

*LEY 7/2008, de 25 de junio, de segunda modificación de la Ley de la Actividad Comercial.*

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1.– La actividad comercial ha sido un factor determinante en el nacimiento y desarrollo de las ciudades europeas. En nuestro ámbito, el comercio ha contribuido a modelar unas ciudades más vitales, más aptas para la convivencia y más seguras. No podemos olvidar tampoco que el comercio urbano constituye un elemento básico de nuestro modelo de vida social: es un animador de ciudad insustituible, impulsa las economías locales, favorece las relaciones sociales y potencia la vida ciudadana.

Este modelo urbano, característico de la mayoría de los países de la Unión Europea, es propio de nuestro estilo de vida y constituye un factor que nos identifica. El comercio de los centros históricos de nuestros pueblos, ciudades y barrios se contrapone a modelos de comercio periférico característicos de estructuras urbanas que nos son ajenas tanto desde el punto de vista cultural como de ocupación del territorio y que predisponen hacia un sobredimensionamiento de la red viaria y a la consiguiente utilización de automóviles privados, con las consecuencias que esto comporta.

Es preciso, por tanto, mantener el modelo de ciudad compacta y socialmente cohesionada de que hoy disponemos, en la que el comercio mantenga la función que históricamente viene desarrollando. Una ciudad multifuncional en la que el uso residencial se combine de forma armónica con las actividades comerciales y de servicios. Una ciudad socialmente cohesionada que garantice que la ciudadanía pueda satisfacer sus necesidades de compra y abastecimiento.

A la conveniencia de desarrollar y mantener el modelo propio de ciudad se une la exigencia de garantizar la sostenibilidad en el uso del suelo, evitando además los efectos nocivos que sobre el medio ambiente y la movilidad de la ciudadanía produce su consumo indiscriminado en implantaciones comerciales fuera del entorno urbano. La propia Unión Europea asume tales planteamientos al recoger en su Estrategia Territorial Europea (Potsdam, mayo de 1999) el control de la expansión urbana como aspecto decisivo para el desarrollo sostenible de las ciudades, como también lo hacen las modernas leyes del suelo –la autonómica 2/2006 y la estatal 8/2007– al recoger el principio de sostenibilidad a la hora de abordar el consumo del recurso natural suelo.

Por otra parte, la tendencia a la terciarización de las economías desarrolladas precisa de una adecuada articulación de sus estructuras y canales de comercialización, que permita un desarrollo sostenible de las mismas, y de la definición de las estrategias que posibiliten la competitividad comercial de Euskadi en un entorno global.

En estos momentos, la globalización de la economía, los procesos de fusión y concentración de los grandes operadores comerciales, la incorporación de nuevas tecnologías y, sobre todo, el cambio en las pautas de comportamiento de las personas consumidoras ocasionan un proceso de pérdida de protagonismo de los centros urbanos e importantes cambios en los ejes comerciales de los municipios.

Del mismo modo, el desarrollo y evolución de las ciudades hace necesaria la previsión de espacios dedicados a usos terciarios, proporcionados a la intensidad prevista del uso y el consumo de suelo que comporta, mediante la reconversión de áreas obsoletas o con ocasión de nuevos desarrollos edificatorios, que den servicio a los nuevos asentamientos poblacionales de esos entornos, de modo que se refuerce la vida social y ciudadana, alejándose de los conceptos de barrios dormitorio.

Esto, unido a la sustitución de comercios en los principales ejes comerciales por otras actividades mercantiles no comerciales y con horarios laborales poco compatibles con el sector distributivo, puede favorecer la desertización de las calles en determinadas horas y días de la semana y afectar de forma considerable a la sostenibilidad de la propia estructura distributiva de esos entornos.

Consecuentemente, el concepto de competitividad no se limita solo al ámbito empresarial, sino que se extiende, también, a los entornos donde se desarrolla el comercio. Los municipios y entornos urbanos compiten entre sí, tratando de captar y satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de personas consumidoras y usuarias.

Ante esta situación es por tanto necesario propiciar la puesta en marcha de estructuras de colaboración terciaria para el desarrollo de estrategias zonales, que pongan en valor los entornos municipales como espacios de economía urbana que, a su vez, actúen como focos de intervención integrada en la estrategia municipal y coherente con ella.

