



Localización de Grandes Superficies Comerciales

Legislación comparada. Uruguay, Argentina, Perú, España y Francia.

Autor

Verónica de la Paz Mellado
Email: vdelapaz@bcn.cl
Tel.: (56) 32 226 3907

Resumen

A solicitud del requirente se revisa legislación comparada en materia de localización de grandes superficies comerciales. Se revisa Argentina Uruguay, España, Francia y Perú Este último por solicitud expresa.

Como resultado de dicha revisión es posible señalar lo siguiente:

- a. Las definiciones legales de “grandes superficies comerciales” (o similares) se establecen en relación a la superficie del establecimiento, y varían en los siguientes rangos: en Argentina (Provincia de Buenos Aires) la superficie va entre los 500 y los 1.800 m², según la población del municipio respectivo; en Uruguay se define si superan una superficie de 300 m²; en España desde 2.500 m²; y en Francia, desde los 2.000 m².
- b. En España la exigencia legal de “segunda licencia” fue cuestionada en el año 2008, por tratarse de restricciones injustificadas a la libertad de establecimiento, según señala el artículo 43 del Tratado de la Unión Europea. Esto provocó la modificación de las leyes correspondientes. Actualmente la instalación de establecimientos comerciales solo está sujeta a un régimen de autorización comercial.
- c. En Francia, Buenos Aires, Argentina, y en Uruguay se toma en consideración, como criterio para otorgar la correspondiente autorización, la incidencia del establecimiento comercial en el comercio existente:
 - En Francia se considera el efecto potencial del proyecto sobre el sistema comercial y artesanal de la zona, y en las aglomeraciones urbanas afectadas; y particularmente sobre el equilibrio deseable entre las diferentes formas de comercio.
 - En Argentina se exige la presentación de un estudio que señale la incidencia del establecimiento proyectado sobre el comercio existente.

Nº SUP: 116814

-
- En Uruguay se deben presentar tres estudios que aborden: el mercado en el sector de actividad del solicitante en la zona afectada, otro sobre la permanencia de los comercios de venta de artículos y productos similares, y un tercero que estudie el efecto neto del emprendimiento sobre el empleo de la zona de influencia y su evolución prevista en un plazo de un año.
- d. En cuanto a las restricciones territoriales, en Argentina se prohíbe la instalación en áreas urbanas o periurbanas, estableciéndose una relación entre número de locales y población. Por último, en Francia, las solicitudes de instalación de un establecimiento comercial superior a 6.000 m², debe acompañarse de las conclusiones de una consulta pública sobre los aspectos económicos, sociales y de ordenación urbanística del proyecto.
- e. En el caso de la legislación peruana, no existe una definición expresa de gran superficie comercial, y todos los comercios están sujetos a una patente comercial de otorgamiento municipal. Particularmente, en aquellos destinados a mercados de abastos y galerías comerciales, se establece la exigencia de solicitar una licencia de manera corporativa, extendida a nombre del colectivo, y con posterioridad a la obtención de un "Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle". En los casos de establecimientos de más de 100 m² corresponderá la tramitación de un "Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Multidisciplinaria" (Revisiones de las condiciones de seguridad).

Introducción

Por sus características, centros comerciales, grandes supermercados, así como otras instalaciones comerciales de gran envergadura, han sido asimilados en la legislación comparada al concepto de "grandes superficies comerciales". Si bien no existe una definición única, la normativa hace referencia a este tipo de estructuras y a sus efectos, asociados a la localización de este tipo de equipamiento comercial en los entornos urbanos.

Este tipo de instalación comercial provoca externalidades, positivas y negativas, y en distintos ámbitos de influencia, ya sea en las ciudades o entornos en que se emplaza. Esto ha provocado que, en distintos países, se hayan establecidos exigencias específicas para su localización, cuyo objetivo ha sido abordar los efectos negativos de este tipo de instalaciones, como también la de proteger el resto del comercio minorista de la localidad.

