

ELABORADO POR:



PLA DIRECTOR SECTORIAL D'EQIPAMENTS  
COMERCIALS DE MALLORCA  
**PECMa**  
DOCUMENTO PARA LA APROBACIÓN INICIAL

---

noviembre 2017

**NORMATIVA**

## CONTENIDO

<b>TÍTULO 1. CONDICIONES GENERALES</b> .....	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO 1.1. DISPOSICIONES GENERALES</b> .....	<b>5</b>
Artículo 1. Naturaleza jurídica y ámbito de aplicación. (AP).....	5
Artículo 2. Objeto del Plan. (AP) .....	5
Artículo 3. Objetivos del Plan. (AP) .....	5
Artículo 4. Principios rectores (AP) .....	5
Artículo 5. Contenido (AP) .....	6
Artículo 6. Rango normativo. (AP) .....	6
Artículo 7. Carácter vinculante del PECMa en relación al planeamiento urbanístico. (AP).....	7
Artículo 8. Vigencia, revisión y modificación. (AP).....	7
Artículo 9. Interpretación. (AP).....	8
<b>CAPÍTULO 1.2. DEFINICIONES</b> .....	<b>8</b>
Artículo 10. Actividades consideradas y usos regulados (AP).....	8
Artículo 11. Establecimiento comercial. (AP).....	8
Artículo 12. Equipamiento Comercial. (AP) .....	8
Artículo 13. Categorías de Equipamientos Comerciales. (AP) .....	9
Artículo 14. Otras definiciones. (AP).....	10
<b>TÍTULO 2. MODELO TERRITORIAL COMERCIAL</b> .....	<b>12</b>
Artículo 15. Acciones hacia un equilibrio territorial comercial. (AP) .....	12
Artículo 16. Zonificación comercial de la isla (AP) .....	12
Artículo 17. Regulación en las zonas definidas. (AP) .....	12
Artículo 18. Área metropolitana de Palma y su entorno. (AP) .....	13
Artículo 19. Refuerzo de los Polos de equilibrio territorial.- Inca y Manacor. (AP) .....	14
Artículo 20. Actuaciones para la recualificación de las áreas comerciales en zonas turísticas. (AP).....	14
Artículo 21. Minimizar los impactos directos o indirectos sobre entornos de calidad ambiental, paisajística o patrimonial. (AP) .....	14
<b>TÍTULO 3. PLANIFICACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.</b> .....	<b>16</b>
Artículo 22. Contenidos del planeamiento urbanístico en relación con los equipamientos comerciales. (AP) .....	16
Artículo 23. Criterios de ordenación en relación con los equipamientos comerciales en el planeamiento urbanístico. (AP).....	16
Artículo 24. Determinaciones del planeamiento municipal sobre la estructura comercial propuesta. (ED) .....	17
Artículo 25. Condiciones de ordenación del comercio en el suelo urbanizable de uso mayoritario residencial. (ED).....	18
Artículo 26. Condiciones del uso comercial en áreas industriales (ED) .....	18
Artículo 27. Regulación del uso comercial en el planeamiento. (ED). .....	19
Artículo 28. Indicaciones del planeamiento. (ED).....	19
Artículo 29. Ámbitos de intervención (ED) .....	20
Artículo 30. Condiciones en las Áreas urbanas en transformación comercial. (ED) .....	20
Artículo 31. Ordenanza de integración del comercio (AP).....	21
<b>TÍTULO 4. CONDICIONES DE INTEGRACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES</b> .....	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO 4.1. CONDICIONES DE INTEGRACIÓN DEL COMERCIO</b> .....	<b>22</b>
<b>SECCIÓN 4.1.1. CONDICIONES GENERALES DE INTEGRACIÓN</b> .....	<b>22</b>
Artículo 32. Integración del comercio en las estructuras urbanas (AP).....	22
Artículo 33. Criterios de la integración en entornos urbanos consolidados. (AP) .....	22
Artículo 34. Criterios de integración en entornos periurbanos (AP) .....	22
Artículo 35. Otros aspectos a regular en relación con el espacio público. (ED) .....	23
Artículo 36. Condiciones de integración de los pequeños establecimientos comerciales. (ED).....	23
<b>SECCIÓN 4.1.2. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE TAMAÑO pequeño y MEDIO</b> .....	<b>24</b>
Artículo 37. Equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio en bajo comercial (AP) .....	24
Artículo 38. Equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio en edificio completo entre medianeras (AP).....	25
Artículo 39. Equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio en edificio completo exento (AP) .....	26

SECCIÓN 4.1.3. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE TAMAÑO GRANDE .....	27
Artículo 40. Equipamientos comerciales de tamaño grande en bajo comercial. (AP).....	27
Artículo 41. Equipamientos comerciales de tamaño grande en edificio completo entre medianeras. (AP).....	27
Artículo 42. Equipamientos comerciales de tamaño grande en edificio completo exento en tejido urbano compacto. (AP).....	27
Artículo 43. Equipamientos comerciales de tamaño grande en edificio completo exento en tejido periurbano. (AP).....	29
SECCIÓN 4.1.4. CENTRO COMERCIAL .....	31
Artículo 44. Centro comercial inserto en tejido urbano compacto. (AP) .....	31
Artículo 45. Centro comercial en tejido periurbano. (AP) .....	31
SECCIÓN 4.1.5. ÁREAS DE ACUMULACIÓN DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES .....	31
Artículo 46. Condiciones para la coordinación de varios equipamientos comerciales. (ED) .....	31
CAPÍTULO 4.2. EVALUACIÓN DE IMPACTOS Y EXTERNALIDADES.....	33
Artículo 47. Concepto de impacto y externalidad. (AP).....	33
Artículo 48. Evaluación y tipos de impacto. (AP) .....	33
Artículo 49. Consumo de energía. (AP).....	34
Artículo 50. El consumo de suelo y su permeabilidad. (AP).....	35
Artículo 51. La contaminación de aire. (EI) .....	35
Artículo 52. La contaminación acústica. (EI) .....	36
Artículo 53. La contaminación lumínica. (AP) .....	36
Artículo 54. El consumo del agua y la gestión del ciclo agua. (AP) .....	36
Artículo 55. La producción y gestión de residuos. (AP) .....	37
Artículo 56. Evaluación del impacto sobre movilidad. (AP) .....	38
Artículo 57. Impactos inaceptables y exigencia previa del cumplimiento. (AP) .....	38
Artículo 58. Herramientas para la gestión de externalidades. (AP).....	38
<b>TÍTULO 5. TRAMITACIÓN E INSTRUMENTOS PREVIOS HABILITANTES .....</b>	<b>40</b>
Artículo 59. Procedimiento de autorización de equipamientos comerciales y documentación necesaria. (AP) ..	40
Artículo 60. Autorización comercial en áreas de acumulación de equipamientos comercial. (AP) .....	42
Artículo 61. Exigencia previa de instrumento habilitante. (AP).....	42
Artículo 62. Estudio de Implantación comercial. (AP) .....	43
Artículo 63. Naturaleza y exigencia de un Plan especial de implantación de equipamiento comercial. (AP) .....	44
Artículo 64. Contenidos de un PEIC. (AP).....	44
Artículo 65. Tramitación de un PEIC. (AP).....	45
<b>TÍTULO 6. ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN.....</b>	<b>46</b>
CAPÍTULO 6.1. ÁREAS DE TRANSFORMACIÓN.....	46
SECCIÓN 6.1.1. PLAN ESPECIAL DE ADECUACIÓN AL USO COMERCIAL .....	46
Artículo 66. Naturaleza y exigencia de un Plan Especial de Adecuación. (AP).....	46
Artículo 67. Contenidos y tramitación del PEACS. (AP) .....	46
CAPÍTULO 6.2. IMPULSO DE LOS CENTROS URBANOS COMERCIALES .....	47
Artículo 68. Impulso de los centros urbanos comerciales (ED) .....	47
SECCIÓN 6.2.1. FIGURAS PARA LA GESTIÓN DEL CENTRO URBANO COMERCIAL .....	47
Artículo 69. Centro Comercial Abierto. (ED) .....	47
Artículo 70. Requisitos para su constitución. (ED).....	47
Artículo 71. Fomento de la constitución de Centros Comerciales Abiertos. (ED) .....	47
Artículo 72. Condiciones para la formalización de identidad de un centro urbano comercial. (ED) .....	48
SECCIÓN 6.2.2. PLAN ESPECIAL DE CENTRO URBANO COMERCIAL.....	48
Artículo 73. Naturaleza y exigencias. (ED) .....	48
Artículo 74. Contribuciones especiales. (ED) .....	49
Artículo 75. Iniciativa. (ED).....	49
<b>TÍTULO 7. CONDICIONES PARA EL COMERCIO EN ÁREAS TURÍSTICAS .....</b>	<b>49</b>
Artículo 76. Condiciones de dignificación del comercio en zonas turísticas. (ED).....	49
Artículo 77. Instrumentos de dignificación del comercio en zonas turísticas. (ED).....	50
<b>TÍTULO 8. REVITALIZACIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES Y LONJAS .....</b>	<b>51</b>
Artículo 78. Relación con los Centros Urbanos Comerciales. (ED) .....	51
Artículo 79. Mejora e impulso a los Mercados Municipales. (ED) .....	51

<b>DISPOSICIONES ADICIONALES .....</b>	<b>52</b>
Disposición adicional Primera.- Adaptación del planeamiento urbanístico (AP).....	52
Disposición adicional Segunda.- Régimen de establecimientos comerciales existentes (AP) .....	52
Disposición adicional tercera.- Instrucciones técnicas del PECMa .....	53
Disposición adicional cuarta.- Sistema de indicadores de sostenibilidad. ....	53
<b>DISPOSICIONES TRANSITORIAS .....</b>	<b>53</b>
Disposición transitoria primera.- Planeamiento urbanístico vigente o en tramitación (AP) .....	53
Disposición transitoria segunda.- Régimen de autorizaciones y licencias (AP) .....	53
Disposición transitoria tercera.- Establecimientos comerciales existentes (AP) .....	54
Disposición transitoria quinta.- Régimen de solares con uso comercial predominante (AP).....	55
Disposición transitoria cuarta.- Expedientes en tramitación (AP) .....	55
<b>ANEXO I: ÁMBITOS DE LA ZONIFICACIÓN (AP) .....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXO II: ESTUDIOS DE MOVILIDAD GENERADA .....</b>	<b>57</b>
Condiciones y exigencias para los estudios de movilidad. (AP) .....	57
Contenido de los estudios de movilidad generada. (ED) .....	57
<b>ANEXO III: FACTORES LIMITANTES EN EL ENTORNO DE PALMA (AP).....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXO IV: REGULACIÓN SUBSIDIARIA PARA LA INTEGRACIÓN COMERCIAL (AP) .....</b>	<b>61</b>
Ordenanza de adecuación comercial.....	61

## TÍTULO 1. CONDICIONES GENERALES

### CAPÍTULO 1.1. DISPOSICIONES GENERALES

#### Artículo 1. Naturaleza jurídica y ámbito de aplicación. (AP)

1. El Plan Director Sectorial de Equipamientos Comerciales de Mallorca (PECMa) es un instrumento de ordenación territorial formulado en desarrollo de lo previsto en la Ley de Comercio de las Illes Balears (Ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de las Illes Balears), la Ley 6/1999 de Directrices de Ordenación Territorial de las Illes Balears, Ley 14/2000, de 21 de diciembre, de Ordenación Territorial de las Illes Balears, y en el Plan Territorial Insular de Mallorca.
2. El ámbito de aplicación del Plan abarca la totalidad de la isla de Mallorca.

#### Artículo 2. Objeto del Plan. (AP)

Este plan director sectorial es un instrumento de ordenación específica que tiene por objeto la fijación de criterios y determinaciones para el establecimiento de un modelo territorial comercial en la isla de Mallorca centrado en la protección del medio ambiente, la ordenación del territorio y la protección de los consumidores. Todo ello de acuerdo con el plan territorial insular y con las referencias citadas en el apartado anterior en su respectivo ámbito territorial.

#### Artículo 3. Objetivos del Plan. (AP)

Los objetivos del Plan Director Sectorial de Equipamientos Comerciales son:

- a. Establecer la ordenación de los equipamientos comerciales y definir sus criterios de diseño y localización, de manera que se consiga un nivel adecuado de equipamiento comercial y una correcta distribución territorial de los establecimientos. La regulación debe garantizar unas condiciones adecuadas de proximidad a los ciudadanos, así como la correcta protección de los valores ambientales, la protección de los consumidores, ser coherente con las exigencias de respeto a la protección medioambiental, y acorde de la capacidad de las infraestructuras y de los recursos disponibles, al ser éstas razones de interés general.
- b. Potenciar la actividad comercial de las cabeceras comarcales de Inca y Manacor, como centros de actividad a impulsar.
- c. Revitalizar los centros urbanos con vocación comercial, en especial los de Palma, Inca y Manacor.
- d. Dignificar el comercio en las zonas turísticas.
- e. Revitalizar lonjas y mercados.

#### Artículo 4. Principios rectores (AP)

Los principios rectores que inspiran este plan, y que deberán ser referencias en su interpretación, así como servir y orientar la ordenación comercial que realicen los planeamientos urbanísticos, son los siguientes:

- a. Fomentar el bienestar de la población asegurando un nivel suficiente de equipamiento comercial capaz de garantizar con equilibrio los diversos derechos que confluyen, entre los cuales están el de la libre y leal competencia y el de la protección de los consumidores.

- b. Impulsar la gestión territorial sostenible, entendida como el equilibrio entre los recursos territoriales y ambientales disponibles y los requeridos por el desarrollo del sector comercial, junto con el resto de los usos del territorio, sin deteriorar la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras, y teniendo presente el contexto territorial singular que supone el hecho de la insularidad.
- c. Fomentar la compleción, conservación y reutilización de los tejidos urbanos existentes, priorizando en ellos la integración y mezcla de usos compatibles y la vinculación con los tejidos residenciales, ahorrando en el consumo de nuevo territorio, optimizando las infraestructuras existentes e impulsando la racionalización de la movilidad en función de la proximidad del comercio a la población.
- d. Ordenar y proteger el medio ambiente rural y urbano, el patrimonio cultural y el paisaje de acuerdo con el Convenio Europeo del Paisaje.
- e. Fomentar la máxima cohesión social, impulsando, entre otras, las políticas de igualdad de género y de accesibilidad universal.
- f. La estabilidad presupuestaria de las administraciones públicas, considerando para ello la justa asignación de los costes de compensación de las posibles externalidades generadas por la actividad comercial.

#### Artículo 5. Contenido (AP)

El presente Plan Director Sectorial de Equipamientos Comerciales de Mallorca (PECMa) está compuesto por los siguientes documentos:

- a. Memoria (EI)
- b. Normativa (AP)
  - i. Anexos
    - 1. ANEXO II: Estudios de movilidad generada. (ED)
    - 2. ANEXO III: Factores limitantes en el entorno de Palma (AP)
    - 3. ANEXO IV: Regulación subsidiaria para la integración comercial (AP)
- c. Planos normativos:
  - i. Plano de Ordenación General. (AP)
  - ii. ANEXO I: “Ámbitos de la Zonificación” (AP)
- d. Estudio ambiental estratégico.

#### Artículo 6. Rango normativo. (AP)

1. El contenido sustantivo del Plan está formado por sus determinaciones dispositivas, que se dividen en las siguientes categorías: Normas de Aplicación Plena (AP), Normas de Eficacia Directiva (ED) y Normas de Eficacia Indicativa (EI).
2. Las **Normas de Eficacia Indicativa** (EI) son aquellas determinaciones gráficas y escritas de carácter orientativo, que encuadran las futuras actuaciones de las Administraciones Pública y los particulares y que cuando no sean asumidas deberán ser objeto de expresa justificación.
3. Las **Normas de Eficacia Directiva** (ED) son aquellas determinaciones gráficas y escritas que las Administraciones Públicas y los particulares deben respetar y aplicar bien directamente, bien mediante el desarrollo más preciso y adaptado mediante un instrumento de ordenación o, en su caso, de una disposición administrativa que legalmente sea procedente. Estas determinaciones son vinculantes y prevalecen sobre el planeamiento general municipal; su

eficacia tendrán un carácter subsidiario, en tanto estas determinaciones no sean incorporadas en los instrumentos citados.

4. Las **Normas de Aplicación Plena (AP)**: son aquellas determinaciones gráficas y escritas de aplicación directa e inmediata y que las Administraciones Públicas y los particulares han de cumplir obligatoriamente de forma general y directa sin necesidad de adaptación y, por tanto, con desplazamiento de las determinaciones de los instrumentos de planeamiento urbanístico u otros instrumentos de ordenación territorial de rango inferior, que se opongan o sean contrarias a aquellas, sin perjuicio de la obligatoriedad de su adaptación al propio Plan. Esta eficacia inmediata no impedirá en su caso, el deber de adaptación de los instrumentos de ordenación jerárquicamente dependientes.
5. La categoría en la que se encuentra cada una de las determinaciones, íntegramente o en parte, se indica en el enunciado del articulado, o en la referencia a las respectivas determinaciones gráficas desarrolladas. Si dentro de un mismo artículo coexisten apartados con distinto rango, se explicará el alcance de cada apartado mediante su identificación con la correspondiente sigla (AP, ED o EI)

#### **Artículo 7. Carácter vinculante del PECMa en relación al planeamiento urbanístico. (AP)**

1. El Plan Director es vinculante para los instrumentos de planeamiento urbanístico.
2. Los instrumentos de planeamiento urbanístico deberán adaptarse al contenido de este Plan cuando se proceda a su formulación, modificación o revisión.
3. En tanto no se adapten o desarrollen los respectivos contenidos estos tendrán un alcance subsidiario o complementario frente a estos, y serán de obligado cumplimiento de acuerdo con su rango normativo descrito en el art. 6.

#### **Artículo 8. Vigencia, revisión y modificación. (AP)**

1. El Plan Director Sectorial de Equipamientos Comerciales de Mallorca (PECMa) tiene una vigencia indefinida, si bien será susceptible de revisión o de modificación, siguiendo el mismo procedimiento que para su aprobación, cuando se den las siguientes circunstancias:
  - a. Causas de revisión.—A los diez años de vigencia el Consell de Mallorca analizará la oportunidad de proceder a su revisión, que se llevará a cabo en cualquier momento, anterior o posterior, si se produce alguna de las siguientes circunstancias:
    - i. Cuando circunstancias acaecidas alteren las hipótesis del Plan en lo que se refiere a evolución de la ubicación del modelo territorial comercial, evolución demográfica, dinámica económica, problemática ambiental o mercado inmobiliario, de manera que obliguen a cambiar los criterios establecidos.
    - ii. Si deben tramitarse modificaciones concretas de las determinaciones de otros instrumentos de ordenación territorial que provoquen alteraciones que incidan en la estructura general del territorio y del modelo territorial comercial.
    - iii. Cuando el desarrollo del PECMa comporte la necesidad o la conveniencia de ampliar sus objetivos mediante posteriores desarrollos del mismo modelo de ordenación comercial no previstos inicialmente.

- iv. Cuando la aprobación de alguna normativa estatal o de la Unión Europea establezca determinaciones de aplicación para el territorio de las Illes Balears que impliquen una transformación del modelo territorial.
  - v. Cuando otras circunstancias acaecidas de análoga naturaleza o importancia semejante lo justifiquen, porque afecten a criterios determinantes del modelo territorial insular y así lo acuerde el Consell de Mallorca.
- b. Causas de modificación.–Se entenderá por modificación del PECMa toda alteración o adición de sus determinaciones o criterios que no constituya causa de revisión conforme con lo que se dispone en el punto anterior y, en general, las que se puedan aprobar, en su caso sin afectar, más que de manera puntual y aislada, al modelo territorial comercial de Mallorca.

