

DEPARTAMENTO DE LA PRESIDENCIA

LEY

9/2004, de 24 de diciembre, de creación de la Agencia Catalana del Consumo.

EL PRESIDENTE

DE LA GENERALIDAD DE CATALUÑA

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de Cataluña ha aprobado y yo, en nombre del Rey y de acuerdo con lo que establece el artículo 33.2 del Estatuto de autonomía de Cataluña, promulgo la siguiente

LEY

Preámbulo

La Generalidad de Cataluña tiene asumida la competencia exclusiva en materia de protección de los derechos de los consumidores y usuarios en virtud del artículo 12.1.5 del Estatuto de autonomía. Como desarrollo de este ejercicio, el Parlamento ha aprobado a lo largo de distintas legislaturas numerosas leyes en estrecha conexión con la protección de la seguridad, la salud y los intereses económicos de la población.

La defensa y la protección de las personas, en su vertiente de consumidoras y usuarias, requiere, cada vez más, que se disponga de unos instrumentos ágiles y eficaces que den respuesta inmediata a sus necesidades y que actúen muy especialmente en el campo de la prevención y la resolución de conflictos.

Actualmente, la Generalidad ejerce sus competencias en materia de consumo mediante dos estructuras administrativas distintas: por una parte, la Subdirección General de Consumo, adscrita a la Secretaría General del Departamento de Comercio, Turismo y Consumo en virtud del Decreto 68/2004, de 20 de enero, de estructuración y reestructuración de varios Departamentos de la Generalidad de Cataluña; por otra, el Instituto Catalán del Consumo, organismo autónomo creado por la Ley 16/1987, de 9 de julio, con funciones de información, difusión y formación.

La voluntad de la presente Ley es la simplificación administrativa del área de consumo, concentrando todas sus competencias en una sola estructura que actúe de forma global, para mejorar la agilidad y la eficacia de los procedimientos, evitar duplicidad de funciones y aglutinar todos los recursos con la máxima eficiencia.

El objetivo concreto de la Ley es la creación y organización de la estructura administrativa y de funcionamiento de la Agencia Catalana del Consumo como organismo autónomo administrativo que debe convertirse en la máxima autoridad en la planificación y la ejecución de las políticas de consumo del Gobierno de Cataluña.

Mediante este texto, pues, la Agencia Catalana del Consumo asume todas las competencias de la Generalidad en materia de consumo, entre las cuales hay que destacar las relativas a la información, formación, educación, mediación, arbitraje, disciplina del mercado, inspección, desarrollo normativo, fomento y relaciones institucionales.

La Ley fija las funciones concretas del nuevo organismo, las cuales giran alrededor de cinco ejes de actuación fundamentales: la protección de la seguridad y los derechos de las personas, la formación y la educación, la potenciación de

la mediación y el arbitraje, las relaciones institucionales y la participación directa de las personas, representadas mediante las asociaciones de consumidores y usuarios y los agentes sociales y económicos.

Para garantizar los derechos inherentes a toda persona como consumidora de bienes y productos y como usuaria de servicios, la Agencia Catalana del Consumo debe ejercer las funciones de prevención –mediante el análisis de los productos y servicios–, el control de la disciplina del mercado –mediante la inspección y, si procede, la sanción administrativa– y la propuesta de desarrollo normativo sobre todos los aspectos que favorezcan dichos objetivos.

En el ámbito de la formación y la educación, la Agencia debe instruir los mecanismos adecuados para que las personas conozcan sus derechos como consumidores, impulsar la Escuela del Consumo con el objetivo de educar a los jóvenes en el ámbito del consumo responsable y formar a los agentes económicos en todas las materias que ayuden a garantizar la fluidez y calidad en las relaciones del mercado. Al mismo tiempo, debe fomentar un modelo de consumo sostenible social y ecológicamente y potenciar el conocimiento del comercio justo y solidario y de los productos ecológicos.

