

MERKATARITZA, KONTSUMO ETA TURISMO SAILA

Zk-495

5/1998 DEKRETUA, urtarrilaren 20koa, 2.000 metro karratutik gorako salmenta-lekua duten saltokiak jartzeko, aldatzeko eta handitzeko baimena arautzen duena.

Abenduaren 18ko 3/1979 Lege Organikoaz onartutako Euskal Herrirako Autonomia Estatutuaren 10.27. atalean ezartzen denez, Autonomi Elkarteak baino ez du barne merkataritzaren alorreko eskumena, prezioen politikari, Estatuan ondasunak libreki zirkulatzeari eta lehia babesteari buruzko legediari kalterik eragin gabe, betiere.

Eskumen horren indarrez, Merkataritza Jarduerari buruzko maiatzaren 27ko 7/1994 Legea onartu zen. Lege horretan ezartzen denez, lehia aske eta leialaren printzipioei eta kontsumitzaile eta erabiltzaileak babesteko printzipioei jarraituz burutuko da merkataritza jarduera, merkatu-ekonomiaren eta bere plangintza orokorraren barruan.

Saltokien baimenei dagokienez, aipatu legearen Aldibaterako Xedapenetatik Bigarrenean agindutakoa oinarri hartuta, Merkataritza, Kontsumo eta Turismo Sailak urtarrilaren 31ko 82/1995 Dekretua argitaratu zuen. 2.000 m² baino salmenta-leku handiagoa duten saltokiak jartzeko baimena emateko bete beharreko eskakizunak arautu ziren dekretu horretan.

Txikizkako Merkataritza Antolatzeari buruzko urtarrilaren 15eko 7/1996 Legeak (96-1-17ko EBO), I. idazpuruko I. atalburuko 2. eta 6. ataletako 1. eta 2. puntuetan, saltoki handiak jartzeko oinarriko araubidea ezarri zuen; horretarako babesa ematen baitio, hain zuzen ere, ekonomia-jardueraren plangintza orokorrerako oinarriak eta koordinazioa ezartzeko eskumenak Estatuak baino ez izateak, Espainiako Konstituzioaren 149.1.13 atalean agindutakoaren arabera.

7/1996 Legearen 6.1. atalean saltoki handiak irekitzeko merkataritza-lizentzia bat beharko dela ezartzen da eta hori ematea autonomi elkartei dago kiela.

6.2. atalean jartzen duenez, aipatu lizentzia emateko nahiz ukatzeko kontutan hartuko dira: batetik, saltokia jarriko den aldean merkataritza-ekipamendu egokia egotea ala ez, eta, bestetik, jarri nahi den saltoki berriak lehengo merkataritza-egiturari ekarriko dizkion ondorioak.

Saltoki handietarako baimen-eskabideak merkata-

DEPARTAMENTO DE COMERCIO, CONSUMO Y TURISMO

Nº-495

DECRETO 5/1998, de 20 de enero, por el que se regula la autorización para la implantación, modificación y ampliación de establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 metros cuadrados.

El Estatuto de Autonomía del País Vasco, aprobado por ley Orgánica 3/1979, de 18 de diciembre, establece en el artículo 10.27 la competencia exclusiva de la Comunidad Autónoma en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política de precios, la libre circulación de bienes en el territorio del Estado y de la legislación sobre la defensa de la competencia.

En virtud de esa competencia, se aprueba la Ley 7/1994, de 27 de mayo, de la Actividad Comercial, ley en la que se establece que el ejercicio de la actividad comercial se realizará de acuerdo de los principios de libre y leal competencia y de defensa de los consumidores y usuarios en el marco de la economía de mercado y su planificación general.

Respecto a la autorización de establecimientos comerciales, y en base a lo dispuesto en la Disposición Transitoria Segunda de dicha Ley, el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo publicó el Decreto 82/1995, de 31 de enero, por el que se regulan los requisitos procedimentales a los que habrá de sujetarse la concesión de la autorización para la implantación de establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 m².

La entrada en vigor de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (BOE de 17-I-96), ha venido a establecer en su Título I, Capítulo I, artículos 2 y 6, puntos 1 y 2, la regulación básica en materia de instalación de grandes establecimientos comerciales, amparada en la competencia exclusiva del Estado para dictar las bases y la coordinación de la planificación general de la actividad económica, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 149.1.13 de la Constitución Española.

El artículo 6.1 de la mencionada Ley 7/1996, establece que la apertura de grandes establecimientos comerciales estará sujeta a una licencia comercial específica cuyo otorgamiento corresponderá a las Comunidades Autónomas.

El artículo 6.2 establece que la mencionada licencia se otorgará o denegará ponderando la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el nuevo emplazamiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquella.

Las solicitudes de autorización de grandes estable-

ritza-politikarako irizpideen arabera ebatziko dira, ondorioz.

Aipatu legearen 2. atalean ahalmena ematen zaie autonomi elkarteei saltoki handiaren kalifikazioa emateko betekizunak ezartzeko.

Aipatu diren aginduak lege bakar batean biltzeko asmoz, saltoki handiak irekitzeko berariazko merkataritza-lizentzia emateko bete beharreko betekizunak zehaztea beharrezkoa da. Eta horren barruan sartzen da 7/1994 Legean jasotzen den baimena, zeinak, aurreikusitako lurralde-antolamenduko araubideak onartu ondoren, indarra galduko duen.

Bestalde, hipermerkatuen eta azalera handien sektore espainiarraren nukleoa osatzen duten enpresen erabakietan eragina izan du nazioarteko egoerak eta horrek bultzatu du, hain zuzen ere, saltoki horiek jartzeko espero zitekeen prozesu naturala bizkortzea.