Los nuevos modelos de desarrollo urbano hacia los que nos dirigimos inciden en la necesidad de considerar el entorno municipal como un espacio relacional en el que la ciudadanía realiza determinadas actividades y satisface sus necesidades y con el que, al mismo tiempo, establece un marco de interacciones y sinergias.

Consiguientemente, el reto que se nos plantea en estos momentos es orientar la inversión de los grandes establecimientos comerciales a la trama urbana de las ciudades y cabeceras comarcales, y favorecer así las sinergias con el pequeño comercio de proximidad y el mantenimiento de nuestro modelo comercial, concibiendo los equipamientos comerciales como instrumentos de oportunidad para la transformación de la ciudad y la mejora de la calidad de vida de su ciudadanía.

2.– Por otra parte, la publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea de la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, viene a introducir cambios sustanciales en los criterios que han venido sosteniendo las legislaciones de numerosos estados europeos y en los procedimientos de autorización administrativa para la implantación de grandes establecimientos comerciales, en un marco en el que la «intervención sectorial» pierde peso argumental, o cuando menos se ve transformado significativamente, y es el vector de competitividad el que viene a cobrar mayor relevancia; circunstancia que homologa al comercio con las dinámicas de retos y tensiones que viven otros sectores de actividad económica.

La mencionada directiva, entre otras cuestiones, restringe el procedimiento de prueba económica individual en la autorización administrativa para el desarrollo de actividades comerciales y apunta hacia una nueva óptica asociada a la aplicación de criterios de ordenación territorial, urbanísticos, medioambientales y de cohesión social que se vinculan al interés general.

El concepto de «razón imperiosa de interés general» al que se refiere dicha directiva ha sido desarrollado por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea y abarca, entre otros, los siguientes ámbitos: el orden público, la seguridad pública, la protección civil, la salud pública, la sanidad animal, la preservación del equilibrio financiero del régimen de Seguridad Social, la protección de los consumidores, de los destinatarios de los servicios y de los trabajadores, las exigencias de la buena fe en las transacciones comerciales, la lucha contra el fraude, la propiedad intelectual e industrial, los objetivos de la política social y cultural, la conservación del patrimonio histórico y artístico nacional y la protección del medio ambiente y del entorno urbano, incluida la planificación urbana y rural.

Asimismo, se tiene en cuenta, tal y como se recoge en su considerando n.º 9, que la mencionada directiva solo es de aplicación para los requisitos que afecten al acceso a una actividad de servicios o a su ejercicio.

Así, no es de aplicación para otros requisitos tales como normas relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y ordenación rural, que no regulan específicamente o no afectan específicamente a la actividad del servicio pero que tienen que ser respetadas por los prestadores en el ejercicio de su actividad económica al igual que por los particulares en su capacidad privada.

Desde una segunda vía, la directiva viene a poner el acento en la ligazón entre competencia y competitividad, en aras de la eficiencia empresarial de sus estructuras, en la perspectiva de que el aumento de la competencia entre empresas impacte positivamente en la inflación y en la eficacia general del sistema distributivo.

3.– De otro lado, el momento elegido para abordar la reforma de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, resulta óptimo, pues la reciente entrada en vigor de la Ley 2/2006, de 30 de junio, de Suelo y Urbanismo, va a propiciar la revisión o adaptación de los planes urbanísticos municipales, recogándose así las previsiones de la presente ley.

4.– Es también objeto de modificación el régimen de infracciones y sanciones. En lo que se refiere a las infracciones, se suprimen algunas de ellas, en coherencia con las modificaciones introducidas en esta ley, y se incluye la referida al incumplimiento del régimen de horarios comerciales, que no estaba tipificada específicamente. Respecto a las sanciones, se incrementa la cuantía de las leves y graves a fin de adecuar sus importes al contexto actual.

5.– El Título IV de los certámenes comerciales se suprime en su integridad y, en consecuencia, ni la organización de certámenes comerciales ni su celebración queda condicionada a la concesión de autorizaciones, a su inscripción en registros administrativos o a su inclusión en calendarios, en recta sintonía con la comunicación interpretativa de la Comisión Europea referente a la aplicación de las reglas del mercado interior al sector de ferias y exposiciones (98/C/143/02, DOCE de 8 de mayo de 1998).