Otra de las funciones de la Agencia debe ser la potenciación de la mediación y el arbitraje del consumo, entendiendo que estas dos fórmulas son los instrumentos más adecuados para resolver de forma ágil y eficaz los conflictos que surgen en materia de consumo. Por una parte, la Agencia debe organizar el funcionamiento de la Junta Arbitral de Consumo de la Generalidad, y, por otra parte, cooperar en el conocimiento de las diferentes juntas existentes y el arbitraje en general y fomentarlo.

En el ámbito de las relaciones institucionales, se establece la colaboración y la coordinación de la Agencia con todas las administraciones públicas de ámbito local y estatal cuando actúen en el ejercicio de las funciones propias del ámbito del consumo. Asimismo, la Agencia debe mantener relaciones con las instituciones europeas participando en la red de alertas y colaborando con dichas instituciones en materia de reclamaciones transfronterizas, de acuerdo con los criterios de la Comisión Europea.

Finalmente, la intención de la presente Ley es abrir al máximo las puertas a la participación de todas las personas –representadas mediante las asociaciones de consumidores y usuarios– y los demás agentes que intervienen en el ámbito del consumo, tanto públicos como privados. Esta participación se da tanto en el seno del Consejo de Dirección como en la previsión de crear órganos asesores, comisiones y ponencias técnicas, de acuerdo con el artículo 13.

La aprobación de la presente Ley implica la supresión del Instituto Catalán del Consumo, puesto que sus funciones quedan asumidas por el nuevo órgano.

Artículo 1

Creación de la Agencia Catalana del Consumo

1. Se crea la Agencia Catalana del Consumo, como organismo autónomo administrativo adscrito al Departamento de la Generalidad competente en materia de consumo.

2. La Agencia Catalana del Consumo actúa con personalidad jurídica propia, auto-

nomía administrativa y económica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus objetivos.

3. La Agencia Catalana del Consumo se somete a lo que establecen la presente Ley, las disposiciones que la desarrollan, sus estatutos y las demás disposiciones de derecho administrativo que le son aplicables.

Artículo 2

Objetivos y competencias

1. Los objetivos de la Agencia Catalana del Consumo son definir, planificar, impulsar y ejecutar las políticas de la Generalidad en materia de defensa y protección de los consumidores y usuarios.

2. Las competencias asignadas a la Agencia Catalana del Consumo son todas las que corresponden a la Generalidad en materia de consumo en virtud de la Constitución y el Estatuto de autonomía, especialmente la información, la formación, al educación, el asesoramiento, la mediación, el arbitraje, la inspección y el control de la disciplina del mercado, la difusión, la promoción, el fomento, las relaciones institucionales y la defensa de los derechos de las personas en el ámbito del consumo.

Artículo 3

Funciones

1. Para cumplir sus objetivos, la Agencia Catalana del Consumo lleva a cabo las funciones siguientes:

a) Orientar, informar y asesorar a los consumidores y usuarios sobre sus derechos y la forma de ejercerlos.

b) Promover e impulsar los estudios necesarios y la evaluación de las dinámicas de consumo con el objetivo de fijar los instrumentos y procedimientos que permitan a los consumidores y usuarios escoger mejor los productos y servicios más adecuados a sus necesidades y exigencias.

c) Velar para que los productos y servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios incorporen la información y alcancen los niveles de seguridad legalmente exigibles, y establecer campañas de prevención dirigidas especialmente a evitar el fraude, la información que induzca a error o sea incompleta, la publicidad engañosa y la utilización de cláusulas abusivas.

d) Fomentar el desarrollo de las asociaciones y entidades de defensa y protección de los consumidores y usuarios y cooperar con las mismas, y colaborar activamente con dichas asociaciones y entidades en el ejercicio de sus funciones de asesoramiento, defensa e información, especialmente por lo que respecta a las personas con necesidades específicas.