Egoera horrek, 7/1996 Legeak hartutako eskumenarekin batera, 82/1995 Dekretuan bildutako orientabideak gehiagotzen uzten du. Orientabide horiek azalera handiko saltokiak Euskal Autonomi Elkartean jartzeko erreferentzia bat osatzen dute, honako hauek oinarri hartuta: lehia eta kontsumitzaileak babestea eta ingurugiro, lurralde antolamendu, hiri-gintza eta merkataritzako gaiak.

Araututako esparru horrek beharrezkoak diren gardentasuna eta publizitatea ematen dizkio administrazioko prozesu guztiari. Izapideak eta publizitatea arautzea bermerik behinena da lehiarako eskubi-dea babesteko.

Izan ere, Merkatuak liberalizatzeak merkatuetan sartzeko eskubidea arautzea eskatzen du, saltoki berriak eragina duen eremuan dagoen ekipamenduen egokitasuna neurtzeko.

Horretarako, saltoki handiak zabaltzeko berariazko merkataritza-baimen eta lizentziak emateko erreferentzia izango den eredu bat ezarri da. Baimen eta lizentziok udalek eman behar dituztenak baino lehenago ematekoak dira eta horietatik independenteak; ukatu egiten badira, lotesleak izango dira, noski. Horiek emateko eskumena Merkataritza, Kontsumo eta Turismo Saileko Merkataritzako Administrazioa eta Politikarako Zuzendaritzak dauka.

Euskal Autonomi Elkartearen lurralde-egitura lurralde integratu batez osaturik dago, non biztanlerik gehienek 15 minutu baino gutxiagora baitituzte merkataritza-gune handiak.

Lurralde-egitura horrek eta populazioan dentsita-

cimientos comerciales se han de resolver, en consecuencia, en función de criterios de política comercial.

El artículo 2 de dicha Ley faculta a las Comunidades Autónomas para establecer los requisitos en virtud de los cuales se otorgará la calificación de gran establecimiento comercial.

A fin de refundir en un cuerpo único los distintos preceptos enumerados, se hace preciso establecer los requisitos procedimentales a los que habrá de sujetarse la concesión de la licencia comercial específica para la apertura de grandes establecimientos. La cual engloba a la autorización prevista en la Ley 7/1994, que, a su vez y, una vez aprobados los instrumentos de Ordenación Territorial previstos perderá su vigencia.

Por su parte, la situación internacional está influyendo en la toma de decisión de las empresas que componen el núcleo central del sector español de hipermercados y grandes superficies, acelerando el proceso de implantación natural que hubieran tenido este tipo de establecimientos, tanto a nivel español como en el ámbito del País Vasco.

Esta situación unida a la competencia asumida por la Ley 7/1996 permiten ampliar los principios orientadores recogidos en el Decreto 82/1995 y que enmarcan la definición de un modelo de referencia para la implantación de grandes superficies en el País Vasco en base a aspectos de: defensa de la competencia, defensa de los consumidores, medio ambientales, ordenación del territorio, urbanísticos y comerciales.

La existencia de este marco reglado otorga al conjunto del proceso administrativo de la necesaria transparencia y publicidad. La regulación del trámite y su publicidad es la garantía primera de defensa del derecho de competencia.

La liberalización de los mercados exige, precisamente, regular el derecho de acceso a los mismos, a fin de ponderar la adecuación del equipamiento existente en el área de influencia del nuevo emplazamiento.

Para ello, se establece un modelo de referencia para el otorgamiento de las autorizaciones y licencias comerciales específicas para la apertura de grandes establecimientos comerciales. Las mismas serán independientes y previas a las que deban conceder los Ayuntamientos, teniendo lógicamente, carácter vinculante en caso de ser denegatorias. Siendo competente para su otorgamiento la Dirección de Administración y Política Comercial del Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

La estructura territorial del País Vasco, se caracteriza por un territorio integrado, en el que la mayoría de la población tiene núcleos comerciales importantes a menos de 15 minutos.

Esta estructura territorial y las desiguales densida-

te desberdinak izateak irizpide ordenatzaile jakin batzuk eskatzen dituzte, hain zuzen ere, lurralde-ordena eta merkatuko lehiatze-baldintzak gordetzen lagunduko dutenak, horiek saltokien tamainuekin bateratuz, posible denean. Horrek guztiak dakar dekretu honetan irizpide batzuk ezartzea, toki jakin batean merkataritza-ekipamendu egokia dagoela esateko, eta, aldi berean, saltoki berria jartzeak lehendik zegoen merkataritza-egiturari ekarriko dizkion ondorioak neurtzeko.

Estatuko Kontseiluarekin bat etorritz, Merkataritza, Kontsumo eta Turismo sailburuak proposatuta eta Jaurlaritzaren Kontseiluak 1998ko urtarrilaren 20an egindako bilkuran aztertu eta onartu ondoren, hauxe

XEDATU DUT:

1. atala.- Merkataritza-lizentzia.

1.- Txikizkako Merkataritza Antolatzeari buruzko 7/1996 Legearen 6.1. atalean agindutakoaren araber, saltoki handiak irekitzeko ezinbestekoa izango da berriazko merkataritza-lizentzia lortzea. Ondorio horietarako, saltoki handiak sartzea, aldatzea eta handitzea irekieratzat joko dira Euskal Autonomi Elkartean.