En el caso de Chile, desde 1981, año en el cual se construyó la primera gran superficie comercial en el país, la regulación del emplazamiento de este tipo de equipamiento es normada por las disposiciones establecidas en la Ley General de Urbanismo y Construcción (LGUC), y lo establecido en los instrumentos locales de planificación territorial. La regulación nacional no contempla exigencias específicas relacionadas con el impacto de esta actividad, ni tampoco distingue los tipos de ciudades o entornos urbanos en que ellos se localizan.

Desde esta perspectiva, se revisa legislación internacional a fin de establecer las definiciones de este tipo de instalaciones y las restricciones territoriales a las que están sujetas.

Legislación comparada

Uruguay

La Ley N° 17.288 de 1999, establece las normas relativas a los establecimientos comerciales de grandes superficies destinados a la venta de artículos alimenticios y de uso doméstico. Se señalan que aquellos emprendimientos comerciales cuyos establecimientos sean de una superficie destinada a público superior a 300 m², para su instalación o ampliación, deberán solicitar a entidades denominadas "Comisiones departamentales de protección de la micro, pequeña y mediana empresa comercial y artesanal", una autorización para su funcionamiento.

La comisión señalada deberá otorgar o denegar la autorización considerando los siguientes aspectos:

- a. La oferta y demanda global para cada sector de actividad en la zona que se pretenda instalar o ampliar un establecimiento de gran superficie. Se entiende por zona, el área comprendida dentro de un radio que será determinado por el Gobierno Departamental correspondiente.
- b. El impacto previsible del proyecto sobre la permanencia de los comerciantes de venta de artículos y productos similares.

Esta comisión tendrá un plazo de 20 días hábiles para dictaminar su decisión, plazo que se computara desde el momento en que la autoridad tenga todos los antecedentes que debe presentar la empresa solicitante. Una vez verificada la decisión, esta se remitirá al intendente respectivo.

Para el cumplimiento de sus fines esta comisión dispondrá de la información y asesoramiento necesario de todas las dependencias públicas y de manera directa.

Esta comisión estará integrada por:

- a. Un representante del Poder Ejecutivo, que la presidirá.
- b. Un representante de la Intendencia Municipal del respectivo departamento.
- c. Un representante del sector privado, que será designado por la Cámara Nacional de la Alimentación y por la Confederación Empresarial del Uruguay.

- d. Un representante de los consumidores, que será designado por las asociaciones de defensa del consumidor de cada departamento que posean personería jurídica y se encuentren inscritas en el Área de Defensa del Consumidor del Ministerio de Economía y Finanzas.

El reglamento vigente de esta norma, dictado en 2006, precisa el concepto de grandes superficies comerciales señalando que " Se definen como establecimientos comerciales de grandes superficies destinados a la venta conjunta de artículos alimenticios y de uso doméstico, a los supermercados e hipermercados cuya área total destinada a la exposición y venta al público, sea de una dimensión mínima de 200m², excluyéndose los comercios de prestación de servicios" (artículo 2). Define, además, que la superficie de exposición y venta al público es aquella en donde se produce el intercambio comercial, constituida por los espacios destinados a la exposición de los artículos ofertados, ya sea mediante mostradores, estanterías, vitrinas, góndolas, cámaras o murales, los probadores, las cajas registradoras, en general, todos los espacios destinados a la permanencia y paso del público, excluyéndose expresamente las superficies destinadas a oficinas, estacionamientos, zonas de carga y descarga y depósitos no visitables por el público en general, todas las dependencias o instalaciones de acceso restringido al mismo"(artículo 6).

Precisa que la solicitud deberá ser acompañada de los siguientes estudios:

- a. Estudio de mercados del sector de la actividad del solicitante, en la zona en la que este pretenda instalarse o ampliarse.
- b. Estudio del impacto del proyecto sobre la permanencia de los comercios de venta de artículos y productos similares.
- c. Estudio del efecto neto del emprendimiento sobre el empleo de la zona de influencia y su evolución prevista en un plazo de un año.

