones para adoptar medidas de reconversión paisajística en las áreas o zonas con actividades comerciales respecto de los establecimientos no actualizados a la demanda comercial y proponer su traslado a otras zonas o ámbitos más adecuados.

3. Todas las actuaciones del instrumento de ordenación territorial insular se registrarán por los siguientes criterios:

- a) Ocupación de tramas consolidadas de áreas de uso predominantemente residencial o turístico.
- b) Atender la integración en la estrategia de evolución, movilidad urbana y ocupación del suelo para evitar su consumo.
- c) Evaluar los movimientos de personas y vehículos que se puedan generar, y valorar especialmente la incidencia en la red viaria y en el resto de infraestructuras públicas, así como también la existencia de medios de transporte colectivo suficientes para satisfacer los flujos previsibles de público y para desincentivar el uso de vehículos particulares.
- d) Prever la dotación de aparcamientos precisa y adecuada a la intensidad prevista del uso comercial, para lo cual deben tenerse en cuenta los espacios disponibles, la afección al tráfico urbano y los medios de transporte público ya existentes o previstos.
- e) Establecer para las futuras construcciones la adopción de soluciones que garanticen la eficiencia energética, la accesibilidad y la integración en el entorno de los nuevos establecimientos comerciales.
- f) Determinar la compatibilidad del uso comercial con las medidas de protección del patrimonio histórico de las Illes Balears en cualesquiera de sus clasificaciones, de los bienes inmuebles de interés cultural o de los bienes inmuebles catalogados.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 22](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Artículo 60. Ordenación urbanística de los usos comerciales

Los instrumentos de planeamiento general municipal deben tener en cuenta específicamente el uso comercial, compatibilizándolo con el resto de usos urbanísticos, y deben considerar el equipamiento comercial como elemento básico y estructurante del sistema general de equipamientos. Estos planes urbanísticos pueden establecer superficies mínimas para determinados tipos de establecimientos y, en todo caso, deben regular específicamente los extremos siguientes:

1. Densidad comercial

a) La densidad comercial de las distintas zonas o barriadas de los diferentes núcleos urbanos y asentamientos turístico-residenciales, en términos de número máximo de metros cuadrados edificables susceptibles de uso comercial en cada zona o barrio. Asimismo, deben fijar las limitaciones del uso comercial tanto en función del grado de compatibilidad con el resto de usos urbanísticos como de la existencia de infraestructuras adecuadas.

b) La densidad comercial no es de aplicación a los establecimientos que tengan una superficie construida o edificada inferior a 150 m².

c) La densidad comercial debe asignarse en metros cuadrados de superficie construida para cada zona o barrio y debe tener en cuenta la densidad residencial, la superficie destinada a otros usos y la función más o menos comercial de la zona o barriada en el conjunto del núcleo urbano o asentamiento turístico-residencial.

d) El número total de metros cuadrados de superficie construida, susceptible de uso comercial en un municipio, distribuido a distintas zonas o barriadas de los núcleos urbanos, no puede ser superior al resultado de multiplicar la población equivalente por un determinado porcentaje.

El concepto de población equivalente y los porcentajes correspondientes son los que, a estos efectos, determine el Gobierno de las Illes Balears mediante una disposición reglamentaria, a propuesta conjunta de las consejerías competentes en materia de comercio y de ordenación del territorio, una vez hecha la audiencia previa a los consejos insulares.

2. Sostenibilidad del modelo territorial

Con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del modelo territorial mediterráneo, se deben cumplir preferentemente los criterios de la ordenación urbanística de los usos comerciales siguientes:

a) La ocupación de tramas consolidadas de áreas de uso predominantemente residencial o turístico.

b) Atender la integración en la estrategia de evolución, movilidad urbana y ocupación del suelo para evitar su consumo.

c) Evaluar los movimientos de personas y vehículos que se puedan generar, y valorar especialmente la incidencia en la red viaria y en el resto de infraestructuras públicas, así como también la existencia de medios de transporte colectivo suficientes para satisfacer los flujos previsibles de público y para desincentivar el uso de vehículos particulares.

