

**1541** *RESOLUCIÓN de 28 de enero de 2005, de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se hacen públicos los nuevos precios máximos de venta de gas natural para uso como materia prima.*

La Orden del Ministerio de Economía de 28 de mayo de 2001 modifica el punto 1.4.1 del Anejo de la Orden de 30 de septiembre de 1999, y actualiza los parámetros del sistema de precios máximos de los suministros de gas natural para usos industriales, incluyendo una tarifa específica de gas natural para su uso como materia prima.

En desarrollo del RD 949/2001, de 3 de agosto, la Orden del Ministerio de Economía ECO/33/2004, de 15 de enero, regula las tarifas de gas natural y gases manufacturados por canalización y alquiler de contadores y en su Disposición transitoria única, dicta que la tarifa para suministros de gas natural para su utilización como materia prima, establecida en el punto 1.4.1 del Anejo I de la Orden de 30 de septiembre de 1999, con las modificaciones introducidas en la Orden de 28 de mayo de 2001, será de aplicación hasta el 31 de diciembre del año 2009.

El apartado sexto de la Orden Ministerial de 30 de septiembre de 1999 establece que la Dirección General de la Energía del Ministerio de Industria y Energía efectuará los cálculos y procederá a la publicación mensual en el BOE de los precios máximos de venta de los suministros del gas natural para uso como materia prima, que entrarán en vigor el día uno de cada mes.

En cumplimiento de la normativa anterior y de acuerdo con lo dispuesto en el apartado sexto de la Orden de 30 de Septiembre de 1999, esta Dirección General de Política Energética y Minas ha resuelto lo siguiente:

Primero.—Desde las cero horas del 1 de febrero de 2005, el precio máximo de venta, excluido impuestos, aplicable al suministro de gas natural como materia prima será de 1,1324 cents/kWh.

Segundo.—Las facturaciones de los consumos correspondientes a los suministros de gas natural por canalización medidos por contador, relativas al período que incluya la fecha de entrada en vigor de esta Resolución, o en su caso, de otras Resoluciones anteriores o posteriores relativas al mismo período de facturación, se calcularán repartiendo proporcionalmente el consumo total correspondiente al período facturado a los días anteriores y posteriores a cada una de dichas fechas, aplicando a los consumos resultantes del reparto los precios que corresponden a las distintas Resoluciones aplicables.

Madrid, 28 de enero de 2005.—El Director General, Jorge Sanz Oliva.

## COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA

**1542** *LEY 8/2004, de 23 de diciembre, de horarios comerciales.*

EL PRESIDENTE DE LA GENERALIDAD DE CATALUÑA

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de Cataluña ha aprobado y yo, en nombre del Rey y de acuerdo con lo que establece el artículo 33.2 del Estatuto de autonomía de Cataluña, promulgo la siguiente Ley 8/2004, de 23 de diciembre, de horarios comerciales.

### PREÁMBULO

Esta Ley quiere preservar el modelo comercial catalán, que se caracteriza por el equilibrio entre los diferentes formatos del comercio detallista sobre la base de una importante presencia de la pequeña y mediana empresa comercial en el tejido urbano.

El comercio urbano de proximidad ejerce una función social muy importante. Por una parte, es un elemento esencial en la configuración del territorio y la vertebración de los pueblos, las ciudades y los barrios de Cataluña, y los hace más convivenciales y seguros. Por otra, garantiza el abastecimiento de las personas que, por edad u otras circunstancias, tienen dificultades de movilidad. En este sentido, el comercio urbano constituye uno de los máximos exponentes de nuestro estilo de vida y de nuestro modelo de ciudad mediterránea.

El comercio urbano de proximidad, integrado mayoritariamente por empresas pequeñas, desempeña también una función económica importante, puesto que es un factor clave en la creación de trabajo autónomo y en la redistribución de la renta.