e) Promover la formación de los consumidores y usuarios, con especial atención a los colectivos especialmente protegidos, con necesidades específicas, y también de los agentes económicos que ponen en el mercado los productos y servicios.

f) Fomentar las prácticas de un consumo social y ecológicamente sostenible, en especial por lo que respecta al consumo de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente, tanto por lo que atañe a los recursos naturales que utilizan como a los residuos que pueden generar.

g) Promover la educación de los jóvenes en los hábitos del consumo responsable.

h) Fomentar el consumo de productos eco-

lógicos y promover el conocimiento de la oferta de los productos de comercio justo y solidario.

i) Concluir acuerdos y convenios de colaboración en materia de información y asesoramiento con las organizaciones empresariales y gremiales más representativas de cada sector de actividad económica, dirigidos de forma especial a las empresas comerciales y a los consumidores y usuarios en el ámbito de los objetivos y funciones de la Agencia.

j) Relacionarse y cooperar con todas las administraciones públicas para avanzar en la mejora de los derechos y la protección de los consumidores y usuarios.

k) Cooperar con las administraciones locales que ejercen competencias en materia de consumo, potenciar el despliegue de las oficinas locales de consumo, asesorarlas en lo que sea necesario para el mejor ejercicio de sus funciones y suscribir convenios de colaboración con las mismas para compartir la dotación de los medios técnicos y materiales adecuados para el cumplimiento de sus finalidades.

l) Potenciar la mediación y el arbitraje como herramientas para la resolución de los conflictos en materia de consumo, organizando el funcionamiento de la Junta Arbitral de Cataluña y coordinándose con las juntas y los órganos arbitrales de ámbito municipal.

m) Ejercer las competencias de inspección y sanción en el ámbito del consumo, de acuerdo con las disposiciones vigentes.

n) Impulsar la protección legal efectiva de los consumidores y usuarios, iniciando las acciones judiciales pertinentes y personándose en las que se refieren a asuntos que merecen especial atención por razón de la trascendencia de los derechos que hay que proteger o de la alarma social que generan.

o) Elaborar las propuestas de disposiciones relacionadas con todas las materias que pueden afectar a los consumidores y usuarios, e informar sobre las que hagan otras administraciones en este ámbito.

p) Ejercer todas las demás funciones que le sean encomendadas con relación a la protección y defensa de los consumidores y usuarios.

2. Cuando las funciones a que se refiere el apartado 1 sean concurrentes con las de otras administraciones u organismos de la Generalidad, deben ejercerse con sujeción a los principios de especialidad, subsidiariedad, cooperación, coordinación y unidad de acción.

3. Por lo que respecta a las funciones referidas al control de productos alimentarios, éstas deben llevarse a cabo en coordinación con la Agencia Catalana de Seguridad Alimentaria.

Artículo 4

Órganos de gobierno

Los órganos de gobierno de la Agencia Catalana del Consumo son:

- El presidente o presidenta.
- El vicepresidente o vicepresidenta.
- El Consejo de Dirección.
- El director o directora.

Artículo 5

El presidente o presidenta

1. Es presidente o presidenta de la Agencia Catalana del Consumo el consejero o consejera del Departamento competente en materia de consumo.

2. Las funciones del presidente o presidenta son:

a) Ejercer la más alta representación y la máxima dirección de la Agencia.

b) Convocar y presidir las reuniones del Consejo de Dirección.

c) Velar por el cumplimiento de los objetivos asignados a la Agencia.

d) Informar al Gobierno y al Parlamento, cuando le sea requerido, de las actuaciones llevadas a cabo por la Agencia.

Artículo 6

El vicepresidente o vicepresidenta

1. Es vicepresidente o vicepresidenta de la Agencia Catalana del Consumo la persona titular de la Secretaría General del Departamento competente en materia de consumo.