Argentina, Provincia de Buenos Aires.

Se encuentra vigente la Ley N° 12.573, regula el régimen de instalación, ampliación, modificación, y funcionamientos de grandes superficies comerciales y otros comercios similares. Se definen como grandes superficies comerciales, todos los establecimientos de comercialización minoristas o mayoristas que realicen ventas minoristas, que ocupen una superficie de más de 500 m² destinados a la exposición y venta, en municipios de hasta 50.000 habitantes; y una superficie de hasta 900m² en municipios entre 50.000 y 300.000 habitantes; y una superficie de 1.800m² en municipios de más 300.000 habitantes.

En este mismo marco, se denomina Cadenas de Distribución, a aquellos establecimientos de venta minoristas o cadenas mayoristas que realicen ventas minoristas y que constituyan o pertenezcan a un mismo grupo económico y/o que estén conformados por un conjunto de locales de venta, situados o no en un mismo recinto comercial, que han sido proyectados conjuntamente o que estén relacionados por elementos comunes cuya utilización comparten y en los que se ejercen las respectivas actividades de forma empresarial independiente. Dichos establecimientos requerirán para su instalación de una autorización denominada factibilidad comercial.

En el caso de las grandes superficies comerciales cuya superficie sea el doble de la superficie señalada en su definición (sumando la superficie de venta y exposición, más aquellas destinadas al depósito) no

podrán instalarse en áreas urbanas o semiurbanas, debiendo hacerlo en áreas complementarias o de uso específico definidas en los correspondientes instrumentos de planificación.

La norma señala que se eximen de esta restricción aquellas superficies comerciales que no comercialicen bienes alimenticios ni de indumentaria, y que cumplan los siguientes principios:

- Al menos el 50% de los productos deben ser de fabricación nacional o producidos bajo las condiciones y normativas del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).
- Se fomenta el empleo local y el personal que preste servicios reciba beneficios de capacitación.
- El emprendimiento comercial esté ligado a un programa de Desarrollo de proveedores.
- Las operaciones de compra a los proveedores nacionales se cancelen en un plazo no mayor a 120 días.
- El cumplimiento de otros requisitos que establezca la reglamentación.

Se prohíbe expresamente a los municipios, la sanción o modificación de las ordenanzas de zonificación cuyo objetivo sea permitir la radicación, habilitación o ampliación, ni el otorgamiento de excepciones o exenciones tributarias que permitan vulnerar la norma señalada.

En el caso de las cadenas de distribución se regirán por los siguientes principios:

- a. Un local en poblaciones de hasta 150.000 habitantes.
- b. Dos locales en poblaciones de hasta 300.000 habitantes
- c. Tres locales en poblaciones de más de 300.000 habitantes.

Se exceptúan de la aplicación de esta restricción las instalaciones destinadas a mercados de frutas y verduras, las cooperativas de compras minoristas, las asociaciones de colaboración empresas (ACES) o también denominadas "Redes de Compras"¹

La autoridad, antes de aprobar la factibilidad del centro comercial, debe solicitar un análisis del impacto socioeconómico y ambiental a una Universidad Nacional radicada dentro del territorio provincial. El estudio debe incluir la valoración de las siguientes circunstancias: Localización del nuevo equipamiento comercial, relación con los consumidores y usuarios; relación con el empleo, e incidencia sobre el comercio existente.

Perú

En el caso de la legislación peruana, no fue posible acceder a una norma que hicieran mención explícita a la situación de las grandes superficies comerciales.

Como exigencia para el funcionamiento comercial se señala la obtención de una patente comercial otorgada por el municipio respectivo. Entre los aspectos evaluados para el otorgamiento del permiso en comento, se revisa la "compatibilidad de uso" que corresponde a una evaluación en que se verifica si la actividad económica a ser desarrollada es compatible con la categorización del espacio geográfico establecido por la zonificación vigente (Conjunto de normas urbanísticas que regulan el uso del suelo).