### Artículo 9. Interpretación. (AP)

1. Los documentos del presente Plan integran una unidad instrumental de carácter sistemático, cuyas determinaciones deberán interpretarse partiendo del sentido de las palabras y de la planimetría, en orden al mejor cumplimiento de los objetivos y criterios expresados en su Normativa y Memoria, y atendida la realidad social del momento en que se apliquen.
2. Debe ser leído e interpretado conforme a los principios rectores de este Plan descritos en el artículo 4.
3. Como criterio general, prevalecerá la interpretación más favorable a los intereses generales, a la más adecuada conservación del patrimonio protegido, a la preservación del paisaje con valores naturales y culturales, a la mayor calidad ambiental del medio natural y urbano y al sostenimiento de los recursos naturales.
4. En caso de duda de interpretación se atenderá al siguiente orden de prevalencia: Normativa, Planos y Memoria; asimismo se aplicarán los criterios de defensa del interés general sobre el particular, y del mayor nivel de detalle sobre el menor con escala menos precisa.

## CAPÍTULO 1.2. DEFINICIONES

### Artículo 10. Actividades consideradas y usos regulados (AP)

A los efectos de este Plan Director Sectorial, tienen la condición de actividades comerciales tanto las desarrolladas al por mayor como al por menor de acuerdo con los artículos 2, 3 y 4 de la Ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de las Illes Balears. Asimismo se considera el uso comercial regulado de forma acorde a lo establecido en la LOUS como uno de los usos detallados dentro del grupo de uso terciario.

### Artículo 11. Establecimiento comercial. (AP)

A los efectos de este Plan Director Sectorial tienen la consideración de establecimientos comerciales los locales y las instalaciones tal y como quedan definidas en el artículo 11 de la Ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de las Illes Balears.

### Artículo 12. Equipamiento Comercial. (AP)

1. Se define como Equipamiento Comercial al área funcional al servicio de la población, en la que la actividad comercial tiene un carácter dominante o caracterizadora y que es entendida

como un servicio destinado fundamentalmente a promover el suministro de bienes a la ciudadanía.

2. Puede abarcar uno o varios establecimientos comerciales, en uno o varios edificios.
3. En todo caso se consideran como equipamiento comercial a los establecimientos comerciales de más de 700 m<sup>2</sup> de superficie comercial, y también aquellos de más de 400 m<sup>2</sup> en las zonas consideradas como de Nivel 5 en la zonificación de la isla.
4. La denominación equipamiento comercial se ciñe a lo desarrollado en este Plan y no se corresponde ni debe ser interpretada con el concepto de equipamiento y su consideración a efectos de su cómputo como reserva obligatoria establecida en la LOUS, ni en el artículo 60 del Reglamento que la desarrolla.

### Artículo 13. Categorías de Equipamientos Comerciales. (AP)

1. A los efectos de la regulación de este Plan Director Sectorial se establecen las siguientes categorías de equipamientos comerciales:
  - a. **Equipamiento comercial de tamaño pequeño (EC Tp):** Establecimiento individual comercial de superficie comercial de 400 a 700 m<sup>2</sup>, exclusivamente en las zonas de nivel 5.
  - b. **Equipamiento comercial de tamaño medio (EC Tm):** Establecimiento comercial individual de superficie comercial de 700 a 2.500 m<sup>2</sup>.
  - c. **Equipamiento comercial de tamaño grande (EC Tg):** Establecimiento comercial individual con superficie comercial mayor de 2.500 m<sup>2</sup>.
  - d. **Centro Comercial (EC CC):** Conjunto de establecimientos comerciales situados en uno o varios edificios comunicados entre sí por zonas comunes, abiertas o cerradas, con una superficie conjunta comercial mayor de 1.500 m<sup>2</sup>.
  - e. **Mercado Municipal (EC MM):** Equipamiento conformado por varios establecimientos comerciales destinados preferentemente a la venta de productos frescos. Su titularidad es municipal bajo diferentes formas de gestión y su funcionamiento está regulado por reglamentos municipales.
2. Asimismo este Plan establece condiciones para otras situaciones en las que la acumulación de establecimientos comerciales tiene características y repercusiones significativas, y que son las siguientes:
  - a. **Centro urbano comercial (AA Cu):** Es un ámbito urbano donde existe una acumulación representativa de establecimientos comerciales en un área urbana, delimitada con el objeto de desarrollar una estrategia conjunta de mejora (funcional, ambiental, etc.) del entorno, especialmente a través de acciones de cualificación del espacio público, de promoción, gestión de servicios y dinamización.
  - b. **Áreas de acumulación de equipamientos comerciales (AA Ec):** Ámbito urbano, de uso global distinto al residencial o turístico, en el que se encuentra implantada o puede llegar a implantarse una acumulación de equipamientos comerciales. Se distinguen dos situaciones:

**Área de acumulación planificada:** Área urbana planificada con uso predominante comercial en la que en cualquier tramo de 250 m de vial puedan implantarse uno o varios equipamientos comerciales cuyo sumatorio de superficie edificada de uso comercial alcance los 5000 m<sup>2</sup>.

- i. **Área de acumulación informal:** Área urbana planificada con uso predominante distinto del comercial en la en el vial al que de frente el solar donde pretenda implantarse un equipamiento comercial, en un tramo de 100 m a lado y lado de los límites de dicho solar, estén implantados o en tramitación otros equipamientos comerciales cuyo sumatorio de superficie comercial conjuntamente con el propuesto alcance los 5000 m<sup>2</sup>. Para su delimitación no se tomarán en consideración los establecimientos de usos comerciales especiales.

#### Artículo 14. Otras definiciones. (AP)

##### 1. Superficie útil de exposición y venta.

Se entiende por superficie útil de exposición y venta la establecida en los artículos 11.4 y 11.5 de la Ley 11/2014, de 15 de octubre, de comercio de las Illes Balears.

##### 2. Superficie comercial.

Se entiende por superficie comercial de un establecimiento comercial, la suma de:

- a. Las áreas o locales donde se exponen los productos a los que pueda acceder el cliente.
- b. Los escaparates y espacios internos destinados al tránsito de las personas y a la presentación o dispensación de los productos.
- c. Los espacios destinados a usos de ocio y servicios.

No se consideraran como tal:

- a. En los establecimientos comerciales de carácter colectivo se excluyen los espacios de libre circulación comunes al público en general, externos a los establecimientos comerciales, y excluyendo los espacios que tengan alguna actividad comercial.
- b. Los espacios destinados a aparcamientos siempre que no se desarrollen actividades comerciales en ellos.
- c. Los espacios de almacenaje.
- d. Los espacios destinados a aseos de uso público.
- e. Las superficies de las zonas destinadas a carga, descarga y almacén, siempre que no sean accesibles al público.

##### 3. Uso comercial pleno.

Se considera que tiene uso comercial pleno la regulación urbanística de uso que considera el uso secundario comercial como uso predominante o mayoritario en el ámbito de aplicación. Por lo tanto en los casos en los que el uso comercial esté asignado en el planeamiento urbanístico como compatible, este no podrá superar el 50% de la edificabilidad materializable sobre la parcela.

##### 4. Equipamiento comercial no previsto.

Se considera como tal aquel equipamiento comercial de superficie comercial mayor de 2.500 m<sup>2</sup>, no previsto de forma explícita por el planeamiento, sino que se ha tramitado mediante la orientación del uso comercial compatible permitido por el planeamiento en el uso mayoritario o único de la parcela.

##### 5. Área urbana en Transformación Comercial.

Se considera como tal, un área no residencial, que esté asumiendo una especialización comercial no prevista en su ordenación urbanística, al no ser el uso predominante el comercial, pero su efectiva ejecución como uso compatible es significativa.

#### **6. Implantación**

Se entiende por implantación comercial la apertura o ampliación de un establecimiento comercial que disponga o adquiera la condición de equipamiento comercial según se define en este Plan.

#### **7. Tejido urbano compacto**

Se entiende por tejido urbano compacto los ámbitos urbanos constituidos por los centros históricos y sus ensanches, donde el uso residencial es predominante y donde la actividad comercial se encuentra integrada con el uso residencial, preferentemente en bajos comerciales.

#### **8. Tejido periurbano**

Se entiende por tejido periurbano los ámbitos urbanos de borde de los tejidos urbanos tradicionales, articulados en torno a las grandes infraestructuras viarias u otros elementos que actúan como barreras físicas, y en los que el uso predominante es diferente del residencial, o bien residencial de baja densidad, inferior a 40 viviendas por hectárea.

#### **9. Usos comerciales especiales.**

Se considera como usos comerciales especiales: los destinados a la exposición y venta de manera exclusiva de automóviles y vehículos de motor, de maquinaria, de equipo industrial, de embarcaciones, de aeronaves, de muebles de todo tipo, de material de construcción y de elementos propios de cocina y baño, centros de jardinería, así como los establecimientos destinados a ventas al por mayor.

## TÍTULO 2. MODELO TERRITORIAL COMERCIAL

### Artículo 15. Acciones hacia un equilibrio territorial comercial. (AP)

De acuerdo con los objetivos de un instrumento de ordenación del territorio, y desde una perspectiva sectorial, este Plan ha identificado los siguientes criterios para un equilibrio territorial:

- a. Establecer una zonificación global y estructurada para los equipamientos comerciales.
- b. Contener el desarrollo del nodo de Palma.
- c. Reforzar el papel de las ciudades intermedias, que son nodos como Inca y Manacor.
- d. Actuar para la recualificación de las áreas comerciales en zonas turísticas.
- e. Establecer mecanismos para la cualificación de los centros urbanos comerciales, los mercados y las lonjas.
- f. Evitar impactos directos o indirectos sobre entornos de calidad ambiental o paisajística.

### Artículo 16. Zonificación comercial de la isla (AP)

1. Con objeto de poder desarrollar la estrategia territorial se establece una zonificación global para la isla, estructurada en dos situaciones:
  - a. Suelo no apto. De acuerdo con la legislación vigente, solamente se permiten equipamientos comerciales en suelo urbano que tenga la condición de solar, por lo tanto se considera como zona no apta el suelo rústico sea cual fuere su categoría o motivación.
  - b. Se admiten equipamientos comerciales en suelo urbano con una serie de condiciones, establecidas en función del tamaño de la población y su papel en el modelo territorial y comercial insular, estructuradas en los siguientes niveles:
    - i. Nivel 1. Que incluye el área de mayor actividad de la isla en la que se concentra una parte significativa de la población, así como los servicios administrativos, comerciales, y dotacionales principales, y que dispone de la mayor accesibilidad territorial.
    - ii. Nivel 2. Que incluye las poblaciones con una fuerte relevancia territorial en la estructura insular, y consideradas como nodos de desarrollo preferente.
    - iii. Nivel 3. Que incluye ámbitos con relevancia territorial, que asumen un papel significativo como prestadores de servicios, en la estructura comercial y de accesibilidad subcomarcal.
    - iv. Nivel 4. Que incluye los ámbitos que asumen un papel de prestadores de servicios sobre su entorno inmediato.
    - v. Nivel 5. Suelos aptos no incluidos en los ámbitos anteriores.
2. Esta zonificación se grafía en el Plano de Ordenación General y con mayor precisión en el Anexo I “Zonificación pormenorizada”

### Artículo 17. Regulación en las zonas definidas. (AP)

1. Para cada uno de los niveles establecidos en el artículo anterior se establecen los siguientes límites de superficie comercial máxima de autorización para cada equipamiento comercial:

- a. En el ámbito incluido en el Nivel 1.  
No hay una restricción genérica máxima de las características del equipamiento comercial, sino que éste vendrá condicionado en función del resultado de la evaluación de cada propuesta, de sus características y de su ubicación. Estos factores serán evaluados de acuerdo con las herramientas de control y de forma acorde con las capacidades de acogida que tengan las potenciales ubicaciones propuestas. Se tendrá especial atención en evitar impactos sobre los sistemas de movilidad acordes con el ANEXO III: Factores limitantes en el entorno de Palma.
  - b. EL Nivel 2 se establece sobre los nodos territoriales de interés, con las siguientes condiciones:
    - i. Inca (N2a). En base a su inserción sobre el eje principal de la isla y a la alta disponibilidad de transporte público y a su potencial papel de equilibrio territorial y potencial articulador con el área de la costa norte de la isla, se establece un límite máximo de Equipamiento comercial de 30.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
    - ii. Manacor (N2b). En base a su papel como articulador y nodo de equilibrio territorial se establece el límite máximo de Equipamiento comercial de 20.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - c. En los núcleos señalados como de Nivel 3 se establece un límite máximo de equipamiento comercial de 5.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - d. En los núcleos señalados como de Nivel 4 se establece un límite máximo de Equipamiento comercial de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - e. En los núcleos señalados como de Nivel 5 se establece un límite máximo de Equipamiento comercial de 700 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
2. No obstante, las actividades comerciales mayoristas y los usos comerciales especiales podrán ubicarse en las zonas de nivel 3, 4 y 5 sin estar sujetos a las limitaciones descritas.

#### Artículo 18. Área metropolitana de Palma y su entorno. (AP)

1. El área metropolitana definida por la capital y su entorno, asume una acumulación de funciones insulares: su doble capitalidad y otras esenciales en la isla, como seguridad, suministros, u otras nodales para la economía, como el transporte de viajeros. Estas características territoriales generan algunos problemas de eficiencia territorial.
2. El desarrollo de nuevos equipamientos comerciales que puedan suponer un impacto de sobrecarga del sistema viario principal del área, y puedan incidir negativamente en su eficiencia y seguridad, deberán de ser estudiados en función de las alternativas del sistema de movilidad y de las capacidades del sistema viario existente en cada momento.
3. Se considera que generan una sobrecarga, que debe ser evaluada con especial atención, aquellos equipamientos comerciales que por sus características y dimensiones estén proyectados para atender a la población global de la isla, y por lo tanto, que vayan a incrementar sensiblemente el uso de la red viaria u otros sistemas de movilidad, entendiendo como tales, los equipamientos comerciales de más de 20.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial.

### Artículo 19. Refuerzo de los Polos de equilibrio territorial.- Inca y Manacor. (AP)

Para un mejor equilibrio territorial se establece que las ciudades de Inca y Manacor son áreas de actuación preferentes, ya que tienen una capacidad de ubicación de equipamientos comerciales más intensa y establecer una relación más próxima con otros ámbitos funcionales de la isla, orientada hacia un mayor equilibrio territorial.

### Artículo 20. Actuaciones para la recualificación de las áreas comerciales en zonas turísticas. (AP)

1. Se establece como objetivo la necesidad de cualificar y dignificar la actividad comercial en zonas turísticas.
2. Los instrumentos y actuaciones que prevé este Plan están dirigidos a:
  - a. Establecer una regulación de la publicidad, la ordenación de la ocupación del espacio público y evitar su distorsión.
  - b. Paliar los efectos de la estacionalidad de la oferta comercial en los entornos urbanos turísticos. Esta estacionalidad provoca un entorno descuidado de percepción negativa y menor servicio al residente permanente.
3. Para ello se establecen en el Artículo 76 las medidas adecuadas de integración en el entorno y de integración y cualificación en su relación con el espacio público.

### Artículo 21. Minimizar los impactos directos o indirectos sobre entornos de calidad ambiental, paisajística o patrimonial. (AP)

1. Con objeto de minimizar los potenciales impactos que los equipamientos comerciales puedan causar de forma indirecta en los ámbitos de suelo urbano o urbanizable **próximos a espacios protegidos o de valor ambiental reconocido**, se establece un control suplementario y una evaluación específica de las condiciones que deben respetar en su diseño e implantación.
2. Con objeto de mejorar la integración y adecuación de la actividad comercial en los **ámbitos con valor patrimonial**, y de acuerdo con la correcta protección de los bienes y mantenimiento de sus características, este Plan establece unas condiciones de integración y de evaluación de su impacto sobre ellos. Se consideran como ámbitos con valor patrimonial: los diferentes tipos de bienes de interés cultural, los bienes catalogados, los conjuntos históricos, sus respectivos entornos, así como otros elementos o espacios declarados de valor patrimonial de cualquier tipo. No obstante se cumplirán las condiciones previas y permisos que establezcan las administraciones con responsabilidad sobre su tutela.
3. Se debe realizar un **informe de impacto e integración paisajística** en las implantaciones en lugares sensibles, entendidos como tales las zonas de borde urbano, y aquellas que se puedan considerar en los instrumentos de análisis y protección de paisaje. Se trata de un documento técnico destinado a considerar las consecuencias que tiene sobre el paisaje la ejecución de la actuación propuesta. En defecto de desarrollo reglamentario sobre sus contenidos, se tendrá en cuenta los establecidos en la legislación de tramitación ambiental. En todo caso, este documento debe analizar los potenciales impactos negativos sobre el paisaje, debe evaluar la ubicación, las dimensiones y características formales de los establecimientos comerciales, y evitar las posiciones de alta visibilidad, o de transformación de paisajes con fragilidad.

4. En cualquier caso, se considera que pueden tener un impacto significativo territorial y, por lo tanto, deben ser evaluados con especial atención, las implantaciones con una o varias de las siguientes situaciones:
  - a. Los situados en las franjas de afección de los espacios con valor ambiental definidas en el Plano de afecciones.
  - b. Los situados en ámbitos de valor patrimonial reconocido (conjuntos históricos, BIC o sus entornos declarados y bienes catalogados).
  - c. Los situados en parcela colindante con suelo rústico, en ámbitos paisajísticos que se consideren como frágiles en los instrumento de ordenación del territorio o de protección de paisaje existentes o que se puedan aprobar.

## TÍTULO 3. PLANIFICACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.

### Artículo 22. Contenidos del planeamiento urbanístico en relación con los equipamientos comerciales. (AP)

1. Los instrumentos de planeamiento urbanístico deberán ser coherentes con lo dispuesto en este Plan sectorial en lo relativo a la regulación del equipamiento comercial.
2. Los aspectos que, de acuerdo con lo prescrito en este Plan, deben ser abordados en el planeamiento general en relación con la planificación de la actividad comercial, son los siguientes:
  - a. La planificación de la estructura comercial propuesta.
  - b. Disponer de una regulación específica del uso comercial que incluya el grado de compatibilidad entre el uso comercial y otros usos (en concreto con el uso industrial o turístico).
  - c. Identificación de aquellos ámbitos en los que se propongan intervenciones de orientación comercial:
    - i. Centro urbano comercial.
    - ii. Áreas de recualificación comercial turística.
    - iii. Áreas urbanas en transformación comercial.
3. Contener el desarrollo normativo (subsidiario y complementario) de la regulación relativa a la integración de los establecimientos comerciales (ordenanzas comerciales).