6.– Por otra parte, se pone a disposición de los ayuntamientos la posibilidad de aprobar planes de orientación comercial, que habrán de servir para engarzar sus políticas en la materia con las adoptadas por los órganos competentes del Gobierno Vasco, de manera que, contando con su ayuda y financiación, se impulse la creación de estructuras de colaboración público-privadas en el conjunto del sector terciario con el fin de favorecer el desarrollo de estrategias zonales que pongan en valor los entornos municipales como espacios de economía urbana. Así, estos entornos actuarían como focos de intervención integrada en las estrategias de desarrollo municipal y coherente con ellas y favorecerían la competencia entre entornos y la competitividad de las empresas.

7.– La reforma se refiere también al régimen de los horarios comerciales, extendiendo la aplicación del régimen actualmente vigente a todos los establecimientos comerciales de superficie de venta igual o superior a 150 metros cuadrados. A tal respecto, hay que tener en cuenta que la modificación del régimen de horarios comerciales llevada a cabo por la Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de Mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios, posibilita dicha ampliación.

8.– Igualmente se han tenido en cuenta las medidas establecidas en la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la Igualdad de Mujeres y Hombres.

Artículo primero.– Artículo 13 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Implantación de grandes establecimientos comerciales.

El artículo 13 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, tendrá la redacción siguiente:

«Artículo 13.– Implantación de grandes establecimientos comerciales.

1.– Los ayuntamientos, a la hora de formular, modificar o revisar su planeamiento urbanístico, considerarán el uso comercial al por menor como un uso específico, concretando, cuando así proceda, los suelos en los que dicho uso pueda ser llevado a cabo a través de la implantación de grandes establecimientos comerciales y, en su caso, su régimen de compatibilidad con otros usos, de acuerdo con las reglas contenidas en los apartados siguientes.

2.– A los efectos de la presente ley, se entiende por gran establecimiento comercial, individual o colectivo, todo aquel que tenga una superficie edificada superior a 700 metros cuadrados.

A estos efectos, se denomina establecimiento comercial colectivo al conjunto de establecimientos situados en uno o diversos edificios conectados donde se realicen actividades comerciales.

3.– La implantación de grandes establecimientos comerciales que se dediquen a la venta y expedición de carburantes, o de los que se destinen a la venta de vehículos automóviles, aun cuando tengan una superficie edificada superior a 700 metros cuadrados, así como la implantación de mercados municipales, no está sujeta a las prescripciones contenidas en el apartado 1 del presente artículo.

4.– Para la implantación de grandes establecimientos comerciales se estará a la regulación contenida en la normativa por la que se aprueba definitivamente el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco, que es el instrumento de ordenación territorial definidor de la implantación de los grandes equipamientos comerciales en el ámbito de la Comunidad Autónoma.

5.– Para toda implantación o ampliación de un gran establecimiento comercial, con carácter previo a la concesión de la licencia de actividad municipal, el ayuntamiento correspondiente solicitará al órgano competente en materia de comercio de la Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco la emisión de un informe sobre la adecuación de la actividad proyectada a los criterios establecidos en el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales.

6.– Los planes municipales podrán calificar suelos específicamente para la implantación de grandes establecimientos comerciales en núcleos urbanos o en ensanches urbanos, mediante la reconversión de áreas obsoletas o la ocupación de espacios vacíos intersticiales. Dichos planes, a fin de garantizar la sostenibilidad del modelo urbano, se atenderán a lo establecido en el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco y seguirán además, preferentemente, los siguientes criterios de ordenación:

a) Los planes podrán prever la implantación del uso específico de grandes establecimientos comerciales en las tramas urbanas ya consolidadas de los municipios, entendiéndose por tales las ocupadas de forma continua por edificios residenciales colectivos.

b) Cuando se prevea la implantación del uso específico de gran establecimiento comercial con ocasión del desarrollo edificatorio de ámbitos homogéneos de suelo urbanizable residencial o de suelos incluidos en planes especiales de renovación urbana o de ocupación de espacios vacíos intersticiales, se deberá justificar la adecuación y proporción entre la intensidad prevista del uso y el consumo de suelo que comporta.