El Gobierno y el Parlamento de Cataluña deben ejercer las competencias que les otorga el Estatuto de autonomía en materia de comercio interior y, por tanto, deben adoptar las medidas de ordenación necesarias para garantizar el equilibrio entre los distintos formatos de comercio. De otro modo, se generaría un proceso de desertización de los centros urbanos y una sensible alteración, cuantitativa y cualitativamente, de la ocupación en el comercio.

En este contexto, la regulación de los horarios es un elemento capital de la ordenación del comercio. Por una parte, es preciso que los horarios comerciales permitan atender de modo adecuado a las necesidades de la población y que faciliten la compra en aquellos momentos del año en los que se generan picos de demanda. Por otra, deben hacer posible el equilibrio entre las grandes empresas de distribución y el conjunto de empresas pequeñas y medianas que configuran el comercio urbano de proximidad. Finalmente, han de tener muy en cuenta el derecho de los trabajadores y trabajadoras del comercio a compaginar la vida laboral con las relaciones personales y familiares.

Es preciso recordar, por último, que la Resolución del Parlamento Europeo del 12 de diciembre de 1996, sobre el trabajo dominical, pedía a los estados miembros que prestaran la debida atención a las tradiciones culturales, sociales y religiosas y también a las necesidades familiares de los ciudadanos, y que reconocieran el carácter especial del domingo como día de descanso. En este sentido, les pedía que ajustaran la normativa de apertura de los comercios a la normativa sobre tiempo de trabajo del personal trabajador asalariado en lo referente al dicho descanso dominical.

#### Artículo 1. *Horario general.*

1. Todos los establecimientos comerciales de venta al público de mercancías pueden establecer el horario de su actividad, con pleno respeto de los derechos reconocidos por la normativa vigente del sector a los trabajadores y trabajadoras, habida cuenta de las normas siguientes:

a) Los establecimientos comerciales no pueden permanecer abiertos ni realizar ninguna actividad de venta entre las 22.00 h y las 7.00 h. Los días 24 y 31 de diciembre los establecimientos comerciales deben adelantar su horario de cierre a las 20.00 h.

b) El número máximo de horas diarias en las que los establecimientos comerciales pueden permanecer abiertos es de doce.

c) El tiempo semanal de apertura de los establecimientos comerciales los días laborables es de setenta y dos horas, como máximo.

d) El número de domingos y festivos en los que los establecimientos comerciales pueden permanecer abiertos es de ocho al año en total.

e) Los establecimientos comerciales deben permanecer cerrados los días 1 de enero, 1 de mayo, 11 de septiembre y 25 de diciembre.

2. Los comerciantes, dentro de los límites establecidos en el apartado 1, pueden fijar libremente la distribución del horario general durante los días laborables de la semana, y también el horario correspondiente a los domingos y festivos de actividad autorizada.

3. La Dirección General de Comercio puede autorizar la modificación de la franja horaria establecida por la letra a del apartado 1 para los establecimientos situados en un determinado término municipal, previa solicitud motivada del ayuntamiento, que debe aportar el informe del consejo comarcal, y previa comunicación al consejo asesor en materia de comercio local, siempre que no conlleve incremento del tiempo semanal de apertura en días laborables.

#### Artículo 2. *Exclusiones del horario general.*

1. Las limitaciones a las que se refiere el artículo 1 no afectan a los siguientes casos:

a) Los establecimientos dedicados esencialmente a la venta de productos de pastelería, repostería, churrería, pan, platos preparados, prensa, flores y plantas, y las llamadas tiendas de conveniencia.

b) Los establecimientos instalados en puntos fronterizos, estaciones y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo.

c) La venta de combustibles y carburantes.

d) Los establecimientos comerciales situados en municipios turísticos, de acuerdo con lo establecido por el artículo 3.

e) Los establecimientos comerciales situados en el entorno inmediato de los mercados de venta ambulante durante el mismo horario en el que se haga el mercado. Los ayuntamientos, previa delimitación del área correspondiente, deben autorizar la apertura de estos establecimientos y la autorización acordada debe ser comunicada a la Dirección General de Comercio.