### Artículo 23. Criterios de ordenación en relación con los equipamientos comerciales en el planeamiento urbanístico. (AP)

1. La regulación del uso comercial en el planeamiento urbanístico, atenderá a la consideración de la actividad comercial como una dotación necesaria para el abastecimiento de la población. Por ello cumplirá los siguientes **principios**:
  - a. Orientación hacia la sostenibilidad urbana y territorial.
  - b. Garantizar y facilitar la relación de proximidad y accesibilidad de la población residente.
  - c. Incentivar el uso comercial integrado en el espacio público.
2. Respecto a la planificación de los equipamientos comerciales, se deberá cumplir los siguientes **criterios**:
  - a. Definir los lugares más adecuados para el desarrollo de la actividad comercial, atendiendo exclusivamente a aquellos en los que genere el menor impacto sobre el paisaje, sobre la generación de necesidades suplementarias de movilidad y el menor deterioro de las condiciones ambientales. Para ello se priorizará su integración en las áreas residenciales.
  - b. Ordenar las características de los mismos de forma que sus impactos sean mínimos.
  - c. Exigir las medidas y condiciones de ordenación y diseño.
  - d. Facilitar el desarrollo de usos comerciales en trama consolidadas, priorizándolo sobre el desarrollo de nuevo suelo comercial periurbano o suburbano, de modo que no se favorezcan procesos de extensión de discontinua u ocupaciones dispersas del suelo. Priorizar la ocupación de espacios urbanos vacantes a través de operaciones de

rehabilitación, reutilización y recuperación de espacios intersticiales, degradados, infrautilizados u obsoletos.

- e. Potenciar la mezcla y diversidad de usos, procurando evitar ámbitos monofuncionales.
  - f. Regular el uso comercial en zonas de uso industrial orientado como uso complementario de la actividad productiva o de servicio para el ámbito.
  - g. Consideración de criterios paisajísticos, priorizando su ubicación en zonas de menor exposición visual, y en especial, fuera de los principales accesos a los núcleos urbanos, respetando franjas de afección visual y dotándolas de un adecuado tratamiento paisajístico.
  - h. Incorporar criterios de urbanización sostenible y diseños arquitectónicos de calidad, con especial incidencia en los frentes visibles desde las carreteras.
  - i. Propiciar una dotación comercial equilibrada en todos los barrios, de tal forma que no se generen zonas desabastecidas, especialmente para la compra de bienes de consumo cotidiano, o fenómenos de exclusión funcional o de acceso no igualitario a la oferta comercial, especialmente cuando afecta a la población de mayor edad.
3. Los principios y criterios establecidos en el punto anterior deberán ser incorporados de manera justificada al planeamiento urbano en los nuevos instrumentos generales y de desarrollo.

#### **Artículo 24. Determinaciones del planeamiento municipal sobre la estructura comercial propuesta. (ED)**

1. El planeamiento urbanístico utilizará las definiciones y conceptos establecidos en este PECMa.
2. El planeamiento urbanístico municipal deberá identificar el sistema comercial existente y propuesto, conformado por:
  - a. Los Equipamientos Comerciales de tamaño grande (EC Tg)
  - b. Los Centros Comerciales (EC CC)
  - c. Los Mercados Municipales (EC MM)
  - d. Los ámbitos o parcelas con calificación comercial de uso pleno capaces de albergar usos comerciales mayores de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - e. Aquellas instalaciones de titularidad pública o privada que por sus características e impacto sobre la actividad comercial se puedan considerar como tales.
3. En el caso de que el planeamiento proponga equipamientos comerciales de más de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie comercial, deberá desarrollar, para cada una de las previsiones potenciales, la documentación y estudios que garanticen una correcta evaluación de los impactos que pudiera generar, y como mínimo la documentación que justifique los siguientes aspectos:
  - a. Disponibilidad de redes de energía, con dimensiones suficientes para el consumo esperado.
  - b. Disponibilidad de punto de suministro de agua, con caudal suficiente para la demanda estimada.
  - c. Disponibilidad de punto de vertido integrado en un sistema de tratamiento y depuración, con capacidad suficiente para el servicio estimado.
  - d. Evaluación de la movilidad generada e integración en los diferentes sistemas de movilidad.
  - e. El ámbito previsible de afección de la implantación.

4. Si el planeamiento propusiera de forma directa, o indirecta a partir de la aplicación de sus variables, la posibilidad de desarrollar un equipamiento comercial de más de 2.500 m<sup>2</sup> sin haber desarrollado de forma explícita los estudios del punto anterior, la licencia estará sujeta a la elaboración y tramitación previa de un **Estudio de Implantación comercial**. (EIC)

#### **Artículo 25. Condiciones de ordenación del comercio en el suelo urbanizable de uso mayoritario residencial. (ED)**

1. La ordenación urbanística de los planes parciales de uso residencial (u otros instrumentos de ordenación urbanística de desarrollo que propongan una ordenación detallada) debe garantizar el principio de proximidad e integración del comercio con las áreas residenciales.
2. Para garantizarlo se establecen las siguientes condiciones en los sectores residenciales:
  - a. Todo Plan Parcial de uso global residencial, deberá asignar una edificabilidad de uso comercial mínima correspondiente al 5% del total ejecutable en el sector.
  - b. De forma complementaria y en función de las dimensiones de los sectores y de su inserción en la estructura urbana se podrán señalar otras indicaciones vinculantes relativas a la ubicación y disposición del comercio.
  - c. Deberá localizar esa superficie comercial en una ubicación significativa del espacio público e integrada en el sistema de recorridos públicos.
  - d. Se deberá prever el uso comercial coherentemente integrado con el uso residencial, preferentemente en las plantas bajas compartiendo edificio, donde deberá ubicar al menos el 50% de esa edificabilidad de uso comercial prevista.
3. En el caso de tramitación de planeamiento de desarrollo que pretenda asignar o permitir destinar a uso comercial más del 30% de su edificabilidad, se exigirá un procedimiento de evaluación comercial mediante la inserción de toda la documentación establecida para un Plan Especial de Adecuación Comercial (PEAC).

#### **Artículo 26. Condiciones del uso comercial en áreas industriales (ED)**

1. En los suelos con uso industrial predominante y uso comercial compatible, se podrán autorizar únicamente:
  - a. Los usos comerciales ligados a la actividad productiva, con un máximo del 30% de la superficie edificable de la parcela en que se ubican.
  - b. Usos comerciales especiales sin más limitación de superficie que las derivadas del planeamiento urbanístico.
  - c. Establecimientos comerciales destinados exclusivamente al comercio mayorista, sin más limitación de superficie que las derivadas del planeamiento urbanístico.
  - d. Usos comerciales para el servicio al ámbito industrial que, en cualquier caso, no podrán suponer más de un 5% de la edificabilidad total del sector, ubicados en parcelas con uso comercial pleno.
2. En los casos en los que se pretenda la autorización de otro tipo de equipamientos comerciales será necesario la tramitación previa de un Plan Especial de Adecuación Comercial que estudie y evalúe sus impactos y desarrolle las medidas de ordenación necesarias.
3. En cualquier en los casos en los que existiera la posibilidad de implantación de equipamientos comerciales minoristas en áreas industriales, deberá exigirles las medidas de posición

(aisladas o en el borde) y las distancias necesarias para evitar riesgos a las personas que se pudieran derivar de instalaciones industriales existentes o autorizables en un ámbito próximo.

### Artículo 27. Regulación del uso comercial en el planeamiento. (ED).

El planeamiento municipal, el planeamiento de desarrollo y las modificaciones de ambos, incluirán el **uso comercial pleno** a nivel de parcela entres sus usos secundarios y sus ámbitos de aplicación.

### Artículo 28. Indicaciones del planeamiento. (ED)

1. **Consideraciones generales.**- Los instrumentos de planeamiento urbanístico determinarán el suelo de uso comercial destinado a los equipamientos comerciales citados en el artículo 25.2 teniendo en cuenta los siguientes criterios:
  - a. Emplazamiento en suelo urbano consolidado.
  - b. Sinergias con la rehabilitación de espacios comerciales y de áreas, instalaciones y edificios urbanos.
  - c. Potenciación de la centralidad urbana.
  - d. Contribución a la definición del perímetro de la trama urbana.
  - e. Integración y conexión con el suelo residencial.
  - f. Contribución al mantenimiento de los espacios comerciales presentes en la ciudad, identificando itinerarios y ejes comerciales, garantizando su accesibilidad, potenciando su concentración y delimitando zonas de actuación específica para su mejora.
  - g. Integración en el tejido comercial urbano, especialmente en los espacios comerciales existentes.
  - h. Ordenación de la movilidad urbana, priorizando el acceso peatonal, el transporte no motorizado y el transporte público.
  - i. Preservación del paisaje urbano y de sus valores naturales, históricos y artísticos.
2. **Consideración como centros urbanos comerciales.**- Las áreas urbanas con cierta acumulación y densidad de establecimientos comerciales y que asuman un papel comercial significativo, tendrán la consideración como centros urbanos comerciales. El Planeamiento municipal podrá establecer condiciones complementarias a las del punto anterior, para su consideración como centro urbano comercial, en función de las características de las poblaciones (tamaño de la población, distribución concentrada del comercio, áreas urbanas históricas y de valor patrimonial, etc.).
3. **Necesidad de estrategia comercial.**- Los instrumentos de planeamiento urbanístico, cuando permitan la implantación de uno o más equipamientos comerciales citados en el artículo 25.2, deberán contener entre sus determinaciones una estrategia relativa a la estructura comercial, que incluirá:
  - a. Información de la estructura comercial existente en su ámbito, de acuerdo con lo desarrollados en su artículo 24.
  - b. La definición del modelo comercial propuesto y su justificación bajo los criterios y principios definidos en el este Plan Director.

4. **Regular las potenciales transformaciones de uso.**- El planeamiento urbanístico deberá establecer en suelo urbano, la regulación y condiciones necesarias, incluso en el proceso de solicitud de autorización, para evitar transformaciones que alteren la identificación de uso mayoritario en los ámbitos que establezca. Esas limitaciones se regulan en el artículo siguiente.

#### Artículo 29. Ámbitos de intervención (ED)

1. El planeamiento urbanístico podrá establecer ámbitos en los que se propongan las siguientes intervenciones de orientación comercial:
  - a. Centro urbano comercial. Orientada al refuerzo del comercio existente.
  - b. Áreas de recualificación turística. Orientada a un tratamiento de calidad de la oferta comercial en áreas turísticas.
  - c. Áreas urbanas en transformación comercial. En el caso en el que se pretenda reforzar el papel comercial de zonas ya reguladas que no lo hubieran previsto.
2. Para ello podrán delimitar los siguientes ámbitos:
  - a. Definición de un Centro urbano comercial, con la delimitación de un Plan especial de centro urbano comercial (**PECUC**): su ámbito y los criterios para su desarrollo, orientado al refuerzo del comercio existente.
  - b. Definición de Área/s de recualificación comercial turística, con la delimitación un ámbito y desarrollo de los criterios necesarios para la mejora de calidad de la oferta comercial en áreas turísticas.
  - c. Definición de Áreas urbanas en transformación comercial con la delimitación de un Plan especial de adecuación de uso comercial (**PEAC**): su ámbito y los criterios para su desarrollo, en el caso en el que se pretenda reforzar el papel comercial de zonas ya reguladas que no lo hubieran previsto.

#### Artículo 30. Condiciones en las Áreas urbanas en transformación comercial. (ED)

1. En el caso de áreas de suelo urbano de uso global industrial o terciario y que sean consideradas como **Área urbana en Transformación Comercial**, el planeamiento urbanístico general deberá establecer las medidas, condiciones y determinaciones adecuadas que permitan:
  - a. Ofrecer un espacio público de calidad, y en condiciones de accesibilidad peatonal y disponibilidad de transporte público.
  - b. Dimensionar y ejecutar unos viarios con la capacidad necesaria acorde con las demandas generadas.
  - c. Evitar la acumulación de otros equipamientos comerciales que pudiera acentuar los aspectos negativos. Para lo cual se estudiará preferentemente el ámbito total o aquellas zonas de acumulación de acuerdo con los criterios establecidos en el artículo 13.2 b.
  - d. Evitar que se superen ciertos niveles, entre ellos los siguientes:

- i. La puesta en riesgo de los elementos estratégicos de la infraestructura verde del territorio y/o bienes del patrimonio histórico o cultural
  - ii. Sobrecargas recurrentes en los viales de acceso, conexión y/o circulación interior, con fenómenos de saturación y/o colapso y problemas de seguridad y riesgos ambientales.
  - iii. Demandas de aparcamiento inasumibles por las infraestructuras existentes o previstas.
  - iv. Sobrepasar reiteradamente los niveles máximos establecidos por la normativa vigente en cuanto a emisiones contaminantes a la atmósfera, niveles de ruido o contaminación lumínica.
  - v. Sobrepasar la capacidad de suministro de agua o electricidad con las infraestructuras y niveles de servicios actuales o previstos
  - vi. Generar situaciones de emergencia o riesgos para la seguridad de las personas y/o los bienes, como situaciones de colapso en elementos esenciales del sistema sanitarios –hospitales-, en el transporte -aeropuerto, que afecten a la seguridad –bomberos-
  - vii. Generar problemas de carácter social, áreas marginales o de exclusión o desequilibrios territoriales
  - viii. Cualquier circunstancia de carácter excepcional que lo justifique.
2. Si se optara por no desarrollar las condiciones del punto anterior, deberá identificar y delimitar el ámbito adecuado para el desarrollo posterior de un planeamiento específico e integral (*Plan Especial de adecuación al uso comercial PEAC*) que afronte esos cambios y articule y ordene los aspectos señalados en el apartado anterior.
3. En el caso de áreas residenciales en las que el planeamiento municipal considere que el uso comercial está desplazando su carácter residencial, el planeamiento urbanístico general podrá optar entre una o varias opciones:
  - a. Definir un ámbito de centro urbano comercial y regular la actividad.
  - b. Limitar el grado de compatibilidad de uso comercial.

### Artículo 31. Ordenanza de integración del comercio (AP)

1. La Administración municipal deberá regular las condiciones de integración de los locales de actividades comerciales, con objeto de que se adecuen los mismos a los diferentes espacios urbanos, la publicidad en vía pública y las condiciones de ocupación de la vía pública.
2. Subsidiariamente será de aplicación la regulación establecida en el Anexo IV “Regulación subsidiaria para la integración comercial”.

## TÍTULO 4. CONDICIONES DE INTEGRACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

### CAPÍTULO 4.1. CONDICIONES DE INTEGRACIÓN DEL COMERCIO

#### SECCIÓN 4.1.1. CONDICIONES GENERALES DE INTEGRACIÓN

##### Artículo 32. Integración del comercio en las estructuras urbanas (AP)

1. Este Plan establece criterios y condiciones para la mejor integración de los diferentes establecimientos comerciales en las estructuras urbanas y territoriales.
2. Se establecen criterios generales de integración en entornos urbanos consolidados y en entornos periurbanos.
3. Se desarrollan, para cada una de las tipologías de equipamiento comercial, un conjunto de condiciones y criterios para su diseño e implantación, con objeto de facilitar un impacto positivo sobre la calidad de vida, su correcta integración en lo urbano y para minimizar sus impactos negativos.

##### Artículo 33. Criterios de la integración en entornos urbanos consolidados. (AP)

1. Los establecimientos comerciales conforman el ambiente urbano y son uno de los protagonistas del paisaje urbano. El uso comercial en la planta baja tiene una relación directa con la escala humana de la calle. Su integración con el uso residencial es positivo dando como resultado un tejido urbano vivo.
2. Para garantizar esos aspectos positivos se considera que, los establecimientos comerciales, deben respetar los siguientes criterios:
  - a. Respeto hacia el contexto, ámbito o edificio, en el que se integre, mediante la adecuada aplicación de materiales, colores, ritmos, volumetrías, etc.
  - b. Favorecer una relación más directa y articulada con el espacio público.
  - c. Control de la publicidad exterior bajo las premisas de adecuación al entorno, respeto al ciudadano e integración en el diseño general del establecimiento.
  - d. Limitación a la ocupación de la vía pública atendiendo a condiciones de accesibilidad universal y calidad del espacio público.
3. En el caso de centros históricos o áreas de valor patrimonial, o en los casos de arquitectura o entornos de especial valor patrimonial, los establecimientos comerciales procurarán mitigar y mimetizar su presencia, adecuándose a su entorno, evitando alterar las condiciones estéticas.

##### Artículo 34. Criterios de integración en entornos periurbanos (AP)

1. Los entornos periurbanos se caracterizan por una mayor especialización funcional, estructurada en torno a las infraestructuras de comunicación, lo cual genera una dependencia de la movilidad motorizada basada en el vehículo privado.
2. Con objeto de mejorar las condiciones de integración se definen los siguientes criterios:
  - a. Favorecer un sistema de espacios públicos de calidad que permita el acceso peatonal en condiciones de seguridad y continuidad.
  - b. Procurar una mejor integración de los usos comerciales con los usos residenciales.

- c. Articular la mejor relación arquitectónica con el entorno y su inserción territorial y espacial.
- d. Garantizar que la información y publicidad comercial se realice bajo unos parámetros de adecuación y respeto al entorno.

### Artículo 35. Otros aspectos a regular en relación con el espacio público. (ED)

Las características y soluciones que desarrollen los diferentes tipos de establecimientos comerciales, y los espacios de uso público que se puedan generar (dentro de la parcela) o alterar (ocupación de la vía pública, servidumbres, etc.) deben ser especialmente respetuosos con:

- a. El cumplimiento del Texto refundido de la Ley general de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real decreto legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, y de la Ley 8/2017, de 3 de agosto, **de accesibilidad universal de las Illes Balears**. Entendida como una regulación marco que garantiza ciertos aspectos de integración social. Para ello:
  - i. La planificación y urbanización de los espacios urbanos de uso público se efectuará de manera que sean accesibles, en los términos y las condiciones básicos de accesibilidad establecidos reglamentariamente.
  - ii. A tal efecto, tanto el planeamiento general y derivado como los instrumentos de ejecución urbanística garantizarán la accesibilidad universal de los espacios urbanos de uso público, de acuerdo con los criterios básicos fijados en esta ley y según las condiciones básicas establecidas reglamentariamente.
  - iii. Los espacios urbanos de uso público existentes se adaptarán progresivamente para asegurar la accesibilidad universal. Las intervenciones de accesibilidad que se realicen en dichos espacios deberán cumplir los ajustes razonables en los plazos y términos establecidos reglamentariamente.
- b. El cumplimiento de la Ley 3/2005, de 20 de abril, de **protección del medio nocturno** de las Illes Balears, y además evitar la contaminación lumínica también en el paisaje urbano, para lo cual deberán:
  - i. Regular el uso de dispositivos o pantallas con iluminación propia, tanto en cualquiera de las fachadas como en el interior de los locales comerciales, siempre que sean visibles desde la vía pública.
  - ii. Regular la ubicación dimensiones e iluminación de la publicidad de cualquier tipo y posición.
- c. Incluir la ordenación y regulación sobre la ubicación de las zonas de carga y descarga de suministros.

### Artículo 36. Condiciones de integración de los pequeños establecimientos comerciales. (ED)

- 1. Sin perjuicio de su consideración o integración dentro de centros urbanos comerciales, se deberán regular unas condiciones que deben respetar los pequeños establecimientos comerciales para su mejor integración:
  - a. Tratamiento de fachada (huecos, ritmos, materiales, etc.)

- b. Toldos, elementos volados, equipos de climatización, etc.
  - c. Integración en el edificio
  - d. Publicidad
  - e. Ocupación de la vía pública.
2. Estas condiciones se podrán desarrollar en la normativa de los instrumentos de planeamiento, o bien como ordenanzas específicas de ámbito municipal o parcial. En su defecto serán de aplicación las condiciones establecidas con carácter subsidiario en el Anexo IV: *Regulación subsidiaria para la integración comercial*.