2. Las funciones del vicepresidente o vicepresidenta son:

a) Presidir las reuniones del Consejo de Dirección, en caso de ausencia del presidente o presidenta.

b) Convocar, por delegación, las reuniones del Consejo de Dirección.

c) Colaborar con la Presidencia en la tarea de velar por el cumplimiento de los objetivos asignados a la Agencia.

d) Las demás funciones que le sean encomendadas por la Presidencia.

Artículo 7

El Consejo de Dirección

1. El Consejo de Dirección está formado por treinta y cuatro miembros, que son:

- El presidente o presidenta.
- El vicepresidente o vicepresidenta.
- El director o directora.
- Catorce vocales en representación de los departamentos de la Generalidad, propuestos por el Gobierno.

e) Cuatro vocales en representación de las organizaciones de consumidores y usuarios más representativas, propuestos por éstas.

f) Cuatro vocales en representación de la Administración local, propuestos por sus organizaciones representativas.

g) Dos vocales en representación de las organizaciones empresariales más representativas, propuestos por éstas.

h) Dos vocales en representación del Consejo General de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Cataluña, propuestos por éstas.

i) Dos vocales en representación de las organizaciones sindicales más representativas, propuestos por éstas.

j) Un vocal en representación de las organizaciones profesionales agrarias más representativas en el ámbito de Cataluña, propuesto por éstas.

k) Un vocal de libre designación del presidente o presidenta entre personas de reconocido prestigio en el ámbito de la defensa de los consumidores y usuarios.

l) El secretario o secretaria, que actúa con voz y sin voto.

2. El nombramiento de los miembros del Consejo de Dirección se efectúa por resolución del consejero o consejera del Departamento competente en materia de consumo.

Artículo 8

Funciones del Consejo de Dirección

1. Las funciones del Consejo de Dirección son:

a) Aprobar el reglamento de régimen interior.

b) Debatir y aprobar los programas de actuación anuales y efectuar su seguimiento.

c) Aprobar los anteproyectos de presupuestos de la Agencia.

d) Aprobar las cuentas y la memoria anuales.

e) Debatir todas las cuestiones relacionadas con la política de defensa y protección de los consumidores y usuarios, por iniciativa del presidente o presidenta, el director o directora o los miembros del Consejo.

f) Ser informado sobre las propuestas de disposiciones de carácter general impulsadas por la Agencia y debatirlas.

2. El Consejo de Dirección es convocado por el presidente o presidenta, a iniciativa propia o cuando lo solicita una tercera parte de sus miembros.

3. El Consejo de Dirección se reúne por lo menos dos veces al año y cuando lo pide una tercera parte de sus miembros.

4. El procedimiento para la convocatoria de las sesiones ordinarias y extraordinarias, los quórum de asistencia y las mayorías necesarias para la toma de decisiones deben establecerse por el reglamento de régimen interior.

Artículo 9

El director o directora

1. Las funciones del director o directora son:

a) Dirigir la Agencia y hacer cumplir y ejecutar los acuerdos del Consejo de Dirección.

b) Impulsar y supervisar todas las actuaciones propias de la Agencia.

c) Dirigir, ordenar, planificar, coordinar y programar los mecanismos de control de la aplicación de la normativa sobre disciplina del mercado y defensa de los consumidores y usuarios y programar los mecanismos de resolución arbitral de conflictos.

d) Impulsar la elaboración de disposiciones de carácter general dirigidas a la orientación y defensa de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios.

e) Elaborar los anteproyectos de presupuestos de la Agencia.

f) Ordenar y autorizar los gastos y los pagos.

g) Ejercer la dirección superior del personal de la Agencia.

h) Imponer las sanciones administrativas hasta el límite cuantitativo establecido por las disposiciones legales.

i) Asumir la representación legal ordinaria de la Agencia, tanto judicial como extrajudicial.

j) Ejercer cualquier otra función delegada por el presidente o presidenta y las que le atribuyan las disposiciones vigentes.