¹ Del autor: Referido a organizaciones para permitir formas colaborativas de venta y consumo de productos.

Particularmente, para los mercados de abastos y galerías comerciales, se establece la exigencia de solicitar una sola licencia de manera corporativa, extendida a nombre del colectivo, y con posterioridad a la obtención de un "Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle". En los casos de establecimientos de más de 100 m² corresponderá la tramitación de un "Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Multidisciplinaria". La vigencia de estas autorizaciones es indeterminada.

La información sobre las zonificaciones vigentes en cada sector de la ciudad deberá ser exhibida en un plano por las municipalidades, con el objeto de permitir a los interesados el acceso a la información para tramitar su solicitud.

España, Cataluña.

En España, la primera norma regulatoria de las grandes superficies comerciales fue dictada en Cataluña, en 1987, sobre equipamientos comerciales. Dicha norma establecía las directrices para el ordenamiento de la actividad comercial y regulaba las actividades comerciales cubiertas, descubiertas, en el interior o exterior de edificios, de carácter individual y colectivo.

Las principales medidas que proponía esta norma eran:

1. Permitía a los ayuntamientos la planificación de reservas de suelo para equipamiento comercial.
2. Establece la obligación de la obtención de una licencia de apertura (segunda licencia) en los casos en que se sobrepasaba cierta superficie en relación al número de habitantes del poblado.
3. El otorgamiento de la licencia de apertura estaba condicionado a la localización, la accesibilidad, las externalidades negativas, los potenciales efectos en el comercio existente, los aportes a la estructura comercial existente, entre otros aspectos.

Posteriormente, otras comunidades dictaron normas en similar sentido. En 1996, se dicta la Ley N°7 de 1996, de nivel nacional, cuyo objetivo principal era sentar la "base para la modernización de las estructuras comerciales españolas, contribuyendo a corregir los desequilibrios entre las grandes y las pequeñas empresas comerciales y, sobre todo, al mantenimiento de la libre y leal competencia"

Posteriormente, en 1997, en Cataluña se dicta una nueva norma acorde a la directriz nacional y manteniendo la obligación de solicitar una licencia comercial de instalación, condicionando su otorgamiento a la ordenación espacial del comercio, y a un análisis del equipamiento existente en el área de influencia del proyecto, así como, de las oportunidades que puede representar su apertura tanto a la libre competencia como a los impactos negativos sobre el pequeño comercio existente.

Esta legislación aseguraba la participación de los distintos estamentos (municipios, comerciantes y consumidores), tanto en el proceso de elaboración del plan de equipamientos comerciales como el proceso de análisis de las solicitudes de licencias comerciales en una Comisión de Equipamientos Comerciales. Además, creaba una tasa de tramitación de la licencia, para financiar los estudios

asociados a la autorización. Asimismo, se tipifican las posibles infracciones y sus sanciones asociadas al funcionamiento irregular.

En el año 2000, una nueva legislación, en lo medular mantenía los lineamientos de la norma de 1997, pero incorporaba nuevas exigencias respecto del sistema de distribución eficiente para asegurar a los consumidores el mejor nivel de atención, mínimo costo y mejora continua de los precios, la calidad y las condiciones de ofertar y servicios. Su objetivo central era asegurar normas de libre competencias entre los agentes en los distintos niveles: grandes, medianos y pequeños en forma equilibrada. Con lo anterior, se pretendía, por una parte la modernización del comercio urbano, en programas colaborativos que incluían el gobierno comunitario y de los ayuntamientos y, por otra, la introducción de nuevas medidas a fin de evitar concentraciones empresariales susceptibles de distorsionar la libre y leal competencia entre las pequeñas, medianas y grandes empresas.

La norma actualmente en vigencia, fue modificada en marzo de 2014, con el propósito de transponer la Directiva 2011/83/UE al derecho interno. En este orden, se ajustan las normas relacionadas con la protección de los consumidores y la consolidación del mercado común europeo. Dicho ajuste, según señala la directiva en comento “está dirigido a reforzar la seguridad jurídica, tanto de los consumidores y usuarios como de los empresarios, eliminando disparidades existentes en la legislación europea de los contratos de consumo que crean obstáculos significativos en el mercado interior”.