## SECCIÓN 4.1.2. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE TAMAÑO PEQUEÑO Y MEDIO

### Artículo 37. Equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio en bajo comercial (AP)

Con objeto de conseguir una mejor integración de los equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio situados en bajos comerciales, estos equipamientos atenderán de manera especial a los siguientes aspectos:

- a. Un correcto tratamiento de la fachada, mediante la apertura de huecos, con ritmos y materiales que aporten calidad e integración coordinada en el edificio en el que se insertan.
- b. Especial cuidado en los elementos volados, toldos, persianas, cierres, etc., de modo que se integren en el diseño general y se oculten los equipos de climatización, rejas y persianas de cierre, etc.
- c. Cuidar su integración con la vía pública, en la posición de sus accesos a clientes y posición de acceso de mercancías, así como la ocupación de la vía pública mediante zonas de carga y descarga.
- d. En el caso de equipamientos comerciales con fachadas a vía pública de grandes dimensiones, estas deberán tener un tratamiento de calidad y evitar la aparición de grandes paños cerrados, mediante la apertura de huecos o bien descomponiendo fachadas.
- e. Las muestras publicitarias cumplirán condiciones de integración en la fachada:
  - i. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
  - ii. Preferentemente se incorporarán en los huecos de fachada, ocupando una superficie máxima del 25% de la superficie del hueco, con un saliente máximo de 5 cm. E integradas en el diseño general de la carpintería.
  - iii. En el caso de elementos publicitarios anclados a los paños ciegos de la fachada del local estos deberán ejecutarse en letra corpórea con un saliente máximo 5cm, y ocupando un espacio virtual máximo de 2 m<sup>2</sup>.
  - iv. En el caso de edificios protegidos o catalogados se atenderá a criterios de integración y respeto con los elementos estructurales y ornamentales del edificio en que se insertan.
- f. Carga y descarga.
  - i. Los espacios de carga y descarga quedarán incorporados, en la medida de lo posible, en el interior de la parcela o la edificación.

- ii. En caso de no poder cumplir esta medida deberá justificarse la solución adoptada. En situaciones de alta frecuencia de labores de carga y descarga la administración municipal podrá exigir que el operador solicite un vado de carácter temporal destinado a este fin.

### **Artículo 38. Equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio en edificio completo entre medianeras (AP)**

Con objeto de conseguir una mejor integración de los equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio situados en edificios completos en tipología entre medianeras se atenderá de manera especial a los siguientes aspectos:

- a. Un tratamiento de fachadas de calidad, integrando sus ritmos y materiales a los del ámbito urbano en el que se insertan, y evitando la aparición de grandes paños cerrados mediante la apertura de huecos o descomponiendo fachadas.
- b. La generación de elementos de relación con el espacio público en la planta baja, mediante la aparición de huecos acristalados y/o escaparates, evitando grandes paños cerrados y opacos.
- c. La integración de los toldos y otros elementos volados, así como la ocultación de los equipos de climatización, rejas, persianas de cierre, etc.
- d. El control de la publicidad exterior impidiendo que las fachadas puedan convertirse en elementos publicitarios en sí mismas, con la incorporación de toldos, elementos de cubrición, pancartas, elementos audiovisuales, etc. Se exceptúan las situaciones autorizadas conforme a la normativa u ordenanza de publicidad de aplicación.
- e. Las muestras publicitarias cumplirán condiciones de integración:
  - i. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
  - ii. De manera preferente se incorporarán en los huecos de fachada, ocupando una superficie máxima del 25% de la superficie del hueco, con un saliente máximo de 5 cm. E integradas en el diseño general de la carpintería.
  - iii. En el caso de muestras sobre el paramento de fachada únicamente se permitirá la ejecución de un solo rótulo por edificio, en espacios especialmente diseñados al efecto, mediante letras corpóreas y ocupando una superficie máxima del 5% de la superficie de fachada. No se permite la inserción de este tipo de elementos en el caso de edificios protegidos o catalogados.
  - iv. No se permite la ejecución de letreros o paneles en petos de fachada o sobre su línea de alero o elementos similar de la composición arquitectónica.
  - v. En el caso de edificios protegidos o catalogados se atenderá a criterios de integración y respeto con los elementos estructurales y ornamentales del edificio en que se insertan.
- g. En caso de existir, se estudiará la ubicación de accesos al aparcamiento, de modo que su interferencia sobre los flujos peatonales sea la menor posible, y deberán incluir plazas con punto de suministro para vehículos eléctricos.
- h. Carga y descarga.
  - i. Los espacios de carga y descarga quedarán incorporados, en la medida de lo posible, en el interior de la parcela o la edificación.

- ii. En caso de no poder cumplir esta medida deberá justificarse la solución adoptada. En situaciones de alta frecuencia de labores de carga y descarga la administración municipal podrá exigir que el operador solicite un vado de carácter temporal destinado a este fin.

### **Artículo 39. Equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio en edificio completo exento (AP)**

Con objeto de conseguir una mejor integración de los equipamientos comerciales de tamaño pequeño y medio, situados en edificios exentos en el tejido urbano compacto, se atenderá de manera especial a los siguientes aspectos:

- a. Posición de la edificación.
  - i. En aquellos casos en que las condiciones urbanísticas lo permitan se situará preferentemente en la alineación, conformando un frente de fachada.
  - ii. La edificación se situará en la posición que permita una relación más directa con el espacio público facilitando el acceso peatonal.
  - iii. Los espacios no ocupados por la edificación tendrán un tratamiento de calidad acorde al uso al que estén destinados.
  - iv. El espacio entre la edificación y el viario público de acceso tendrá un tratamiento preferentemente peatonal, integrándose en la medida de lo posible, en el diseño general de la urbanización del espacio público.
- b. Se evitará la generación de fachadas cerradas y sin huecos, formalizando frentes de escala humana.
- c. Cierres de parcela.
  - i. Se priorizarán las soluciones en las que no sea necesaria la ejecución de cierres de parcela, permitiendo una relación más directa entre el equipamiento comercial y el espacio público.
  - ii. En las zonas donde se precisen se ejecutarán cierres de parcela de calidad en sus materiales y en el diseño, de manera especial en los casos en que constituyen el elemento de separación con el espacio público.
- d. Aparcamientos. En caso de que se ejecuten, estos deberán:
  - i. El aparcamiento se situará en posiciones ocultas de la parcela respecto a la fachada principal de acceso.
  - ii. Incorporará la plantación de un elemento de arbolado por cada 4 plazas de aparcamiento en superficie.
  - iii. Las playas de aparcamiento cumplirán el índice de permeabilidad establecido en esta normativa.
  - iv. Se fomentará el uso de los espacios de aparcamiento fuera de los horarios comerciales
  - v. Se estudiará la ubicación de sus accesos de tal modo que su incidencia sobre los flujos peatonales sea lo menor posible.
  - vi. Se deberán disponer de plazas de aparcamiento con punto de recarga para vehículos eléctricos, situados en zonas próximas a los accesos. En el caso de ejecutar marquesinas captadoras fotovoltaicas, éstas no computaran como edificabilidad.

- e. Se diseñarán recorridos peatonales de calidad desde el espacio público hasta los accesos peatonales a la edificación, con una clara diferenciación respecto de los materiales empleados en las áreas de aparcamiento y bajo criterios de seguridad y accesibilidad universal.
- f. Las muestras publicitarias cumplirán condiciones de integración:
  - i. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
  - ii. De manera preferente se incorporarán en los huecos de fachada, ocupando una superficie máxima del 25% de la superficie del hueco, con un saliente máximo de 5 cm. e integradas en el diseño general de la carpintería.
  - iii. En el caso de muestras sobre el paramento de fachada únicamente se permitirá la ejecución de un solo rótulo por edificio, en espacios especialmente diseñados al efecto, mediante letras corpóreas y ocupando una superficie máxima del 5% de la superficie de fachada.
  - iv. No se permite la ejecución de letreros o paneles en petos de fachada o sobre su línea de alero o elementos similar de la composición arquitectónica.
  - v. No se admitirán elementos publicitarios exentos de más de 6m de altura. Su iluminación cumplirá los criterios de respeto a la contaminación lumínica, y evitar influencia negativa a la seguridad viaria, ni de impactos sobre el paisaje de la isla.
- g. Carga y descarga.
  - i. Los espacios de carga y descarga quedarán incorporados, en la medida de lo posible, en el interior de la parcela.
  - ii. En caso de no poder cumplir esta medida deberá justificarse la solución adoptada. La administración municipal podrá exigir que el operador solicite un vado de carácter temporal destinado a este fin.

### SECCIÓN 4.1.3. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE TAMAÑO GRANDE

#### **Artículo 40. Equipamientos comerciales de tamaño grande en bajo comercial. (AP)**

La regulación de este tipo de equipamientos ubicados en bajos comerciales será la establecida en el Artículo 37 para los equipamientos comerciales de tamaño medio.

#### **Artículo 41. Equipamientos comerciales de tamaño grande en edificio completo entre medianeras. (AP)**

La regulación de este tipo de equipamientos ubicados en edificios completos de tipología entre medianeras será la establecida en el Artículo 38 para los equipamientos comerciales de tamaño medio.

#### **Artículo 42. Equipamientos comerciales de tamaño grande en edificio completo exento en tejido urbano compacto. (AP)**

Con objeto de conseguir una mejor integración de los equipamientos comerciales de tamaño grande, situados en edificios exentos en el tejido urbano compacto, se atenderá de manera especial a los siguientes aspectos:

- a. Posición de la edificación.

- i. La edificación se situará en la posición que permita una relación más directa con el espacio público facilitando el acceso peatonal.
  - ii. En aquellos casos en que las condiciones urbanísticas lo permitan se situará preferentemente en la alineación, conformando un frente de fachada.
  - iii. Los espacios no ocupados por la edificación tendrán un tratamiento de calidad acorde al uso al que estén destinados.
  - iv. El espacio entre la edificación y el viario de acceso tendrá un tratamiento preferentemente peatonal, integrándose en la medida de lo posible, en el diseño general de la urbanización del espacio público.
- b. Fachada urbana.
- i. Se exigirá un tratamiento de fachadas de calidad, integrando sus ritmos y materiales a los del ámbito urbano en el que se insertan, y evitando la aparición de frentes ciegos y volumetrías duras mediante la apertura de huecos o la descomposición de las fachadas.
  - ii. Las fachadas hacia el espacio público se procurará la formalización de frentes de escala humana y la generación de elementos de relación en la planta baja, mediante huecos acristalados y/o escaparates, evitando grandes paños cerrados y opacos.
- c. Accesos.
- i. Se garantizará la inserción y continuidad de los recorridos peatonales en los accesos y su conexión con la trama urbana existente.
  - ii. Se cualificará los accesos desde el transporte público y las posibilidades de acceso en bicicleta, con la continuidad de recorridos y aparcamientos específicos.
  - iii. Se diseñarán recorridos peatonales de calidad desde el espacio público hasta los accesos peatonales a la edificación, con una clara diferenciación respecto de los materiales empleados en las áreas de aparcamiento y bajo criterios de seguridad y accesibilidad universal.
- d. Cierres de parcela.
- i. Se priorizarán las soluciones en las que no sea necesaria la ejecución de cierres de parcela, permitiendo una relación más directa entre el equipamiento comercial y el espacio público.
  - ii. En las zonas donde se precisen, se ejecutarán cierres de parcela de calidad en sus materiales y en el diseño, de manera especial en los casos en que constituyen el elemento de separación con el espacio público.
- e. Aparcamientos.
- i. En caso de existir, el aparcamiento se situará en posiciones ocultas de la parcela respecto a la fachada principal de acceso.
  - ii. Al menos el 50% de las plazas de aparcamiento con que cuente el equipamiento comercial se situarán bajo rasante o en la edificación.
  - iii. Se incorporarán aparcamientos para bicicletas, con una dotación mínima de 1 plaza por cada 100 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - iv. La formalización del aparcamiento en superficie buscará una imagen fragmentada, mediante la incorporación de franjas verdes, espacios y recorridos peatonales, etc. que eviten la imagen de grandes superficies pavimentadas.

- v. Incorporará la plantación de un elemento de arbolado por cada 4 plazas de aparcamiento en superficie.
  - vi. Las playas de aparcamiento cumplirán el índice de permeabilidad establecido en esta normativa.
  - vii. Se fomentará el uso de los espacios de aparcamiento fuera de los horarios comerciales.
  - viii. Se deberán disponer de plazas de aparcamiento con punto de recarga para vehículos eléctricos, situados en zonas próximas a los accesos. En el caso de ejecutar marquesinas captadoras fotovoltaicas, éstas no computaran como edificabilidad.
  - vii. El diseño del alumbrado del aparcamiento en superficie atenderá a criterios de eficiencia energética, evitando situaciones de contaminación lumínica.
  - viii. Se estudiará la ubicación de sus accesos de tal modo que su incidencia sobre los flujos peatonales sea lo menor posible.
- f. Las muestras publicitarias cumplirán condiciones de integración:
- i. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
  - ii. De manera preferente se incorporarán en los huecos de fachada, ocupando una superficie máxima del 25% de la superficie del hueco, con un saliente máximo de 5 cm. e integradas en el diseño general de la carpintería.
  - iii. En el caso de muestras sobre el paramento de fachada únicamente se permitirá la ejecución de un solo rótulo por edificio, en espacios especialmente diseñados al efecto, mediante letras corpóreas y ocupando una superficie máxima del 5% de la superficie de fachada.
  - iv. No se permite la ejecución de letreros o paneles en petos de fachada o sobre su línea de alero o elementos similar de la composición arquitectónica.
  - v. No se admiten elementos publicitarios exentos de más de 6 m de altura. Su iluminación respetará los criterios de respeto a la contaminación lumínica, y evitar influencia negativa a la seguridad viaria, ni de impactos sobre el paisaje de la isla.
- g. Los espacios de carga y descarga quedarán incorporados en el interior de la parcela.

#### **Artículo 43. Equipamientos comerciales de tamaño grande en edificio completo exento en tejido periurbano. (AP)**

Con objeto de conseguir una mejor integración de los equipamientos comerciales de tamaño grande, situados en edificios exentos en el tejido periurbano, se atenderá de manera especial a los siguientes aspectos:

- a. La posición de las edificaciones atenderá a criterios de integración en el paisaje, evitando situaciones de impacto visual negativo, especialmente desde las infraestructuras de comunicación.
- b. La implantación será respetuosa con el relieve previo, especialmente en grandes parcelas. Se evitara desmontes y diferencias de cotas abruptas con muros de contención.

- c. La volumetría de los edificios será la más articulada posible y cuidará los remates de cubierta por su capacidad de generar la silueta de paisaje. Se atenderá, de manera especial a las visuales desde las infraestructuras de comunicación.
- d. Los colores y acabados se adaptarán a su entorno y a los tradicionales, con objeto de minimizar su impacto paisajístico.
- e. Se procurará la plantación de vegetación en los espacios no pavimentados y de arbolado que ayude a su integración paisajística.
- f. Se evitará la generación de fachadas cerradas y sin huecos. En las zonas de acceso se procurará la formalización de frentes de escala humana.
- g. Accesos.
  - i. Se procurará un diseño de calidad en los accesos, de forma que se dignifique especialmente el acceso peatonal en el sistema viario y con especial atención a los trayectos desde las áreas urbanas próximas y desde las paradas de transporte público.
  - ii. Asimismo se garantizará un acceso seguro e integrado de carril bici con la continuidad de recorridos y aparcamientos específicos.
  - iii. Se diseñarán recorridos peatonales de calidad desde el espacio público hasta los accesos peatonales a la edificación, con una clara diferenciación respecto de los materiales empleados en las áreas de aparcamiento y bajo criterios de seguridad y accesibilidad universal.
- h. Cierres de parcela.
  - i. Se priorizarán las soluciones en las que no sea necesaria la ejecución de cierres de parcela, permitiendo una relación más directa entre el equipamiento comercial y el espacio público.
  - ii. En las zonas donde se precisen, se ejecutarán cierres de parcela de calidad en sus materiales y en el diseño, de manera especial en los casos en que constituyen el elemento de separación con el espacio público.
- i. Características de los aparcamientos.
  - i. La dotación mínima de plazas de aparcamiento será 6 de plazas por cada 100 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - ii. Al menos el 50% de sus plazas de aparcamiento se situarán bajo rasante o en la edificación.
  - iii. Se incorporarán aparcamientos para bicicletas, con una dotación mínima de 1 plaza por cada 100 m<sup>2</sup> de superficie comercial.
  - iv. Las playas de aparcamiento cumplirán el índice de permeabilidad establecido en esta normativa.
  - v. Incorporará la plantación de un elemento de arbolado por cada 4 plazas de aparcamiento en superficie.
  - vi. La formalización del aparcamiento en superficie buscará una imagen fragmentada, mediante la incorporación de franjas verdes, espacios y recorridos peatonales, etc. que eviten la imagen de grandes superficies pavimentadas.
  - vii. El diseño del alumbrado del aparcamiento en superficie atenderá a criterios de eficiencia energética, evitando situaciones de contaminación lumínica.

- viii. Se deberán disponer de plazas de aparcamiento con punto de recarga para vehículos eléctricos, situadas en zonas próximas a los accesos. En el caso de ejecutar marquesinas captadoras fotovoltaicas, éstas no computaran como edificabilidad.
- ix. Se fomentará el uso de los espacios de aparcamiento fuera de los horarios comerciales.
- j. Las muestras publicitarias cumplirán condiciones de integración:
  - i. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
  - ii. En el caso de muestras sobre el paramento de fachada únicamente se permitirá la ejecución de un solo rótulo por edificio, en espacios especialmente diseñados al efecto, mediante letras corpóreas, ocupando una superficie máxima del 5% de la superficie de fachada.
  - iii. No se permite la ejecución de letreros o paneles en petos de fachada o sobre su línea de alero o elementos similar de la composición arquitectónica.
  - iv. No se admitirán elementos publicitarios exentos de más de 6m de altura. Su iluminación cumplirá los criterios de respeto a la contaminación lumínica, y evitar influencia negativa a la seguridad viaria, ni de impactos sobre el paisaje de la isla.
  - v. Los espacios de carga y descarga quedarán incorporados en el interior de la parcela.

#### **SECCIÓN 4.1.4. CENTRO COMERCIAL**

##### **Artículo 44. Centro comercial inserto en tejido urbano compacto. (AP)**

La regulación de este tipo de equipamientos en tejidos urbanos tradicionales será análoga a la establecida en el Artículo 42 para los equipamientos comerciales de tamaño grande.

##### **Artículo 45. Centro comercial en tejido periurbano. (AP)**

La regulación de este tipo de equipamientos en tejidos periurbanos será análoga a la establecida en el Artículo 43 para los equipamientos comerciales de tamaño grande.

#### **SECCIÓN 4.1.5. ÁREAS DE ACUMULACIÓN DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES**

##### **Artículo 46. Condiciones para la coordinación de varios equipamientos comerciales. (ED)**

1. En las áreas en las que la planificación urbanística prevea la acumulación de equipamientos comerciales, ésta deberá establecer unas condiciones de implantación comercial específicas, considerando los aspectos siguientes:
  - a. Coordinación de la posición de la edificación. La posición de los diferentes volúmenes, incluso en parcelas diferentes, deberán estar coordinados en su posición en parcela.
  - b. Se establecerá una relación clara con las zonas residenciales, cuidando sus frentes urbanos, con especial atención a la calidad y coordinación de los accesos peatonales a los mismos.