2. El director o directora de la Agencia Catalana del Consumo tiene rango orgánico de director general y es nombrado por el Gobierno, a propuesta del consejero o consejera del Departamento competente en materia de consumo.

Artículo 10

El secretario o secretaria

1. Actúa como secretario o secretaria del Consejo de Dirección una persona funcionaria de la Agencia, designada por el presidente o presidenta, a propuesta del director o directora.

2. Las funciones del secretario o secretaria son:

a) Remitir, por orden del presidente o presidenta, las convocatorias de las reuniones del Consejo de Dirección.

b) Asistir a las reuniones del Consejo de Dirección, con voz y sin voto, y levantar las actas correspondientes.

c) Extender los certificados relativos a los acuerdos adoptados por el Consejo de Dirección, a petición de cualquiera de sus miembros.

d) Asesorar a la Presidencia y el Consejo de Dirección.

e) Las demás funciones que le sean encomendadas por la Presidencia o la Dirección.

Artículo 11

Estructuración orgánica

El Gobierno, a propuesta del consejero o consejera del Departamento competente en materia de consumo, debe determinar por decreto la estructura y organización de la Agencia Catalana del Consumo con el objetivo de atender a las funciones que establece el artículo 3.

Artículo 12

Desconcentración territorial

La Agencia Catalana del Consumo debe desconcentrar territorialmente su actuación administrativa mediante los servicios territoriales del Departamento al cual está adscrita. Dichos servicios territoriales, en cuanto a las actuaciones en materia de consumo, dependen funcionalmente de la dirección de la Agencia.

Artículo 13

Órganos asesores

1. La Agencia Catalana del Consumo puede crear en su seno grupos de trabajo de carácter temporal o permanente con la finalidad de estudiar cuestiones y formular propuestas relacionadas con la producción, la distribución de productos y la prestación de servicios a los consumidores y usuarios.

2. Asimismo, la Agencia debe impulsar la creación de órganos asesores y consultivos y comisiones interdepartamentales, cuya composición, funciones y régimen de sesiones deben ser especificados en cada caso mediante la disposición que establezca su creación.

Artículo 14

Personal

1. La Agencia Catalana del Consumo debe tener el personal laboral y funcionario necesario para su funcionamiento.

2. El personal de la Agencia Catalana del Consumo debe adscribirse a ésta de conformidad con lo que establece la legislación sobre función pública de la Generalidad.

3. En cualquier caso, los puestos de trabajo que comportan el ejercicio de potestades públicas se reservan a personal funcionario.

Artículo 15

Recursos económicos

Para su funcionamiento, la Agencia Catalana del Consumo cuenta con los recursos siguientes:

a) Las asignaciones que anualmente se establezcan a cargo de los presupuestos de la Generalidad.

b) Las aportaciones procedentes de fondos estatales o comunitarios destinados al cumplimiento de sus finalidades.

c) Las tasas y los demás ingresos públicos que merezcan por su actividad.

d) Las subvenciones, aportaciones y donaciones otorgadas a su favor.

e) Los rendimientos de los bienes que le son adscritos y de los que adquiera en el ejercicio de sus funciones.

f) Cualquier otro que legítimamente le corresponda.

2. Los importes derivados de las sanciones en materia de disciplina de mercado y defensa de los consumidores y usuarios deben destinarse íntegramente a actuaciones de defensa de los consumidores y usuarios.

Artículo 16

Bienes patrimoniales

1. Constituyen el patrimonio de la Agencia Catalana del Consumo:

a) El conjunto de bienes y derechos que le son adscritos por el Gobierno para el cumplimiento de sus funciones.

b) Los bienes y derechos propios de cualquier naturaleza que adquiera por cualquier título jurídico.

2. Los bienes adscritos conservan la calificación jurídica originaria, sin que la adscripción implique transmisión del dominio público ni desafectación.