f) Las farmacias, que se rigen por la correspondiente normativa específica.

g) Los establecimientos comerciales situados en locales o recintos de afluencia turística como por ejemplo museos, monumentos y centros recreativos turísticos, y a los cuales están directamente vinculados por el producto comercializado.

h) Los establecimientos comerciales situados en establecimientos hoteleros siempre y cuando la actividad que desarrollen tenga carácter permanente y no pueda accederse a ellos directamente desde la calle. No se incluyen en este supuesto las actividades comerciales ocasionales llevadas a cabo en salas de hoteles, restaurantes y similares habilitadas a este efecto, que deben regirse de acuerdo con el artículo 1, salvo las subastas de obras de arte expresamente autorizadas por la Dirección General de Comercio.

i) Los establecimientos de venta personalizada o en régimen de autoservicio cuyos titulares son pequeñas o medianas empresas comerciales, siempre y cuando su superficie de venta no supere la establecida reglamentariamente para el formato de autoservicio, como máximo, y tengan una oferta orientada exclusivamente a productos de compra cotidiana de alimentación. La apertura de estos establecimientos en domingos y días festivos debe circunscribirse a la franja horaria comprendida entre las 7.00 h y las 15.00 h.

j) Los establecimientos de venta personalizada o en régimen de autoservicio cuyos titulares son pequeñas o medianas empresas comerciales, situados en municipios de menos de cinco mil habitantes, siempre y cuando su superficie de venta no supere la establecida reglamentariamente para el formato de autoservicio, como máximo, previa autorización del pleno municipal y la comunicación del ayuntamiento a la Dirección General de Comercio.

2. A los efectos de lo que establece la presente Ley, se entiende por tienda de conveniencia el establecimiento comercial cuya superficie de venta no supera los 500 m<sup>2</sup> y distribuye su oferta de modo similar entre todos y cada uno de los siguientes grupos de artículos: libros, periódicos y revistas; productos de alimentación; discos y vídeos; juguetes, regalos y artículos diversos. Estos establecimientos deben permanecer abiertos al público, como mínimo, dieciocho horas al día durante todo el año.

3. Los establecimientos situados en municipios turísticos, las tiendas de conveniencia y los establecimientos a los que se refiere la letra i del apartado 1 deben adelantar también su horario de cierre a las 20.00 h los días 24 y 31 de diciembre, y permanecer cerrados los días 1 de enero, 1 de mayo, 11 de septiembre y 25 de diciembre.

4. Por razones de orden público, los ayuntamientos pueden acordar la obligatoriedad de cierre en horario nocturno de establecimientos que pretendan acogerse a cualquiera de las causas de exclusión del horario general establecidas por el presente artículo, previa comunicación al consejo asesor en materia de comercio local y a la Dirección General de Comercio.

#### Artículo 3. *Determinación de los municipios turísticos.*

1. A los efectos de lo que establece la presente Ley, se entiende por municipio turístico, el municipio en el que, por afluencia estacional, la media ponderada anual de población es superior al número de residentes y en el que el número de alojamientos turísticos y segundas residencias es superior al número de viviendas de residencia primaria, o que es un lugar con gran afluencia de visitantes por motivos turísticos.

2. Para determinar los municipios turísticos exceptuados del régimen general, es necesaria la propuesta motivada del órgano competente del ayuntamiento directamente afectado, la cual debe especificar si la exclusión se pide para la totalidad del municipio o sólo para una parte de él, e indicar el periodo del año al que se circunscriba la solicitud y la franja horaria de apertura diaria solicitada, y a la que deben adjuntarse los siguientes informes:

a) Informe de la cámara de comercio del ámbito territorial afectado.

b) Informe de las asociaciones o agrupaciones de comerciantes detallistas más representativas del sector comercial en el ámbito territorial afectado.

c) Informe de las agrupaciones más representativas de personas consumidoras y usuarias, en el ámbito territorial afectado.

d) Informe de las organizaciones sindicales más representativas en el ámbito territorial afectado.

e) Informe del consejo comarcal.