d) Prever la dotación de aparcamientos precisa y adecuada a la intensidad prevista del uso comercial, para lo cual deben tenerse en cuenta los espacios disponibles, la afección al tráfico urbano y los medios de transporte público ya existentes o previstos.

e) Exigir para las futuras construcciones la adopción de soluciones que garanticen la accesibilidad, la integración en el entorno de los nuevos establecimientos comerciales y una calificación energética como mínimo B para los edificios de nueva construcción y C para los ya existentes.

f) Determinar la compatibilidad del uso comercial con las medidas de protección del patrimonio histórico de las Illes Balears en cualesquiera de sus clasificaciones, de los bienes inmuebles de interés cultural o de los bienes inmuebles catalogados.



Notas de vigencia

Modificado por [art. 23](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Disposición adicional primera.

Lo previsto en esta Ley se entiende sin perjuicio de lo que se establece en la legislación sectorial correspondiente en relación con la dispensa o la venta de determinados productos o mercancías y la prestación de determinados servicios.

Disposición adicional segunda.

De acuerdo con lo que se dispone en el [artículo 17](#) de esta Ley, se añaden el título X, Consejería de Economía, Comercio e Industria, el capítulo I, tasa por licencia autonómica de gran establecimiento comercial, a la [Ley 11/1998, de 14 de diciembre](#), sobre el Régimen Específico de Tasas de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, con los artículos que a continuación se transcriben:

«Título X. Consejería de Economía, Comercio e Industria.

Capítulo I. Tasa por licencia autonómica de gran establecimiento comercial.

Artículo 417. Hecho imponible.

Constituye el hecho imponible de esta tasa la prestación a instancia de parte de los servicios de tramitación y de resolución sobre la licencia autonómica relativos a la implantación, la modificación de actividad o la ampliación de grandes establecimientos comerciales.

Artículo 418. Sujeto pasivo.

Son sujetos pasivos de esta tasa las personas físicas o jurídicas que sean receptoras de los servicios que constituyen el hecho imponible.

Artículo 419. Cuantía.

La cuota de la tasa es de:

1. Por cada metro cuadrado de superficie de exposición y venta a implantar o ampliar: 30 euros.
2. Por cada metro cuadrado de superficie de venta existente, cuando la solicitud esté motivada por un cambio de actividad: 15 euros.

Artículo 420. Devengo.

La tasa se devengará en el momento de la realización de las actuaciones administrativas que constituyen el hecho imponible. Ello no obstante, su pago podrá exigirse en el momento de formular la solicitud».

Disposición adicional tercera . Simplificación administrativa

1. La consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears debe editar, en cooperación con los consejos insulares, en el plazo máximo de seis meses desde la entrada en vigor de esta Ley, una página web en los dos idiomas oficiales de las Illes Balears, así como en otros idiomas de gran implantación en el ámbito de la Unión Europea, con el fin de hacer públicos los criterios aplicables y la totalidad de los trámites del procedimiento autonómico para obtener la licencia autonómica de gran establecimiento comercial, todo ello sin

perjuicio de tener que cumplir la obligación de prestar individualmente el asesoramiento informativo y la orientación a los interesados sobre los requisitos jurídicos o técnicos que las disposiciones vigentes imponen en sus pretensiones en materia de servicios en el mercado interior de las Illes Balears.

2. La consejería competente en materia de comercio del Gobierno de las Illes Balears debe promover las actuaciones oportunas para que todos los procedimientos y trámites relativos a una actividad de servicios y a su ejercicio puedan realizarse fácilmente, a distancia y por vía electrónica, de acuerdo con la normativa de aplicación para el acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos.

3. De acuerdo con el artículo 6 de la Ley estatal 11/2007 que reconoce el derecho de los ciudadanos a relacionarse con la administración pública a través de medios electrónicos para ejercer los derechos previstos en el artículo 35 de la Ley 30/1992, la Consejería de Comercio, Industria y Energía, en el plazo de un año a contar desde la publicación de esta Ley, adaptará todos sus procedimientos y actuaciones para cumplir lo establecido en la indicada Ley 11/2007.