3. El régimen patrimonial de la Agencia Catalana del Consumo está sujeta a la legislación vigente sobre el patrimonio de la Administración de la Generalidad.

Artículo 17

Régimen de contratación

1. La contratación de la Agencia Catalana del Consumo se rige por las normas generales de contratación de las administraciones públicas.

2. El órgano de contratación de la Agencia Catalana del Consumo es el director o directora.

Artículo 18

Anteproyecto de presupuesto

1. La Agencia Catalana del Consumo debe elaborar anualmente un anteproyecto de presupuesto con la estructura que señale el Departamento de Economía y Finanzas y debe remitirlo al Departamento competente en materia de consumo para que lo incorpore en su anteproyecto de presupuesto.

2. El régimen presupuestario de la Agencia Catalana del Consumo es el que establece el Texto refundido de la Ley de finanzas públicas de Cataluña, aprobado por el Decreto legislativo 3/2002, de 24 de diciembre.

Artículo 19

Régimen de control

1. La Agencia Catalana del Consumo está sometida al control de la Intervención General de la Generalidad, de acuerdo con lo que establece el Texto refundido de la Ley de finanzas públicas de Cataluña.

2. La Agencia Catalana del Consumo está sometida al régimen de contabilidad pública.

Artículo 20

Régimen sancionador

La competencia para imponer sanciones y adoptar las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los productos destinados al mercado corresponde a los órganos establecidos por la normativa reguladora de las infracciones y sanciones en materia de disciplina del mercado y de defensa de los consumidores y usuarios.

Artículo 21

Régimen jurídico de los actos dictados por los órganos de la Agencia Catalana del Consumo

1. Los actos de naturaleza administrativa dictados por la Dirección de la Agencia Catalana del Consumo pueden ser objeto de recur-

so de alzada ante el consejero o consejera del Departamento competente en materia de consumo, en la forma y los plazos establecidos por la legislación sobre el régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

2. Los actos de naturaleza administrativa dictados por los órganos inferiores a la Dirección de la Agencia y por los directores de los servicios territoriales, en cuanto a las actuaciones en materia de consumo, pueden ser objeto de recurso de alzada ante la Dirección de la Agencia.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera

Disolución del Instituto Catalán del Consumo

1. Se disuelve el Instituto Catalán del Consumo, organismo autónomo de carácter administrativo adscrito al Departamento de Comercio, Turismo y Consumo, creado por la Ley 16/1987, de 9 de julio, de creación del Instituto Catalán del Consumo.

2. La personalidad jurídica del Instituto Catalán del Consumo queda extinguida a partir de la entrada en vigor de la presente Ley, y los medios personales y materiales y los recursos del Instituto se integran dentro de la estructura administrativa de la Agencia Catalana del Consumo, la cual se subroga en todas las relaciones jurídicas en que el Instituto sea sujeto activo o pasivo.

3. La adscripción definitiva del personal funcionario que ocupa puestos de trabajo dentro de la estructura del Instituto es la que establece el decreto de estructuración orgánica de la Agencia Catalana del Consumo que debe aprobar el Gobierno de la Generalidad.

Segunda

Decreto de estructuración de la Agencia Catalana del Consumo

De conformidad con lo que establece el artículo 11, el Gobierno debe aprobar en el plazo de seis meses a contar desde la entrada en vigor de la presente Ley el Decreto de estructura y organización de la Agencia Catalana del Consumo.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera

Continuidad en las funciones

Las personas que ocupan puestos de trabajo en unidades afectadas por la presente Ley siguen ejerciendo sus funciones mientras no se desarrolle la estructura orgánica de la Agencia Catalana del Consumo y se adapten los nombramientos o se provean los puestos de trabajo correspondientes.