Estatuko nahiz Autonomi Elkarteko lagezko aginduekin bat etorritz (Txikizkako Merkataritza Antolatzeari buruzko 7/1996 Legearen 6.1. atala eta Merkataritza Jarduerari buruzko 7/1994 Legearen aldebaterako xedapenetatik bigarrena), titularitatea aldatzen den kasuetan, titularrak alde aurretik merkataritza-lizentzia eskuratuta izatea ezinbesteko baldintza izango da Euskal Autonomi Elkartean saltoki handiak ireki ahal izateko.

2.- Merkataritza-lizentzia hori ematea nahiz ukatzea Merkataritzako Administrazio eta Politikarako Zuzendaritzari dagokio.

2. atala.- Saltoki handiak.

1.- Txikizkako Merkataritza Antolatzeari buruzko 7/1996 Legearen 2.3. atalean eta Merkataritza Jarduerari buruzko 7/1994 Legearen 13. atalean agindutakoaz bat etorritz, Euskal Autonomi Elkartean hauek izango dira saltoki handiak: 2.000 m.²-tik gorako salmenta-lekua dutenak edota azalera hori handitzeak eginez lortzen edo gainditzen dutenak.

Aurreko lerroaldeko ondorioetarako, saltoki handitzat joko dira bai taldekakoak bai banakakoak.

des de población de nuestra Comunidad Autónoma requieren de unos criterios ordenadores que contribuyan a mantener el orden territorial y a salvaguardar las condiciones de competencia en el mercado, conjugándolas con los tamaños de las implantaciones que así lo permitan. Todo ello conlleva a establecer en el presente Decreto los supuestos que determinan cuando en una zona se considera que existe un equipamiento comercial adecuado, ponderando, a su vez, los efectos que un nuevo emplazamiento comercial pueda ejercer sobre la estructura comercial existente en la zona afectada.

De acuerdo con el Consejo de Estado, a propuesta de la Consejera de Comercio, Consumo y Turismo, y previa deliberación y aprobación del Consejo de Gobierno en su sesión celebrada el día 20 de enero de 1998,

DISPONGO:

Artículo 1.- Licencia Comercial.

1.- De conformidad con lo dispuesto en el artículo 6.1. de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista la apertura de grandes establecimientos comerciales estará sujeta a la obtención de la licencia comercial específica. A estos efectos en la Comunidad Autónoma del País Vasco se considerará apertura la implantación, modificación y ampliación de los grandes establecimientos comerciales.

Asimismo, en los supuestos en que se produzca un cambio de titularidad, de conformidad con los preceptos legales estatales y autonómicos correspondientes (artículo 6.1 de la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista, y artículo 13 y Disposición Transitoria Segunda de la Ley 7/1994, de la Actividad Comercial), para poder proceder a la apertura de grandes establecimientos comerciales en el País Vasco será requisito indispensable que su titular haya obtenido previamente la correspondiente licencia comercial.

2.- El otorgamiento o denegación de dicha licencia comercial corresponde a la Dirección de Administración y Política Comercial.

Artículo 2.- Grandes Establecimientos Comerciales.

1.- De conformidad con lo dispuesto en el artículo 2.3. de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista y en el artículo 13 de la Ley 7/1994, de la Actividad Comercial, en la Comunidad Autónoma del País Vasco tendrán la consideración de grandes establecimientos, aquellos cuya superficie de venta sea superior a 2.000 m.² o cuando la misma se alcance o supere por ampliación.

A efectos del párrafo anterior tendrán la consideración de grandes establecimientos, tanto los establecimientos de carácter individual como los de carácter colectivo.

Taldeakako saltokitzat hauek joko dira: salmentarako lokalen multzo batez —barruti berean egon edo ez— osatuta daudenak, batera proiektatu direnak edota elementu komunak eduki eta erabiltzen dituztenak, eta, enpresaren alorretik begiratuta, nork bere jarduera, independentea, dutenak.

2.- Salmenta-lekua hau izango da: produktuak ikusteko, erosi nahi dituenak hartzeko, salerosketa egiteko eta saltokitik irtetzeko eroslea ibiltzen deneko lekua; bai eta merkataritza-jarduerarekin zuzenean loturik dauden zerbitzu osagarriak emateko ere.

3. atala.- Helburuak.

Saltoki handiak jartzeko merkataritza-lizentziak helburu hauek izango ditu:

a) Enpresen arteko lehia eta merkataritza-ekipamendu egokia bermatzea, merkatuan nagusitasun-egoerak ekiditeko bakoitzaren eraginpeko eremuetan.

b) Kontsumitzaileak saltokietara iristeko bide luzeak egin beharra ekiditea.

c) Natura eta hirietarako nahi ez diren ondorioak ekiditea.

d) Eskaintza larregi pilaetzearen ondorioz, sarbi-deetarako azpiegituren gehiegikeria ekiditea.

e) Merkataritzak duen izaera duala mantentzen laguntzea, elikagaien saltoki handiak ezartzeko erritmoa graduatuz, merkataritza txikia eta ertaina modernizatzen lagunduko duen denbora-tartea handiagotzeko.

4. atala.- Baloratzeko irizpideak.

1.- Lizentziarako eskabideak ebazteko kontutan hartuko dira: naturan izango diren ondorioak eta saltoki horien azpiegiturak; demandaren estaldura-mailarekiko eragina; eskaintzan dagoen merkataritza-ekipamenduaren egokitasun-mailaren neurria; eta eraginpean dauden udalerrien planeamenduarekiko eragina. Aintzat hartuko diren puntuak hauek izango dira:

– Merkataritza-ekipamendu egokia izatea, gaurko biztanleei eta epe ertainera aurreikusitakoei produktuen eskaintza on bat bermatuko diena, kalitate, aldaera, zerbitzu, prezio eta ordutegiari dagokienez; eta enpresen arteko lehia izatea, merkatuan nagusitasun-egoerak ekiditeko bakoitzaren eraginpeko eremuetan.