3. La Dirección General de Comercio es el órgano competente para aprobar o denegar la propuesta a la que se refiere el apartado 2 y, si procede, modificarla en los términos oportunos, previo informe de la Dirección General de Turismo.

4. La propuesta a la que se refiere el apartado 2 se considera aprobada si no se ha dictado resolución expresa en el plazo de tres meses, a contar desde su presentación junto con toda la documentación preceptiva.

#### Artículo 4. *Publicidad del horario comercial.*

Los establecimientos comerciales deben exponer el horario adoptado de modo que la información sea visible al público, incluso con el establecimiento cerrado.

#### Artículo 5. *Tipificación de las infracciones.*

Las infracciones al régimen de horarios comerciales tipificadas por la presente Ley son las siguientes:

- a) La apertura del establecimiento comercial en horario no autorizado.
- b) El incumplimiento del tiempo máximo de apertura del establecimiento comercial.
- c) La apertura del establecimiento comercial en domingo o día festivo no incluido en el calendario anual.
- d) La falta de exposición del horario de apertura del establecimiento comercial de manera visible al público, incluso con el establecimiento cerrado.

#### Artículo 6. *Clasificación de las infracciones.*

Las infracciones tipificadas por la presente Ley se clasifican en leves, graves o muy graves en función de los criterios establecidos por los artículos 7, 8 y 9.

#### Artículo 7. *Infracciones leves.*

Son infracciones leves las tipificadas por el artículo 5, siempre y cuando no puedan calificarse de graves o muy graves según lo establecido por los artículos 8 y 9.

#### Artículo 8. *Infracciones graves.*

Son infracciones graves:

- a) La reincidencia en la comisión de infracciones tipificadas por las letras a, b y c del artículo 5, calificadas de leves, en un mismo periodo de dos años.
- b) Las infracciones a la presente Ley si la empresa infractora, dentro del área de influencia del establecimiento, supera la cuota del diez por ciento en un determinado sector de la actividad comercial.
- c) Las infracciones a la presente Ley si la empresa infractora hace publicidad, mediante cualquier medio de difusión, de la apertura no autorizada.

#### Artículo 9. *Infracciones muy graves.*

Son infracciones muy graves:

- a) La reincidencia en la comisión de infracciones calificadas como graves dentro de un mismo periodo de dos años, siempre y cuando no sea como consecuencia de reincidencia en la comisión de infracciones leves.
- b) Las infracciones a la presente Ley si la empresa infractora, dentro del área de influencia del establecimiento, supera la cuota del veinte por ciento en un determinado sector la actividad comercial.

#### Artículo 10. *Sanciones.*

1. Las infracciones tipificadas por la presente Ley, previa instrucción del correspondiente expediente administrativo, son sancionadas mediante la aplicación de las siguientes multas:

- a) Las infracciones leves, con una multa de hasta 60.000 euros.

- b) Las infracciones graves, con una multa de entre 60.001 euros y 300.500 euros.

- c) Las infracciones muy graves, con una multa de entre 300.501 euros y 600.000 euros.

2. Para graduar el importe de la sanción, es preciso tener en cuenta:

- a) La superficie de venta del establecimiento.
- b) La pertenencia a una gran empresa o grupo empresarial.
- c) El volumen de ventas.
- d) La cuantía del beneficio ilícito obtenido como consecuencia de la actuación infractora.
- e) El grado de intencionalidad de la infracción.
- f) El plazo de tiempo durante el cual se haya estado cometiendo la infracción.
- g) La reincidencia.

3. Si la empresa o el grupo de empresas al que pertenece el establecimiento supera el veinte por ciento de la cuota de mercado en el conjunto de Cataluña, debe aplicarse la sanción correspondiente en su grado máximo.