Segunda

Reasignación del personal

El proceso de reasignación de los efectivos de la Subdirección General de Consumo y el Instituto Catalán del Consumo así como del resto del personal afectado por la puesta en marcha de la Agencia Catalana del Consumo debe ser pactado y negociado con los sindicatos más representativos de la Mesa Sectorial de Personal de Administración y Técnico de la Generalidad, junto con la relación de puestos de trabajo de la Agencia.

Tercera

Convocatoria de un proceso selectivo con reserva especial

1. Con carácter excepcional, transitorio y por una sola vez, se convoca un proceso selectivo, en turno de reserva especial, por concurso oposición, para acceder a la condición de funcionario o funcionaria de las escalas y cuerpos de la Administración general establecidos por la Ley de la función pública de la Administración de la Generalidad. Dicho proceso debe iniciarse en el plazo de ocho meses a contar desde la entrada en vigor de la presente Ley.

2. Las bases de la convocatoria a que se refiere el apartado 1 deben establecer la valoración de los servicios prestados por los aspirantes en el ámbito del consumo o del apoyo al mismo en el Departamento de Comercio, Turismo y Consumo, así como en otras administraciones públicas.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Quedan derogadas las normas siguientes:

- La Ley 16/1987, de 9 de julio, de creación del Instituto Catalán del Consumo.
- Cualquier otra disposición que contradiga lo que establece la presente Ley.

DISPOSICIONES FINALES

Primera

Desarrollo normativo

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

Segunda

Modificaciones presupuestarias

Se autoriza al Gobierno a llevar a cabo las modificaciones presupuestarias necesarias para traspasar a la Agencia Catalana del Consumo los recursos del Instituto Catalán del Consumo y de la Subdirección General de Consumo.

Tercera

Entrada en vigor

La presente Ley entra en vigor al día siguiente de su publicación en el *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*.

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

Palacio de la Generalidad, 24 de diciembre de 2004

PASQUAL MARAGALL I MIRA

Presidente de la Generalidad de Catalunya

JOSEP HUGUET I BIOSCA

Consejero de Comercio, Turismo y Consumo

(04.363.093)

LEY

10/2004, de 24 de diciembre, de modificación de la Ley 2/2002, de 14 de marzo, de urbanismo, para el fomento de la vivienda asequible, de la sostenibilidad territorial y de la autonomía local.

EL PRESIDENTE

DE LA GENERALIDAD DE CATALUÑA

Sea notorio a todos los ciudadanos que el Parlamento de Catalunya ha aprobado y yo, en nombre del Rey y de acuerdo con lo que establece el artículo 33.2 del Estatuto de autonomía de Catalunya, promulgo la siguiente

LEY*Préambulo*

I

La articulación del territorio catalán como una realidad ambientalmente sostenible, funcionalmente eficiente, económicamente competitiva y socialmente cohesionada debe ser el objetivo principal de la acción de los poderes públicos y de la normativa en materia de urbanismo y ordenación del territorio. Para avanzar hacia estos fines, imprescindibles a la hora de garantizar el bienestar de las generaciones presentes y de las venideras, es preciso promover un modelo de urbanización que se caracterice, en términos generales, por la compacidad de los asentamientos, la diversidad de sus funciones y el carácter socialmente integrado de su población.

El territorio catalán presenta unas potencialidades óptimas para un desarrollo de dicho tipo. Potencialidades que son fruto tanto de los factores físicos –el clima, la orografía variada, la riqueza de los paisajes– como del legado histórico –la estructura urbana, las infraestructuras, la persistente humanización del entorno– y la actuación de los poderes públicos. Sin embargo, existen algunas dinámicas –como por ejemplo la dispersión de la urbanización, la creciente especialización funcional del espacio y el riesgo de la segregación inducida por el mercado inmobiliario– que, de perdurar, pueden llegar a poner en peligro el uso racional del territorio y, en último término, el bienestar colectivo.