– Kontsumitzaileek egin beharreko bidea saltokietara iristeko.

Se entenderá por establecimientos de carácter colectivo, aquellos integrados por un conjunto de locales de venta, situados o no en un mismo recinto, que han sido proyectados conjuntamente o que estén relacionados por elementos comunes cuya utilización comparten, en los que se ejercen las respectivas actividades de forma empresarialmente independiente.

2.- Se entenderá como superficie de venta aquella en la que los compradores se mueven para observar, tomar los productos que desean adquirir, efectuar su transacción y salir del establecimiento, así como las zonas destinadas a prestar servicios complementarios directamente relacionados con la actividad comercial.

Artículo 3.- Objetivos.

La concesión de la licencia comercial para la instalación de grandes superficies perseguirá los siguientes objetivos:

a) Garantizar la competencia entre empresas y la existencia de un equipamiento comercial adecuado, a fin de evitar situaciones de dominio de mercado en sus respectivas áreas de influencia.

b) Evitar la necesidad de largos desplazamientos de los consumidores para poder acceder a los establecimientos comerciales.

c) Evitar los efectos no deseados sobre el medio natural y urbano.

d) Evitar la saturación de las infraestructuras de accesibilidad, por efecto de una excesiva concentración de la oferta.

e) Favorecer el mantenimiento del modelo dual del comercio, estableciendo una graduación en el ritmo de implantación de los grandes establecimientos comerciales de alimentación, al objeto de ampliar el marco temporal que favorezca la modernización del pequeño y mediano comercio.

Artículo 4.- Criterios de Valoración.

1.- Para la resolución de las solicitudes de licencia se tendrán en cuenta los efectos sobre el medio natural e infraestructuras de dichos establecimientos, así como su repercusión respecto del nivel de cobertura de la demanda, ponderación sobre el grado de adecuación del equipamiento comercial existente en las condiciones de oferta y su efecto sobre el planeamiento de los municipios afectados, a través de la consideración de los siguientes aspectos:

– La existencia de un equipamiento comercial adecuado, que garantice a la población actual y a la prevista a medio plazo una oferta de artículos en condiciones de calidad, variedad, servicio, precios y horarios, y la competencia entre empresas que evite situaciones de dominio de mercado en sus respectivas áreas de influencia.

– Los desplazamientos a realizar por parte de los consumidores para su acceso a los establecimientos comerciales.

– Proiektatutako merkataritza-ekipamenduaren eta hori jarriko deneko lurraldearen ezaugarrien arteko koerlazioa, horren eraginpeko eremuari dagokionez.

– Prezioen mailak jeisten eta inguruko kontsumitzaileari zerbitzua hobetzen zenbateraino laguntzen duen.

– Eraginpean dagoen eremuko enpleguaren maila mantentzen nahiz hedatzen zenbateraino laguntzen duen.

– Naturarekiko eraginak.

– Lurraldearen planeamendu partzialean, merkataritza indartzeko planetan eta, oro har, hirigintza planeamenduetan jasotako aurreikuspenei eta irizpideei zenbateraino egokitzen zaizen.

– Saltokia jartzeak bide-sisteman izango duen eragina, aparkatzeko plazen kopurua eta proiektatutako saltokirako sarbidea, garraio publikoak dituen baliabideen bitartez.

– Proiektatutako saltokiak merkataritzaren izaera dualean eta inguruko merkataritza-egituren lehia-kortasunaren hobekuntzan izango duen eragina.

2.– Elikagaien eta elikagaiak ez diren eguneroko gaien saltoki handien (1. eranskina) baimenatarako, alderdi batek eta bere eraginpeko eremuak merkataritza-ekipamendu egoki bat dutela joko da baldin eta: hor bizi diren familiek elikagaietan eta elikagaiak ez diren eguneroko gaietan sortutako merkataritza-gastu orokorraren %45era heltzen diren salmenta-bolumena badute. Eraginpeko eremua, bestalde, hauxe izango da: bide-tarte bakoitzerako indarrean den gehieneko abiaduraz, gehienez ere 15 minututan kotxez sarbidea daukaten herriek osatzen dutena.

3.– Elikagaien eta elikagaiak ez diren eguneroko gaien saltoki handien kasuan, saltoki handi bat irikitzearen ondorioz bere eraginpeko eremuan nagusitasun-egoeran egongo da enpresa, baldin eta: inguru horretako familiek produktu horietan sortutako merkataritza-gastu orokorraren %20aren pareko edo goragoko partaidetzarainokoa bada saltoki handien bitartez lortzen duen salmentaren bolumena.

5. *atala*.– Merkataritza-gastua eta merkatuaren itxarobideak.

1.– Aurreko atalaren ondorioetarako, Merkataritza, Kontsumo eta Turismo Sailak erabakiko du, agindu bidez, zein den halako eremuan bizi diren familien merkataritza-gastu orokorra. Horretarako, estatistika datu publiko asimilagarriak hartuko ditu oinarritzat.

– La correlación entre el equipamiento comercial proyectado y las características del territorio en el cual se implanta, en relación con el área de influencia de éste.

– La contribución a la moderación sobre los niveles de precios y a la mejora en la prestación de servicios al consumidor de la zona.

– La contribución al mantenimiento, o a la expansión del nivel de ocupación laboral en la zona de influencia.

– Los impactos sobre el medio natural.

– La adecuación de los proyectos a las previsiones y criterios del planeamiento territorial parcial, de los Planes de Revitalización Comercial o del Planeamiento urbanístico general.