En lo principal, se introduce una nueva definición de establecimiento comercial, entendido este como “toda instalación inmueble de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma permanente; o toda instalación móvil de venta al por menor en la que el empresario ejerce su actividad de forma habitual”.

Bajo esta nueva concepción se elimina la exigencia de una licencia de apertura, y por tanto, el emplazamiento de este tipo de superficies queda sujeto a la regulación general urbana y ambiental vigente.

España, Andalucía

En este caso, se nombran como “Grandes Superficies Minoristas” y se definen como todo establecimiento de carácter individual o colectivo, en el que se ejerza la actividad comercial minorista y tenga una superficie útil para la exposición y venta al público superior a 2.500 m². En esta legislación, no se consideran grandes superficies minoristas de carácter colectivo los mercados municipales de abastos, las instalaciones donde se celebren las Ferias de Oportunidades, ni las agrupaciones de comerciantes establecidas en los espacios comerciales que tengan por finalidad realizar cualquier forma de gestión en común, con independencia de la forma jurídica que adopten. Salvo, que en cualquiera de los tres supuestos anteriores hubiera un establecimiento comercial individual que superase los 2.500 m² de superficie útil para la exposición y venta al público.

Este tipo de equipamiento está sometido a la obtención, previa a su instalación o ampliación, de la licencia municipal de obras. Además de los requisitos necesarios para la instalación o ampliación de cualquier establecimiento comercial, deben cumplir los siguientes requisitos:

- a. Estar emplazada en suelo calificado para permitir el emplazamiento de una gran superficie minorista por el planeamiento urbanístico.
- b. Observación de las determinaciones establecidas por el plan de movilidad urbana correspondiente.

Además de los trámites propios del procedimiento en materia de licencia municipal de obras, el Ayuntamiento debe solicitar un informe sobre el proyecto a la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía.

Aunque corresponde a las Comunidades Autónomas regular el procedimiento de autorización para la instalación de establecimientos comerciales, no se exigen “segundas licencias” o autorizaciones comerciales especiales (adicionales a la autorización de obras municipal). El artículo 6° de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM) española señala que la instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización comercial, salvo por razones imperiosas de interés general (no por razones económicas) relacionadas con la distribución comercial, como la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la ordenación del territorio y la conservación del patrimonio histórico y artístico.

Adicionalmente, para el otorgamiento de la licencia municipal de obras relativo a la instalación de una Grand Superficie Minorista se debe garantizar los siguientes requerimientos específicos:

- a) La dotación de al menos 5 plazas de aparcamientos por cada 100 m² de superficie útil para la exposición y venta al público (plazas de superficie) y al menos 3 plazas por cada 100 m² (plazas subterráneas).
- b) La recogida selectiva en origen de los residuos sólidos, orgánicos, vidrio, papel y cartón, metales y plásticos, así como tóxicos y peligrosos, para facilitar su reciclaje.
- c) Existencia de instalaciones para la utilización de aguas regeneradas y pluviales.
- d) La instalación de aguas grises o regeneradas, garantizando la imposibilidad de confundirlas con el agua potable o de contaminar su suministro. A tal efecto, ambas redes deberán ser totalmente independientes y fácilmente diferenciables por el color y la calidad de los materiales empleados en ellas.
- e) Existencia de instalaciones receptoras de energía solar para satisfacer, al menos, las necesidades energéticas relativas al agua caliente sanitaria propia del edificio.
- f) La utilización de combustibles líquidos o gaseosos, con preferencia a la energía eléctrica, para los usos de calefacción o calentamiento de agua, quedando prohibida las instalaciones para *fuel-oil*.
- g) La accesibilidad a las personas con cualquier tipo de discapacidad.