Así pues, para que la colectividad pueda aprovechar aquellas potencialidades y hacer frente a estos retos, es preciso dotar a los poderes públicos de los instrumentos adecuados en materia de ordenación y uso del territorio. O sea, de los instrumentos necesarios para regular la actividad urbanística en defensa del interés general, en un marco caracterizado, por una parte, por la seguridad jurídica de los agentes públicos y de los sujetos privados, y, por la otra, por la aplicación del principio de subsidiariedad respecto a los ayuntamientos y demás administraciones locales.

El perfeccionamiento de estos instrumentos es uno de los objetivos fundamentales de la presente Ley. Así, en ejercicio de la competencia urbanística, se modifican y completan determinados aspectos de la Ley 2/2002, del 14 de marzo, de urbanismo, con la finalidad principal de fomentar el acceso de la población a la vivienda, la sostenibilidad en el uso del territorio y la autonomía local.

II

La presente Ley consta de nueve artículos, cinco disposiciones adicionales, cinco disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y tres disposiciones finales.

En el artículo 1 se adoptan varios preceptos para fomentar la disposición de suelo para la

construcción de vivienda asequible. En particular, se habilita el planeamiento urbanístico general para que incluya en su regulación un nuevo sistema urbanístico llamado de viviendas dotacionales públicas al efecto de satisfacer los requerimientos temporales de colectivos de personas con necesidades de asistencia o de emancipación justificadas en políticas sociales previamente definidas. Estos sistemas, justificadamente, se pueden incluir en sectores de planeamiento derivado en sustitución total o parcial de las reservas para equipamientos públicos, con un límite del 5% de la reserva global del municipio para equipamientos públicos locales.

Por otra parte, se establece que la elaboración de los planes directores urbanísticos para la programación de políticas supramunicipales de suelo y de vivienda debe garantizar la solidaridad intermunicipal, la suficiencia y la viabilidad de estas políticas para garantizar el derecho constitucional a la vivienda y el cumplimiento de los principios de desarrollo urbanístico sostenible. En cuanto a los documentos que deben componer los planes de ordenación urbanística municipal, se incluye la memoria social, que debe contener la definición de los objetivos de producción de vivienda protegida y de otros tipos de vivienda asequible que determine la legislación sectorial. Mientras el planeamiento general no incorpore la memoria social, el planeamiento urbanístico derivado que lo desarrolla debe incorporar dicha memoria para definir los objetivos mencionados. Además, se establece, para los planes de ordenación urbanística municipal, la obligación de actualizar la agenda cada seis años y el procedimiento para su realización.

El artículo 1 acomete también la modificación de varios preceptos para extender la posibilidad de que los ayuntamientos utilicen los instrumentos de política de suelo y de vivienda establecidos por la Ley 2/2002, sin necesidad de disponer de un programa de actuación urbanística municipal. Además, los ayuntamientos que dispongan de un planeamiento urbanístico general que delimite ámbitos de actuación urbanística susceptibles de generar cesiones de suelo de titularidad pública con aprovechamiento deben diferenciar, en el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de la presente Ley, como patrimonio separado de los demás bienes municipales, los bienes que integren el patrimonio municipal de suelo y de vivienda, con la obligación, también, de constituir un depósito específico para el ingreso de los fondos obtenidos mediante la enajenación y gestión de los bienes que integran este patrimonio.

Como novedad destacable, se establecen los mecanismos necesarios para asegurar la materialización efectiva de las reservas para la construcción de viviendas de protección pública establecidas por el artículo 57.3 de la Ley 2/2002. En este sentido, el planeamiento urbanístico debe determinar los plazos obligatorios para el inicio y para la finalización de la construcción de estas viviendas. El incumplimiento de estos plazos puede comportar que la Administración expropie los terrenos.

El artículo 1 introduce también la exigencia de distribuir las reservas para la construcción de viviendas de protección pública en el territorio de modo que favorezca la cohesión social y evite la segregación territorial de los ciudadanos por razón de su nivel de renta. La localización con-