– La incidencia de la nueva instalación comercial en el sistema viario, la dotación de plazas de aparcamiento y la accesibilidad del establecimiento proyectado en relación con los diferentes medios de transporte público.

– La repercusión del establecimiento proyectado sobre el modelo dual del comercio y la mejora de la competitividad de las estructuras comerciales de la zona.

2.– En las condiciones de autorización para los grandes establecimientos comerciales de alimentación y cotidianos no alimentarios (anexo 1) se considera que una zona, y su área de influencia, está dotada de un equipamiento comercial adecuado, cuando los citados establecimientos tengan una implantación cuyo volumen de ventas suponga el 45% del gasto comercializable global generado por las familias allí residentes en alimentación y cotidianos no alimentarios. Se considerará área de influencia, la formada por las localidades accesibles por viales cuya distancia a recorrer en coche no supere el tiempo máximo de 15 minutos, de acuerdo con la velocidad máxima vigente en cada vía de circulación.

3.– En los casos de los grandes establecimientos de alimentación y cotidianos no alimentarios se entenderá que una empresa crea una posición de dominio en su área de influencia, con la apertura de un nuevo gran establecimiento comercial, cuando su volumen de ventas a través de grandes establecimientos alcance o incremente una participación superior al 20% del gasto comercializable global de las familias allí residentes en este tipo de productos.

Artículo 5.– Gasto Comercializable y Expectativas de Mercado.

1.– A los efectos del artículo anterior se considerará gasto comercializable global generado por las familias residentes en el área, el que señale mediante Orden el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo, tomando como base datos públicos estadísticos asimilables.

2.- Merkatuaren itxarobidea honela kalkulatu da: gastu orokorraren gainean, arloka banatuta, saltokian espero diren salmentak aplikatuta. Merkataritza, Kontsumo eta Turismo Sailak erabakiko du, agindu bidez, zein diren salmenta horiek zehazteko parametroak.

3.- Aurreko bi idazatietako eragiketak direla eta, behin parametroak zehaztu eta urtebetea pasatzen denean, KPIren aldaketa erantsiz doituko dira.

6. atala.- Hirietako saltoki handiak.

Argitaratutako azken erroldaren arabera 50.000 biztanletik gora dituzten udalerrietako udalek, duten biztanle-dentsitatea dela eta, euren salbuespenezko perimetro bat ezarri ahalko dute, non gehienez 4.000 metro karratuko elikadurako hiri-saltoki handiak, autozerbitzu erakoak, jarri ahalko diren.

7. atala.- Eskabidea.

Merkataritza-lizentzia eta gainerako agiriak proiektua kokatzen deneko probintziako Merkataritzako Lurralde Ordezkaritzan aurkeztu beharko dira, bai zuzenean bai Herri-Administrazioen Lege-Jaurbideari eta Guztientzako Administrazio-Jardunbideari buruzko azaroaren 26ko 30/1992 Legean jasotako edozein eratan ere.

8. atala.- Agiriak.

1.- Eskatzaileak ondoren zehazten diren agirien bi kopia aurkeztuko ditu, dagokion lekuan horretarako jarriko diren formularioak erabiliz:

a) Merkataritza-lizentziaren eskaria, Merkataritzako Administrazio eta Politikarako Zuzendaritzara zuzendua.

b) Eskatzailea identifikatzeko datuak:

- Eskatzailea pertsona fisikoa bada: izen-abizen osoak, identifikazio fiskalaren zenbakia eta jakinarazpenetarako helbidea edo modua.

- Eskatzailea pertsona juridikoa bada: ordezkariren izena eta bere ordezkaritzaren izaera; erakundearen izena, egoitza soziala eta identifikazio fiskalaren zenbakia.

c) Lurzoru-jabetzaren eskrituraren fotokopia konpultsatua edo saltokia kokatuko den lurzoruaren jabearen adostasuna egiaztatzen duen agiria.

d) Ordezkaritari aginpidea ematen dion notario-eskrituraren fotokopia konpultsatua.

2.- La expectativa de mercado se obtendrá por aplicación sobre el gasto global distribuido por sectores, las ventas expectantes del establecimiento, calculadas según los parámetros que fije mediante Orden la Consejería de Comercio, Consumo y Turismo.

3.- A los efectos de los dos números anteriores y en caso de que transcurra más de un año desde la fijación de los parámetros, se adecuarán mediante la aplicación de la variación del IPC.

Artículo 6.- Grandes Establecimientos Comerciales Urbanos.

Los Ayuntamientos de aquellos municipios con más de 50.000 habitantes, según el último censo publicado, podrán determinar el perímetro urbano exceptuado donde, por su alta densidad poblacional, se limitará el tamaño de los grandes establecimientos comerciales de alimentación en régimen de autoservicio a un máximo de 4.000 metros cuadrados.

Artículo 7.- Solicitud.

La solicitud de licencia comercial y demás documentación deberá presentarse por los interesados en la Delegación Territorial de Comercio que corresponda en función del Territorio Histórico donde se ubique el proyecto, bien directamente o por cualquiera de los medios previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 8.- Documentación.

1.- Los solicitantes adjuntarán por duplicado la documentación siguiente, utilizando, en su caso, los formularios que se establezcan al efecto:

a) Solicitud de licencia comercial dirigida a la Dirección de Administración y Política Comercial.

b) Datos de identificación del solicitante:

- Si el solicitante es una persona física: el nombre y apellidos completos, el número de identificación fiscal y el domicilio o medio de notificaciones.