- c. Calidad y coordinación de los trayectos peatonales. Se garantizará la continuidad y calidad de los recorridos y accesos peatonales de los diferentes equipamientos. Se procurará un diseño unitario.
  - d. Coordinación de accesos rodados y uso del aparcamiento. La posición de los aparcamientos no será predominante y en su caso se establecerán medidas para coordinar los accesos y posición de los mismos. Se facilitará el uso abierto de las zonas de aparcamiento.
  - e. Continuidad y coherencia de los frentes, por medio de la definición de condiciones volumétricas y de diseño que aseguren la generación de fachadas urbanas bajo un criterio de unidad y homogeneidad, así como la generación de espacios previos de calidad de carácter peatonal
  - f. Coordinación y control de la acumulación de publicidad. Se establecerá un diseño coordinado de los elementos de publicidad, permitiendo la incorporación de los elementos configuradores de la imagen cada operador pero evitando situaciones de competencia visual.
  - g. Diseño coordinado en los cerramientos de parcela. Se establecerá un diseño coordinado, de los elementos de cerramiento de parcela, permitiendo la no ejecución de estos cerramientos en caso de definir condiciones de diseño comunes para la urbanización de los espacios intermedios.
2. En el caso de Áreas de acumulación de equipamientos comerciales sobrevenidas, deberá aprobarse un PEAC de dicho ámbito de forma previa a la autorización de nuevos equipamientos comerciales.

## CAPÍTULO 4.2. EVALUACIÓN DE IMPACTOS Y EXTERNALIDADES

### Artículo 47. Concepto de impacto y externalidad. (AP)

1. A efectos de este Plan, se consideran como **impactos** aquellas consecuencias de la implantación de un equipamiento comercial que deben ser estudiados y evaluados.
2. Dentro de los impactos, se considera como **externalidades** a aquellos impactos generados por los equipamientos comerciales que tienen consecuencias externas a la propia ubicación del equipamiento, cuya resolución es necesaria y que generan costes económicos y de gestión que es necesario que se asuman.
3. De acuerdo con los principios de gestión económica sostenible y de asunción de las cargas urbanísticas que genera la acción urbanizadora y de usos del suelo, las externalidades generadas deberán ser estudiadas y evaluadas de forma previa, justificadas en su solución, y asumidos sus costes y consecuencias.

### Artículo 48. Evaluación y tipos de impacto. (AP)

1. Se establecen diferentes aspectos y tipos de impacto específicos que puede generar la actividad comercial y que se considera deben ser evaluados. No obstante deberá cumplirse, en los caso en los que sea necesario, las exigencias procedimentales y documentales de tramitación de Evaluación de Impacto Ambiental exigible de acuerdo con la legislación vigente<sup>1</sup> Por ello la tramitación ambiental se realizará de forma acorde con la legislación ambiental de referencia, en los aspectos de aplicación. Este Plan establece y desarrolla la documentación sectorial específica exigible a los efectos de esa evaluación, sin perjuicio de otra que pudiera ser exigible.
2. Con objeto de sistematizar el análisis y evaluación de los impactos y externalidades, este PECMa identifica aquellos aspectos de especial interés y significación, desarrollando los criterios y limitaciones que sirvan para paliar y minimizar los diferentes impactos.
3. En las propuestas de equipamientos comerciales se considera necesario evaluar los siguientes tipos de impactos:
  - a. Los siguientes impactos de carácter ambiental:
    - i. El consumo global de energía.
    - ii. El consumo de suelo y su permeabilidad.
    - iii. La contaminación de aire.
    - iv. La contaminación acústica.
    - v. La contaminación lumínica.
    - vi. El consumo del agua y la gestión del ciclo agua.
    - vii. La producción y gestión de residuos.
  - b. Los siguientes impactos sobre paisaje y patrimonio.
    - i. Los impactos paisajísticos
    - ii. Los impactos sobre el patrimonio cultural

<sup>1</sup> Ley 12/2016, de 17 de agosto, de Evaluación ambiental de las Illes Balears

- c. Asimismo se identifican otros impactos sobre los tejidos urbanos, que serán evaluados en el momento de redacción de planeamiento general y en el de adaptación de los planes urbanísticos a este PECMa. Son los siguientes:
  - i. El impacto de los equipamientos comerciales planificados sobre la actividad urbana.
  - ii. El impacto de los equipamientos comerciales planificados sobre el uso del espacio público.
- d. Impactos sobre la movilidad. Que se evaluarán de acuerdo con los estudios establecidos

#### Artículo 49. Consumo de energía. (AP)

1. Los equipamientos comerciales deberán minimizar el consumo energético directo. Se trata de un criterio para cumplir el objetivo de minimizar el impacto ambiental global.
2. Se entiende como consumo energético el destinado para satisfacer la demanda energética del equipamiento y que incluye:
  - a. La energía necesaria para la iluminación de los espacios interiores de las edificaciones y para la iluminación de los espacios exteriores a las mismas y dentro de la parcela (aparcamiento, accesos, carga y descarga, etc.), así como otros elementos publicitarios o auxiliares.
  - b. La energía destinada a la refrigeración, calefacción y ventilación de los espacios interiores.
  - c. La energía para la producción de agua caliente sanitaria
  - d. La energía necesaria para el resto de los equipos auxiliares necesarios para la actividad comercial (cámaras o expositores refrigerados, u otras instalaciones).
3. La implantación de equipamientos comerciales se regirá bajo los criterios de eficiencia energética, mediante la incorporación de medidas ambientales y de ecodiseño en los edificios así como potenciando del uso de energías renovables. En el caso de edificios de uso exclusivo exentos se reforzará la capacidad de autoconsumo, llegando como mínimo al 50% del consumo de energía previsto. Un mínimo del 70% de la generación de agua caliente sanitaria será mediante placas solares.
4. Se deberá disponer un mínimo de un 10% de plazas de aparcamiento reservadas para vehículos eléctricos, que incorporarán un punto de recarga. Se situarán en zonas próximas a los accesos al establecimiento. En el caso de ejecutar marquesinas captadoras fotovoltaicas sobre aparcamientos o espacios de circulación éstas no computarán como edificabilidad u ocupación.
5. Los equipamientos comerciales de más de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie comercial tienen la obligación de desarrollar de forma sistemática **una auditoria energética** que sea revisada e implementada de forma cuatrianual. Esa auditoria deberá estudiar y optimizar las soluciones de producción de energía por fuentes propias.

### Artículo 50. El consumo de suelo y su permeabilidad. (AP)

1. La implantación de los diferentes tipos de equipamiento comercial se realizan sobre suelo urbano ya clasificado, desarrollado y urbanizado
2. La **permeabilidad de suelo** es un factor de adecuación ambiental relevante ya que altera y disminuye la recarga natural de acuíferos, limita las posibilidades de plantación de elementos vegetales e incrementa la acumulación térmica; además en regímenes de tormentas y de lluvias intensas incrementa los problemas de evacuación de aguas. Por el contrario, las superficies permeables tienen un potencial de ajardinamiento y de mejora de su calidad higrótérmica, y facilitan las opciones de intervención y de mejora de la calidad ambiental.
3. Por todo ello se establecen los siguientes estándares criterios y condiciones en lo relativo a la pavimentación de las superficies no edificadas del interior de la parcela:
  - a. En el caso de tipologías comerciales en edificio exento los equipamientos comerciales deberán cumplir un índice de permeabilidad que está en relación con el tamaño de la parcela:
    - i. Un mínimo de 10% de suelo permeable en las parcelas de uso comercial de 1.200m<sup>2</sup> a 5.000 m<sup>2</sup>.
    - ii. De un mínimo del 20% en parcelas con un uso comercial de entre 5.000 a 25.000 m<sup>2</sup>
    - iii. De un mínimo del 30% en parcelas con un uso comercial de superficie total mayor de 25.000 m<sup>2</sup>.
  - b. En los centro urbanos comerciales:
    - i. En los proyectos de reurbanización se deberá estudiar y limitar el proceso de impermeabilización de suelo. evitando el abuso de pavimentaciones duras frente a otras opciones más blandas y naturales.
    - ii. En el caso de realización de zonas de aparcamiento en superficie se procurará el mantenimiento suelo permeable y vegetado.
    - iii. En el caso de construcción de nuevos aparcamientos subterráneos bajo espacios públicos, se será especialmente cuidadoso manteniendo el máximo del arbolado previo existente cuando esto fuera posible o bien habilitando espacios con posibilidad de plantación vegetal sobre él.

### Artículo 51. La contaminación de aire. (EI)

1. La mayor contaminación del aire que genera la actividad comercial se produce de forma indirecta, al provocar nuevos desplazamientos motorizados, o bien por el consumo de energía no renovables para su iluminación, refrigeración /calefacción.
2. Si bien ambos aspectos se describen y regulan en otros artículos, se establecen los siguientes criterios generales de minimización de contaminación:
  - a. Las implantaciones comerciales con localizaciones integradas en el tejido residencial.
  - b. Las implantaciones comerciales que primen las soluciones en las que el acceso peatonal sea posible, en condiciones de calidad y seguridad.
  - c. Las actuaciones que faciliten e incentiven un reparto de mercancías sostenible y eficiente.

### Artículo 52. La contaminación acústica. (EI)

1. La contaminación acústica desde los establecimientos comerciales se produce mediante músicas de atracción o de ambiente, y por la acumulación de personas que pueden generar molestias sonoras. La coincidencia de zonas con un gran número de establecimientos hoteleros y hostelería, hace que la ocupación de la vía pública (terrazas, lugares de actividad nocturna) pueda ser importante y en horarios nocturnos de mayor sensibilidad tener un impacto muy negativo.
2. Se considera que el conjunto de actividades comerciales y, especialmente, las hosteleras, que se desarrollan en áreas urbanas y en las zonas turísticas pueden generar un impacto acústico negativo con los usos residenciales con los que conviven.
3. Se establecen las siguientes exigencias o criterios:
  - a. Limitación de las músicas ambientales en zonas abiertas de aparcamiento.
  - b. Limitación del impacto de acumulación de ruidos en zonas urbanas centrales, y áreas residenciales. Especial atención a los usos hosteleros.
  - c. Identificar el origen de los ruidos y cuantificarlos efectuando mediciones con sonómetro.
  - d. Insonorización de los locales o áreas donde el nivel de ruido sea más alto. Instalar dispositivos de limitación de potencia sonora en los equipos de música y sonido para controlar los niveles acústicos emitidos.

### Artículo 53. La contaminación lumínica. (AP)

1. Se debe cumplir lo dispuesto en la Ley 3/2005, de 20 de abril, de protección del medio nocturno de las Illes Balears. Con el objetivo de que las actividades comerciales no afecten de forma negativa se establecen los siguientes objetivos:
  - a. Mantener al máximo posible las condiciones naturales de las horas nocturnas, en beneficio de la fauna, la flora y los ecosistemas en general.
  - b. Promover la eficiencia y autosuficiencia energética de los alumbrados exteriores e interiores mediante el ahorro de energía, sin menoscabo de la seguridad.
  - c. Evitar la intrusión lumínica en el entorno doméstico y, en todo caso, minimizar las molestias y los perjuicios que ocasione.
  - d. Prevenir y corregir los efectos de la contaminación lumínica en la visión del cielo.
2. Para ello las características de las instalaciones y de los aparatos de iluminación, tanto en su dimensión como en su diseño y características de la luz cumplirán lo dispuesto en dicha ley.
3. Asimismo se cumplirá con lo establecido en el art. 36 de la Ley 5/1990 de 24 de mayo de carreteras de las Islas Baleares, que prohíbe que la publicidad que sea visible desde la zona de dominio público de la carretera excepto en travesías, y de forma que sus condiciones de forma, grosor, situación o iluminación no puedan ser perjudiciales para el tráfico ni para los valores estéticos del entorno.

### Artículo 54. El consumo del agua y la gestión del ciclo agua. (AP)

1. Las solicitudes de autorización de nuevos equipamientos comerciales exentos en edificio de uso exclusivo deberán evaluar y justificar:
  - a. Los consumos de agua estimados.
  - b. Los caudales disponibles y su procedencia y autorización.
  - c. Los caudales estimados de efluentes de aguas sucias generados.
  - d. Los sistemas de depuración existentes y capacidad y obras de conexión.
2. Las propuestas de intervención cuya superficie construida e impermeabilizada (incluye zonas de aparcamiento impermeabilizadas) tengan un superficie mayor de 2.000 m<sup>2</sup>, deberán resolver la gestión del agua de lluvia, para lo cual deberán prever y ejecutar las infraestructuras necesarias de aljibes o almacenajes, o tanques de tormentas, de modo que puedan gestionar la pluviometría de gran intensidad, tanto por lo que pueda suponer de vertidos al sistema de depuración inasumibles, como su por la capacidad de almacenaje de agua de lluvia y su destino a u otros usos complementarios.
3. Las propuestas se deberán diseñar para tener el menor impacto sobre el ciclo del agua.
  - a. Implantando sistemas de recogida separativa de aguas residuales.
  - b. Potenciando el tratamiento de aguas grises para su reutilización, o para riego de zonas ajardinadas.
  - c. Potenciando la recogida de agua de lluvia y su uso para el riego de jardinería.
  - d. Reduciendo las pérdidas en las redes
  - e. Reduciendo el consumo de agua innecesario.

#### Artículo 55. La producción y gestión de residuos. (AP)

1. Respecto a la gestión de residuos se plantean las siguientes obligaciones:
  - a. Todo establecimiento comercial realizará los esfuerzos necesarios para la minimización de la producción de residuos y para facilitar una gestión adecuada de los mismos.
  - b. Se cumplirán las exigencias de las administraciones o agentes gestores competentes en la recogida y tratamiento de los diferentes residuos.
  - c. Se realizará la separación en fracciones requeridas para facilitar su reciclaje y tratamiento y se adaptará a los horarios de recogida de los mismos.
  - d. Se facilitará e incentivará la reducción de generación de residuos, y la recogida de los residuos con las prácticas ambientales adecuadas.
2. Los equipamientos comerciales de superficie mayor de 2.500 m<sup>2</sup> definirán un espacio específico suficiente en el interior a su parcela y con protección visual, para realizar las tareas de gestión de residuos que correspondan.

### Artículo 56. Evaluación del impacto sobre movilidad. (AP)

1. Los equipamientos comerciales deberán presentar en su tramitación dentro del Estudio de Implantación Comercial una Evaluación de su impacto sobre los sistemas de movilidad así como una estimación de su impacto y medidas a desarrollar.
2. En los casos de equipamientos comerciales de más de 5.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial deberán realizar un **Estudio de movilidad generada**. Con las condiciones establecidas en el Anexo II.
3. Este estudio se deberá realizar de forma simultánea a los documentos que concretan o proponen una ordenación detallada que dé cabida a instalaciones comerciales (Planes Especiales de Implantación Comercial, Planes Parciales u otros instrumentos de desarrollo habilitadores).

### Artículo 57. Impactos inaceptables y exigencia previa del cumplimiento. (AP)

1. Si en el proceso de evaluación de los diferentes impactos de los equipamientos comerciales, se identificaran impactos de cualquier tipo que no pudieran ser asumidos por su gravedad, ambiental, por su impacto inasumible sobre la movilidad, o sobre los espacios de valor ambiental, paisajístico o cultural, se podrá condicionar, limitar o incluso rechazar de forma justificada, la autorización para la actividad comercial requerida.
2. Cuando la actividad requiera de la ejecución de obras e intervenciones de cualquier tipo, el ejercicio efectivo de la actividad podrá quedar sujeto a su ejecución efectiva, incluso en el caso de que no dependa en exclusiva de la acción del agente solicitante. Para ello se deberá señalar este aspecto de forma específica en el proceso de tramitación y respuesta a la solicitud de permiso administrativo.
3. En concreto en unos tramos del sistema viario central, y en base a los altos índices de intensidad media diaria (más de 100.000 vehículos de IMD) y a los malos niveles de servicio actuales (nivel E), se podrá rechazar cualquier implantación de cuyo estudio de movilidad generada pudiera implicar un incremento de intensidad sobre esos tramos, en tanto no se mejoren sus condiciones de servicio. Esos tramos de bajo nivel de servicio están establecidos en el Anexo III: Factores limitantes en el Entorno de Palma.

### Artículo 58. Herramientas para la gestión de externalidades. (AP)

1. Las externalidades son los impactos generados por la ejecución y desarrollo y gestión posterior de los equipamientos comerciales que tienen consecuencias externas que deben ser asumidas por los actores que propongan la intervención. Las externalidades pueden implicar:
  - a. Aportaciones económicas: las específicas de ejecución, o bien las derivadas de compromisos con desarrollo temporal de gestión.
  - b. Actuaciones exteriores al ámbito de la intervención: de la parcela, del sector, en espacio público o espacios privados.
2. Para su correcta asunción es necesario:

- a. Deben ser evaluadas correcta e imparcialmente. Para lo cual deberá haberse elaborado y tramitado el correspondiente instrumento de ejecución material (proyecto de urbanización o proyecto de dotación de servicios<sup>2</sup>).
  - b. Que existan compromisos entre partes con personalidad y poder para ello.
  - c. Que los compromisos económicos o de gestión a desarrollar a lo largo de un periodo estén convenientemente garantizados.
  - d. Que tengan la consideración de interés público para lo cual será necesario que exista un instrumento de planeamiento adecuado aprobado y vigente.
3. Las herramientas que garantizan la definición de compromisos y asunción de los mismos son:
- a. Los instrumentos de planeamiento.
  - b. Los instrumentos de gestión urbanística.
  - c. La asunción de cargas de urbanización, los compromisos económicos adquiridos y la aportación de garantías económicas. Estos criterios serán previos a la apertura de un equipamiento comercial.
4. En el caso de que el informe favorable para la apertura de un equipamiento comercial estableciera la necesidad de que éste asuma externalidades que se prolonguen en el tiempo en base al compromiso de asumir la financiación y/o gestión de mejora en el transporte público, o de asunción de cargas en los gastos de gestión de redes de suministro, y/o ciclo del agua, se deberán habilitar los mecanismos y garantías suficientes para ello.

---

<sup>2</sup> Arts. 196 al 210 del Reglamento General de la LOUS para Mallorca (RGMLOUS).

## TÍTULO 5. TRAMITACIÓN E INSTRUMENTOS PREVIOS HABILITANTES

### Artículo 59. Procedimiento de autorización de equipamientos comerciales y documentación necesaria. (AP)

1. De acuerdo con lo establecido en la Ley de Comercio de las Illes Balears<sup>3</sup>, este Plan desarrolla de modo reglamentario aspectos y documentos de su tramitación.
2. La implantación de un equipamiento comercial está sujeta a la tramitación de la correspondiente licencia integrada en la administración competente, como interlocutor único.
3. La tramitación e instrucción del procedimiento se realizará según lo dispuesto en la Ley de Comercio, con las siguientes precisiones y contenidos:
  - a. Las personas o entidades interesadas tienen que presentar una solicitud de autorización comercial mediante el formulario normalizado, acompañada de la siguiente documentación:
    - i. El Proyecto básico.
    - ii. La Memoria de la actividad propuesta, en la que se describan de manera pormenorizada las actividades previstas, y usos solicitados, y el computo de la máxima superficie comercial y superficie de venta solicitadas
    - iii. El documento denominado Estudio de Implantación Comercial (EIC), establecido en este Plan Sectorial, con los contenidos desarrollados en el Artículo 62
    - iv. En los casos en los que sea exigible, el Plan Especial de Implantación Comercial y/o el Estudio de Movilidad.
    - v. En su caso, la tramitación de Evaluación de Impacto Ambiental exigible de acuerdo con la legislación vigente<sup>4</sup>.
  - b. Se deberá recabar el informe favorable del Ayuntamiento respecto de los siguientes aspectos:
    - i. Que el ámbito de intervención tenga la condición urbanística de solar.
    - ii. Si el planeamiento de aplicación tiene una regulación del uso comercial adaptada a este PECMa.
    - iii. Que la calificación urbanística del solar tenga una regulación con el uso comercial acorde con la magnitud de intensidad y tipología solicitada.
    - iv. El cumplimiento de los parámetros urbanísticos del planeamiento vigente.
    - v. Verificar el cumplimiento de las condiciones de integración desarrolladas en el CAPÍTULO 4.1 CONDICIONES DE INTEGRACIÓN DEL COMERCIO,
    - vi. Verificar la correcta evaluación de los impactos y las externalidades establecidos en este Plan, y su incidencia en las infraestructuras y en los servicios públicos municipales:
      1. Impactos sobre las redes de agua, sobre el sistema de saneamiento y depuración, el suministro de energía eléctrica.
      2. Impacto sobre la movilidad.
      3. La gestión de residuos

<sup>3</sup> Art 14 Procedimiento de autorización autonómica de instalación de gran establecimiento comercial.