c) En todos los casos, los planes, para prever la implantación del citado uso, atenderán a su integración en la estrategia de evolución, movilidad urbana y ocupación del suelo del término municipal, intentando evitar su consumo. Igualmente, considerarán los movimientos de personas y vehículos que se puedan generar, valorando especialmente su incidencia en la red viaria y demás infraestructuras públicas y la existencia de medios de transporte colectivo suficientes para satisfacer los flujos previsibles de público y para desincentivar el uso de vehículos particulares.

d) Cuando el uso específico se localice en tramas urbanas ya consolidadas, los planes exigirán la dotación de aparcamientos precisa y adecuada a la intensidad prevista del uso. A tal fin, se tendrán además en cuenta los espacios disponibles, la afección al tráfico urbano y los medios de transporte público ya existentes o previstos.

En el resto de los casos resultarán de aplicación, con carácter mínimo, los estándares de aparcamientos a que se refiere el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales de la Comunidad Autónoma del País Vasco.

e) Los planes exigirán para las futuras construcciones la adopción de soluciones que persigan la eficiencia energética, la accesibilidad y la integración en el entorno de los establecimientos a erigir.

7.– Cuando los ayuntamientos se separen de los criterios de ordenación señalados en el apartado anterior, justificarán su decisión a través de un estudio de sostenibilidad, que se deberá poner a disposición de la Comisión de Ordenación del Territorio del País Vasco, junto con una memoria motivada que se habrá de incorporar al expediente de formulación, modificación o revisión del planeamiento y que se referirá a los siguientes extremos:

– Análisis de la proporcionalidad y adecuación de la implantación del uso comercial respecto del entorno urbano.

– Afección y suficiencia de las infraestructuras existentes, como alumbrado, carretera, agua y telecomunicaciones, entre otras, para dar servicio a la implantación prevista.

– Estudios de movilidad, tanto de personas como de vehículos, y dotaciones existentes al servicio de dicha movilidad.

– Incidencia sobre la ordenación urbana y respeto medioambiental del ámbito territorial en el que se pretende su implantación».

Artículo segundo.– Artículo 15 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Definición de ventas ambulantes.

Se modifica el artículo 15 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«Artículo 15.– Definición de ventas ambulantes.

Son ventas ambulantes aquellas realizadas fuera de un establecimiento comercial, en puestos o instalaciones desmontables, así como en vehículos. El ejercicio de la venta ambulante requerirá, cuando se lleve a cabo en espacios públicos, de la correspondiente autorización».

Artículo tercero.– Artículo 16 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Regulación de la venta ambulante.

Se modifica el artículo 16 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«Artículo 16.– Regulación de la venta ambulante.

1.– Los ayuntamientos podrán regular la venta ambulante en el territorio de su municipio. La regulación municipal concretará los lugares, perímetros exceptuados, frecuencia, horario y productos autorizados, y establecerá las características de los tipos de venta ambulante, diferenciando:

a) Mercados periódicos de carácter tradicional o de nueva implantación, ubicados en lugares o espacios determinados y de periodicidad fija. Estos solo podrán celebrarse durante un máximo de dos días a la semana.

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

c) Venta realizada en camiones tienda o puestos instalados en la vía pública, que se autorizarán en circunstancias y condiciones precisas.

2.– El ayuntamiento entregará a la persona que haya autorizado para el ejercicio de la venta ambulante dentro de su término municipal una tarjeta identificativa que contendrá los datos esenciales de la autorización y que estará expuesta en un lugar visible y a disposición de la clientela. Deberá figurar en la misma la dirección donde se atenderán, en su caso, las reclamaciones de las personas consumidoras. Dicha dirección deberá figurar en todo caso en la factura o comprobante de la venta. Además de esto, cada titular autorizado a la venta ambulante deberá poseer un seguro de responsabilidad civil que cubra los riesgos de la actividad económica».

Artículo cuarto.– Artículo 17 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Perímetro urbano exceptuado.

Se da modifica el artículo 17 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«Artículo 17.– Perímetro urbano exceptuado.

En todos los municipios podrá determinarse un perímetro urbano exceptuado en el que la venta ambulante no podrá practicarse. La determinación de dicho perímetro se hará siguiendo exclusivamente criterios urbanísticos, ambientales o de accesibilidad».