- Si el solicitante es una persona jurídica: los datos del representante, haciendo constar el carácter por el que tiene la representación de la entidad y sus datos, indicando el nombre, el domicilio social o medio de notificaciones y el número de identificación fiscal.

c) Fotocopia compulsada de la escritura de propiedad del suelo o documento que acredite la conformidad del propietario donde se pretenda ubicar el establecimiento

d) Fotocopia compulsada de la escritura pública que acredite el poder con el que actúa el representante.

e) Sozietatea sortzeko egin zen notario-eskrituraren fotokopia konpultsatua eta, hala badagokio, azkenengo kapital zabalkuntzaren notario-eskriturarena. Agiri horretan dagokion erregistroan jasota dagoen akziodunen egungo kopurua zehaztuko da. Eskriturarik ezean, bera jasotzen duen ziurtagiria aurkez daiteke.

f) Jarri edo handitu nahi den saltokiaren deskribapena, zein motatakoa den azalduz. Hauek ere jasoko dira bertan: kokapena, eraikitako azalera osoa eta salmentarako erabiliko den azalera netoa.

g) Saltoki berrian salduko diren produktuen deskribapena. Lehengo saltoki bat handitu edo bere jarduna aldatu nahi bada ere egin beharko da deskribapen hori.

h) Hirigintza-zedula; beren-beregi aipatuaz eremuaren merkataritza-erabilera eta legeak proiektuari esleitzen dion estaldura urbanistikoa.

i) Proiektuaren bideragarritasuna eta beharra aztertzeko oinarritzat hartu den merkatu-azterketa eta horren ezaugarriak (besteak beste, 5, 10 eta 15 minututara dauden eremuen fakturazio-bolumena, hiru kopiatan).

j) Saltoki berriak bide-sarean izango duen eragina jasotzen duen trafiko-azterketa; halaber, azterketan adierazten diren proiektuak finantzatzeko eta burutzeko konpromezua eta horretarako epeak.

k) Oinen plano orokor akotatuak (1:250 eskalan); altxaeren, ebakiduren eta kokapenarenak (1:10.000); eta bertara iristeko bideen eta aurreikusten den apartakeluarenak (1:2.000). Denak hiru kopiatan.

l) Proiektuak eskatzen duen inbertsioari buruzko azterketa eta inbertsio hori finantzatzeko plana, bai enpresaren beraren baliakizunei dagokienez bai besterenei dagokienez. Saltoki berria bada, horiekin batera enpresaren hedapen-plana eta jardunaren lehengo bost urteetarako aurreikusten diren ustiapen-kontuak ere aurkeztu beharko dira. Saltokia handitzeko bada, aurrekoez gain, azken hiru urteetako ustiaketa-kontuak ere aurkeztu beharko dira.

m) Lanpostuen kopurua eta sailkapena.

n) Ingurugiroan eta paisaian izan dezakeen eraginari buruzko azterketa.

ñ) Proiektua burutzeko aurreikusten den egutegia.

2.- Dena dela, Merkataritzako Administrazio eta Politikarako Zuzendaritzak baimena emateko beharrezkotzat jotzen dituen agiri edota informazioa eskatu ahalko dizkio eskatzaileari.

9. atala.- Izapideak.

e) Fotocopia compulsada de la escritura de constitución de la sociedad y, en su caso, de la última ampliación de capital donde conste la composición actual de su accionariado, inscrita en el registro correspondiente, o en su defecto, certificación comprensiva de la misma.

f) Descripción del tipo de establecimiento que se quiera implantar o ampliar, haciendo constar: la enseña o denominación que utilizará, el emplazamiento, la superficie edificada total y la superficie neta de venta.

g) Descripción de los productos que se comercializarán en la nueva implantación o que se quieran comercializar después de un cambio de actividad o de una ampliación.

h) Cédula urbanística, con referencia expresa al uso comercial del terreno, así como la cobertura urbanística vigente aplicable al proyecto.

i) Estudio de mercado en el que se basa la viabilidad y necesidad del proyecto y sus características, recogiendo entre otras informaciones los volúmenes de facturación para áreas de influencia en 5', 10' y 15' (triplicado).

j) Estudio de tráfico que incluya el impacto de la nueva implantación sobre la red viaria, así como el plan de financiación, compromiso y plazo de ejecución para llevar a cabo los proyectos contenidos en el mismo.

k) Planos generales de plantas (escala 1:250) acotados, alzados y secciones, así como de situación (escala 1:10.000), accesos a la parcela y aparcamiento previsto (escala 1:2.000). (triplicado).

l) Estudio sobre la inversión que comporta el proyecto y el plan de financiación de la inversión propuesta, tanto por lo que se refiere a recursos propios como a recursos ajenos. Asimismo, se deberá aportar el plan de expansión de la empresa y las cuentas de explotación previstas para los cinco primeros años de funcionamiento en caso de una nueva apertura. Cuando se trate de un proyecto de ampliación deberá aportar, además, las cuentas de explotación correspondientes a los tres últimos años.

m) Número y clasificación de los puestos de trabajo.

n) Estudio de impacto medio ambiental y paisajístico sobre la zona de implantación.

ñ) Calendario previsto para la realización del proyecto.

2.- En todo caso, la Dirección de Administración y Política Comercial podrá requerir al solicitante cuanta documentación y/o información complementaria estime necesaria para la concesión de la autorización.

Artículo 9.- Tramitación.

1.- Espedientea, Merkataritzako Administrazio eta Politikarako Zuzendaritzan jaso edo bertan bete ondoren bost egun baino lehen, Euskal Autonomi Elkarteke Lurralde Antolaketa-ko Batzordera bidaliko da; honek espedientea jaso eta hiru hilabeteko epearen barruan bere irizpena emango du; hortik aurrera, bost eguneko epea izango du erabakia emateko aginpidea duen organoari igortzeko.

