



LA NUEVA LEY DEL COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA

El pasado viernes se publicó en el BOJA el **Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía**. Este nuevo texto legal, fruto del mandato contenido en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, *del Turismo de Andalucía*, tiene como objetivo la regularización y armonización de las normas existentes en materia de comercio interior, adaptándola además a la Directiva 2006/123/CE, de servicios en el mercado interior.

Esta nueva norma va a simplificar con carácter general los trámites para la apertura de establecimientos comerciales en la Comunidad Autónoma andaluza. En este sentido, los principales elementos de la legislación comercial que se eliminan para dar cumplimiento a los requerimientos de la mencionada Directiva son:

a) La licencia comercial específica previa a la licencia municipal de los grandes establecimientos comerciales. La nueva Ley delega este control previo a los municipios, incluyéndose en la licencia municipal de obras de grandes superficies minoristas (siendo los criterios para su concesión, a partir de ahora, de carácter exclusivamente territorial, urbanístico y medioambiental).

b) Los límites inferiores a 2.500 metros cuadrados de superficie útil de exposición y venta para la consideración de gran superficie minorista.

c) Las pruebas económicas para fundamentar la decisión de otorgamiento de la licencia comercial específica.

d) Las disposiciones que permitían la intervención en el procedimiento de autorización de personas que representan los intereses comerciales ya presentes en el mercado.

e) La licencia comercial específica para los establecimientos de descuento y de venta de restos de fábrica con una superficie útil de exposición y venta mínima de 400 metros cuadrados.

f) La tasa autonómica por la tramitación de la licencia comercial.

g) Las inscripciones previas en el Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía.

Una de las novedades más destacadas que contiene esta Ley es la **inclusión de la definición normativa de varios conceptos relativos al sector, como son la actividad comercial, minorista y mayorista**. Se instituye un *Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía*, con la finalidad de obtener la información necesaria para la definición de las políticas a desarrollar por el ejecutivo andaluz en el sector, así como facilitar el ejercicio de las funciones de control y tutela de los intereses



públicos del comercio, sin que en ningún caso suponga una carga económica y burocrática para el comerciante.

Para garantizar la participación de los grupos socioeconómicos implicados en el sector se crea el **Consejo Andaluz de Comercio**, que dará cabida a los intereses, aspiraciones y propuestas de los sectores implicados, personas consumidoras, trabajadoras y comerciantes, tanto de las PYMES como de las grandes empresas, a través de una estructura colegiada que pretende hacer efectivos los principios constitucionales de participación ciudadana, defensa de los intereses de las personas consumidoras y audiencia de sus organizaciones en la gestión de los intereses públicos que les afecten directamente.

Otra singularidad del texto refundido se centra en la **nueva regulación de los horarios comerciales**. La nueva Ley andaluza establece dos regímenes coexistentes:

a) Régimen general de horarios comerciales: que declara la libertad de los miembros del sector para establecer sus propios horarios de actividad de los establecimientos, sin perjuicio del número máximo de horas de apertura semanal (setenta y dos), y la autorización de la práctica de la actividad comercial en ocho domingos y/o festivos al año.

b) Régimen de libertad horaria: de carácter excepcional, al que podrán acogerse ciertos sectores “sensibles” a la pequeña compra dominical

(panadería, repostería, prensa, etc.), y únicamente en las zonas de mayor afluencia turística.

Esta norma aprueba también el denominado **Plan de Establecimientos Comerciales**, considerado de incidencia en la ordenación del territorio a efectos de la Ley 1/1994, de 11 de enero, de Ordenación del Territorio de Andalucía, y cuyo objeto es contribuir al emplazamiento eficiente de las grandes superficies minoristas mediante la delimitación de ámbitos aptos para su localización, teniendo carácter preferente para el planeamiento urbanístico. En relación con este instrumento, se establece el principio básico de que la planificación urbanística deberá preceder a la instalación, y en su caso, autorización de las grandes superficies minoristas, en función de los criterios establecidos en el mismo.

Por último, la Ley andaluza regula **dos modalidades de venta o prácticas comerciales específicas**:

- La venta fuera de establecimientos comerciales
- Las denominadas ventas promocionales, siendo esta última objeto de atención por parte del legislador andaluz por primera vez.

Con ocasión de esta nueva norma también se ha actualizado y armonizado la actividad de la venta ambulante, a través del Decreto legislativo 2/2012, de 20 de marzo, *por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Ambulante*, modernizando la regulación de un sector con gran raigambre en el territorio de esta Comunidad Autónoma.