Francia

La Legislación francesa fue de las primeras en abordar el tema del emplazamiento de grandes superficies comerciales o de grandes locales de descuento. Las primeras grandes superficies se

instalaron a principios de la década de 1960. Hacia 1966 se instaló el primer hipermercado y también se comienza a manifestar la oposición del comercio tradicional frente a este tipo de establecimientos. Para 1972, Francia contaba con 209 hipermercados y 2.334 supermercados.

La primera regulación específica corresponde a la *Ley Royer*, que data de diciembre de 1973. Esta norma establece que, a contar de enero de 1974, todas las superficies comerciales de más de 1.000 m² o de 1.500 m² en comunas de más de 40.000 habitantes, deberían solicitar una licencia especial otorgada por los Comités Departamentales de Desarrollo Comercial. Estos comités estarán integrados por 9 concejales locales, 9 representantes de las asociaciones comerciales y 2 representantes de las asociaciones de consumidores. A pesar de esta norma, se mantuvo la proliferación de este tipo de comercio, con superficies en el límite de lo prohibido y mediante la asociación de varias tiendas comerciales.

Hasta principios de la década de 1990, la norma se mantuvo sin modificaciones y luego ha sufrido cuatro modificaciones. Las más importantes en 1990 (*Ley Sapin*) que establece que las superficies máximas no se aplican a una tienda sino también a un conjunto de tiendas en algunos de los siguientes casos:

- Cuando los locales minoristas se encuentran en un mismo lugar y mantienen vínculos o intereses comunes.
- Cuando fueron diseñadas como parte de un mismo conjunto.
- Cuando se benefician de las mejoras de las condiciones de accesibilidad.
- Cuando se combinan en una estructura jurídica común o de gestión conjunta.

Posteriormente, en 1993, nuevos cambios que dijeron relación con: uno, la incorporación de las condiciones de planificación del territorio; dos, el cambio de las consideraciones para el otorgamiento de la autorización; tres, nueva composición de los comités; y cuatro, establecimiento de una comisión nacional frente a la que se podía apelar por las decisiones de los comités locales. En 1996, bajo el gobierno de Chirac, se dictó una ley transitoria, que suspendió por seis meses el otorgamiento de autorizaciones de funcionamiento.

Finalmente, en el mes de Julio de 1996 se dictó una nueva ley "sobre el desarrollo del comercio y la artesanía comercial" (*Ley Raffarin*) que modificó sustancialmente lo existente, ampliando el ámbito de aplicación de la ley, a todas las superficies desde los 300 m², y desde los 2.000m², si estaban relacionadas a la venta de alimentación. También se incluyeron las instalaciones comerciales conectadas a una tienda minorista, a un complejo comercial, a hoteles, instituciones o complejos de cines desde una cierta capacidad. Lo que en la práctica provocó que la mayoría de los comercios requirieran la autorización especial.

Otras modificaciones introducidas tuvieron relación con los siguientes aspectos:

- La obligación de que las superficies sobre los 6.000 m² hicieran una consulta pública a la comunidad sobre su iniciativa.

- La nueva conformación de los Comités Departamentales de Desarrollo Comercial que se estableció con: 3 profesionales del gobierno local, 2 profesionales de la Cámara de Comercio y 1 representante de los consumidores.

En la normativa vigente, en la práctica, se eliminan las restricciones al emplazamiento de grandes superficies comerciales, dado que se considera que este tipo de restricciones de carácter económico, se contraponen a los principios de desarrollo del mercado interior que promueve la Comunidad Europea. Tales principios se relacionan con:

1. Facilitar la libertad de establecimiento y la libertad de prestación de servicios en la UE;
2. Reforzar los derechos de los destinatarios de los servicios en su calidad de usuarios de dichos servicios;
3. Fomentar la calidad de los servicios;
4. Establecer una cooperación administrativa efectiva entre los Estados miembros.