2.- Aurreko 8.1.i) atalean aipatzen den trafiko-azterketa aurkeztu ondoren, Herrizaingo Sailera bidaliko da, honek, hiru hilabete baino lehen, bere irizpena eman dezan. Irizpen hori eman ezean, aurrera joko da lizentzia emateko jardunbidearekin.

3.- Behin lizentzia-eskaria aurkeztuz gero, eskariak Lehia Babesteko Auzitegiaren irizpena jaso beharko du, Txikizkako Merkataritza Antolatzeari buruzko 7/1996 Legearen 6.2. atalean agindutakoari jarraituz. Irizpen hori hiru hilabeteko epean eman ezean, aurrera joko da lizentzia emateko jardunbidearekin.

10. atala.– Ebazpena.

1.- Merkataritzako Administrazio eta Politikarako Zuzendaritzak sei hilabeteko epea dauka bere ebazpena emateko, eskabidearen espedientea osorik dagoen egunetik aurrera kontatuta.

2.- Epe hori amaituta erantzunik jaso ez bada, lizentzia eman egiten dela ulertuko da administrazioaren isilbideagatik, Herri-Administrazioen Lege-jaurbideari eta Guztientzako Administrazio-Ihardunbideari buruzko azaroaren 26ko 30/1992 Legearen 43. eta 44. ataletan ezarritakoaren arabera.

3.- Merkataritzako Administrazio eta Politikarako Zuzendaritzak dekretu honen arabera emandako erabakiek ez dute administrazio bidez amaitzen; beraz, horien aurka errekurtso arrunta aurkeztu ahal izango zaio Merkataritza eta Kontsumo Sailburuordetzari.

11. atala.– Iraungitzea.

1.- Merkataritza jarduera baimenean bertan zehazten den egunean hasten ez bada, lizentzia iraungitza joko da.

Isilbidearen bitartez onetsitako baimenen kasuan, jarduera eskabidean zehazten den egunean hasten ez bada, eta edozein kasutan ere eskabidea aurkeztu eta 18 hilabete baino lehen, emandako baimena iraungitza joko da.

2.- Udalaren hirigintza-lizentzia lortzeko beharrezkoa da udalaxean lizentziaren egiaztapena eta azaroaren 26ko 30/1992 Legearen 44. atalean zehazten den ustezko egintzaren egiaztagiria aurkezte, zein Merkataritzako Administrazio eta Politikarako zuzendariak eman behar duen.

1.- Las solicitudes presentadas serán enviadas, en el plazo máximo de cinco días a contar desde el día siguiente al de la recepción o cumplimentación del expediente en la Dirección de Administración y Política Comercial, a la Comisión de Ordenación del Territorio del País Vasco, la cual emitirá informe en el plazo máximo de tres meses desde su recepción, dando a continuación traslado en el plazo máximo de cinco días al órgano competente para resolver.

2.- El estudio de tráfico al que se refiere el artículo 8.1.i), una vez presentado será sometido a informe del Departamento de Interior, el cual emitirá informe en el plazo de tres meses. De no emitirse el informe en el plazo señalado, se podrán proseguir las actuaciones iniciadas por la concesión solicitada.

3.- La solicitud de licencia, una vez presentada, será sometida a informe del Tribunal de Defensa de la Competencia de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6.2. de la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista. La no emisión de informe en el plazo de tres meses permitirá proseguir las actuaciones iniciadas por la concesión solicitada.

Artículo 10.– Resolución.

1.- La resolución de la Dirección de Administración y Política Comercial, deberá producirse en el plazo máximo de seis meses desde la fecha en que el expediente de solicitud conste que esté completo.

2.- Transcurrido el plazo mencionado en el apartado anterior, la licencia a que hace referencia el presente Decreto se entenderá concedida por silencio positivo, de acuerdo con lo establecido en los artículos 43 y 44 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

3.- Las resoluciones que dicte la Dirección de Administración y Política Comercial de conformidad con este Decreto, no pondrán fin a la vía administrativa, siendo susceptibles de recurso ordinario ante la Viceconsejería de Comercio y Consumo.

Artículo 11.– Caducidad.

1.- La licencia se entenderá caducada si el peticionario no hubiera iniciado la actividad comercial en la fecha indicada en la propia autorización.

Se entenderán caducadas las autorizaciones presuntas por silencio si la actividad comercial no se hubiere, efectivamente, iniciado por el solicitante en el plazo señalado en la solicitud o, en todo caso, dentro de los 18 meses desde su presentación.

2.- La constancia de la licencia que aquí se establece o la certificación de acto presunto a que se refiere el artículo 44 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, emitida por el Director de Administración y Política Comercial, será presentada por los interesados ante los Ayuntamientos como requisito previo a la concesión por éstos de las licencias urbanísticas.

GEHIGARRIZKO XEDAPEN BAKARRA

Lehengo 5. atalean aipatzen diren ahalmenak gauzatu bitartean, merkataritza-gastua eta merkatuaren itxarobideak kalkulatzeko 2. eta 3. eranskinetan adierazitako bideak erabiliko dira.

ALDI BATERAKO XEDAPENAK

Lehenengoa.– 7/1994 Legearen aldi baterako bigarren xedapenean jasotako baimena, 2.000 metro karratutik gorako salmenta-lekua hartzen duten saltokiei dagokiena, lurralde-antolamenduko araubideak indarrean dauden bitartean beharrezkoa izango den arren, dekretu honen bidez ematen den berariazko merkataritza-lizentziaren barnean sartzen dela joko da.

Bigarrena.– Dekretu hau indarrean jarri aurretik jada hasita zeuden jardunbideak aurreko araudiari eutsiz bideratuko dira.