Artículo quinto.– Artículo 18 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Exclusiones.

Se modifica el artículo 18 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«Artículo 18.– Exclusiones.

Cada municipio establecerá aquellos mercados que con motivo de ferias, fiestas, acontecimientos populares o tradicionales queden excluidos de la prohibición de practicar la venta ambulante en el perímetro exceptuado al que se refiere al artículo anterior».

Artículo sexto.— Artículo 20 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Venta a domicilio.

Se suprime la letra b) del apartado 2 del artículo 20 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.

Artículo séptimo.— Artículo 21 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Requisitos.

Se da modifica el artículo 21 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«Artículo 21.— Requisitos.

1.— Las empresas de venta a domicilio deberán tener a disposición de la autoridad administrativa cuantas autorizaciones sectoriales requieran por razón de su objeto y una relación actualizada del personal que intervenga en este tipo de venta.

2.— La persona que lleve a cabo la venta deberá mostrar la documentación en la que conste la identidad de la empresa y el carácter con el que actúa».

Artículo octavo.— Artículo 22 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Venta a distancia.

Se suprime el apartado 2 del artículo 22 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.

Se modifica la letra a) del apartado 4 del artículo 22 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«Identificación y domicilio de la empresa».

Artículo noveno.— Artículo 23 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Venta ocasional.

Se modifican los apartados 2 y 3 del artículo 23 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, que tendrán la siguiente redacción:

«2.— Esta modalidad de venta deberá ser comunicada al departamento del Gobierno Vasco competente en materia de comercio.

3.— En la comunicación se informará sobre los siguientes extremos:

- a) Identificación de la persona vendedora.
- b) Descripción de las características de los productos.
- c) Cumplimiento de los requisitos fiscales y administrativos.
- d) Título de uso del local».

Artículo décimo.— Artículo 29 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Venta automática.

Se suprime la letra a) del apartado 2 del artículo 29 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.

Se modifica el apartado 6 del artículo 29 de la ley, que tendrá la siguiente redacción:

«6.— Los ayuntamientos, al conceder autorización para su colocación fuera de los establecimientos comerciales, tendrán en cuenta, entre otros criterios, las condiciones que concurren en los lugares públicos demandados».



Artículo undécimo.– Artículos 32, 33, 34, 35, 36 y 37 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Certámenes comerciales oficiales.

Se suprime el título IV, artículos 32, 33, 34, 35, 36 y 37 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, que quedan sin contenido.

Artículo duodécimo.– Artículo 38.1 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Infracciones.

1.– Se modifican las letras h), i), j), k) y l) del apartado 1 del artículo 38 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, que tendrán la siguiente redacción:

«h) La infracción del régimen de horarios comerciales prevista en la legislación vigente consistente bien en la apertura del establecimiento comercial en horario o en domingo o en día festivo no autorizados, bien en el incumplimiento del tiempo máximo de apertura del establecimiento o bien en la falta de exposición de modo visible del horario y días de apertura.

i) La venta ambulante con incumplimiento de las condiciones sobre productos, lugares, días y horas, así como titulares autorizados y su identificación permanente.

j) La venta a domicilio con incumplimiento de lo previsto en los artículos 20 y 21.

k) La venta a distancia con incumplimiento de lo previsto en el artículo 22.

l) La venta ocasional con incumplimiento de lo previsto en el artículo 23».

2.– Se suprimen las letras s), t), u) y v) del apartado 1 del artículo 38 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, pasando la letra w) a ser la letra s).

Artículo decimotercero.– Artículo 40 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Infracciones graves.

1.– Se suprimen las letras d) y f) del artículo 40 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.

2.– La letra g) del artículo 40 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, tendrá la redacción siguiente:

«g) Las contenidas en la letra s) del apartado 2 del artículo 38 cuando la negativa o resistencia sea reiterada o venga acompañada de coacciones, amenazas o cualquier otra forma de presión hacia las autoridades o sus agentes».

Artículo decimocuarto.– Artículo 43 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Sanciones.

Se modifican los apartados 1, 2 y 3 del artículo 43 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, que tendrán la siguiente redacción:

«1.– Las infracciones leves serán sancionadas con multas de hasta 25.000 euros.