La experiencia da cuenta que estas regulaciones no limitaron el emplazamiento de superficies comerciales. Sin embargo, si bien se ha modificado la práctica en términos de limitar el emplazamiento de equipamiento de determinadas características, desde el año 2000 entró en vigencia la Ley sobre la Solidaridad y Renovación Urbana (*Loi SRU*) en donde se impulsan criterios vinculados al desarrollo sostenible, mediante la definición de zonas preferenciales para el emplazamiento de los equipamientos.

En el caso comercial se consideran aspectos como:

- La situación del transporte público,
- La capacidad de carga y descarga de mercancías

Por otra parte, la Ley sobre modernización de la economía (*Ley LME*) partiendo de la base de un principio de libre comercio, modifica los criterios para el otorgamiento de las licencias comerciales, adoptando criterios de uso de suelo, desarrollo sostenible y protección de los consumidores.

En general, la referida ley incorpora los siguientes cambios:

- Las autorizaciones se otorgan para locales entre 300 y 1.000m².
- La Comités Departamentales de equipamiento comercial, se convierten en la Comisión Departamental de Planificación Comercial, y se modifica su composición y reglamento.
- Las decisiones de la comisión se deben adoptar en base a los efectos sobre el uso del suelo, el desarrollo sostenible y la protección del consumidor.
- En términos de planificación, se debe considerar el efecto de la afluencia de público en la vida urbana, rural y de montaña; el efecto sobre la vialidad y en relación a otro tipo de proyectos, principalmente habitacionales.
- En términos de desarrollo sostenible, aquellos aspectos relacionados con la calidad ambiental del proyecto y su incorporación en las redes de transporte público.

Referencias

Uruguay

Ley N°17.288 de 1999. Uruguay. Disponible en <https://legislativo.parlamento.gub.uy/temporales/leytemp9250122.htm#art2> (Agosto 2018).

Reglamento de la Ley 17.288. Disponible en https://app.vlex.com/#ES/search/content_type:9/grandes+superficies+comerciales/ES/vid/38342376/graphical_version (Agosto 2018).

Argentina, Buenos Aires.

Ley 12.573. Disponible en <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-12573.html> (Agosto 2018)

Perú

Ley marco de licencias de funcionamiento. Disponible en <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-marco-de-licencia-de-funcionamiento-ley-n-28976-23603-2/> (Agosto 2018)

España

Primera regulación española. Disponible en http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-8202 (Agosto 2018).

Ley N° 7 de 1996 de ordenación del comercio minorista. Disponible en https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1996-1072# analisis (Agosto 2018).

Ley N°1 /20009 Cataluña. Disponible en http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1997-8882# analisis (Agosto 2018).

Directiva Europea 2011/83/EU sobre los derechos de los consumidores. Disponible en <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2011-82312> (Agosto 2018).

Diario Oficial de la Unión Europea. Recurso interpuesto el 16 de septiembre de 2008 — Comisión de las Comunidades Europeas / Reino de España (Asunto C-400/08). Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:285:0029:0030:ES:PDF> (Agosto 2018).

Francia

Loi Royer. Disponible en: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068459&dateTexte=20180806> (Agosto 2018).

Ley sobre el desarrollo del comercio y la artesanía. 1996. Disponible en <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000193678> (Agosto 2018).

Directiva de Servicios en el Mercado Interior. Unión Europea. Disponible en http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/job_creation_measures/33237_es.htm (Agosto 2018).

Ley relativa a la solidaridad y la renovación urbana. Disponible en: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000005630252> . (Agosto 2018).

Ley sobre la modernización de la economía. 2008. Disponible en: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000019283050> (Agosto 2018).

Disclaimer

Asesoría Técnica Parlamentaria, está enfocada en apoyar preferentemente el trabajo de las Comisiones Legislativas de ambas Cámaras, con especial atención al seguimiento de los proyectos de ley. Con lo cual se pretende contribuir a la certeza legislativa y a disminuir la brecha de disponibilidad de información y análisis entre Legislativo y Ejecutivo.



Creative Commons Atribución 3.0
(CC BY 3.0 CL)

Con formato: Inglés (Estados Unidos)