#### Artículo 11. *Reincidencia.*

A los efectos de lo que establece la presente Ley se considera que hay reincidencia si, al cometer una infracción, el culpable ha sido sancionado anteriormente mediante una resolución administrativa firme. No se consideran los antecedentes infractores cancelados.

#### Artículo 12. *Cancelación de antecedentes.*

1. Se consideran cancelados los antecedentes infractores cuando han transcurrido:

- a) Dos años, en las infracciones leves.
- b) Tres años, en las infracciones graves.
- c) Cinco años, en las infracciones muy graves.

2. Los plazos establecidos en el apartado anterior empiezan a contar al día siguiente del día en el que haya devenido firme la resolución sancionadora.

#### Artículo 13. *Inspección, procedimiento y órganos sancionadores.*

1. Los ayuntamientos deben ejercer las facultades de inspección e instrucción del procedimiento que prevé la presente Ley, a todos los efectos. En cuanto a la potestad sancionadora de los ayuntamientos, corresponde al órgano competente imponer sanciones hasta el límite de 60.000 euros.

2. Corresponde al departamento competente en materia de comercio la imposición de sanciones por la comisión de infracciones leves y graves.

3. Corresponde al Gobierno de la Generalidad la imposición de sanciones por la comisión de infracciones muy graves.

#### Artículo 14. *Multas coercitivas.*

Los ayuntamientos y el departamento competente en materia de comercio pueden imponer multas coercitivas hasta a un límite de 6.000 euros.

#### Disposición adicional primera. *Carácter supletorio de la Ley 1/1990.*

La Ley 1/1990, del 8 de enero, sobre la disciplina del mercado y de defensa de los consumidores y de los usuarios, es aplicable con carácter supletorio a la presente Ley en todo lo que no regula expresamente este texto.

Disposición adicional segunda. *Calendario de los domingos y festivos de actividad autorizada.*

El departamento competente en materia de comercio, previa audiencia del consejo asesor en materia de comercio de la Generalidad, debe establecer anualmente, mediante una orden, el calendario de los domingos y festivos en los que pueden permanecer abiertos los establecimientos comerciales.

Disposición adicional tercera. *Venta de productos culturales el día de San Jorge.*

La venta de productos culturales el día de San Jorge se rige por lo que establece el Decreto 118/1995, del 3 de abril, sobre la venta de productos culturales el día de San Jorge.

Disposición adicional cuarta. *Ayuntamientos que no disponen de consejo asesor en materia de comercio.*

Si los ayuntamientos no disponen de consejo asesor en materia de comercio, para las comunicaciones que prevé la presente Ley, pueden dirigirse al consejo asesor de la Generalidad en materia de comercio.

Disposición transitoria.

Los municipios que han sido considerados turísticos a efectos de horarios comerciales en virtud del procedimiento establecido por el Decreto 41/1994, del 22 de febrero, mantienen el régimen autorizado.

Disposición derogatoria.

A partir de la entrada en vigor de la presente Ley queda derogada cualquier disposición de igual o inferior rango que se le oponga.

Disposición final primera. *Desarrollo.*

Se autoriza al Gobierno y al consejero o consejera competente en materia de comercio para que dicten las normas necesarias para el desarrollo y la aplicación de la presente Ley.

Disposición final segunda. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entra en vigor el día 1 de enero de 2005.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos a los que sea de aplicación esta Ley cooperen en su cumplimiento y que los tribunales y autoridades a los que corresponda la hagan cumplir.

Palacio de la Generalidad, 23 de diciembre de 2004.

JOSEP HUGUET I BIOSCA,  
Consejero de Comercio, Turismo  
y Consumo

PASQUAL MARAGALL I MIRA,  
Presidente

(Publicada en el «Diario Oficial de la Generalidad de Cataluña» número 4289, de 28 de diciembre de 2004.)