Igualmente, en el plazo de un año, la Consejería de Comercio, Industria y Energía adaptará los procedimientos administrativos a lo dispuesto en los artículos 5 (simplificación de los procedimientos administrativos) y 6 (ventanilla única) de la Directiva 2006/123/CEE, relativa a los servicios en el mercado interior.

4. Los establecimientos comerciales no considerados gran establecimiento comercial y que tengan una actividad considerada por la Ley 16/2006 como una actividad inocua, podrán ser iniciados por sus titulares mediante el sistema de declaración responsable, una vez aprobada la normativa reglamentaria reguladora de los requisitos de esta declaración.



Notas de vigencia

Añadida por [art. 24](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB/2009/383](#).

Disposición adicional cuarta . Vinculación con el planeamiento de desarrollo urbanístico municipal

1. En las Illes Balears no es de aplicación el porcentaje del 1% de reserva de equipamiento comercial que establece el anexo del Reglamento de Planeamiento, aprobado por el Real Decreto 2159/1978, de 23 de junio, para los polígonos o sectores de suelo urbanizable o apto para la urbanización que no tengan aprobados definitivamente el plan de ordenación y el de desarrollo correspondientes el día de la entrada en vigor de esta Ley.

2. En las Illes Balears, a partir de la entrada en vigor de esta Ley, en los polígonos o sectores de suelo urbanizable o apto para la urbanización, de uso residencial, turístico o mixto, que no tengan aprobado definitivamente el correspondiente plan parcial, sólo se permite un máximo de calificación del 10% de la superficie lucrativa, correspondiente a uso residencial, en cualesquiera de sus modalidades, plurifamiliar o unifamiliar, para el uso comercial al por menor.

En los polígonos o sectores de suelo urbanizable o apto para la urbanización de uso industrial o de servicios que no tengan aprobado definitivamente el correspondiente plan parcial, sólo se permite la posibilidad de instalar establecimientos comerciales al por mayor.

En todo caso, esta exigencia legal no es de aplicación a los polígonos o sectores en zonas turísticas, siempre que los planeamientos de ordenación y de desarrollo ya estén adaptados a los correspondientes planes de ordenación de la oferta turística y, en el caso de Menorca, al plan territorial insular.

Tampoco será de aplicación a las reservas estratégicas de suelo, reguladas por la Ley 5/2008, de 14 de mayo, de actuaciones urgentes destinadas a la obtención de suelo para viviendas de protección pública.



Notas de vigencia

Añadida por [art. 25](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Disposición adicional quinta . Régimen de los actos firmes

No queda alterada la eficacia de los actos administrativos firmes que se hayan dictado en aplicación de las normas que se derogan o se modifican mediante esta Ley.



Notas de vigencia

Añadida por [art. 26](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Disposición adicional Sexta.

Los establecimientos comerciales con superficie de venta inferior a 700 m2 en la isla de Mallorca, a 400 m2 en las islas de Eivissa y de Menorca y a 200 m2 en la isla de Formentera abiertos al público, estarán exentos, en caso de que no la tengan, de obtener la licencia de instalación y de apertura municipal siempre que concurran los siguientes requisitos:

- a) Que el día 17 de octubre de 2006 estuvieran abiertos al público.
- b) Que hayan presentado la documentación técnica exigible, de acuerdo con la Ley 16/2006, de 17 de octubre, de régimen jurídico de las licencias integradas de actividad de las Illes Balears, en la que se refleje su estado actual, y que realicen la correspondiente declaración responsable.

La no exigibilidad del permiso de instalación y de la licencia de apertura y funcionamiento no supondrá la exención del cumplimiento de la normativa aplicable.



Notas de vigencia

Modificada por [disp. adic. 9](#) de [Ley 12/2010, de 12 de noviembre LIB\2010\286](#).

Disposición transitoria primera.

Cuando entre en vigor la disposición reglamentaria que regule el Registro general de comercio de las Illes Balears, la consejería competente en materia de comercio realizará de oficio la inscripción, en la sección pertinente del Registro, de los establecimientos que hayan tramitado la solicitud de inscripción de acuerdo con lo establecido en los [artículos 6 a 11](#) del [Decreto 217/1996, de 12 de diciembre](#).

Disposición transitoria segunda.