2.– Las infracciones graves serán sancionadas con multas de hasta 150.000 euros. Este límite podrá alcanzarse por los ayuntamientos en materia de venta ambulante.

3.– Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas de hasta 900.000 euros. Los órganos competentes para imponerlas serán la persona titular del departamento que



tenga atribuida la materia de comercio, hasta 120.000 euros, y el Consejo de Gobierno, desde 120.001 hasta 900.000 euros».

Artículo decimoquinto.– Artículo 48.1 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Prescripción.

Se modifica el apartado 1 del artículo 48 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, que queda redactado en los siguientes términos:

«1.– Las infracciones y sanciones previstas en esta ley prescribirán en los siguientes plazos:

- a) Infracciones leves: un año.
- b) Infracciones graves: dos años.
- c) Infracciones muy graves: tres años».

Artículo decimosexto.– Artículo 50 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial. Reforma de las estructuras comerciales.

El artículo 50 de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, tendrá la redacción siguiente:

«Artículo 50.– Reforma de las estructuras comerciales.

1.– El Gobierno Vasco, a través del departamento competente en materia de comercio, desarrollará cuantas actuaciones persigan la reforma de las estructuras comerciales, y especialmente las encaminadas a:

- a) La modernización de las técnicas y medios de comercialización.
- b) La racionalización y reducción de costes del proceso de distribución.
- c) La formación de agrupaciones o unidades integradas entre empresas de comercio.
- d) La organización de enseñanzas profesionales a quienes se dedican o vayan a dedicarse a la actividad comercial, en coordinación con los departamentos competentes en materia de educación y trabajo.
- e) La realización de estudios e investigaciones conducentes al mejor conocimiento de las estructuras y procesos de comercialización.
- f) Subsanan las deficiencias de infraestructura comercial.
- g) La asistencia técnica para la empresa comercial.

En la realización de tales actuaciones el Gobierno Vasco potenciará la colaboración con los ayuntamientos que posean planes municipales de orientación comercial destinados a la modernización del comercio local, así como con otras entidades públicas o privadas, suscribiendo los oportunos convenios o en la forma que resulte más adecuada a la consecución de los fines perseguidos.

2.– El Gobierno realizará una actuación pública de fomento y, para ello adoptará las medidas oportunas y arbitrará los medios necesarios para impulsar, en el ámbito de las actuaciones de promoción de la competitividad comercial y en un plazo de ocho años, un plan de adaptación del comercio minorista al nuevo marco, para situar al sector en niveles de competitividad

equivalentes a los de las empresas de los países con los que comparte el mercado interior de la Unión Europea.

3.– El plan de adaptación del comercio minorista mencionado en el apartado 2 del presente artículo abordará materias relacionadas con:

– El desarrollo de iniciativas de modernización de la empresa comercial que redunden en una mejora de la productividad empresarial, en el incremento de la calidad y su mejora competitiva y en nuevas prestaciones y servicios destinados al consumidor.

– Procesos de adecuación empresarial, favoreciendo la innovación y la modernización tecnológica asociadas a la gestión de las distintas funciones de la empresa.

– Instrumentos de colaboración empresarial que mitiguen los efectos de la atomización del sector y el redimensionamiento de las estructuras comerciales.

– La creación de estructuras de colaboración publico-privadas para el desarrollo de estrategias municipales, tanto urbanísticas como empresariales, desarrolladas a través de ejes comerciales que pongan en valor los entornos municipales como espacios de economía urbana.

– La transmisión o sucesión de la actividad.

– El análisis de impacto de género en el empleo de mujeres y hombres, tanto en el número de puestos como en las condiciones de trabajo o calidad de los empleos a crear.

4.– Los ayuntamientos, en el marco de la presente ley y de acuerdo con las directrices, programas y actuaciones contenidas en el plan de adaptación del comercio minorista, podrán aprobar y ejecutar planes de orientación comercial que concretarán, para el ámbito municipal, los objetivos a alcanzar en materia de comercio y las específicas medidas de fomento que se adopten para su consecución. Dichos planes se realizarán en colaboración con las políticas y líneas de fomento que en materia de comercio establezca el departamento de la Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco competente en este ámbito. Entre los objetivos a alcanzar se considerará prioritario garantizar el mantenimiento de la estructura de distribución comercial urbana.