<sup>4</sup> Ley 12/2016, de 17 de agosto, de evaluación ambiental de las Illes Balears.

- vii. Asimismo deberá informar sobre si las intervenciones exigidas por la implantación o externalidades pueden ser abordadas, y con qué instrumento de gestión, ejecución o planeamiento.
  - c. Se deberá recabar el informe favorable del Consell respecto de los siguientes aspectos:
    - i. El cumplimiento de las exigencias establecidas en este Plan sectorial.
    - ii. Su incidencia en las infraestructuras y los servicios públicos supramunicipales.
    - iii. Los informes específicos sobre las competencias de los respectivos departamentos:
      - 1. Impacto de movilidad sobre la red de carreteras del Consell.
      - 2. Impactos sobre el medio ambiente, paisaje y patrimonio, de acuerdo con las respectivas competencias.
    - iv. Asimismo deberá informar sobre si las intervenciones exigidas por la implantación o externalidades pueden ser abordadas, y con qué instrumento de gestión, ejecución o planeamiento.
  - d. Los informes anteriores podrán imponer la adopción de medidas compensadoras sobre las externalidades negativas que genere la implantación o la ampliación del equipamiento comercial.
4. Se diferencian los siguientes supuestos específicos:
- a. En los casos en los que se trate de un pequeño equipamiento comercial en zonas de Nivel 5, será preceptivo el informe del Consell respecto al cumplimiento del PECMa.
  - b. En el caso en el que por sus características o bien derivado del resultado del EIC se exigiera el desarrollo de un PEIC, la tramitación del mismo deberá, además de cumplir los puntos anteriores, atender a su carácter de instrumento de planeamiento reglado, por lo que deberá respetar los respectivos procesos de tramitación y las administraciones competentes para su aprobación, de acuerdo con la regulación urbanística, todo ello sin perjuicio del potencial desarrollo reglamentario, que pueda establecer situaciones específicas de caducidad y vigencia.
  - c. En el caso de que se trate de una solicitud de equipamiento comercial en ámbito en el que se hubiera aprobado un PEIC, se deberá documentar la adecuación de la solicitud a los parámetros previstos en el mismo.
  - d. En el caso de solicitarse una ampliación de un equipamiento comercial se estará a lo dispuesto en la DA 1ª<sup>5</sup> de este PECMa

## 5 Disposición Adicional 1. Posibilidad de ampliación de los equipamientos comerciales existentes.

1. Respecto a los equipamientos comerciales existentes y tramitados legalmente a la aprobación de este Plan; en el caso de solicitudes de ampliación, se tendrán en cuenta las siguientes condiciones:
    - a. En cualquier obra que suponga una ampliación de la superficie comercial, se aplicarán las condiciones establecidas en este Plan para los equipamientos comerciales, sobre la superficie comercial total del establecimiento para el que se solicita ampliación.
    - b. Se deberán tener en cuenta las limitaciones derivadas del nivel en el que se encuentre la población en la que se ubica, de acuerdo con los ámbitos establecidos en los artículos 18 y 19, y en el Anexo I "Ámbitos de la Zonificación".
  2. No obstante se permitirá su ampliación sin aplicarse limitaciones derivadas del nivel de zonificación en el que se encuentre, o aquellas limitaciones que impliquen exigencias de actuación en el exterior de la parcela, en cualquiera de los siguientes casos:
    - a. Siempre que el planeamiento urbanístico lo permita y la tramitación sea positiva.
    - b. Si la ampliación es menor del 10% sobre la superficie comercial previa, y siempre que sea menor de 5.000m<sup>2</sup>.
- En esos supuestos se realizará con la tramitación ordinaria que sería necesaria para la superficie de la ampliación que se solicita.*

### Artículo 60. Autorización comercial en áreas de acumulación de equipamientos comercial. (AP)

En el caso de una solicitud de autorización comercial en un entorno que cumpla las condiciones de área de acumulación de equipamientos comerciales, o que su autorización implique ese supuesto, en su respectivo estudio de Implantación Comercial (EIC) deberá evaluar los efectos acumulativos con su entorno y en su caso cumplir las determinaciones y criterios establecidos en el apartado 2 del Artículo 46.

### Artículo 61. Exigencia previa de instrumento habilitante. (AP)

1. La solicitud de autorización autonómica para la instalación de un equipamiento comercial, debe realizarse sobre un ámbito cuya ordenación esté ya prevista y correctamente evaluada en un instrumento de planeamiento adaptado a la regulación de este PECMa. Para ello se establece la figura de **instrumento previo habilitante**.
2. Se exige un instrumento previo habilitante siempre que se solicite permiso para la ejecución de un equipamiento comercial de superficie comercial con los siguientes criterios:
  - a. Se establecen diferentes situaciones en función de las superficies comerciales de los Equipamientos Comerciales solicitados.
  - b. Se establecen limitaciones e instrumentos necesarios de evaluación de capacidad y exigencias, de acuerdo con la siguiente tabla:

ZONIFICACIÓN COMERCIAL							
TIPO DE EQUIPAMIENTO (por superficie comercial)	Nivel 1		Nivel 2		Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5
	zonas productivas		2.A Inca	2.B Manacor			
de 400 a 700m <sup>2</sup>							EIC
de 700 a 2.500m <sup>2</sup>	EIC				EIC	EIC	
de 2.500 a 5.000m <sup>2</sup>	EIC		EIC	EIC	EIC		
de 5.000 a 20.000m <sup>2</sup>	PEIC		PEIC	PEIC			
de 20.000 a 30.000 m <sup>2</sup>	PEIC		PEIC	PEIC			
más de 30.000 m <sup>2</sup>	PEIC						

Blanco.-	No se considera Equipamiento Comercial
Verde.-	Es posible su tramitación
Naranja.-	No se admite ese tipo de EQ
EIC.-	Sujeto a la elaboración de un Estudio de Implantación Comercial
PEIC.-	Sujeto a un Plan Especial de Implantación Comercial.

3. Los instrumentos previos habilitantes para una solicitud de autorización de equipamiento comercial pueden ser:

3. *En el caso de que la solicitud de ampliación no esté en ninguno de los supuestos, para su aprobación será necesaria la tramitación completa con los estudios oportunos, de forma análoga a la solicitud de una nueva licencia nueva, acorde al régimen que establece esta Plan.*
4. *Se podrán autorizarla las intervenciones dirigidas a la renovación y mejora de las instalaciones existentes.*

- a. El Estudio de implantación comercial (EIC), como instrumento genérico de evaluación y definición del alcance.
- b. El Plan Especial de Implantación de Equipamiento comercial (PEIC), como instrumento específico que da cobertura de adaptaciones necesarias del planeamiento.
- c. El Planeamiento urbanístico vigente en el caso de que este estuviera completamente adaptado a este PECMa y que hubiera evaluado con un análisis, evaluación y desarrollo completo del alcance y consecuencias y obligaciones que genere la implantación comercial específica.

#### Artículo 62. Estudio de Implantación comercial. (AP)

1. El Estudio de Implantación comercial (EIC) es un documento técnico que tiene por objeto realizar una estimación del alcance y evaluación de la repercusión de la implantación a la que acompaña.
2. Debe elaborarse de forma obligatoria en los supuestos señalados en el Artículo 61.
3. Debe contener un análisis de la idoneidad y repercusión de la implantación, para lo cual deberá:
  - a. Describir con precisión la actividad propuesta así como la definición precisa de la superficie comercial máxima propuesta.
  - b. Evaluar con precisión las características de la parcela objeto de la intervención.
  - c. Evaluar las características de su entorno
    - i. Los usos existentes, con el objeto de señalar problemas de acumulación de actividades de alta demanda, actividades que puedan suponer un conflicto de proximidad (seguridad, situaciones de riesgo, evacuación, silencio, multiplicación de impactos negativos, etc.).
    - ii. Las capacidades de las redes de suministro de agua y energía.
  - d. Evaluar los sistemas de movilidad existentes, las demandas generadas y su impacto sobre los diferentes modos.
  - e. En el caso de implantaciones en entornos de calidad ambiental, paisajística o patrimonial, de acuerdo con los supuestos definidos en el artículo 21, deberá realizar una evaluación de su afección sobre el medio ambiente, sobre el paisaje, y sobre el patrimonio,
4. Debe identificar el alcance de la totalidad de las intervenciones necesarias para resolver las demandas generadas sobre los diferentes sistemas urbanos: de movilidad, ciclo completo del agua, sobre los recorridos del sistema de espacios públicos, o de sus impactos en lugares sensibles.
5. Debe proponer a modo conclusivo:
  - a. Debe definir el ámbito total de suelo sobre el que es necesario realizar cualquier modificación o intervención, tanto de suelo como en el subsuelo, o incluso en servicios urbanos, sin perjuicio del ámbito de afección del sistema viario que establezca como ámbito de afección la Consellería con responsabilidad de carreteras.
  - b. Si las actuaciones derivadas de la implantación pueden ser adecuadamente garantizadas y resueltas, o no.

- c. Si para ello es suficiente un Proyecto de urbanización, un Estudio de Detalle o figura análoga.
- d. Si las intervenciones necesarias exigen la necesidad de actuaciones externas que requieran modificaciones de cualquier tipo sobre el planeamiento urbanístico vigente. En ese caso será necesaria la tramitación de un **Plan Especial de Implantación Comercial**.

#### Artículo 63. Naturaleza y exigencia de un Plan especial de implantación de equipamiento comercial. (AP)

1. El Plan Especial de Implantación de equipamiento comercial (PEIC) es un instrumento específico de planeamiento urbanístico, que permite afrontar de forma integrada las repercusiones que puede tener sobre un ámbito de suelo urbano la implantación de un equipamiento comercial que no estuviera específicamente previsto por el planeamiento vigente.
2. La autorización de equipamientos comerciales estará sujeta a la redacción y tramitación de un Plan Especial de Implantación de Equipamiento Comercial. (PEIC), cuando así lo hubiera establecido el “Estudio de Implantación de equipamiento comercial” (EIC), o cuando la intervención tenga un impacto significativo territorial, que se da en los siguientes casos:
  - a. Aquellos que son considerados como centro **generador de movilidad**, que son aquellos que tengan una superficie comercial mayor de 5.000 m<sup>2</sup>.
  - b. Aquello otros que generen externalidades significativas:
    - i. Por la necesidad de conexión a redes de suministros o ciclo del agua en lugares donde se consideren claramente insuficientes.
    - ii. Porque los puntos de conexión a los sistemas de movilidad existentes sean insuficientes o con niveles de servicio de baja calidad.

#### Artículo 64. Contenidos de un PEIC. (AP)

1. El Plan Especial de Implantación comercial, tendrá, además de los contenidos exigidos en la regulación urbanística para un plan especial, los siguientes contenidos:
  - a. Identificación de la movilidad generada e impacto sobre el sistema viario afectado.
  - b. Impactos sobre las parcelas colindantes. Especialmente si se producen efectos de implementación derivados de la existencia de otros usos que puedan generar incremento de cargas por acumulación, como equipamientos comerciales u otros usos que puedan suponer riesgos o molestias.
  - c. La evaluación de las externalidades y la resolución efectiva desde el punto de vista de gestión y financiación de las mismas.
2. Derivado de su estudio de movilidad, las medidas necesarias que respetarán los siguientes criterios:
  - a. Deberán ser sensibles al incremento de demanda de movilidad y a su consideración como gran centro generador de movilidad.

- b. Deberán dimensionar adecuadamente el viario.
  - c. Deberán realizar un esfuerzo por la calidad de los trayectos peatonales en el espacio público, y por la integración y continuidad del sistema peatonal y ciclista.
3. Consecuencia del mismo deberá dimensionar de forma adecuada sus accesos y dimensiones del viario.
4. Deberá evitar que la acumulación o proximidad entre actividades productivas o de almacenaje, con usos comerciales de gran afluencia puedan producir situaciones de riesgo. Para ello establecerá las condiciones o zonificación adecuadas. Mediante el estudio de la compatibilidad de usos a escala parcela y la relación con colindantes o próximas.

#### Artículo 65. Tramitación de un PEIC. (AP)

1. La tramitación de un PEIC será la propia de un plan especial que, en función de su alcance, podría incluir contenidos de reforma interior, y por lo tanto llevar asociadas algunas modificaciones de la ordenación vigente del suelo urbano.
2. La documentación urbanística será la exigida en la regulación urbanística en función de su alcance.

## TÍTULO 6. ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN

### CAPÍTULO 6.1. ÁREAS DE TRANSFORMACIÓN

#### SECCIÓN 6.1.1. PLAN ESPECIAL DE ADECUACIÓN AL USO COMERCIAL

##### Artículo 66. Naturaleza y exigencia de un Plan Especial de Adecuación. (AP)

1. El Plan Especial de Adecuación al Uso Comercial (PEAC) es un instrumento específico de planeamiento urbanístico, que permite ordenar y evaluar de forma integrada las transformaciones necesarias con objeto de adecuar la ordenación de un sector a las demandas específicas que genere una mayor intensidad comercial.
2. En función de su alcance y contenidos puede tener la consideración de actuación de transformación urbanística de acuerdo con lo descrito en los apartados b) o c) del art 29 de la LOUS.
3. Este Plan Especial deberá elaborarse en los casos en los que el propio planeamiento urbanístico general proponga áreas urbanas en transformación comercial.
4. Su objetivo es resolver la especificidad de las demandas generadas, evaluar y resolver las externalidades que genere esa transformación de uso, consecuencia de la acumulación de usos comerciales. Por ello se establece un tipo de plan especial específico que tiene por objeto la evaluación, la supervisión y control, la asunción de acciones y externalidades que se generan, y la adecuación de un ámbito de suelo urbano, derivadas de flexibilidad de uso esté produciendo implantaciones de equipamientos comerciales, o de acumulación de los mismos de cierta magnitud.

##### Artículo 67. Contenidos y tramitación del PEACS. (AP)

1. El PEACS tendrá los contenidos mínimos para un plan especial establecidos en la regulación urbanística, y además los siguientes:
  - a. La zonificación. Propuesta de ordenación de los usos posibles mediante una propuesta coherente y estructurada de zonificación. Debe ir orientada a generar un espacio público de calidad y que favorezca la accesibilidad peatonal. Puede delimitar ámbitos de mayor intensidad comercial frente a otros que mantengan su identidad industrial, y otras condiciones.
  - b. La evaluación de la potencial movilidad generada, con la consideración de uso de gran afluencia.
  - c. La evaluación de las externalidades y la resolución efectiva desde el punto de vista de gestión y financiación de las mismas.
2. La tramitación será la propia de un plan especial, que en función de su alcance podría incluir contenidos de reforma interior, y por lo tanto llevar asociadas modificaciones de la ordenación vigente del suelo urbano.

## CAPÍTULO 6.2. IMPULSO DE LOS CENTROS URBANOS COMERCIALES

### Artículo 68. Impulso de los centros urbanos comerciales (ED)

En base a su integración con el tejido residencial y las sinergias que genera su mezcla con otros usos, sus aportaciones a la actividad urbana y el aprovechamiento de la proximidad de los residentes y de las infraestructuras de transporte público existentes, se considera positiva la recualificación de los espacios urbanos comerciales. Para ello se propone:

- a. La definición de la figura de gestión de centro urbano comercial.
- b. El establecimiento de unas condiciones mínimas de integración del comercio en el paisaje urbano.
- c. La definición de un instrumento urbanístico que permita una visión integrada de recualificación e intervención.

### SECCIÓN 6.2.1. FIGURAS PARA LA GESTIÓN DEL CENTRO URBANO COMERCIAL

#### Artículo 69. Centro Comercial Abierto. (ED)

1. Se entiende como Centro Comercial Abierto a la fórmula de organización comercial de todos los agentes económicos de un centro urbano comercial, que cuenta con una imagen y estrategia propia permanente, y que comparten una concepción global de oferta comercial, servicios, cultura y ocio, así como una única unidad de gestión y comercialización.
2. Los objetivos de los Centros Comerciales Abiertos son:
  - a. Desarrollar proyectos transformadores en sus ámbitos de actuación.
  - b. Prestar servicios básicos complementarios a los de naturaleza pública, como asesoramiento, formación, portal web, central de compras, acuerdos con proveedores y entidades financieras, entre otros.
  - c. Desarrollar acciones de promoción y dinamización comercial.
  - d. Definir e implementar unas señas de identidad a nivel urbanístico y comercial.
  - e. Desarrollar una gestión unitaria y compartir un modelo de funcionamiento y horarios.
  - f. Promover e impulsar la modernización de sus asociados.

#### Artículo 70. Requisitos para su constitución. (ED)

Para la constitución de un Centro Comercial Abierto se requiere:

- a. Que la asociación esté legalmente constituida como ente con personalidad jurídica.
- b. Que disponga de estatutos que garanticen la democracia interna de funcionamiento y estén abiertas a cualquier tipo de establecimientos que cumplan los requisitos de admisión.
- c. Que estén asociados al menos el 70% de los establecimientos comerciales y de servicios situados en la zona delimitada.

#### Artículo 71. Fomento de la constitución de Centros Comerciales Abiertos. (ED)

1. En los centros urbanos comerciales las Administraciones Pública promoverán la creación de entidades gestión en forma de Centros Comerciales Abiertos.
2. Se incentivará la creación de Centros Comerciales Abiertos mediante:
  - a. Bonificaciones fiscales y ayudas públicas.

- b. Acceso preferente en la obtención de ayudas y recursos públicos destinados a la dinamización y modernización del comercio.
  - c. Establecimiento de fórmulas de colaboración público-privada como consorcios, sociedades mixtas municipales, partenariados, entre otras.
  - d. Desarrollando una Red de Centros Comerciales Abiertos para la colaboración y cooperación entre estas entidades de gestión.
  - e. Desarrollando acciones promocionales y de reconocimiento a través de canales institucionales de las Administraciones Públicas.
3. Se fomentará la existencia de una gestión profesionalizada mediante ayudas e incentivos fiscales.

#### **Artículo 72. Condiciones para la formalización de identidad de un centro urbano comercial. (ED)**

Además de las condiciones de integración de los establecimientos comerciales y las específicas de otros equipamientos comerciales que pudieran estar incluidos, se establecen las siguientes condiciones complementarias coordinación y apoyo a una gestión común:

- a. Coordinación de una imagen común. Gama cromática, formatos de publicidad.
- b. Coordinación con áreas de aparcamiento próximas.
- c. Calidad de los trayectos peatonales: condiciones de urbanización: materiales y mobiliario urbano.
- d. Calidad del recorrido y acceso peatonal.
- e. Continuidad y coherencia de los frentes.
- f. Coordinación y control de la acumulación de publicidad.
- g. Diseño coordinado en los cerramientos de parcela.
- h. Regulación y coordinación de condiciones y horarios de carga y descarga.
- i. Condiciones de la recogida de residuos urbanos.
- j. Definición y desarrollo de una imagen corporativa común.