1. Los ayuntamientos de las Illes Balears disponen de un plazo máximo de dos años, a partir de la entrada en vigor de esta Ley, para aprobar la ordenanza reguladora de la modalidad de venta ambulante o no sedentaria en su término municipal.

2. Mientras los ayuntamientos no aprueben la ordenanza correspondiente, se regirán por los criterios establecidos por los órganos municipales competentes.

Disposición transitoria tercera.

1. Los expedientes sancionadores incoados con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley deben continuar tramitándose de acuerdo con la normativa anterior, sin perjuicio de aplicar la normativa posterior en los supuestos en que les sea más favorable.

2. Las solicitudes de las licencias autonómicas de gran establecimiento comercial instadas con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley que estén pendientes de instrucción y de resolución se archivarán sin más trámite.

**Notas de vigencia**

Modificada por [art. 27](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Disposición transitoria cuarta.

1. La solicitud de licencia autonómica deberá dirigirse a la consejería competente en materia de comercio.

2. Hasta que no entre en vigor la disposición reglamentaria oportuna, a la solicitud se adjuntará la documentación establecida en el Plan director sectorial de equipamientos comerciales de las Illes Balears, regulado por el Decreto 217/1996, de 12 de diciembre.

Disposición transitoria quinta.

En los establecimientos comerciales existentes con anterioridad a la entrada en vigor de esta Ley que no se ajusten a sus determinaciones, solamente podrán realizarse obras de rehabilitación, modernización y mejora, siempre que no supongan aumento de la superficie de venta.

Disposición transitoria sexta. Vinculación con el actual planeamiento general municipal

Vinculación con el actual planeamiento general municipal Los instrumentos de planeamiento urbanístico general se deben adaptar al contenido de esta ley en su primera formulación o revisión.

**Notas de vigencia**

Modificada por [art. 13](#) de [Ley 7/2012, de 13 de junio LIB\2012\158](#).

Disposición transitoria séptima . Registro General de Comercio de las Illes Balears

Hasta que no entre en vigor el reglamento regulador del Registro General de Comercio de las Illes Balears, se mantiene en vigor la normativa actual en cuanto a la sección de establecimientos comerciales.

**Notas de vigencia**

Añadida por [art. 29](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

1. Quedan derogadas todas las disposiciones de igual o de inferior rango que se opongan, contradigan o sean incompatibles con lo que dispone esta Ley.

2. En particular, quedan derogadas:

a) La [Ley 2/1994, de 18 de mayo](#), de Infracciones y Sanciones en Materia de Calendarios y Horarios Comerciales. Se reitera su derogación para evitar dudas interpretativas.

b) La [Ley 8/2005, de 21 de junio](#), de medidas transitorias para el otorgamiento de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial.

c) El [Decreto 217/1996, de 12 de diciembre](#), por el que se aprueba definitivamente el Plan director sectorial de equipamientos comerciales de las Illes Balears.

d) El [Decreto 128/2005, de 16 de diciembre](#), por el que se crea un carné profesional que habilita para la apertura de establecimientos de peluquería y estética.

e) El [Decreto 140/2001, de 14 de diciembre](#), por el que se regula la adscripción, la composición y el régimen de funcionamiento del Consejo Asesor de Comercio de las Illes Balears.

**Notas de vigencia**

Modificada por [art. 30](#) de [Ley 8/2009, de 16 de diciembre LIB\2009\383](#).

Disposición final primera.

1. El Gobierno de las Illes Balears dictará las disposiciones reglamentarias necesarias para la aplicación y el desarrollo de esta Ley.

2. Se faculta al Gobierno de las Illes Balears para que, por decreto, actualice periódicamente la cuantía de las sanciones económicas contenidas en la presente Ley. El aumento nunca podrá ser superior a la tasa de variación interanual que experimente el índice de precios al consumo.

Disposición final segunda.

Esta Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Butlletí Oficial de les Illes Balears». Ello no obstante:

1. El [artículo 8.2](#) entrará en vigor día 1 de enero de 2002.

2. El [artículo 8.3](#) y el [artículo 19](#) entrarán en vigor día 1 de enero de 2003.