Estos planes deberán acomodarse a las previsiones que los planes urbanísticos municipales contemplen en relación con el uso comercial.

Los planes tendrán una duración limitada a siete años y serán aprobados por los respectivos ayuntamientos, previo informe, en su caso, del consejo asesor del planeamiento municipal y del consejo sectorial de comercio u órgano similar.

Cuando los planes afecten a más de un municipio, los ayuntamientos se mancomunarán y los planes de orientación comercial mancomunados deberán ser aprobados por todos los ayuntamientos concernidos».

Artículo decimoséptimo.– Disposición transitoria segunda de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial.

Se adiciona la disposición transitoria segunda de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, con la redacción siguiente:

«DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA

En tanto los ayuntamientos no adapten su planeamiento urbanístico, en todo caso antes del 28 de diciembre de 2009, a las previsiones establecidas en el artículo 13 de la presente ley y a las contenidas en el Plan Territorial Sectorial de Equipamientos Comerciales, revisado conforme a lo previsto en la disposición final tercera de esta ley, continuará siendo de aplicación el régimen previsto en el referido artículo en la redacción dada al mismo por la Ley 7/2000, de 10 de noviembre, de modificación de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, así como las normas reglamentarias dictadas en su desarrollo».

DISPOSICIONES FINALES

Primera.– La regulación de los horarios comerciales dictada en desarrollo de la disposición adicional segunda de la Ley 7/2000, de 10 de noviembre, de modificación de la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, se aplicará a todos los establecimientos comerciales de superficie de venta igual o superior a 150 metros cuadrados.

Segunda.– 1.– Los ayuntamientos podrán acordar, de manera singularizada, el cierre en horario nocturno de establecimientos que vendan bebidas alcohólicas, por razones de orden público.

2.– No se permitirá la venta o el suministro de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales no destinados al consumo inmediato de bebidas alcohólicas, con independencia de su régimen horario, desde las 22:00 horas hasta las 07:00 horas del día siguiente.

(...)

Cuarta.– Se da nueva redacción al artículo 53.1 de la Ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias, que queda redactado de la siguiente manera:

«Artículo 53.– Clasificación de las sanciones.

1.– Las infracciones a que se refiere la presente ley serán corregidas mediante la aplicación de las siguientes sanciones:

a) Las infracciones leves, con multas de hasta 25.000 euros.

b) Las infracciones graves, con multas de hasta 150.000 euros, cantidad que podrá rebasarse hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o los servicios objeto de la infracción.

c) Las infracciones muy graves, con multas de hasta 900.000 euros, cantidad que podrá rebasarse hasta alcanzar el quíntuplo del valor de los productos o servicios objeto de la infracción».

Quinta.– Se da nueva redacción al artículo 62 de la ley 6/2003, de 22 de diciembre, de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarías, que queda redactado de la siguiente manera:

«Artículo 62.– Prescripción y caducidad.

1.– Las infracciones a que se refiere la presente ley prescribirán por el transcurso de los siguientes plazos: las muy graves, a los tres años; las graves, a los dos años, y las leves, al año. El plazo de la prescripción empezará a contar desde el día siguiente al de la comisión de la infracción. Interrumpirá la prescripción de la infracción la iniciación, con conocimiento del presunto responsable, del procedimiento administrativo.

2.– Iniciado el procedimiento sancionador y transcurridos seis meses desde la notificación a la parte interesada de cada uno de los trámites previstos en el procedimiento de aplicación sin que se impulse el trámite siguiente, sin mediar culpa de la parte interesada, se entenderá igualmente caducada la acción y se archivarán las actuaciones.

3.– Las sanciones por faltas muy graves prescribirán a los tres años; las impuestas por faltas graves, a los dos años, y las impuestas por faltas leves, al año.

4.– La prescripción y la caducidad podrán ser alegadas por los particulares. Aceptada la alegación por el órgano competente, se declarará concluido el expediente y se decretará el archivo de las actuaciones, sin perjuicio de la posibilidad de incoar un nuevo procedimiento si no hubiera prescrito la infracción».

Sexta.– La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del País Vasco.