### **SECCIÓN 6.2.2. PLAN ESPECIAL DE CENTRO URBANO COMERCIAL**

#### **Artículo 73. Naturaleza y exigencias. (ED)**

1. Los Planes Especiales de Centros Urbanos Comerciales son instrumentos de planeamiento que permiten la ejecución de forma integrada de las actuaciones de reforma necesarias para la formalización y adecuación funcional y ambiental de los centros urbanos comerciales.
2. Entre los objetivos de formalización y adecuación funcional y ambiental se encuentran:
  - a. La recualificación del espacio público como espacio de relación
  - b. La mejora de la funcionalidad y el diseño de la trama urbano
  - c. La normalización del mobiliario urbano.
  - d. La normalización y adecuación de la señalización comercial.
  - e. La ordenación y dotación de plazas de aparcamiento.
  - f. La regulación del tráfico.
  - g. La ampliación y cualificación de los ámbitos peatonales, la interconexión entre zonas peatonales y con el sistema de transporte público.
  - h. La integración del transporte público.
  - i. La regulación y habilitación de espacios para la carga y descarga.

- j. La regulación de la recogida de residuos.
  - k. Las actuaciones de rehabilitación de fachadas y bajos comerciales.
  - l. La renovación de equipamientos e infraestructuras.
3. La delimitación de estos ámbitos corresponderá a los instrumentos de planeamiento general de cada municipio.

#### **Artículo 74. Contribuciones especiales. (ED)**

1. El coste de ejecución de las actuaciones de los planes especiales de centro urbano comercial, incluyendo aquellas de expropiaciones, puede ser repercutido sobre los propietarios especialmente beneficiados por la actuación urbanística mediante el uso de figuras de contribuciones especiales y los gastos de su gestión posterior.
2. Se considerarán propietarios especialmente beneficiados a los propietarios de los locales de establecimientos comerciales y de servicios ubicados dentro del ámbito de actuación del Plan Especial.

#### **Artículo 75. Iniciativa. (ED)**

1. La iniciativa para la redacción de un Plan Especial de Centro Urbano Comercial podrá partir de la Administración Municipal o bien por un conjunto de establecimientos de comercio y servicios constituidos bajo la figura de Centro Comercial Abierto.
2. Para que una asociación de comercio y servicios pueda promover un Plan Especial de Centro Urbano Comercial se requerirá que una mayoría cualificada del 66% de los asociados apruebe la realización del Plan Especial

## **TÍTULO 7. CONDICIONES PARA EL COMERCIO EN ÁREAS TURÍSTICAS**

#### **Artículo 76. Condiciones de dignificación del comercio en zonas turísticas. (ED)**

1. Son las áreas comerciales caracterizadas por un alto componente de estacionalidad, una venta orientada a productos específicos de temporada, una intensa ocupación de la vía pública, y generalmente en un contexto de publicidad agresiva.
2. Con objeto de garantizar una mejor integración del comercio en estos ámbitos, se establecen las siguientes condiciones complementarias a las establecidas para la integración del comercio urbano:
  - a. Un control de la ocupación de la vía pública, fijando las reglas de ocupación de la misma con respeto a las concesiones administrativas de uso del espacio público, de acuerdo a los siguientes criterios:
    - i. Cumplimiento de la ley de accesibilidad en cuanto a secciones mínimas de paso y continuidad y claridad de los recorridos.
    - ii. Una ordenación del espacio público que garantice una correcta movilidad peatonal.
    - iii. Que los elementos autorizables no alteren las características de paisaje urbano en donde se ubican, regulando, en la propia autorización, los tipos de elementos, tamaños, ubicación y colores, etc.
  - b. Condiciones respecto a los espacios de titularidad privada retranqueados.

- i. Se trata de espacios privados que conforman el espacio público, y se confunden con él. Son ocupados de forma descontrolada y ajena a la configuración estética del propio edificio.
    - ii. Desde los ayuntamientos se establecerán unas condiciones coordinadas, con soluciones tipo obligatorias, y/o exigiendo proyectos unitarios por manzanas completas o calles.
  - c. Establecer medidas orientadas a paliar el impacto negativo de los locales que permanezcan cerrados fuera de la temporada estival, sobre los colindantes (materiales y tipos de cerramiento, gestión de la limpieza y mantenimiento de los espacios privados abiertos, etc.).
3. Se deberán respetar las condiciones complementarias referidas a la integración del comercio urbano establecida en el ANEXO IV: Regulación subsidiaria para la integración comercial.

**Artículo 77. Instrumentos de dignificación del comercio en zonas turísticas. (ED).**

1. Para una mejor gestión y ordenación del comercio en las áreas turísticas, se podrán definir Áreas de recualificación comercial turística.
  1. Estas áreas se podrán definir desde el planeamiento urbanístico (de acuerdo con el artículo 29.2.b), o bien directamente desde las administraciones competentes en comercio, o desde los operadores implicados.
  2. Para el logro de sus fines, y en función de la escala y sus propuestas, se utilizará el instrumento adecuado: un estudio, un plan o bien una intervención directa de proyectos de urbanización o recualificación, y/o la implementación de unas ordenanzas específicas.

## TÍTULO 8. REVITALIZACIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES Y LONJAS

### Artículo 78. Relación con los Centros Urbanos Comerciales. (ED)

1. Los mercados municipales constituyen elementos vertebradores de la trama urbana comercial.
2. Con objeto de reforzar su papel los Ayuntamientos:
  - a. Promoverán la consolidación de los Centros Urbanos Comerciales en torno a los Mercados Municipales.
  - b. Asumirán un papel activo para la creación y el desarrollo de figuras de gestión de Centros Urbanos Comerciales en las que los Mercados Municipales deben tener un papel principal.
  - c. Promoverán la urbanización de sus entornos, priorizando la peatonalización, ordenando las áreas de carga y descarga y la disponibilidad de una red de aparcamientos de alta rotación en la cercanía de los mercados municipales.

### Artículo 79. Mejora e impulso a los Mercados Municipales. (ED)

Los Ayuntamientos promoverán la mejora de los Mercados Municipales con medidas como:

- a. Desarrollo de acciones de rehabilitación energética y la mejora de la accesibilidad física de estos edificios.
- b. Impulsando figuras de gestión para la realización de acciones de dinamización y fidelización comercial.
- c. Facilitando la introducción del producto local y de proximidad.
- d. Impulsando el papel de estos centros como centros comerciales de barrio incorporando servicios de interés para la comunidad como ludotecas, oficinas bancarias, oficinas postales, centros cívicos y otros espacios comunitarios.
- e. Adecuando los reglamentos de funcionamiento, manteniendo en cualquier caso el espíritu comercial de estos equipamientos, con objeto de permitir:
  - i. La inclusión de establecimientos que actúen como locomotoras comerciales y que complementen el producto fresco ofertado.
  - ii. La incorporación de establecimientos de hostelería, turismo.

## DISPOSICIONES ADICIONALES

### Disposición adicional Primera.- Adaptación del planeamiento urbanístico (AP)

1. Sin perjuicio de lo que disponen las normas, los anexos y plano de ordenación de este plan indicados como de aplicación plena (AP), los planeamientos generales y las normas subsidiarias de planeamiento existentes continúan vigentes, pero deberán adaptarse a este plan en el plazo de cinco (5) años contados desde su entrada en vigor. Si el día de vencimiento del plazo indicado el ayuntamiento no ha aprobado definitivamente, o tramitado para la aprobación definitiva cuando corresponda, el expediente relativo a la adaptación al planeamiento general correspondiente, no podrá procederse a conceder nuevas autorizaciones, licencias o títulos habilitantes para la implantación de equipamientos comerciales al por menor o ampliación o reforma integral de equipamientos comerciales al por menor existentes, hasta que se produzca dicha adaptación.
2. No se puede proceder a la tramitación y, en su caso, aprobación definitiva de la elaboración de revisión y/o modificación de cualquier instrumento de planeamiento general o de desarrollo que suponga el incumplimiento de las determinaciones previstas en las normas de ordenación del PECMa, tanto de aplicación plena (AP) como de eficacia directiva (ED).
3. No obstante lo establecido en el apartado anterior, los proyectos de elaboración, revisión y/o modificación de planeamiento general o de desarrollo que se encontraban en fase de tramitación en la fecha de publicación de la aprobación inicial del PECMa, se pueden continuar tramitando y ser objeto de aprobación definitiva, siempre que en la fecha indicada hubiera finalizado el periodo de información pública en el procedimiento administrativo correspondiente.

### Disposición adicional Segunda.- Régimen de establecimientos comerciales existentes (AP)

Los establecimientos comerciales legalmente existentes o con autorización vigente a la entrada en vigor de este plan, que en virtud de su contenido tengan la consideración de equipamientos comerciales, estarán sometidos al régimen siguiente:

- a. Para intervenciones de cambio de actividad, reforma general integral, nueva implantación o reforma general de instalaciones y servicios, o ampliación de superficie edificada, se aplicarán las disposiciones de aplicación plena (AP) o eficacia directiva (ED) establecidas en este plan para los equipamientos comerciales, sobre la superficie edificada y elementos objeto de intervención. Se entenderá reforma general si el alcance de intervención supera la mitad de la superficie comercial o del desarrollo de los sistemas de instalaciones y servicios existentes.
- b. En caso de ampliación de superficie comercial, se atenderá a las limitaciones correspondientes al nivel de la zona en que se ubiquen, de acuerdo con los ámbitos establecidos en este plan.

### **Disposición adicional tercera.- Instrucciones técnicas del PECMa**

Corresponde al Pleno del Consell Insular de Mallorca, a propuesta de la Comisión Insular de Ordenación del Territorio y Urbanismo, la aprobación de instrucciones técnicas relativas al desarrollo de aspectos concretos de la ejecución y gestión de las determinaciones del PECMa, tanto gráficas como escritas, en relación a su clarificación, mejora técnica, adaptación a normativa vinculante sobrevinida que no suponga modificación sustancial, ejecución de sentencias judiciales, o la corrección de errores materiales si procede.

### **Disposición adicional cuarta.- Sistema de indicadores de sostenibilidad.**

La primera formulación, revisión o modificación de los instrumentos de planeamiento urbanístico general que afecte a suelo con uso comercial asignado, deberá incorporar en su documentación técnica el cálculo de los indicadores de todo el término municipal correspondientes al sistema de indicadores de sostenibilidad territorial para la memoria de las Directrices de ordenación territorial, o en su caso del Plan territorial insular de Mallorca, que se refieran a dicho uso.

## **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

### **Disposición transitoria primera.- Planeamiento urbanístico vigente o en tramitación (AP)**

En tanto que el planeamiento urbanístico general municipal no se encuentre íntegramente adaptado al PECMa, será necesaria la adaptación a las disposiciones de aplicación plena (AP) y de Eficacia Directiva (ED) del PECMa en los siguientes supuestos relativos a la tramitación de la formulación, revisión o modificación de planeamiento:

- a. Los planes generales urbanísticos en tramitación cuyo contenido afecte a la calificación de suelo que admita el uso comercial, que en la fecha de aprobación inicial del PECMa no hubieran superado la fase de exposición pública, o aquellos que habiendo superado dicho trámite hayan transcurrido más de cinco años desde la fecha de su aprobación inicial.
- b. Los planes urbanísticos de desarrollo que en la fecha de aprobación inicial del PECMa se hallasen en tramitación y que no hubieran superado la fase de exposición pública, aquellos en los que habiendo superado dicho trámite hayan transcurrido más de cinco años desde la fecha de su aprobación inicial, siempre que posibiliten que más de un 30% de la edificabilidad total se destine a uso comercial.

### **Disposición transitoria segunda.- Régimen de autorizaciones y licencias (AP)**

En tanto que el planeamiento urbanístico general municipal y, si procede, el planeamiento de desarrollo no se encuentren íntegramente adaptados al PECMa, no se puede proceder a la aprobación o al otorgamiento de autorizaciones, licencias o títulos habilitantes que contradigan las disposiciones de aplicación plena (AP) y de eficacia directiva (ED) del PECMa, en los siguientes casos:

- a. Los instrumentos o proyectos de las actuaciones que legitimen la transformación o desarrollo de suelo con uso comercial mayoritario o predominante, excepto el destinado a equipamiento público.
- b. La implantación de nuevos establecimientos comerciales que tengan la consideración de equipamiento comercial al amparo de las disposiciones del PECMa.

### Disposición transitoria tercera.- Establecimientos comerciales existentes (AP)

En tanto que el planeamiento urbanístico general municipal y, si procede, el planeamiento de desarrollo no se encuentren íntegramente adaptados al PECMa, regirán las condiciones siguientes en relación a los establecimientos comerciales legalmente existentes a la entrada en vigor del PECMa que tengan la consideración de equipamiento comercial:

1. Con objeto de reducir los impactos ambientales de los establecimientos comerciales existentes de más de 5.000 m<sup>2</sup> de superficie comercial que se consideren equipamientos comerciales en el PECMa, se establece la obligación de realizar un estudio de impacto comercial actual, que tendrá los siguientes contenidos:
  - a. La obligación de desarrollar una auditoría energética, y en su caso tomar medidas para reducir su consumo e integrar las energías renovables.
  - b. Un estudio de las características de las superficies de aparcamiento y sus posibilidades de mejora.
  - c. Informe de la gestión del ciclo del agua y, en su caso, mejoras para reducir su consumo, y posibilitar su reutilización.
  - d. Informe sobre la contaminación lumínica y, en su caso, propuestas de su reducción.
  - e. Estudio y ordenación de la publicidad, con los criterios de menor impacto.
  - f. Un análisis de la movilidad generada. Con especial atención a:
    - i. Integración del transporte público, mediante los convenios o actuaciones que sean necesarias
    - ii. Mejoras de la accesibilidad peatonal, que garanticen su acceso desde las áreas residenciales, en condiciones de continuidad y facilidad.
2. Para poder tramitar cualquier solicitud de ampliación de los citados equipamientos comerciales será necesario haber realizado el estudio de impacto con los análisis descritos en los puntos anteriores y comprometidas las mejoras resultantes de los mismos.
3. Será posible la ampliación de equipamientos comerciales sin aplicarse limitaciones de tamaño máximo en base al nivel de la población, o aquellas limitaciones que impliquen exigencias de actuación en el exterior de la parcela, siempre que se reúnan todas y cada una de las condiciones siguientes:
  - a. El planeamiento urbanístico lo permita.
  - b. La ampliación sea menor del 10% sobre la superficie comercial previa.
  - c. No se supere un máximo de superficie comercial de 5.000m<sup>2</sup>.
4. En cualquier caso se podrán autorizar las intervenciones dirigidas a la reforma de los establecimientos existentes para la mejora de las condiciones de seguridad, salubridad, supresión de barreras arquitectónicas y mejoras ambientales y de eficiencia energética.

### **Disposición transitoria quinta.- Régimen de solares con uso comercial predominante (AP)**

Hasta que el planeamiento urbanístico municipal no se encuentre adaptado al PECMa, y como máximo dentro de los cinco primeros años desde aprobación de este plan, los solares de uso comercial predominante para los cuales no se haya agotado el plazo máximo legal para edificar no se verán sometidos a las limitaciones de superficie máxima de equipamiento comercial contenidas en este Plan.

### **Disposición transitoria cuarta.- Expedientes en tramitación (AP)**

Será necesaria la adaptación a las disposiciones de aplicación plena (AP) y de Eficacia Directiva (ED) del PECMa para los supuestos siguientes:

- a. Los instrumentos o proyectos de las actuaciones que legitimen la transformación o desarrollo de suelo con uso comercial mayoritario o predominante, excepto el destinado a equipamiento público, que hubieran solicitado la aprobación, autorización, licencia o título habilitante dentro de los tres meses anteriores a la aprobación inicial del PECMa.
- b. Los proyectos de establecimientos comerciales con consideración de equipamiento comercial según el PECMa que hubieran solicitado la autorización, licencia o título habilitante dentro de los tres meses anteriores a la aprobación inicial del PECMa.

## ANEXO I: ÁMBITOS DE LA ZONIFICACIÓN (AP)

Se desarrolla en tomo aparte en formato A-3

## ANEXO II: ESTUDIOS DE MOVILIDAD GENERADA

### CONDICIONES Y EXIGENCIAS PARA LOS ESTUDIOS DE MOVILIDAD. (AP)

1. El objetivo de los estudios de evaluación de la movilidad generada es definir las medidas y actuaciones necesarias para asegurar que la nueva movilidad generada en el ámbito de estudio siga unas pautas caracterizadas por la preponderancia de los medios de transporte más sostenibles.
2. Los estudios de evaluación de la movilidad generada deben:
  - a. Evaluar el incremento potencial de desplazamientos provocado por una nueva implantación de equipamiento comercial
  - b. Evaluar la capacidad de absorción de los servicios viarios y de los sistemas de transporte, abarcando los sistemas de transporte de bajo o nulo impacto, como los desplazamientos con bicicleta o a pie.
  - c. Valorar la viabilidad de las medidas propuestas en el propio estudio para gestionar de forma sostenible la nueva movilidad
  - d. Establecer las obligaciones que debe asumir o participar el agente promotor para afrontar la solución de los problemas derivados de esta nueva movilidad generada.

### CONTENIDO DE LOS ESTUDIOS DE MOVILIDAD GENERADA. (ED)

1. Los estudios de evaluación de la movilidad generada tienen que evaluar el incremento de movilidad que representan las actuaciones previstas en su ámbito territorial así como su incidencia sobre las redes generales de transporte.
2. Los estudios de evaluación de la movilidad generada han de hacer una estimación del número de desplazamientos que se prevé puede generar esta implantación, indicando la distribución temporal a lo largo del día y, en su caso, días punta a lo largo del año, tanto por lo que se refiere a entradas como a salidas.
3. Para la estimación de movimientos generados se utilizarán los siguientes estándares: 50 viajes generados por cada 100 m<sup>2</sup> de suelo de uso comercial, 15 viajes generados por cada 100 m<sup>2</sup> de suelo de uso de oficinas.
4. Además deberán tener los siguientes contenidos y documentos:
  - a. Determinación de la movilidad generada por los diferentes usos previstos, representada en un plano a la escala adecuada (1:5.000 de entorno) o planos de las diferentes redes o sistemas de movilidad, diferenciando las existentes y las propuestas con los siguientes contenidos:
    - i. Propuesta de la red de itinerarios principales para peatones
    - ii. Previsión de la red de itinerarios para transporte colectivo existentes, y propuesta de implantación de las nuevas líneas o prolongación de las existentes.
    - iii. Propuesta de red de itinerarios para bicicletas y determinación de la reserva para aparcamiento de bicicletas.
    - iv. Propuesta de red básica de itinerarios principales de vehículos y determinación de las reservas para aparcamientos de vehículos.