Hirugarrena.– Dekretu hau indarrean jarri eta 3 urte pasa ondoren, eskaintza maila eta erabiltzaileen gogobetetzea nolakoak diren, berrikusi egingo dira 4. atalean adierazitako elikagaien eta elikagaiak ez diren eguneroko gaien saltokientzako baimenak lortzeko baldintzak, agiri honen 3. atalean ezarritako helburuak betetze aldera.

INDARGABETZE XEDAPENA

Indargabetu egiten dira dekretu honetan xedatutakoaren aurka dauden maila bereko edo txikiagoko lege-xedapenak, bereziki 82/1995 Dekretua, «2.000 metro karratutik gorako saltokia duten merkataldegiak jartzeko, aldatzeko eta azalera hori iristen edo gainditzen duten handiketak egiteko baimenak» arautzen zituena.

AZKEN XEDAPENAK

Lehenengoa.– Merkataritza, Kontsumo eta Turismo sailburuari aginpidea ematen zaio dekretu hau garatzeko behar diren xedapenak emateko.

Bigarrena.– Euskal Herriko Agintaritzaren Aldizkarian argitaratzen den egunaren biharamunean jarriko da indarrean dekretu hau.

Vitoria-Gasteizen, 1998ko urtarrilaren 20an.

Lehendakaria,
JOSÉ ANTONIO ARDANZA GARRO.

Merkataritza, Kontsumo eta Turismo sailburua,
ROSA DÍEZ GONZÁLEZ.

DISPOSICIÓN ADICIONAL ÚNICA

En tanto no se desarrollen las facultades previstas en el artículo 5, el gasto comercializable y las ventas expectantes del establecimiento se determinarán conforme se establece en los anexos 2 y 3 respectivamente.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera.– La autorización prevista en la Disposición Transitoria segunda de la Ley 7/1994, correspondiente a establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 metros cuadrados, en tanto sea exigible por no estar vigentes los instrumentos de ordenación territorial, se entenderá comprendida en la licencia comercial específica que se otorgue prevista en este decreto.

Segunda.– A los procedimientos ya iniciados con anterioridad a la entrada en vigor del presente Decreto, no les será de aplicación el mismo, rigiéndose por la normativa anterior.

Tercera.– En el plazo de 3 años a partir de la entrada en vigor del presente Decreto, a la vista de las características de la oferta y el grado de satisfacción del consumidor, se procederá a la revisión de las condiciones de autorización para los grandes establecimientos comerciales de alimentación y cotidianos no alimentarios establecidas en el artículo 4, con el fin de garantizar los principios orientadores recogidos en el Art. 3 de la presente disposición legal.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto y en especial el Decreto 82/1995 por el que se regula la implantación, modificación y ampliación de los establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 metros cuadrados.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.– Se faculta a la Consejera de Comercio, Consumo y Turismo para dictar las órdenes o adoptar las medidas para la ejecución del presente Decreto.

Segunda.– El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial del País Vasco.

Dado en Vitoria-Gasteiz, a 20 de enero de 1998.

El Lehendakari,
JOSÉ ANTONIO ARDANZA GARRO.

La Consejera de Comercio, Consumo y Turismo,
ROSA DÍEZ GONZÁLEZ.

I. ERANSKINA

ELIKAGAIAK EZ DIREN EGUNEROKO
GAIK.

- Sendagaiak.
- Osasun gaiak eta norbere garbitasunekoak.
- Drogeria, lurringintza eta kosmetika gaiak.
- Garbiketa gaiak, dekoratzeko erabiltzen diren paperak eta beste gai batzuk, eta gai kimikoak.
- Norbere higienerako eta garbitasunerako gaiak.

ANEXO I

PRODUCTOS CONSIDERADOS COTIDIANOS NO
ALIMENTARIOS.

- Medicamentos,
- Productos Sanitarios y de higiene personal,
- Productos de droguería, perfumería y cosmética,
- Productos de limpieza, papeles y otros productos para la decoración y productos químicos,
- Artículos para la higiene y limpieza personal.

II. ERANSKINA

BATEZ BESTEKO GASTUA PERTSONAKO
(PTA/URTEAN).

PROBINTZIA	ELIKAGAIAK	ELIKAGAIAK EZ DIREN EGUNEROKO GAIK	GUZTIRA
Araba	220.673	37.058	257.731
Gipuzkoa	211.765	37.324	249.089
Bizkaia	204.296	34.137	238.433
EAE	214.479	35.584	250.063

ANEXO II

GASTO MEDIO POR PERSONA.
PTA/año

TERRITORIO	ALIMENTACIÓN	COTIDIANO NO ALIMENTARIO	TOTAL
Álava	220.673	37.058	257.731
Guipúzcoa	211.765	37.324	249.089
Vizcaya	204.296	34.137	238.433
PAÍS VASCO	214.479	35.584	250.063

III. ERANSKINA

SALMENTAK MOTAREN ARABERA.

SALMENTA MOTA	FAKTURAZIOA / M. ² PTA/URTEAN	KOEFIZIENTE ZUZENTZAILEA
HIPERMERKATUA (5.000 m. ² -tik behera)	850.000	%85
HIPERMERKATUA (5.000 m. ² -tik gora)	1.250.000	%65

ANEXO III

VENTAS SEGÚN TIPOLOGÍA DE VENTA.

TIPOLOGÍA	FACTURACIÓN / M. ² PTA/año	COEFICIENTE CORRECTOR
HIPERMERCADO (menos de 5.000 m. ²)	850.000	85%
HIPERMERCADO (más de 5.000 m. ²)	1.250.000	65%