- v. En su caso, análisis del impacto en la capacidad y en la seguridad vial de las carreteras, con atención especial a los accesos y, en su caso, propuestas de actuación para garantizarlas y propuestas de modificaciones del Plan local de seguridad vial al efecto de ajustarlo a la nueva situación generada.
  - vi. Representación de las estaciones de ferrocarril y de autobuses interurbanos existentes y de aquellas previstas en un plan o proyecto aprobado definitivamente por la administración competente.
  - vii. Representación de las propuestas de reservas de espacio para carga y descarga de mercancías.
  - viii. Representación de las propuestas de reservas para los vehículos destinados al transporte colectivo y al taxi.
- b. Encaje y definición de los nodos de unión con la red general del municipio (viaria, peatonal, de bicicletas y de transporte público).
  - c. Propuesta de financiación de los diferentes costes generados por el incremento de movilidad debido a la nueva actuación, que incorpore lo establecido en el artículo 19.
5. Deberán incluir las siguientes evaluaciones:
- a. Respecto al transporte público.-Determinar la distancia entre la implantación y un punto de acceso a transporte colectivo, que para ser evaluado debería ser inferior a 500 metros. Especificar si se trata de una parada existente o prevista.
  - b. Se incluirá una descripción de los sistemas de recorridos, las características de la red viaria, de la red de itinerarios principales para peatones, y las infraestructuras fijas de transporte público, así como de la red de itinerarios de transporte público y de la red de itinerarios para bicicletas.
  - c. Datos sobre la movilidad actual y sobre la prevista con un horizonte de 10 años, con especificación de los datos del tráfico y niveles de servicio de las diferentes redes existentes, expresadas (en función de la magnitud del equipamiento y de los sistemas existentes) con los valores siguientes:
    - i. Red viaria: intensidad media diaria de los itinerarios principales, con porcentaje de vehículos pesados, e intensidad de hora punta en laborable y fin de semana. Análisis de los niveles de servicio.
    - ii. Red ferroviaria: número de trenes y de viajeros por día. Porcentaje de ocupación.
    - iii. Redes de bicicletas y peatones: flujos de usuarios por día y en horas punta. Detección de problemas de capacidad puntuales.
    - iv. Red de transporte público y taxi: oferta, recorridos, frecuencias y viajeros/día. Porcentaje de ocupación de los vehículos.
  - d. Cálculo de la movilidad generada, de acuerdo con los estándares establecidos.
  - e. Reserva de espacio para los peatones dimensionada a partir de la generación de viajes en hora punta para absorber su flujos.
  - f. Distribución de la movilidad generada: estimación del origen y destino del tráfico generado por la implantación singular a partir de estudios de mercado, encuestas o mecanismos similares.
  - g. Propuesta de reparto modal de la movilidad generada entre los diferentes sistemas de transporte.

- h. Propuesta de asignación de la movilidad en las diferentes redes: asignación conjunta de la movilidad existente y de la movilidad generada por la implantación singular en las diferentes redes existentes para las horas punta de cálculo.
  - i. Propuesta de mejoras en las redes y medidas correctoras referentes a:
    - i. Construcción de nuevas paradas en sistemas de infraestructura fija y de transporte público de superficie y de taxis.
    - ii. Previsión de nuevas líneas de transporte público, prolongación o cambio de trazado de las existentes.
    - iii. Urbanización y/o ampliación de itinerarios para peatones, para transporte colectivo de superficie y para bicicletas.
    - iv. Mejoras en la red viaria, especialmente en cuanto a la garantía de la capacidad y de la seguridad en los accesos y en los viales.
    - v. Otras medidas correctoras.
  - j. Comprobación del funcionamiento: es necesario describir las capacidades de las diferentes redes sin hacer las mejoras y una vez diseñadas las mejoras y hay que verificar que las redes mejoradas podrán absorber razonablemente la movilidad generada por la implantación comercial.
  - k. Funcionamiento de la distribución de mercancías: en el supuesto en el que proceda, es preciso describir el funcionamiento de las operaciones de carga y descarga en relación con la implantación comercial.
  - l. Resumen y conclusiones: es preciso hacer un resumen del estudio de movilidad generada, en términos fácilmente comprensibles, de itinerarios principales para peatones, de transporte colectivo, de itinerarios para bicicletas y de itinerarios para vehículos y la comparación entre los niveles de servicio en las diferentes redes antes y después de la entrada en servicio de la implantación singular.
  - m. Propuesta de financiación de los diferentes costes generados por el incremento de movilidad debido a la nueva actuación.
6. En lo que respecta al ámbito de afección sobre el sistema viario existente, el Estudio de movilidad deberá proponer en su fase inicial a la administración competente en carreteras los tramos del sistema sobre los que va a tener consecuencias; esta administración tendrá competencia para ampliar en su caso los tramos a incorporar en el estudio. Asimismo la administración de carreteras ofrecerá los datos existentes, y podrá exigir las mediciones que considere necesarias para obtener una simulación de impacto correcta.

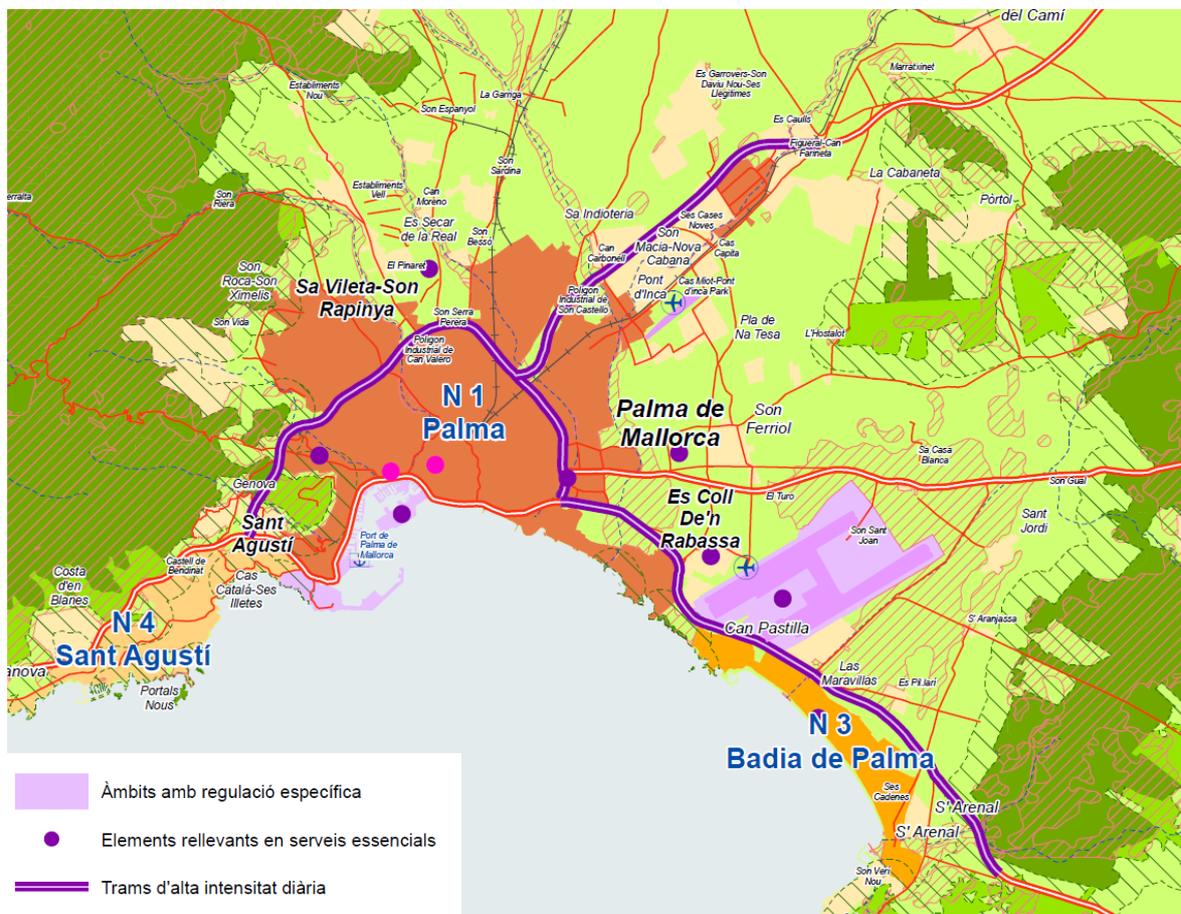
## ANEXO III: FACTORES LIMITANTES EN EL ENTORNO DE PALMA (AP)

El entorno de Palma aglutina determinadas características significativas que deben ser especialmente estudiadas en la evaluación de los impactos de los diferentes Equipamientos comerciales, ya sean en los respectivos EIC (estudios de Implantación Comercial) o en el resto de los procesos de autorización de equipamiento comercial. Entre esas características destacan:

- La existencia de tramos de la red viaria primaria de la isla, que tiene en estos momentos unos altos índices de intensidad media diaria (más de 100.000 vehículos de IMD) y limitaciones a su nivel de servicio.
- La ubicación de elementos relevantes que garantizan los servicios esenciales de sectores estratégicos y de emergencias, que deberían minimizarse las limitaciones en sus accesos. Se consideran como tales: los Hospitales, los centros de transporte y de suministro de mercancías, como el Aeropuerto, el Puerto de Palma, MercaPalma, y otros análogos.

Estos factores identificados suponen un condicionante limitante en el proceso de evaluación de las posibilidades de desarrollo o ampliación de un gran equipamiento comercial y su influencia sobre la funcionalidad del sistema viario. Por ello cualquier evaluación deberá ser especialmente sensible con:

- La eficiencia del sistema viario principal de la isla (con especial atención a los tramos descritos).
- El cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 18 del Plan Territorial de Protección Civil de la comunidad autónoma de las Illes Balears (PLATERBAL), este Plan debe establecer las medidas de reducción del impacto de eventuales catástrofes y calamidades; en lo relativo a la ubicación de los elementos relevantes de los servicios esenciales.



## ANEXO IV: REGULACIÓN SUBSIDIARIA PARA LA INTEGRACIÓN COMERCIAL (AP)

### ORDENANZA DE ADECUACIÓN COMERCIAL

1. Con objeto de conseguir una **mejor integración** de los diferentes establecimientos comerciales, se establecen las siguientes condiciones, con un carácter subsidiario, en el caso del que el planeamiento municipal no lo hubiera regulado, o complementario, en el caso de que alguno de los aspectos no hubieran sido regulados.
2. Respecto a los establecimientos comerciales **situados en la planta baja de una edificación**, estos en su relación con el espacio público atenderán de manera especial a los siguientes aspectos:
  - a. **Tratamiento de la fachada.** La apertura de huecos, deberá realizarse con ritmos y materiales de fachada que aporten calidad e integración coordinada en el edificio en el que se insertan.
  - b. Se tendrá especial cuidado en los **elementos volados y toldos**, de modo que se integren. Los colores serán acordes con el lugar y no llamativos, en todo caso los ayuntamientos podrán establecer uno o varios colores de referencia.
  - c. Los **equipos de climatización**, rejas y persianas de cierre, etc., deberán quedar insertas en la composición de la fachada e integradas en la misma.
  - d. Cuidar su **integración funcional** con la vía pública. Para ello estudiarán con cuidado el acceso peatonal y en caso necesario, el acceso de mercancías así como la ubicación en la vía pública de zonas de carga y descarga.
  - e. En el caso de establecimientos comerciales de grandes dimensiones y/o con fachadas a vía pública de dimensiones importantes, estas deberán tener un tratamiento de calidad, procurando la aparición de superficies acristaladas o bien descomponiendo fachadas.
  - f. Las **muestras publicitarias** cumplirán condiciones de integración en la fachada:
    - a. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
    - b. De manera preferente se incorporarán en los huecos de fachada, ocupando una superficie máxima del 25% de la superficie del hueco, con un saliente máximo de 5 cm. e integradas en el diseño general de la carpintería.
    - c. En el caso de elementos publicitarios anclados a los paños ciegos de la fachada del local estos deberán ejecutarse en letra corpórea con un saliente máximo 5 cm y ocupando un espacio virtual máximo de 2m<sup>2</sup>.
3. Si se trata de **edificios completos de uso comercial** se atenderá de manera especial a los siguientes aspectos:
  - a. Un tratamiento de fachadas que evite fachadas cerradas y sin huecos, e integrando sus ritmos y materiales a los del ámbito urbano en el que se insertan.
  - b. Deberá procurarse generar elementos de relación con el espacio público en la planta baja, mediante la aparición de huecos acristalados y/o escaparates, evitando grandes paños cerrados y opacos, respetando al composición general del edificio en el que se insertan.
  - c. Procurando la integración de los toldos y otros elementos volados así como la ocultación de los equipos de climatización, rejas, persianas de cierre, etc.

- d. El control de la publicidad exterior impidiendo que las fachadas puedan convertirse en elementos publicitarios en sí mismas con la incorporación de toldos, elementos de cubrición, pancartas, elementos audiovisuales, etc. de gran tamaño.
  - e. Las muestras publicitarias cumplirán condiciones de integración:
    - i. Se realizarán en colores acordes con los del edificio y su entorno.
    - ii. De manera preferente se incorporarán en los huecos de fachada, ocupando una superficie máxima del 25% de la superficie del hueco, con un saliente máximo de 5 cm. e integradas en el diseño general de la carpintería.
    - iii. En el caso de muestras sobre el paramento de fachada únicamente se permitirá la ejecución de un solo rótulo por edificio, en espacios especialmente diseñados al efecto, mediante letras corpóreas, de espesor máximo 10 cm. y ocupando una superficie máxima del 5% de la superficie de fachada. No se permite la inserción de este tipo de elementos en el caso de edificios protegidos o catalogados.
    - iv. No se permite la ejecución de letreros o paneles en petos de fachada o sobre su línea de alero o elementos similar de la composición arquitectónica.
    - v. En el caso de edificios protegidos o catalogados se atenderá a criterios de integración definidos en los respectivos catálogos de protección urbanística o los criterios de protección patrimonial.
4. En el caso de **establecimientos comerciales de grandes dimensiones** y/o con fachadas a vía pública de dimensiones importantes
- a. Las fachadas deberán tener un tratamiento de calidad, procurando la aparición de superficies acristaladas o bien descomponiendo fachadas.
  - b. En caso de existir, se estudiando la ubicación de acceso al aparcamiento, de modo que su interferencia sobre los flujos peatonales sea la menor posible.
  - c. Carga y descarga.
    - i. Los espacios de carga y descarga quedarán incorporados, en la medida de lo posible, en el interior de la parcela o la edificación. En caso de no poder cumplir esta medida deberá justificarse la solución adoptada.
    - ii. En caso de alta frecuencia de labores de carga y descarga la administración municipal podrá exigir que el operador solicite un vado destinado a este fin.
5. Se establece una **regulación de elementos iluminados o con luminancia propia**, con objeto de cumplir la Ley 3/2005, de 20 de abril, de protección del medio nocturno de las Illes Balears, así como con objeto de evitar elementos de contaminación lumínica, que puedan producir alteraciones significativas y negativas en el paisaje urbano, se regula:
- a. El uso de dispositivos o pantallas con iluminación propia, tanto en cualquiera de las fachadas como en el interior de los locales comerciales, siempre que sean visibles desde la vía pública. Se evitarán las mismas si suponen un impacto negativo y/o superan las intensidades y efectos no autorizables (sobre la seguridad en vial, impactos negativos sobre el valor patrimonial, del edificio o del espacio público o entorno, con impactos sobre la contaminación lumínica o confort visual de los residentes próximos y de los viandantes).
  - b. Se deberá regular la ubicación, dimensiones e iluminación de la publicidad de cualquier tipo y posición de forma acorde con los principios de la legislación de referencia.

## CONTENIDO

<b>TÍTULO 1. CONDICIONES GENERALES</b> .....	<b>5</b>
CAPÍTULO 1.1. DISPOSICIONES GENERALES .....	5
CAPÍTULO 1.2. DEFINICIONES .....	8
<b>TÍTULO 2. MODELO TERRITORIAL COMERCIAL</b> .....	<b>12</b>
<b>TÍTULO 3. PLANIFICACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.</b> .....	<b>16</b>
<b>TÍTULO 4. CONDICIONES DE INTEGRACIÓN Y EVALUACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES</b> .....	<b>22</b>
CAPÍTULO 4.1. CONDICIONES DE INTEGRACIÓN DEL COMERCIO .....	22
SECCIÓN 4.1.1. CONDICIONES GENERALES DE INTEGRACIÓN .....	22
SECCIÓN 4.1.2. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE TAMAÑO pequeño y MEDIO.....	24
SECCIÓN 4.1.3. EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE TAMAÑO GRANDE .....	27
SECCIÓN 4.1.4. CENTRO COMERCIAL .....	31
SECCIÓN 4.1.5. ÁREAS DE ACUMULACIÓN DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES .....	31
CAPÍTULO 4.2. EVALUACIÓN DE IMPACTOS Y EXTERNALIDADES.....	33
<b>TÍTULO 5. TRAMITACIÓN E INSTRUMENTOS PREVIOS HABILITANTES</b> .....	<b>40</b>
<b>TÍTULO 6. ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN</b> .....	<b>46</b>
CAPÍTULO 6.1. ÁREAS DE TRANSFORMACIÓN.....	46
SECCIÓN 6.1.1. PLAN ESPECIAL DE ADECUACIÓN AL USO COMERCIAL .....	46
CAPÍTULO 6.2. IMPULSO DE LOS CENTROS URBANOS COMERCIALES .....	47
SECCIÓN 6.2.1. FIGURAS PARA LA GESTIÓN DEL CENTRO URBANO COMERCIAL .....	47
SECCIÓN 6.2.2. PLAN ESPECIAL DE CENTRO URBANO COMERCIAL.....	48
<b>TÍTULO 7. CONDICIONES PARA EL COMERCIO EN ÁREAS TURÍSTICAS</b> .....	<b>49</b>
<b>TÍTULO 8. REVITALIZACIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES Y LONJAS</b> .....	<b>51</b>
<b>DISPOSICIONES ADICIONALES</b> .....	<b>52</b>
<b>DISPOSICIONES TRANSITORIAS</b> .....	<b>53</b>
<b>ANEXO I: ZONIFICACIÓN PORMENORIZADA</b> .....	<b>56</b>
<b>ANEXO II: ESTUDIOS DE MOVILIDAD GENERADA (AP)</b> .....	<b>57</b>
Condiciones y exigencias para los estudios de movilidad.....	57
Contenido de los estudios de movilidad generada.....	57
<b>ANEXO III: FACTORES LIMITANTES EN EL ENTORNO DE PALMA (AP)</b> .....	<b>60</b>
<b>ANEXO IV: REGULACIÓN SUBSIDIARIA PARA LA INTEGRACIÓN COMERCIAL (AP)</b> .....	<b>61</b>
Ordenanza de adecuación comercial.....	61

### EQUIPO REDACTOR

Este documento ha sido elaborado bajo la dirección del

**Consell de Mallorca.**  
**Departament de Territori i Infraestructures**  
**Direcció Insular de Territori y Paitsage**  
**Servei d'Ordenació del Teritori**

Arquitecto Cap del Servei tècnic  
d'Ordenació del territori  
Joan Carles Fuster

El TAG, cap del servei jurídic  
d'Ordenació del territori  
Josep Manel Gómez Gonzalez

El director insular de Territori i Paisatge  
Miquel Vadell Balaguer

Ha sido elaborado por el **equipo técnico de COTESA**

Dirección y coordinación

Manuel Domingo Vaquero

Apoyo a dirección

Ángel García de Jalón  
Carlos de Miguel

Con el siguiente equipo

Encuestas de participación  
Participación Ciudadana  
Apoyo Jurídico

Ángel Gómez  
Néstor García CIMAS  
Rodrigo Caballero

Documentación Ambiental

Álvaro de la Cruz  
Rubén Vicente  
Daría Quintana  
Mónica Cítores

Socioeconomía.-  
Soporte tecnológico.

En Palma a 29 de noviembre de 2017

Fdo.

Manuel Domingo Vaquero

